



CÁC XU HƯỚNG NGHIÊN CỨU VỀ DU LỊCH DI SẢN: LÝ THUYẾT VÀ VẬN DỤNG

Nguyễn Hoàng Tuệ Quang

Trường Đại học Du lịch, Đại học Huế - 22 Lâm Hoàng, Huế, Việt Nam

Tác giả liên hệ **Nguyễn Hoàng Tuệ Quang** <nhtquang@hueuni.edu.vn>

(Ngày nhận bài: 12-07-2022; Ngày chấp nhận đăng: 04-09-2022)

Tóm tắt: Du lịch di sản ngày càng thu hút được sự quan tâm của các học giả và những người làm du lịch. Thông qua việc áp dụng phương pháp phân tích nội dung, nghiên cứu này đánh giá một cách có hệ thống và khái quát những vấn đề lý luận cùng thực tiễn về du lịch di sản dựa trên 134 bài báo về du lịch di sản xuất bản ở các tạp chí khoa học thuộc hệ thống Scopus từ năm 2000 đến năm 2021. Đánh giá của tác giả chỉ ra rằng hầu hết các bài báo đã được xuất bản trong 10 năm trở lại đây. Kết quả cũng cho thấy rằng nghiên cứu trong lĩnh vực này có sự chênh lệch về vị trí địa lý của các trường hợp nghiên cứu và chủ yếu sử dụng các phương pháp định tính. Phân tích sâu tài liệu cho phép xác định một số chủ đề chính, gồm tính chân thực, trải nghiệm du lịch, phát triển du lịch di sản, và bản sắc. Ngoài ra, nghiên cứu đã trình bày những ý nghĩa về lý thuyết và thực tiễn cũng như định hướng cho các nghiên cứu trong tương lai.

Từ khóa: du lịch di sản, xu hướng nghiên cứu, nghiên cứu định tính, phân tích nội dung

RESEARCH TRENDS IN HERITAGE TOURISM: THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACHES

Nguyen Hoang Tue Quang

School of Hospitality and Tourism, Hue University, 22 Lam Hoang St., Hue, Vietnam

* Correspondence to **Nguyen Hoang Tue Quang** <nhtquang@hueuni.edu.vn >

(Received: July 12, 2022; Accepted: September 04, 2022)

Abstract: Heritage tourism has garnered increasing attention from scholars and tourism practitioners. By adopting the content analysis method, this study systematically reviews and integrates the extant body of knowledge across 134 articles from various Scopus journals which stream on heritage tourism from 2000 to 2021. My review indicates that most articles were published in the current decade. The results also reveal that research in this field has a geographical bias and mainly employs qualitative methods. In-depth analysis of the literature identified some main categories, namely authenticity, tourism experience, heritage tourism development, and identity. The review proposes the theoretical and practical values as well as the directions for future research.

Keywords: Heritage tourism, research trends, qualitative research, content analysis

1. Giới thiệu về nghiên cứu

Du lịch di sản là một trong những hình thức du lịch lâu đời và có sức lan tỏa rộng lớn [57; 58; 59]. Loại hình du lịch này đã thu hút sự chú ý không chỉ trong lĩnh vực học thuật mà còn trong ứng dụng thực tiễn do tiềm năng trên nhiều khía cạnh của nó [46; 30]. Theo Timothy [58], từ những năm 1980, nghiên cứu về du lịch di sản đã phát triển đáng kể và đang dần chạm đến ngưỡng đầu tiên của sự chín muồi. Kèm theo đó, trong hai thập kỷ vừa qua, một số tạp chí chuyên về loại hình du lịch này đã được giới thiệu đến độc giả quốc tế, mang đến sự gia tăng nhanh chóng về số lượng các nghiên cứu xuất bản [58; 27].

Trong quá khứ, đã có một số nghiên cứu tổng quan về du lịch di sản được công bố; tuy nhiên, các nghiên cứu này đều tồn tại những hạn chế nhất định. Đơn cử, Su và Wall [54] chỉ nghiên cứu các bài báo viết bằng tiếng Trung. Nghiên cứu của Timothy [58] dù làm rõ sự phát triển của xu hướng nghiên cứu về du lịch di sản, nhưng lại thiếu đi số liệu thực tế chi tiết minh họa khi đây là kết quả chủ yếu dựa trên các quan sát của cá nhân tác giả. Nghiên cứu của Kumar và các cộng sự [27] chỉ lựa chọn các bài báo từ một nguồn dữ liệu duy nhất là tạp chí *Journal of Heritage Tourism*. Tuy nhiên, chủ đề nghiên cứu tổng quan về du lịch di sản vẫn chưa được công bố tại Việt Nam. Không chỉ vậy, các nghiên cứu trong nước về lĩnh vực du lịch di sản vẫn còn khá sơ khai ở thời điểm hiện tại.

