



# TÍNH HỘI TỤ – LAN TỎA VÀ NHU CẦU LIÊN KẾT TRÊN DẢI ĐẤT MIỀN TRUNG

Trần Đình Hằng\*

Phân Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam tại Huế, 6 Nguyễn Lương Bằng, Huế, Việt Nam

**Tóm tắt.** Từ những điều kiện địa lý tự nhiên không mấy thuận lợi, Huế từng bước trở thành một trung tâm chính trị thời Đàng Trong, thời Nguyễn. Trong vai trò Kinh đô, Huế tụ hội những tinh hoa nhân tài, vật lực của cả nước và chuyển hóa, lan tỏa ảnh hưởng trở lại ra bên ngoài, trở thành một trung tâm tư tưởng, tôn giáo tín ngưỡng và văn hóa nghệ thuật, giáo dục đào tạo... Cơ chế “đất lành” trở thành bài học cho quá trình chuyển hóa từ Kinh đô trở thành Cố đô, để khả dĩ có thể tái phục hồi “sinh lực Huế” trên nền tảng phát huy những giá trị bản sắc đặc trưng, biến thành những sản phẩm độc đáo theo phép lợi thế so sánh. Để thay thế sức mạnh cường thế trung tâm của Kinh đô xưa, Cố đô nay phải xây dựng “đất lành” bằng môi trường, cơ chế để liên kết vùng, liên kết địa phương, liên kết ngành và nhất là liên kết – hợp tác trong vấn đề con người, nguồn nhân lực để thực sự xây dựng Huế trở thành một trung tâm trọng yếu trên địa bàn các tỉnh miền Trung – Tây Nguyên.

**Từ khóa:** bản sắc văn hóa, dị biệt hóa sản phẩm, Kinh đô, Cố đô, trung tâm, hội tụ, lan tỏa, liên kết

## 1. Huế và miền Trung trong diễn trình lịch sử, văn hóa dân tộc

Từ cái nôi châu thổ Bắc Bộ, văn minh Đại Việt đã có nhiều bước phát triển và lan tỏa ảnh hưởng, đặc biệt là những mốc son lịch sử từ thời Ngô – Đinh – Tiền Lê – Lý – Trần – Hồ – Hậu Lê, gắn liền khát vọng độc lập tự chủ ngày càng mạnh mẽ. Từ sự chi phối đặc thù của điều kiện địa lý tự nhiên cũng như lịch sử xã hội mà vùng châu thổ Bắc Bộ chỉ giới hạn trong lưu vực sông Hồng và sông Mã. Vùng biển phía Đông, núi rừng trùng điệp ngăn cách và chế Trung Hoa hùng mạnh phía Tây và phía Bắc đã làm cho Nam tiến trở thành con đường độc đạo, tạo nên sinh lộ độc đáo trong lịch sử phát triển mở mang cương vực của Đại Việt. Tiêu biểu cho công cuộc mở cõi này là những mốc son lịch sử như cuộc hôn nhân của Huyền Trân Công chúa năm 1306 đã chuyển hóa Ô Lý thành Thuận Hóa tới tận lưu vực sông Sài Thị (Thu Bồn), các đợt Nam chinh thời Hồng Đức (1470–1471)...

Nhờ vậy, Thuận Hóa sớm trở thành trọng trấn phương Nam của Đại Việt trong mối quan hệ với lân bang Champa. Đặc biệt từ sự kiện Mậu Ngọ (1558), từ nội tình một dòng họ, những dự cảm thiên tài trong tư tưởng chiến lược gia quốc cũ Nguyễn Ú Dì đã giúp Đoàn Quận công Nguyễn Hoàng “già điển” để náu mình trong sứ mệnh tướng trấn nhậm biên ải phía nam

\*Liên hệ: [navidongkhanh@gmail.com](mailto:navidongkhanh@gmail.com)

Nhận bài: 18-5-2020; Hoàn thành phản biện: 15-7-2020; Ngày nhận đăng: 30-9-2020

Hoành Sơn, từ đó ươm mầm một thể lực chính trị mới trong bối cảnh xã hội đương thời: xứ Đàng Trong, xứ Nam Hà<sup>1</sup>. Đó là nền tảng quan trọng trong việc xác định vai trò nổi bật của một khu trung tâm: *tính hội tụ và lan tỏa ảnh hưởng*. Điều đó càng được khẳng định vượt bậc, trên quy mô quốc gia và khu vực, là dấu ấn kinh đô Huế thời Nguyễn của đất nước Đại Nam hùng mạnh.

Từ thời Đàng Trong, từ việc giải quyết trục chiến lược Nam – Bắc, các chúa Nguyễn đã thực sự dựa vào một hậu phương rộng lớn theo trục Đông – Tây: từ hậu phương bao la của vùng rừng núi phía Tây, nổi xứ sở Vạn Tượng với nhiều tài nguyên lâm thổ sản, đặc biệt là voi – lực lượng tượng binh hùng mạnh với Cửa Việt, dọc theo sông Hiếu. Yếu tố thông thương với bên ngoài đã mang lại sinh lực tối quan trọng cho việc ươm mầm chính thể mới Đàng Trong. Vượt qua Đèo Ngang – Hải Vân, người Việt “Việt hóa” vùng Khánh Hòa – Ninh Thuận – Bình Thuận nhanh chóng hướng thẳng tới châu thổ sông Cửu Long, rồi quay trở lại từng bước quy phục Tây Nguyên.

Chính yếu tố chính trị chi phối như vậy đã góp phần nối kết và xóa nhòa sự chia cắt của các hằng số địa lý như đèo núi, sông suối, định hình nên con đường *Thiên lý* gắn kết, nối liền đất nước và con người Đại Nam theo trục Bắc – Nam xuyên suốt. Không chỉ có vậy, từ thời chúa Nguyễn và vua Nguyễn, việc thông thương ải Ai Lao đã mở rộng trục Đông – Tây của xứ sở để thiết lập quan hệ chính trị ngoại giao sang tận Trấn Ninh (Vientiane) và Nam Vang (Phnompenh). Đó chính là nền tảng quan trọng để phá thế độc đạo của vùng duyên hải miền Trung mà sau này, người Pháp kế thừa để xây dựng nên Liên bang Đông Dương đủ mạnh để cân bằng quyền lực với phía Bắc và cả với phía bên kia sông Cửu Long<sup>2</sup>.

Đặc biệt, chức năng Kinh đô đã hội tụ tinh hoa cả nước và khu vực về Huế bằng khả năng thu hút mời gọi và cưỡng chế dạng trung tâm, trên nhiều khía cạnh như giáo dục đào tạo, binh lính, thợ thuyền và trí thức, quan lại, quý tộc thượng lưu...<sup>3</sup>. Huế trong cách đặt vấn đề như vậy, chính là ở chức năng, vai trò Kinh sư của cả nước tụ hội, thành nơi dung dưỡng và lan tỏa, phát tán ảnh hưởng trở lại ra bên ngoài. “Con trai đất Quảng ra thi, thấy cô gái Huế chân đi không đành” cũng là một cách diễn đạt từ vai trò trung tâm chính trị, Huế đồng thời cũng là một trung tâm giáo dục và đào tạo.

<sup>1</sup> Trần Đình Hằng (2008), “Từ Cô Gái Áo Xanh ở Ái Tử (Quảng Trị) đến Bà Tròi Áo Đỏ ở Thiên Mụ (Huế): Sinh lộ tư tưởng của vùng đất mới Nam Hà”, trong UBND tỉnh Thanh Hoá-Hội KHL Việt Nam (2008), *Chúa Nguyễn và vương triều Nguyễn trong lịch sử Việt Nam thế kỷ XVI đến thế kỷ XIX*, H.: Nxb. Thế giới: 524–532 (Kỷ yếu HTKH, Thanh Hoá, 18, 19-10).

<sup>2</sup> Trần Đình Hằng (2012), “Thế mạnh của miền Trung – Tây Nguyên qua cái nhìn của người Pháp”, Hội Khoa học Lịch sử thành phố Đà Nẵng: *Nghiên cứu Lịch sử xứ Quảng*, số 6-12-2012, Tr. 7–17.

<sup>3</sup> Trần Đình Hằng (2001), “Chế độ công tượng, nguồn quy tụ tinh hoa nghệ nhân cho Huế”, *Thông báo Khoa học Viện Nghiên cứu VHNT*, số 3 (7-2001), Tr. 80–87. Bản tiếng Anh trong *Viet Nam social sciences, Vietnamese academy of social sciences*, N<sup>o</sup>1 (99)/2004, pp. 77–86.

## 2. Xác lập vai trò một khu trung tâm: tính hội tụ và lan tỏa từ vị thế thủ phủ vùng miền thời Đàng Trong, kinh đô cả nước thời Nguyễn

Một vùng đất đóng vai trò trung tâm phải đảm bảo đồng thời hai chức năng là *thu hút – tụ hội* mọi nguồn lực và giá trị tinh hoa từ khắp nơi và *lan tỏa – phát tán* ảnh hưởng sức mạnh đó ra bên ngoài. Thủ phủ, và rõ nét nhất, kinh đô trước tiên là một trung tâm chính trị. Từ đó mà đồng thời, Huế cũng là trung tâm tư tưởng tôn giáo, kinh tế và thực sự là một trung tâm văn hóa nghệ thuật và giáo dục đào tạo của cả nước.

Triết gia François Jullien khi nêu vấn đề *Không có bản sắc văn hóa* thì chính ông đã có câu trả lời làm cho độc giả phải phản tỉnh để xem xét bản sắc văn hóa một cách đa diện, đa chiều hơn. Theo lối suy nghĩ phổ biến, truyền thống và hiện đại được đặt thành cặp đối lập để nhấn mạnh xưa – nay, có khi loại trừ, mà quên đi tính liên tục, kế thừa hòa quyện tự bên trong của nó. Khái niệm truyền thống và di sản văn hóa truyền thống cần được nhìn nhận, xem xét trong tính kế thừa, liên tục của hệ giá trị văn hóa xuyên thời gian, trong mọi bối cảnh lịch sử chính trị – xã hội – văn hóa. Truyền thống văn hóa đã tạo nên những sắc thái biểu hiện cụ thể của văn hóa qua các thời kỳ, làm nên *bản sắc văn hóa*. Hình thái biểu hiện của văn hóa có sức sống cội nguồn dài lâu và mãnh liệt. Nhờ đó, chủ thể văn hóa chấp nhận loại bỏ những khía cạnh tiêu cực không phù hợp, tích hợp những yếu tố mới phù hợp từ bên ngoài để làm giàu thêm cho bản sắc văn hóa. Giữa hai chủ thể văn hóa, tác giả nhấn mạnh khoảng cách ở giữa và phương thức mà hai bên lan tỏa, thu hút ảnh hưởng lẫn nhau, nhờ vào *động năng văn hóa*. *Không có bản sắc văn hóa* là cách đặt vấn đề mới để tiếp cận lại khái niệm bản sắc văn hóa trong tính năng động của văn hóa mà không bị ám thị trong những định kiến, khuôn mẫu cứng nhắc. Động năng của văn hóa, với cách tiếp cận như vậy, càng thêm ý nghĩa tham khảo thiết thực trong việc nghiên cứu bức tranh phong phú, đa dạng của văn hóa Việt Nam, văn hóa miền Trung, đặc biệt là văn hóa Huế, nhất là ở khía cạnh *nguồn nuôi dưỡng văn hóa*.<sup>4</sup>

Trở lại vấn đề trung tâm, tham chiếu từ cách tiếp cận đó, có thể thấy bản sắc văn hóa Huế và các khía cạnh thể hiện của nó là vấn đề trọng tâm trong việc xác định nguồn lực, giá trị đặc trưng. Từ một vùng biên viễn, trọng trấn phương Nam của Đại Việt, vùng Huế đảm nhận sứ mệnh thủ phủ Đô thành Đàng Trong rồi Kinh đô thời Tây Sơn cho đến thời Nguyễn. Trên một vùng địa lý khắc nghiệt nhưng lại đảm nhận trọng trách Kinh đô, chính thể họ Nguyễn – Tây Sơn – Nguyễn đặc biệt chú trọng nhu cầu nhân tâm để an dân, xây dựng nên *trung tâm tôn giáo tín ngưỡng*, đặc biệt là Kinh đô – *trung tâm chính trị tư tưởng*. Nguồn lực đó đã làm nên *động năng văn hóa* của Kinh đô Huế: đủ sức *thu hút, hội tụ* từ bốn phương và đồng thời, *lan tỏa*

<sup>4</sup> F. Julien (2018), *Không có bản sắc văn hóa* (Trương Quang Đệ dịch), Phân Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam tại Huế – Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế, Nxb. Đại học Huế.