Do đó, nghiên cứu này nhằm mục tiêu cập nhật và hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn, đồng thời, thiết lập các chủ đề và xu hướng trong nghiên cứu du lịch di sản ở thời điểm hiện tại trên một nền tảng cơ sở dữ liệu đủ lớn từ nhiều nguồn tạp chí. Để đạt được mục tiêu trên, bài báo tập trung trả lời ba câu hỏi chính gồm (i) các xu hướng nghiên cứu chính về du lịch di sản trong thời gian qua? (ii) cách tiếp cận, phương pháp, và chủ đề trọng tâm trong nghiên cứu du lịch di sản? và (iii) các định hướng khả thi cho việc phát triển nghiên cứu?

2. Cơ sở lý luận và thực tiễn

2.1. Khái niệm du lịch di sản

Di sản hiểu đơn giản là những gì được kế thừa từ quá khứ, được coi trọng và sử dụng ngày nay, và kỳ vọng sẽ truyền lại cho các thế hệ tương lai [58]. Tuy nhiên, các định nghĩa về du lịch dựa vào di sản rất phức tạp và vẫn còn khá nhiều tranh cãi [30; 39]. Thực tế, đang tồn tại một nghịch lý khi có rất nhiều định nghĩa khác nhau trong ngành du lịch nhưng không có định nghĩa thống nhất về du lịch di sản [62]. Tính chất đa diện của di sản đã tạo ra những trở ngại trong việc xác định những gì thực sự cấu thành du lịch di sản [62]. Ở Anh và Bắc Âu, du lịch di sản được định nghĩa là việc tham quan các tòa nhà, thị trấn và di tích lịch sử; tuy nhiên, ở những nơi khác trên thế giới như Hoa Kỳ, thuật ngữ này cũng bao gồm các chuyến thăm đến các danh lam thắng cảnh và các khu bảo tồn thiên nhiên [30]. Theo Light [30], việc định nghĩa du lịch di sản là rất khó khăn, khi du lịch di sản là một khái niệm linh hoạt, có nhiều ý nghĩa khác nhau trong các bối cảnh khác nhau.

Apostolakis [5] đã khái quát hai cách tiếp cận về du lịch di sản. Cách tiếp cận đầu tiên tập trung vào việc xác định các thành phần vật thể và phi vật thể của du lịch dựa vào di sản. Với quan điểm này, Li và Lo [29, tr. 326] cho rằng, *“du lịch di sản là một hình thức du lịch quan tâm đặc biệt đến các tài nguyên hữu hình và vô hình”*. Tương tự, theo Chhabra và các cộng sự [17] du lịch di sản có thể được định nghĩa là một hình thức du lịch dựa trên việc thương mại hóa các tài sản lịch sử và văn hóa xã hội để thu hút khách du lịch. Yếu tố truyền thống của địa phương, nghệ thuật và đồ thủ công, lối sống, ẩm thực và các điệu múa, các tòa nhà, công viên, và bảo tàng là bộ phận quan trọng của du lịch di sản [46]. Nhóm còn lại tập trung vào khách hàng trong việc cố gắng hiểu về du lịch di sản. Do đó, cách tiếp cận này xác định du lịch di sản nên được định nghĩa dựa trên trải nghiệm của du khách. Theo quan điểm đó, Kaufman và Weaver [25, tr. 137] đã định nghĩa du lịch di sản là *“...trải nghiệm mà mọi người tìm kiếm tại một di tích lịch sử”*. Trong giới hạn của nghiên cứu này, thông qua những nỗ lực tổng hợp và hệ thống hóa lý thuyết, chúng tôi sẽ làm rõ các quan điểm tiếp cận khác nhau về khái niệm du lịch di sản.

2.2. Sự quan tâm đối với du lịch di sản

Theo Timothy và Boyd [59], du lịch di sản là một trong những loại hình du lịch phổ biến nhất, và cũng là một trong những hình thức du lịch lâu đời nhất trong lịch sử của nhân loại. Minh chứng từ lịch sử cho thấy, người Ai Cập, người La Mã cổ đại, cũng như giới quý tộc thời trung cổ, đã chọn ghé thăm những địa điểm lịch sử mang giá trị văn hóa trong quá trình đi du lịch (Towner, 1996, theo [59]).