ảnh hưởng ra bốn phương, theo phương thức  *tinh tế hóa, sang trọng hóa và tinh hoa hóa* mọi nguồn lực văn hóa, làm nên những giá trị đặc trưng nổi bật.

Trong vai trò  *Kinh đô*, Huế có nhiều đặc ân và quyền lực tối thượng từ triều đình để mời gọi, thu hút, thậm chí cưỡng chế trung tập tinh hoa bốn phương tụ hội. Dù khắc nghiệt nhưng triều đình đã tạo nên nhiều hành lang, môi trường, cơ chế đặc biệt (như có thời điểm lương thợ thủ công cao gấp 10 lần lương lính...) để quy tụ tinh hoa nhân tài cả nước, nhất là về nghệ thuật diễn xướng, nghệ thuật tạo hình, giáo dục khoa bảng... Nhờ đó mà xứ Kinh kỳ – Huế hiện nay được thừa hưởng nhiều di sản vô giá trên rất nhiều phương diện. Với những điều kiện đặc thù, Huế thực sự là một vùng đất học với nhiều truyền thống nổi bật.

Vấn đề đặt ra là ngày trước, Kinh đô Huế là điểm tụ hội thì hiện nay, trong tâm thế  *Cố đô*, môi trường, cơ chế, nguồn lực nào có thể thay thế để tiếp tục tạo nên sức hút,  *tái trung tập*, để hội tụ nhân tài về Huế và tiếp tục lan tỏa ảnh hưởng ra bên ngoài? Đây là một vấn đề đặc biệt quan trọng trong nghiên cứu phát triển và bảo tồn phát triển của Huế – miền Trung, có thể tham chiếu cho mọi lĩnh vực, từ một trung tâm chính trị của Kinh đô – Thủ đô: khoa học công nghệ, giáo dục đào tạo, văn hóa nghệ thuật, v.v.

Từ Kinh đô trở thành Cố đô, rõ ràng Huế chịu nhiều cú sốc nặng nề khi bị giáng hạ, thậm chí có nguy cơ là trở thành  *“tinh lẻ”*. Điều đó đòi hỏi một quan điểm, phương thức tiếp cận, chiến lược và lộ trình thực hiện hợp lý, hiệu quả theo đúng tinh thần bảo tồn và phát huy giá trị một cách hữu hiệu, để dần dần phát huy hiệu quả, xây dựng nơi này thực sự trở thành một  *“xứ sở hạnh phúc”*, một nơi  *“đất lành”* để mời gọi, thu hút nhân tài vật lực, hoàn toàn thay thế tính chất  *“cưỡng chế, trung tập”* khắc nghiệt của một vùng Kinh đô thời phong kiến.

Từ đầu thế kỷ XX, người Pháp và chính phủ Nam triều đã có nhiều bước thỏa hiệp, hợp tác để từng bước ổn định và phát triển xứ Đông Dương. Riêng trong lãnh thổ Đại Nam, đã dần dần định hình nên ba kỳ với những thể chế, cơ chế chính sách đặc biệt khác nhau để phát huy tối ưu những thế mạnh độc đáo của miền Bắc, miền Trung và miền Nam. Giai đoạn sau năm 1945, Huế cũng từng bước được xác lập vai trò tiền đồn trong mối quan hệ hai miền Nam – Bắc. Huế, trong bối cảnh đó, thực sự là thủ phủ của miền Trung – Tây Nguyên, với những thiết chế độc đáo, phát huy vai trò và lợi thế so sánh một cách hữu hiệu: Bệnh viện Trung ương Huế, Đại học Huế, Trường Quốc học Huế, v.v.

### **3. Nhu cầu liên kết: tính tất yếu và tính khả thi của một thế mạnh tiềm năng “rất Huế” khi xem xét “bản sắc văn hóa đặc trưng” và “đị biệt hóa sản phẩm” trong phát triển**

Trong môi trường địa lý tự nhiên khắc nghiệt, nhân quần xã hội phương Nam bản địa “phi Việt” đầy lạ lẫm, người Việt khi đến vùng Huế đã có thể ứng xử hợp lý, thành triết lý  *Thái hòa*: chú trọng thích ứng, hài hòa với  *thế giới tự nhiên*, với  *thế giới siêu nhiên* và đặc biệt là với  *thế*

*giới nhân sinh*, giữa con người với con người bằng một bộ quy tắc ứng xử hài hòa nhưng đậm chất điển chế của xã hội có tôn ti trật tự. Để khắc chế tiềm lực kinh tế của quốc gia nông nghiệp vốn không mấy giàu có, tiền nhân đã chủ trương nâng tầm triết lý kiến trúc thông qua nghệ thuật phong thủy đầy huyền hoặc. Khát vọng và tư tưởng Thái hòa làm cho con người ta như khiêm cung hơn trước thiên nhiên, tôn trọng thiên nhiên nên chỉ chú trọng chiều sâu (tư tưởng) và chiều ngang (không gian) mà hạn chế, ít chú ý chiều cao. Nhờ đó, con người như hòa vào thiên nhiên, sống cùng thiên nhiên, đưa hết những yếu tố đất, nước, đá sỏi, cỏ cây hoa lá, vật nuôi... của thế giới thiên nhiên vào trong cuộc sống. Đó thực sự là một nguyên tắc sống “đi trước thời đại”: thực sự bền vững, thực sự xanh, sạch như là một điều đương nhiên của con người, của xã hội. Đặc biệt đáng quan tâm là triết lý, chuẩn mực đó đều được thấm nhuần trong giáo dục gia đình (gia giáo), phong tục tập quán cộng đồng làng xã (huong lệ) và nhất là điển chế nghiêm minh của luật pháp (quốc pháp), buộc mọi thành viên và cộng đồng phải luôn tuân thủ một cách thường trực.

Từ triết lý *Thái hòa, khiêm cung* đó, văn hóa Huế hoàn toàn không chú trọng tới khối lượng hay chiều cao mà hướng mọi trọng tâm vào sự khiêm tốn, tinh tế, trang nhã, sang trọng. Tất cả đã được xã hội quy chuẩn hóa, tôn trọng theo phương châm *giáo trình hóa* trong giáo dục gia đình, trong ứng xử xã hội (*luân lý*) và *điển chế hóa* trong quản lý điều hành xã hội của nhà nước (*pháp lý*). Tinh thần cốt lõi đó đã trở thành trục tư tưởng xuyên suốt, làm nên hồn cốt của văn hóa Huế, để rồi tất cả lại được thể hiện ra trên nhiều phương diện như nghệ thuật tạo hình (kiến trúc, điêu khắc, mỹ thuật), nghệ thuật diễn xướng, trang phục, ẩm thực, phong tục tập quán, lễ hội lễ nghi... trên nhiều khía cạnh như qua màu sắc, chất liệu, kích cỡ, họa tiết trang trí và ý nghĩa biểu tượng. Tùy từng không gian văn hóa mà tinh thần đó, điển chế đó được thể hiện đậm nhạt khác nhau. Đặc biệt đáng chú ý trong văn hóa truyền thống là *không gian văn hóa cung đình, quý tộc thượng lưu* và *tín ngưỡng tôn giáo*, tiêu biểu như di sản văn hóa cung đình, phủ đệ, nhà vườn, xứ Thiên kinh Phật giáo và tín ngưỡng thờ Mẫu đậm nét miền Trung – Bà Mẹ Xứ Sở Thiên Y A Na.

Triết lý Thái hòa, tư tưởng khiêm cung để tạo nên sự hài hòa, tinh tế, sang trọng, trang nhã của hệ giá trị tinh hoa cả nước và khu vực tụ hội trong văn hóa Huế, đặc biệt là những giá trị kết tinh trong đời sống cung đình (yếu tố *Ngự, Đại Nội* cao quý), quý tộc thượng lưu và tôn giáo tín ngưỡng... là những giá trị riêng có mà không nơi nào có thể sánh được. Điều này xem ra đã có phần phù hợp với những quy tắc ứng xử hiện đại của UNESCO trong khu di sản: kích cỡ, hình khối, chất liệu, màu sắc, công năng... Tính đặc trưng đó, do vậy, cần được đặc biệt chú trọng bảo tồn và phát huy giá trị như là một lợi thế so sánh có một không hai nếu tham chiếu lý thuyết dị biệt hóa sản phẩm.

Động năng và nguồn nuôi dưỡng văn hóa đặc biệt quan trọng như cách đặt vấn đề của Francois Jullien để làm nên những nét đặc trưng. Bối cảnh toàn cầu hóa càng cần nhấn mạnh tới

những yếu tố khác biệt, những “cái riêng”, mà điển hình là những sản phẩm có giá trị tinh hoa từ cung đình Huế trở thành những dấu ấn bản sắc đặc trưng để gắn liền với lý thuyết, chiến lược kinh doanh chú trọng sự “đị biệt”, “khác biệt” hóa sản phẩm trong cạnh tranh.

Chiến lược dị biệt hóa sản phẩm tạo ra những giá trị độc đáo, từ thiết kế hoặc hình ảnh nhãn hiệu, công nghệ, dịch vụ khách hàng... Một cách lý tưởng, phải tạo nên những sản phẩm, giá trị sản phẩm “khác thường” theo chiều hướng tích cực, tức là giá trị vượt trội khó có nơi nào đáp ứng được. Theo đó, doanh nghiệp tìm kiếm cơ hội để trở thành gần như là “người duy nhất” đáp ứng được nhu cầu hiếm hoi đó, bằng những sản phẩm cũng thuộc loại hiếm hoi quý giá tương ứng. Vấn đề này liên quan trực tiếp, có tính tỷ lệ với giá cả sản phẩm, dịch vụ, tương ứng với tính chất độc đáo đó. Về căn bản thì lý thuyết dị biệt hóa sản phẩm thiên về tính chiến lược trong việc đưa ra sản phẩm (chiến lược kinh doanh), nhấn mạnh việc tùy thuộc nhu cầu của thị trường mà theo đó, có khi nhà kinh doanh không cần sản xuất hàng hóa hàng loạt và bán với giá rẻ mới có thể chiếm lĩnh thị trường bởi tính đặc trưng của sản phẩm: giá cao, không phù hợp với sức mua phổ thông nhưng vẫn chiếm lĩnh được thị trường (cao cấp). Nhiều kết quả nghiên cứu thị trường đã kiểm chứng đôi khi người tiêu dùng lại có xu thế mua những sản phẩm khác biệt nhằm muốn phân biệt vị thế cũng như tính cách của mình với những người tiêu dùng khác và có xu thế tìm đến cái mới. Có nghĩa là yếu tố tâm lý đóng vai trò quan trọng trong hành vi tiêu dùng. Hơn nữa, trong xã hội hiện đại, vấn đề tâm lý khách hàng càng đặc biệt được chú ý, trong đó có khi, người ta lại cho rằng hàng có giá trị cao cũng đồng nghĩa với hàng có chất lượng, tương tự như theo lối tư duy “tiền nào của nấy” của người Việt<sup>5</sup>.

Chiến lược khác biệt hoá nhằm đưa ra một sản phẩm khác hẳn sản phẩm của các đối thủ sao cho được khách hàng đánh giá cao. Nó cần tuân thủ ba đặc điểm: Tạo ra giá trị khách hàng (phải có thêm giá trị thực sự cho khách hàng), cung cấp giá trị thấy được (phải được khách hàng nhận thấy) và khó bắt chước (đến mức không thể bắt chước bởi công phu, tốn kém). Do vậy, nhà sản xuất kinh doanh phải quyết định theo đuổi các khả năng tạo sự khác biệt để thoả mãn nhu cầu của khách hàng<sup>6</sup>.