Apostolakis [5] cho rằng các nghiên cứu về di sản đã tiến triển từ định hướng tập trung vào sản phẩm sang định hướng tập trung vào khách hàng. Trong đó *“tập trung vào những gì khách du lịch thực sự muốn... nên là môi quan tâm hàng đầu của những người hoạt động trong lĩnh vực này”* [5, tr. 809]. Nhận định trên càng phù hợp với bối cảnh ở thời điểm hiện tại. Với sự ra đời

của danh sách Di sản Thế giới vào cuối thế kỷ XX, cả hai phía cung và cầu của du lịch di sản ngày càng nhận được sự quan tâm và tăng trưởng mạnh mẽ [39]. Waitt (2000, theo [43]) đã khẳng định rằng trải nghiệm di sản đã trở thành động lực du lịch của rất nhiều du khách.

Mặc dù không có số liệu thống kê chính xác để chỉ ra quy mô toàn cầu cụ thể, du lịch di sản vẫn được xem như là một xu hướng phát triển đầy tiềm năng. Một số nghiên cứu cho thấy rằng hơn 80% tổng số chuyến đi được thực hiện liên quan đến các yếu tố của di sản văn hóa [56]. Có đến 33,9% tổng số du khách quốc tế đến Úc vào năm 2017 lựa chọn tham gia vào các hoạt động du lịch gắn liền với di sản, giúp phân khúc này tăng trưởng 11,2% chỉ trong bốn năm [36]. Tại vương quốc Anh, du lịch di sản là một phần quan trọng của nền kinh tế. Trong năm 2015, khách du lịch trong nước và quốc tế đã thực hiện 192 triệu chuyến đi đến các di sản văn hóa, lịch sử và thiên nhiên của Vương quốc Anh, với tổng mức chi tiêu là 17,5 tỷ bảng [42]. Trong năm 2019, các điểm di sản trong nước như quần thể di tích cố đô Huế, phố cổ Hội An, quần thể danh thắng Tràng An cũng thu hút một lượng lớn du khách với con số lần lượt là 3,33 triệu, 5,35 triệu, và 6,33 triệu lượt [67].

Nhiều nguyên nhân được chỉ ra để giải thích sự phát triển nêu trên. Đó là kết quả của các nhân tố bao gồm gia tăng nhận thức về di sản; sự phát triển về kinh tế, con người có nhiều thời gian giải trí, sức khỏe, và khả năng tiếp cận nghệ thuật; khát vọng thể hiện tính cá nhân; mong muốn bù đắp cho những thiếu hụt trước đây; và đáp ứng nhu cầu tâm lý (Adongo và các cộng sự, 2017; Asplet và Cooper, 2000; Lau, 2010, theo [43]). Với các luận điểm trên, du lịch di sản không chỉ đơn thuần là việc đóng gói quá khứ như một dạng hàng hóa, mà đó còn là nơi các giá trị như cảm xúc, sự sáng tạo, giải trí, tính chân thật, và kỹ ức giao thoa lẫn nhau [7].

2.3. Du lịch di sản và du lịch văn hóa

Trước hết, du lịch di sản thường bị xem như là du lịch văn hóa, và ngược lại [59]. UNWTO [63] đã định nghĩa du lịch văn hóa là một loại hình hoạt động du lịch trong đó động cơ của du khách là để tìm hiểu, khám phá, trải nghiệm và tiêu thụ các sản phẩm/các tài nguyên văn hóa vật thể và phi vật thể tại một điểm du lịch. Du lịch văn hóa cũng đã được định nghĩa là một hình thức du lịch liên quan đến lối sống của người dân trong một quốc gia hoặc khu vực nhất định (Smith, 1989, theo [23]).

Theo Christou (2005, theo [4]), bản thân hai thuật ngữ “văn hóa” và “di sản” thường được xem cùng nhau, vì di sản được giao vai trò lưu giữ và truyền lại giá trị lịch sử của các truyền thống văn hóa của một xã hội, từ thế hệ này sang thế hệ khác. Di sản văn hóa mà chúng ta sử dụng ngày nay bao gồm cả yếu tố vật thể và phi vật thể. Chúng gồm các công trình kiến trúc, thành phố, hiện vật trong bảo tàng, đồ thủ công, nhưng chúng cũng bao gồm các yếu tố phi vật chất của văn hóa như âm nhạc, điệu múa, tín ngưỡng, nghi lễ và văn hóa dân gian [56]. Tất cả những yếu tố này là thành phần quan trọng của di sản được sử dụng cho du lịch nói chung. Chính vì vậy, theo Richards [49], các thuật ngữ du lịch văn hóa (cultural tourism), du

lich di sản (heritage tourism) và du lịch nghệ thuật (art tourism) thường được sử dụng gần như thay thế cho nhau mà không xem xét kỹ về ý nghĩa và nội hàm thật sự của chúng.