Điểm then chốt ở đây là định hướng xác định sản phẩm hàng hóa là *thượng phẩm* hay *thường phẩm* trên nền tảng tài sản đang có để hướng tới đối tượng khách hàng có phân loại. Chính trong bối cảnh toàn cầu hóa và phát triển du lịch, dịch vụ ngày càng mạnh mẽ hiện nay, với trường hợp Huế, cần nhận chân hợp lý, tiếp cận lý thuyết dị biệt hóa sản phẩm để nhấn mạnh đến tính đặc trưng có một không hai của những thượng phẩm từ di sản kiến trúc cảnh quan, không gian tĩnh lặng cho tới di sản văn hóa phi vật thể, ngành nghề thủ công truyền

<sup>5</sup> Dương Ngọc Dũng (2012), *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Michael Porter*, Thành phố Hồ Chí Minh: Nxb. Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh, Tr. 47, 48.; Turner, W. L. and Resinger, Y. (2001), “Shopping Satisfaction for Domestic Tourists”, *Journal of Retailing and Consumer Service*, No 8, pp. 15–27.

<sup>6</sup> Abell, D. F. (1980), *Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning*, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, p. 15; Hofer C. W., Schenddel, D. (1978), *Strategy Formulation: Analytical Concepts*, St. Paul, Minn. West.

thống tinh xảo, công phu tuyệt đỉnh từ hệ thống quan xưởng của Kinh đô Huế, vốn được vận hành khắt khe, thống nhất cả nước thông qua chế độ công tượng...

Huế mang nhiều trầm tích, lớp áo văn hóa, nên *du lịch xâm nhập/khám phá* sẽ rất phù hợp. Điểm cốt lõi của kinh tế du lịch là phải níu giữ khách ở lại lâu nhất, với hiệu suất cao nhất, và tiêu tốn nhiều tiền nhất. Muốn vậy, điểm đến của du khách phải có sức hấp dẫn đặc biệt nhờ vào những nét riêng, có ấn tượng đặc trưng, tạo cảm giác mới lạ. Trong suốt hành trình, phần lớn du khách đều dành hết thời gian, tiền bạc để thưởng thức, thăm thú và mua sắm, xuất phát từ những nét đặc trưng đó<sup>7</sup>.

Suốt chiều dài lịch sử, Huế tụ hội nhiều di sản văn hóa quý giá đến vô giá. Đáng tiếc là qua bao thăng trầm, đến nay Huế không có đủ điều kiện để níu chân, gìn giữ kho tàng quý giá đó bởi tình trạng vỡ vụn ra, thất tán, mai một dần, thậm chí biến mất, không còn cơ hội nhận diện, phục hồi và phát triển; tiêu biểu là lĩnh vực nghệ nhân và ngành nghề thủ công truyền thống tinh hoa<sup>8</sup>. Đặt ra vấn đề phục hồi và phát triển di sản văn hóa tinh hoa có liên quan tới đời sống cung đình Nguyễn cũng để thấy chỉ có Cố đô Huế mới có khả năng, điều kiện, "tư cách", tính chính danh tái tạo, phục hồi di sản cung đình từ khắp cả nước.

Di sản văn hóa đặc trưng Huế cần được quy hoạch thành hệ thống điểm đến, những không gian đặc thù cho du khách. Từ đó mới quy tụ, kích thích người dân, người thợ, nghệ nhân bảo tồn, chuyển hóa di sản văn hóa trở thành sản phẩm du lịch, hàng hóa vận hành theo thị trường. Đồng thời, quá trình tập trung, phục hồi di sản văn hóa truyền thống như các ngành nghề thủ công cung đình quý hiếm, còn mở ra tương lai rộng mở cho ngành nghiên cứu, phục chế cổ vật, trùng tu di sản văn hóa đang có nhu cầu rất lớn trong xã hội. Hơn bất cứ nơi đâu, di tích và di sản văn hóa Huế phải là một điểm thực hành mẫu mực cho việc nghiên cứu, bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa truyền thống của dân tộc.

Theo hướng tạo sự khác biệt, rõ ràng là hệ giá trị truyền thống có liên quan đến đời sống cung đình triều Nguyễn ở Huế là một di sản quá độc đáo, đặc trưng, mang nhiều tiềm năng phát triển du lịch và dịch vụ trong xã hội hiện đại. Bảo tồn và phát huy, phát triển các giá trị di sản văn hóa truyền thống là hai nhiệm vụ song hành, có thể trở thành sức sống riêng có cho Huế để gắn kết truyền thống với hiện tại. Từ định hướng đầu tư cụ thể đó, Huế cần xây dựng

---

<sup>7</sup> Turner, W. L. and Resinger, Y. (2001), "Shopping Satisfaction for Domestic Tourists", *Journal of Retailing and Consumer Service*, No 8, p. 16.

<sup>8</sup> Trần Đình Hằng (2001), "Chế độ công tượng, nguồn quy tụ tinh hoa nghệ nhân cho Huế", *Thông báo Khoa học Viện Nghiên cứu VHNT*, số 3 (7-2001), Tr. 80-87. Bản tiếng Anh trong *Viet Nam social sciences, Vietnamese academy of social sciences*, N°1 (99)/2004, pp. 77-86; Trần Đình Hằng (2005), "Sản phẩm thủ công Huế trong bối cảnh thành phố Festival: nhìn từ Night Bazaar ở Chiangmai, Thái Lan", trong UBND Tp. Huế – Phân Viện NC VHNT tại Huế, *Di sản ngành nghề thủ công trong bối cảnh thành phố Festival* [Kỷ yếu HTKH], Huế tháng 7, Tr. 68-85; Trần Đình Hằng (2005), "Xác định tính chất của đô thị Huế trên diễn trình đi về phương Nam của người Việt", trong Hội KHLS Thiên Huế, *Tiến trình phát triển đô thị ở Thừa Thiên Huế: đặc trưng và kinh nghiệm lịch sử* [Kỷ yếu HTKH], Huế, tháng 9, Tr. 74-83.

chiến lược “tái trung tập”, đúng nghĩa là “trái thăm đò mời gọi” truyền nhân của các di sản văn hóa gắn liền đời sống cung đình triều Nguyễn, không chỉ ở Huế mà cả trên khắp cả nước trở lại Huế. Bước đầu, khi kinh tế du lịch chưa thực sự vận hành mạnh mẽ, tạo sức hấp dẫn mọi thành phần kinh tế trong xã hội tham gia thì vai trò đầu tàu chi phối của các cơ quan ban ngành hữu quan, các doanh nghiệp nhà nước là rất quan trọng. Về sau, vai trò đầu tàu của nhà nước được nhìn nhận đúng đắn, phát huy hiệu quả thiết thực, sẽ là động lực bảo chứng đầy thuyết phục để huy động mọi nguồn lực xã hội tham gia vào công tác đặc biệt quan trọng này theo phương thức *xã hội hóa*<sup>9</sup>.