Theo Timothy [56], nhiều học giả cho rằng du lịch di sản dựa trên các di tích cổ, có xu hướng diễn ra ở các vùng nông thôn và có nhiều ràng buộc về địa điểm hơn, trong khi du lịch văn hóa thường diễn ra ở các khu vực thành thị và ít ràng buộc về địa điểm. Đây có thể xem như là điểm khác biệt rõ nhất giữa hai loại hình du lịch được bàn luận. Du lịch di sản được cho là dựa vào yếu tố nơi chốn nhiều hơn so với du lịch văn hóa. Du lịch di sản gắn liền với một địa điểm trong khi du lịch văn hóa dựa trên trải nghiệm với mức độ tối thiểu hoặc không chú trọng đến địa điểm. Tuy vậy, cách hiểu này vẫn chưa thỏa đáng về yếu tố địa điểm được đề cập, bởi vì bản thân du khách vẫn có thể thực hiện các chuyến đi về các vùng xa thành thị để chiêm ngưỡng các nét đẹp văn hóa và lễ hội. Đơn cử, nhiều khách quốc tế và nội địa ghé thăm điểm đến Thừa Thiên Huế đều muốn được tham gia vào các lễ hội quê như hội vật làng Sinh, lễ hội làng Chuồn. Đồng thời, một số địa điểm có thể được sử dụng cho du lịch di sản và du lịch văn hóa. Nhà hát Takarazuka tại Hyogo, Nhật Bản là nơi mà các buổi biểu diễn nghệ thuật hoành tráng luôn thu hút du khách, nhưng câu chuyện về việc tồn tại hơn 100 năm của nhà hát với sân khấu chỉ thuộc về nữ giới là điểm sáng lịch sử quan trọng để du khách chú ý. Do đó, một ý kiến khác cho rằng, khác với du lịch di sản, du lịch văn hóa thiên về việc mọi người cố gắng tạo dựng giá trị văn hóa và thỏa mãn nhu cầu văn hóa của chính bản thân họ bằng cách đến thăm các địa điểm và quan sát cách thức các di sản được xây dựng, nghệ thuật, biểu diễn và các nền văn hóa tương tác [56].

Nói tóm lại, rất khó để có câu trả lời duy nhất về sự khác biệt giữa du lịch di sản và du lịch văn hóa. Tùy theo quan điểm và mục đích tiếp cận, người nghiên cứu có thể xem như hoàn toàn không có sự khác biệt giữa hai loại hình du lịch này [23], hoặc chúng phần lớn là trùng lặp lẫn nhau [56]. Trong giới hạn của nghiên cứu này, quan điểm của Timothy [56] sẽ được lựa chọn để tiến hành phát triển nghiên cứu.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu của Seuring và các cộng sự [51], các tác giả cho rằng, phương pháp phân tích nội dung có sự kết nối chặt chẽ với các dạng bài nghiên cứu tổng quan về một chủ đề khoa học. Phân tích nội dung là một phương pháp nghiên cứu phổ biến trong khoa học xã hội. Theo Berg [9], phương pháp này thường được dùng để kiểm tra và giải thích một cách cẩn thận, chi tiết, có hệ thống đối với một khối lượng lớn tài liệu nhằm xác định các chủ đề, định kiến và ý nghĩa của dữ liệu. Chính vì vậy, trong những năm gần đây, ngày càng có nhiều nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch sử dụng phương pháp phân tích nội dung với các chủ đề như du lịch bền vững [32], du lịch thể thao [65], du lịch chữa bệnh [50], COVID-19 và du lịch [16]. Do đó, phương pháp phân tích nội dung được lựa chọn để thực hiện nghiên cứu này.

Trong giới hạn của nghiên cứu này, dữ liệu phục vụ cho công tác phân tích nội dung sẽ là dữ liệu thứ cấp. Cụ thể, đó sẽ là các bài báo được xuất bản bằng tiếng Anh trên các tạp chí học thuật có bình duyệt. Nghiên cứu này chỉ giới hạn phân tích các bài báo đăng trên các tạp chí học thuật vì Xiao và Smith [72] đã chỉ ra rằng, nhóm tạp chí này bao gồm các nguồn kiến thức và thông tin quan trọng đã đóng góp vào nghiên cứu trong một lĩnh vực. Theo Altbach và de Wit [3], mỗi năm có gần hai triệu bài báo khoa học được xuất bản trên khoảng 30.000 tạp chí khoa học. Chính vì vậy, để tìm được các đối tượng điều tra phù hợp, nghiên cứu đã đặt ra các điều kiện cần thiết. Trước hết, đó sẽ là các tạp chí thuộc hệ thống Scopus. Đây là cơ sở dữ liệu lớn nhất về bản tóm tắt và thông tin trích dẫn của các bài báo khoa học, sách và báo cáo hội thảo (Elsevier, 2015, theo [38]). Theo Norris và Oppenheim [41], hệ thống Scopus bao phủ rộng và sâu về dữ liệu, nên đây là công cụ tốt nhất để đánh giá nghiên cứu trong khoa học xã hội. Thời gian xuất bản của dữ liệu thuộc giai đoạn từ 2000 đến 2021. Cột mốc này được lựa chọn dựa trên quan sát của Timothy [58] về sự phát triển của du lịch di sản, khi nó bắt đầu được chú ý bởi giới học giả từ những năm 1980s, phát triển vào giai đoạn cuối của 1990s, nhưng chỉ thật sự đột phá trong nghiên cứu kể từ những năm 2000 về sau. Bên cạnh đó, hệ thống Scopus được xây dựng từ năm 2004 và bao gồm các xuất bản từ 1995 trở lại đây, và hầu hết những tạp chí khoa học uy tín về du lịch di sản thuộc hệ thống này (ví dụ: *Journal of Heritage Tourism*, *International Journal of Heritage Studies*) đều ra mắt công chúng từ những năm đầu thập niên 2000. Chính vì vậy, cột mốc 21 năm nêu trên sẽ đảm bảo về độ tin cậy cho dữ liệu nghiên cứu.

Từ khóa "*heritage tourism*" được lựa chọn để tìm kiếm bài báo. Theo Timothy [56], đây là định nghĩa xuất hiện sớm nhất, phổ biến nhất khi bàn về loại hình du lịch sử dụng tài nguyên là di sản, và cũng là định nghĩa bao gồm các khía cạnh hữu hình và vô hình của di sản. Việc lựa chọn các tạp chí được thống nhất dựa vào thông tin của tổ chức xếp hạng các cơ sở nghiên cứu khoa học SCImago, đây bảng xếp hạng phổ biến và hoàn toàn dựa vào cơ sở dữ liệu của Scopus. Nghiên cứu của Nguyễn Hoàng Tuệ Quang và các cộng sự [37] cho thấy việc lựa chọn bảng xếp hạng SCImago rất phù hợp với công tác sàng lọc dữ liệu cho các nghiên cứu về xu hướng bằng phương pháp phân tích nội dung. Dựa trên nền tảng của SCImago, để đảm bảo tính trọng tâm của đề tài, chỉ những bài báo được xuất bản trên các tạp chí được xếp vào khối ngành "*Tourism, Leisure and Hospitality Management*" được xem là có độ tin cậy và phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Ba kho dữ liệu khoa học được lựa chọn để tìm kiếm các bài báo về du lịch di sản sẽ là Google Scholar, ScienceDirect, và Wiley Online Library dựa trên nhận định của Gusenbauer và Haddaway [22].

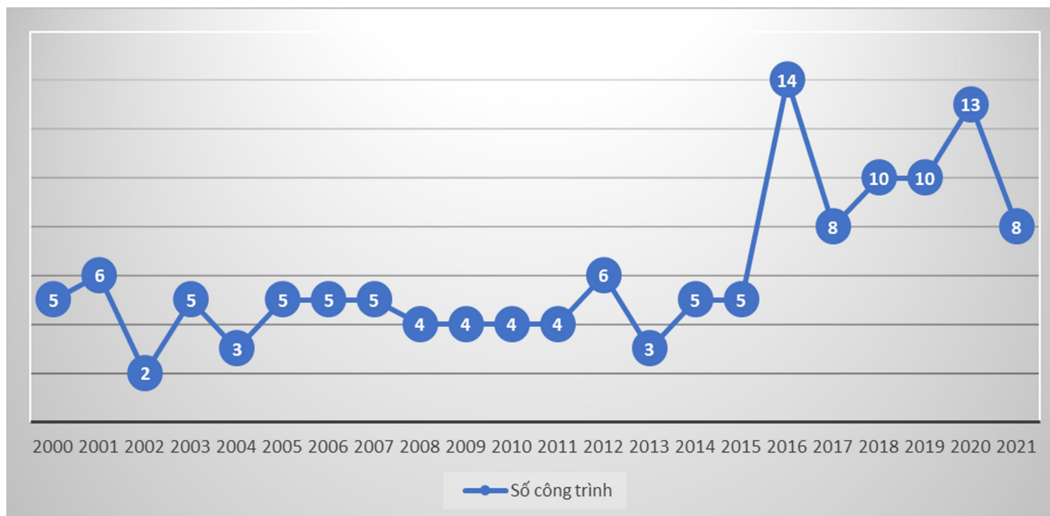
Với các điều kiện trên, các bài báo được tải xuống thông qua sự hỗ trợ của bộ phận thư viện Trường Du lịch thuộc Đại học Huế. Tiếp theo, tác giả tiến hành lọc đi các công trình trùng lặp, hoặc không thuộc các tạp chí trong danh sách kể trên tại SCImago. Dựa trên tiến trình nghiên cứu của Naderifar và các cộng sự [35], những công trình không ở dạng ấn bản hoàn thiện (full text), và thuộc nhóm không phải bài báo khoa học (gồm book reviews, research note,