#### 4. Vấn đề đặt ra

Trong cuộc tiếp xúc, đùng độ văn minh Việt – Pháp cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX, dần dần người Pháp đã nhận ra được giá trị kiến trúc nghệ thuật cảnh quan truyền thống Việt mà triều Nguyễn đã dày công kiến thiết, nên họ đặc biệt tôn trọng bờ Bắc Sông Hương, giữ nguyên thành một *đô thị di sản*. Trong yếu tố nghệ thuật cảnh quan cổ điển truyền thống (phong thủy), nhà Nguyễn đã kiến thiết Kinh đô dựa vào trục chính Sông Hương và trục ngang Long Thọ cương – Hà Khê trong vai trò *thiên quan địa trục*: dương cơ ở dưới và từ đó trở lên, là âm trạch, dành riêng cho lăng tẩm, chùa chiền, tự miếu...

Quá trình hành chính hóa khu vực bờ Nam Sông Hương từ cuối thế kỷ XIX đã nhanh chóng biến vùng ruộng đồng, đất quan phòng của làng Dương Xuân Hạ, An Cựu, Dương Phàm trở thành khu phố Tây – *đô thị hành chính*. Đó là cơ sở cho ý tưởng “lý tưởng hóa” mô hình đô thị ba tầng: giữ nguyên đô thị di sản gắn liền kiến trúc triều Nguyễn ở phía Bắc Sông Hương, đô thị di sản kiến trúc thuộc địa của người Pháp ở phía Nam Sông Hương và phát triển khu *đô thị mới*, hiện đại ở vùng An – Vân – Dương, thậm chí mở rộng về tận Phú Bài, Thuận An. Trên nền tảng ấy, cần chỉnh chu hóa, chỉnh trang những không gian đô thị, cảnh quan, đường sá sẵn có, đảm bảo tinh thần hài hòa, khiêm tốn, sử dụng các phương tiện giao thông thông minh, hiện đại, phù hợp; tránh tình trạng đào bới, xáo trộn không cần thiết trên nhiều phương diện. Còn lại, cần đầu tư xây dựng những công trình mới, to lớn, ở khu đô thị mới.

Xu hướng *đô thị thông minh* đang dần phổ biến trên nền tảng có sự hỗ trợ, ứng dụng ngày càng cao các phương tiện thiết bị công nghệ hiện đại, thông minh để thiết thực phục vụ con người. *Thành phố di sản* là một mô hình phù hợp cho Huế trong vai trò là một trung tâm văn hóa lớn, mang trong mình nhiều giá trị di sản văn hóa độc đáo, đặc trưng, như là một *bảo tàng sống*, làm nền tảng quan trọng cho phát triển du lịch và giáo dục đào tạo, để từ đó, trở lại bảo tồn di sản văn hóa một cách hữu hiệu. Tuy nhiên, với tư tưởng Thái hòa, khiêm cung của

<sup>9</sup> Trần Đình Hằng (2019), “Phát triển Thừa Thiên Huế thành trung tâm văn hóa và du lịch đặc sắc trong khu vực Đông Nam Á đến năm 2030: quan điểm và giải pháp”, tham luận tại hội thảo *Xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, Ban Kinh tế Trung ương – Tỉnh ủy Thừa Thiên Huế, 25-10-2019.



cảnh vật và con người nơi đây, chúng tôi thiết nghĩ Huế cần giữ được cốt cách, tinh thần độc đáo đó để xây dựng nên một *thành phố chậm lại*, tiếp tục làm nên một tuyệt tác đô thị gắn liền đô thị di sản, để phát triển du lịch nghỉ dưỡng, nghỉ ngơi, du lịch hành hương tìm về cội nguồn, tìm về với những giá trị cổ xưa, của tôn giáo tín ngưỡng, tìm về bản ngã..., gắn liền với những hoạt động văn hóa nghệ thuật, giáo dục đào tạo đặc trưng của một vùng đất thi ca nhạc họa, thiên... Với sự tác động, chi phối mạnh mẽ, nhiều chiều của gia giáo truyền thống, hệ chuẩn mực Nho giáo và nhất là sự tác động hòa quyện của Nho giáo, Đạo giáo và Phật giáo, xây dựng Huế trở thành một *xứ sở hạnh phúc*, có được bởi cảnh quan yên bình, sạch đẹp, trong lành; con người hài hòa, trang nhã, an nhiên tự tại... Du lịch nghỉ dưỡng, du lịch hành hương, du lịch gắn liền các hoạt động khoa học, giáo dục đào tạo... sẽ càng có điều kiện thuận lợi vượt bậc trên nền tảng đô thị thông minh – di sản – chậm lại của một xứ sở hạnh phúc.