perspectives, editorials, letters, comments, conference summaries, short communications) sẽ bị loại bỏ. Cuối cùng, các bài báo còn lại sẽ được đánh giá về tính liên quan đến chủ đề bởi tác giả và một giáo viên có uy tín về nghiên cứu du lịch di sản khác của Trường Du lịch – Đại học Huế. Áp dụng nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng Hải [38], các bài báo có xuất hiện từ khóa heritage tourism ở tên, tóm tắt, từ khóa, và tính cấp thiết phải làm rõ được vai trò của chủ đề nghiên cứu trong bối cảnh du lịch di sản sẽ được xem là dữ liệu có độ tin cậy cao. Cuối cùng, 134 bài báo được lựa chọn để phục vụ cho công tác phân tích nội dung.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Đặc điểm đối tượng điều tra

Phần lớn các nghiên cứu được xuất bản trong 10 năm trở lại đây, đạt đỉnh vào năm 2016 với 14 công trình. Ba năm tiếp theo số lượng nghiên cứu có giảm đi nhưng không quá chênh lệch. Năm 2020 số công trình gần chạm ngưỡng của năm 2016 với 13 xuất bản phẩm được công bố. Hiện tượng này cho thấy, sự quan tâm trong nghiên cứu về du lịch di sản bùng nổ rõ rệt nhất trong một thập niên trở lại.



Hình 1. Thống kê số bài báo xuất bản theo năm

Nguồn: Tổng hợp của tác giả, 2022

Về địa bàn nghiên cứu cho thấy (Bảng 1), ngoại trừ các nghiên cứu lý thuyết, nghiên cứu về du lịch di sản được thực hiện rộng khắp toàn cầu; tuy nhiên, có sự chênh lệch khi xem xét trên phạm vi từng châu lục cụ thể. Trong đó, Châu Á, với 62 công trình (tương ứng 51.66%), là nơi có nhiều nghiên cứu được thực hiện nhất về chủ đề du lịch di sản. Theo Prideaux và các cộng sự [47], kho tàng đa dạng về văn hóa sống và các khu di sản được bảo tồn của Châu Á đã luôn thu hút công chúng quan tâm. Thống kê của UNESCO [61], tổng số di sản thế giới của

Châu Á là 277, chiếm 24% danh sách toàn cầu. Khối lượng di sản khổng lồ này không chỉ hấp dẫn du khách ghé thăm, mà còn thu hút được đồng đảo các nhà nghiên cứu quốc tế. Các vị trí số hai và ba lần lượt là Châu Âu và Châu Mỹ. Riêng các khu vực Châu Phi và Châu Đại Dương chiếm tỷ lệ rất thấp tại thời điểm nghiên cứu khi có chưa đến 2% số bài báo đề cập đến hai khu vực này. Ngoài ra, có một số nghiên cứu diễn ra trên nhiều địa điểm thuộc các lục địa khác nhau. Trong phần lớn nghiên cứu đa quốc gia này, dữ liệu được kết hợp và có rất ít sự so sánh và/hoặc xác nhận kết quả giữa các nền văn hóa. Điều này dẫn đến cái nhìn phiến diện về hiện tượng và hạn chế khả năng khái quát của các kết quả trong bối cảnh toàn cầu.

Bảng 1. Thống kê phân bố theo địa bàn nghiên cứu

Địa bàn nghiên cứu	Số bài báo	Tỷ lệ (%)
Châu Á	62	51.66
Châu Âu	28	23.33
Châu Mỹ	18	15
Châu Úc	2	1.67
Châu Phi	2	1.67
Nhiều địa điểm	8	6.67
Tổng	120	100

Nguồn: Tổng hợp của tác giả, 2022

Tiếp theo, số lượng các bài báo được tổng hợp dựa trên tạp chí xuất bản. Bảng 2 liệt kê số lượng các bài báo về du lịch di sản được xuất bản trong mỗi tạp chí có trong phần tổng quan.

Bảng 2. Các tạp chí học thuật xuất bản về du lịch di sản giai đoạn 2000–2021

STT	Tạp chí	Xếp loại	Số lượng
1	Journal of Heritage tourism	Q2	36
2	Annals of Tourism Research	Q1	14
3	Tourism Management	Q1	14
4	Journal of Sustainable Tourism	Q1	11
5	Current Issues in Tourism	Q1	7

6	Asia Pacific Journal of Tourism Research	Q1	7
7	International Journal of Heritage Studies	Q2	6
8	Journal of Travel Research	Q1	5
9	International Journal of Tourism Research	Q1	5
10	Journal of Tourism and Cultural Change	Q2	5
11	Tourism Geographies	Q1	4
12	Tourism Recreation Research	Q2	3
13	Journal of Travel & Tourism Marketing	Q1	3
14	Tourism Management Perspectives	Q1	3
15	Tourism and Hospitality Research	Q1	2
16	Journal of Hospitality & Tourism Management	Q1	2
17	Journal of Hospitality Marketing & Management	Q1	2
18	Tourism Review	Q1	1
19	Journal of Hospitality & Tourism Research	Q1	1
20	Tourist Studies	Q2	1
21	Tourism Economics	Q1	1
22	Journal of Destination Marketing & Management	Q1	1

Nguồn: Tổng hợp của tác giả, 2022

Tất cả 22 tạp chí đăng tải các bài báo được lựa chọn nghiên cứu đều thuộc nhóm thứ hạng cao trong hệ thống xếp hạng Scopus. Có 17 trên 22 tạp chí được xếp hạng Q1, năm tạp chí thuộc nhóm Q2, và điều ngạc nhiên là không có bài báo khoa học nào đăng trên các tạp chí thuộc phân khúc Q3 và Q4.

134 bài báo này được phân chia rải rác trên 22 tạp chí, trong đó năm tạp chí đầu tiên chiếm 62% tổng số, và khi xem xét ở nhóm 10 tạp chí cao nhất, con số này là 82%. Các tạp chí còn lại, mặc dù là chuyên ngành du lịch, nhưng có mục đích rộng hơn là liên kết với các lĩnh vực cụ thể khác nên chỉ xuất bản 24 nghiên cứu về du lịch di sản. Trong tổng số 134 bài báo được tiếp cận, có gần 27% (N = 36) được đăng trên tạp chí chuyên về du lịch di sản là Journal of

Heritage Tourism, chiếm tỷ lệ cao nhất của tổng mẫu nghiên cứu. Tiếp theo đó là Annals of Tourism Research và Tourism Management với cùng 10.5% (N = 11). Đặc biệt trong đó có một tạp chí chuyên về các vấn đề du lịch của khu vực Châu Á Thái Bình Dương là Asia Pacific Journal of Tourism Research với 7 công trình, tương ứng 5% tổng mẫu. Điều này tương ứng với kết quả thống kê về địa bàn nghiên cứu nêu trên, cho thấy sức nóng của chủ đề này tại khu vực Châu Á.

4.2. Các phương pháp sử dụng

Thống kê về thiết kế nghiên cứu, chỉ có 14 nghiên cứu lý thuyết, trong khi có đến 120 nghiên cứu thực nghiệm. Hiện tượng trên có thể được giải thích theo quan điểm của Timothy [58]. Du lịch di sản không còn là một chủ đề thật sự mới khi đã được nghiên cứu từ những năm 30s của thế kỷ trước dưới góc nhìn văn hóa, dần được định hình từ những năm 70s, được công nhận từ những năm 80s, và thật sự bùng nổ kể từ 90s trở về sau. Do đó, chủ đề này đã có một thời gian khá dài để phát triển, củng cố và bồi đắp thêm các giá trị về mặt cơ sở lý luận.