Trong công tác bảo tồn các giá trị di sản văn hóa Huế, chú trọng áp dụng linh hoạt *bảo tồn nguyên trạng và bảo tồn thích ứng*. Việc sưu tầm, nghiên cứu các nguồn tài liệu sẽ giúp xây dựng nên cơ sở dữ liệu di sản văn hóa ngày càng đầy đủ để phục vụ cho việc bảo tồn nguyên trạng; tuy nhiên, cũng cần linh hoạt trong việc bảo tồn thích ứng để thổi hồn, hơi thở của cuộc sống hiện đại vào trong di sản một cách phù hợp. Bún bò, ca Huế hay trang phục truyền thống... tạm gọi là *nguyên bản* cần được phác thảo nên và khẳng định giá trị trong việc bảo tồn, nghiên cứu. Đồng thời cũng từ đó, cần xây dựng nên những *phiên bản 1, phiên bản 2* để phục vụ nhu cầu đa dạng của du khách. So sánh đối chiếu giữa yếu tố gốc và các phiên bản của một sản phẩm được làm ra từ di sản văn hóa Huế, du khách sẽ càng khẳng định được sức sống của di sản, thiết thực trở lại bảo tồn và phát triển những giá trị tinh hoa của di sản.

Với những phế tích, dữ liệu số hóa sẽ là cơ sở quan trọng trong việc xây dựng nên mô hình 3D *trên không gian ảo*, thường xuyên được chỉnh lý, cập nhật để có thể tích hợp dữ liệu, tái hiện trong *không gian thực*, một khi chúng ta có đủ điều kiện về nhân tài, vật lực. Mô hình *bảo tàng giáo dục khoa cử* gắn liền một *Lễ đường giáo dục* ở Di Luân đường Quốc Tử giám Huế là một minh chứng.

Từ một không gian tổng thể kiến trúc cảnh quan đến việc lưu giữ, tái hiện, làm sống động trở lại các không gian văn hóa cung đình, quý tộc thượng lưu hay tôn giáo tín ngưỡng đặc trưng..., hơn bất cứ đâu, Huế thực sự là một công trường trùng tu, tôn tạo, một bảo tàng sống với các giá trị di sản vật thể – phi vật thể tiêu biểu nếu chúng ta thực sự thiện chí, biết trân trọng giá trị di sản văn hóa quý giá của tiền nhân, biết thận trọng áp dụng các thành tựu khoa học công nghệ hiện đại.

*Huế – xứ sở hạnh phúc*, với cảnh quan và giá trị nội tại riêng có, không chỉ là khát vọng mà thực sự là một khả năng, một thực tế nếu biết nuôi dưỡng không gian Huế và khơi gợi, làm sống lại những nguồn nuôi dưỡng văn hóa Huế.

Từ vai trò, vị thế và thế mạnh đặc trưng, một hành trang di sản độc đáo như vậy, cần từng bước xác lập lại những thế mạnh riêng để biến thành lực hút và lan tỏa, đóng vai trò trung tâm cho dù chỉ là một lĩnh vực, khía cạnh nhỏ trong văn hóa và giáo dục đào tạo, y tế chuyên sâu. Khởi động lực hút ở vùng đất Cố đô tất yếu phải xác định được lợi thế, vị thế trung tâm của dải đất miền Trung – Tây Nguyên và từ đây, lại phải giải quyết tốt **nhu cầu liên kết**: liên kết ngành, liên kết địa phương, liên kết cá nhân và tập thể dưới dạng những ê kíp hoạt động hữu hiệu, thiết thực mang lại hiệu quả, trên tinh thần giải quyết hài hòa các mối quan hệ giữa quyền lợi và trách nhiệm.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abell D. F. (1980), *Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning*, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, p. 15.
2. Dương Ngọc Dũng (2012), *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Michael Porter*, Thành phố Hồ Chí Minh: Nxb. Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh, Tr. 47–48.
3. Julien F. (2018), *Không có bản sắc văn hóa* (Trương Quang Đệ dịch), Phân Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam tại Huế – Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế, Nxb. Đại học Huế.
4. Hofer C. W., Schenddel, D. (1978), *Strategy Formulation: Analytical Concepts*, St. Paul, Minn. West.
5. Turner W. L. and Resinger Y. (2001), “Shopping Satisfaction for Domestic Tourists”, *Journal of Retailing and Consumer Service*, No 8, pp.15–27.
6. Turner W. L. and Resinger Y. (2001), “Shopping Satisfaction for Domestic Tourists”, *Journal of Retailing and Consumer Service*, No 8, p. 16.
7. Trần Đình Hằng (2001), “Chế độ công tượng, nguồn quy tụ tinh hoa nghệ nhân cho Huế”, *Thông báo Khoa học Viện Nghiên cứu VHNT*, số 3 (7-2001), Tr. 80–87. Bản tiếng Anh trong Viet Nam social sciences, Vietnamese academy of social sciences, N°1 (99)/2004, Tr. 77–86.
8. Trần Đình Hằng (2005), “Sản phẩm thủ công Huế trong bối cảnh thành phố Festival: nhìn từ Night Bazaar ở Chiangmai, Thái Lan”, trong UBND Tp. Huế – Phân Viện NC VHTT tại Huế, *Di sản ngành nghệ thủ công trong bối cảnh thành phố Festival* [Kỷ yếu HTKH], Huế tháng 7, Tr. 68–85.
9. Trần Đình Hằng (2005), “Xác định tính chất của đô thị Huế trên diễn trình đi về phương Nam của người Việt”, trong Hội KHLS Thiên Huế, *Tiến trình phát triển đô thị ở Thừa Thiên Huế: đặc trưng và kinh nghiệm lịch sử* [Kỷ yếu HTKH], Huế, tháng 9, Tr. 74–83.
10. Trần Đình Hằng (2008), “Từ Cô Gái Áo Xanh ở Ái Tử (Quảng Trị) đến Bà Trôi Áo Đỏ ở Thiên Mụ (Huế): Sinh lộ tư tưởng của vùng đất mới Nam Hà”, trong UBND tỉnh Thanh Hoá–Hội KHLS Việt Nam (2008), *Chúa Nguyễn và vương triều Nguyễn trong lịch sử Việt Nam thế kỷ XVI đến thế kỷ XIX*, H.: Nxb. Thế giới: 524–532 (Kỷ yếu HTKH, Thanh Hoá, 18, 19-10-2008).
11. Trần Đình Hằng (2010), “Điểm yếu trong tư duy kinh tế truyền thống của người Huế trên diễn trình đi về phương Nam của người Việt”, tham luận tại Hội thảo khoa học *Thành phố Hồ Chí Minh hướng về 1000 năm Thăng Long – Hà Nội*, S.: Bộ VH-TT&DL – Thành ủy Tp. HCM – Đại học Quốc gia Tp.HCM, 23-9-2010.

12. Trần Đình Hằng (2012), “Thế mạnh của miền Trung – Tây Nguyên qua cái nhìn của người Pháp”, Hội Khoa học Lịch sử thành phố Đà Nẵng: *Nghiên cứu Lịch sử xứ Quảng*, số 6/12-2012, Tr. 7–17.
13. Trần Đình Hằng (2012), “Yếu tố Đồng Nai – Gia Định trong văn hóa Huế”, trong Viện Phát triển bền vững vùng Nam Bộ – Sở Khoa học Công nghệ tỉnh Đồng Nai, “*Khoa học Xã hội và phát triển bền vững*”, Kỷ yếu HTKH, Biên Hòa, 12, 13-7-2012.
14. Trần Đình Hằng (2013), “Từ núi đến biển: vấn đề quản hạt lãnh thổ – lãnh hải trong tín ngưỡng Bà Mẹ Xứ Sở ở miền Trung Việt Nam”, tham luận tại Hội thảo *Khoa học và Công nghệ phục vụ phát triển kinh tế xã hội vùng Nam Trung bộ – Tây Nguyên*, Đắc Nông: Bộ Khoa học Công nghệ, 11-2013.
15. Trần Đình Hằng (2014), “Thời hỗn cho mỹ thuật đương đại: chất Việt truyền thống trên đất mới phương Nam qua huyền thoại, truyền thuyết, lịch sử”, tham luận tại hội thảo *Mỹ thuật ứng dụng trên đường tìm về bản sắc Việt*, Tp. Hồ Chí Minh: Trường Đại học Văn Lang – Hội Mỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh, 28–29-10-2014
16. Trần Đình Hằng (2015), “Vấn đề giao lưu văn hóa Đông – Tây đầu thế kỷ XX ở Huế”, *Văn hóa học* (H.: Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam, ISN 1859-4859), số 4 (20), Tr. 3–11.
17. Trần Đình Hằng (2015), “Yếu tính biển trong văn hóa Việt Nam qua câu chuyện dưa hấu”, tham luận HTKHQT *Bảo vệ và phát huy giá trị văn hóa biển đảo Việt Nam*, Nha Trang: Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam – Sở Văn hóa, Thể thao & Du lịch tỉnh Khánh Hòa, 5-1-2015.
18. Trần Đình Hằng (2016), “Dấu tích văn hóa thời Nguyễn từ hệ thống ‘Bảo tàng’, ‘Thư viện’ làng xã vùng Huế”, trong sách *Di sản văn hóa cung đình thời Nguyễn: nghiên cứu, bảo tồn và phát huy giá trị* [Kỷ yếu HTQT, ngày 15, 16-9-2016], Huế: Nxb. Thuận Hóa, Tr. 657–677.
19. Trần Đình Hằng (2017), “Xác lập tính chính danh của yếu tố Ngự, Đại Nội trong sản phẩm thủ công truyền thống Huế”, Hội thảo *Giải pháp phát triển thương hiệu các đặc sản và sản phẩm ngành nghề nông thôn ở tỉnh Thừa Thiên Huế*, Huế: Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Thừa Thiên Huế.
20. Trần Đình Hằng (2018), “Ấm thực trong một không gian khánh tiết truyền thống Huế hiện nay”, Tham luận tại HTQT *Ấm thực cung đình và dân gian Huế*, Huế: UBND tỉnh Thừa Thiên Huế – Công ty TNHH Phú Đạt Gia, tháng 4-2018.
21. Trần Đình Hằng (2018), “Viết tiếp câu chuyện ẩm thực Huế: Từ di sản văn hóa đến sản phẩm du lịch”, Tham luận tại HTQT *Ấm thực cung đình và dân gian Huế*, Huế: UBND tỉnh Thừa Thiên Huế – Công ty TNHH Phú Đạt Gia, tháng 4-2018.
22. Trần Đình Hằng (2019), “Xây dựng trung tâm lễ phục truyền thống nhằm phát huy giá trị đặc trưng của áo dài Huế”, tham luận tại hội thảo *Phát huy giá trị văn hóa Huế trong xây dựng thương hiệu áo dài Huế*, Huế: Sở Khoa học Công nghệ tỉnh Thừa Thiên Huế, 16-3-2019.
23. Trần Đình Hằng (2019), “Yếu tố bản địa phương Nam trong văn hóa ẩm thực Huế”, tham luận tại hội thảo *Giao lưu văn hóa ẩm thực Trung Hoa và các nước Đông Nam Á*, Hà Nội: Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam – Quỹ Văn hóa ẩm thực Trung Hoa, 15–17-10-2019.
24. Trần Đình Hằng (2019), “Phát triển Thừa Thiên Huế thành trung tâm văn hóa và du lịch đặc sắc trong khu vực Đông Nam Á đến năm 2030: quan điểm và giải pháp”, tham luận tại hội thảo *Xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, Ban Kinh tế Trung ương – Tỉnh ủy Thừa Thiên Huế, 25-10-2019.

## CONVERGENCE – SPREADABILITY AND THE NEED OF LINKAGE ON CENTRAL REGION

Tran Dinh Hang

Vietnam National Institute of Culture and Arts in Hue, 6 Nguyen Luong Bang St., Hue, Vietnam

**Abstract.** Under unfavorable geographical conditions, Hue gradually became a political centre in the Dang Trong and Nguyen dynasties. As the capital city, Hue converged the talented and material elites of the whole country, transformed and spread their influence back to the country, becoming a centre of thoughts, religions, beliefs, culture, arts, education, training, etc. The "happy land" mechanism became a lesson to transform the capital to the ancient capital, so that it is possible to restore "Hue vitality" on the basis of promoting the values of unique identity to make unique products of comparative advantage. To replace the coercive power of the capital in the past, Hue must build a "happy land" via the environment and mechanism of regional, local, and branch linkage, especially the cooperation in terms of human resources to build Hue into a key centre of the central and Central-Highlands provinces.

**Keywords:** cultural identity, product differentiation, capital city, ancient capital, collectivization, convergence, diffusion, association