Các phương pháp nghiên cứu về du lịch di sản được chia thành bốn loại: phương pháp định tính, định lượng, phương pháp hỗn hợp, và phương pháp khác. Phương pháp định tính (N = 70), chủ yếu dựa trên phỏng vấn, phân tích tài liệu, ví dụ điển hình, dân tộc ký, và quan sát, chiếm tỷ trọng lớn nhất với gần 53% tổng mẫu nghiên cứu. Các nghiên cứu định lượng (N = 38) ở đây phần lớn sử dụng các cuộc điều tra để thu thập dữ liệu và áp dụng các kỹ thuật phân tích nghiêm ngặt để phân tích dữ liệu. Trong đó, kỹ thuật được sử dụng nhiều nhất là các kiểm định thống kê mô tả, giá trị trung bình cơ bản. Số lượng các nghiên cứu sử dụng phương pháp này phân bố rộng rãi trong 21 năm thời gian quan sát. Điều này cho thấy, các công cụ thống kê được xem là cơ bản trong nghiên cứu và phân tích dữ liệu [2] vẫn luôn được triển khai trong nghiên cứu du lịch di sản. Tuy nhiên, trong một thập kỷ trở lại đây, số công trình sử dụng kỹ thuật kiểm định hồi quy và mô hình cấu trúc SEM có sự gia tăng rõ rệt khi đây là các kỹ thuật gắn liền với các công trình cần kiểm định các khung lý thuyết về sự tác động qua lại của các biến nghiên cứu đang rất phát triển ở thời điểm hiện tại. Đặc biệt, số lượng các nghiên cứu bằng phương pháp hỗn hợp khá ấn tượng với 21 công trình. Nhóm phương pháp này có sự gia tăng mạnh mẽ hơn trong những năm gần đây. Việc áp dụng các phương pháp khác, là các phương pháp thí nghiệm hiện trường và bán hiện trường, còn khá hạn chế (N = 5).

4.3. Các chủ đề chính

Dựa trên việc khảo sát từ khóa trong nội dung các bài báo khoa học, tác giả đã tìm thấy hơn 50 chủ đề liên quan đến nghiên cứu du lịch di sản khác nhau. Để xác định được chủ đề trọng tâm, tác giả đã tiến hành thống kê về các chủ đề nghiên cứu dựa trên thông tin của phần từ khóa (Strozzi và các cộng sự, theo [27]) và kết quả nghiên cứu đã được thể hiện. Các chủ đề nghiên cứu được thảo luận trong ba khoảng thời gian lần lượt là 2000 – 2010, 2011 – 2015, và 2016 – 2021.

Bảng 3. Thống kê các xu hướng nghiên cứu du lịch di sản giai đoạn 2000 - 2021

Tiêu chí	2000 - 2010	2011 - 2015	2016 - 2021
Các chủ đề chính	Tính chân thực, phát triển du lịch, bản sắc, động cơ, quản lý di sản, phân loại du khách, trải nghiệm du lịch	Bản sắc, trải nghiệm du lịch, tính chân thật, marketing, phát triển du lịch, phân loại du khách	Tính chân thực, trải nghiệm du lịch, bản sắc, phát triển du lịch, động cơ, chính trị, cảm xúc
Các nghiên cứu điển hình	[14], [13], [5], [17], [64], [10], [12], [55], [15], [44], [62]	[19], [18], [69], [34], [11], [39], [68], [70]	[40], [26], [1], [43], [52], [24], [31], [73], [74]
Phương pháp sử dụng	Định tính: phân tích tài liệu; phân tích nội dung, dân tộc ký Định lượng: thống kê mô tả, hồi quy, SEM Khác: thí nghiệm lựa chọn	Định tính: thảo luận nhóm chuyên sâu, phân tích tài liệu, ví dụ điển hình Định lượng: thống kê mô tả, hồi quy	Định tính: phỏng vấn sâu, phân tích tài liệu, quan sát Định lượng: EFA, CFA, hồi quy, SEM Khác: scan hình ảnh 3D
Phát hiện chính	<ul style="list-style-type: none"> - Tính chân thực là cầu nối giữa cung và cầu thị trường - Sự gắn bó cộng đồng và thái độ của người dân với phát triển du lịch - Các động lực cho việc tham gia du lịch di sản - Sự hợp tác của các bên liên quan - Các yếu tố tác đến động trải nghiệm du lịch di sản 	<ul style="list-style-type: none"> - Nhận thức về bản sắc giữa các thế hệ - Tác động của thuyết minh đến trải nghiệm du lịch di sản - Mối quan hệ giữa tính chân thực và tính toàn vẹn trong du lịch di sản - Vai trò của tầm nhìn dài hạn trong marketing điểm đến di sản bền vững - Sự mâu thuẫn giữa các bên liên quan trong phát triển du lịch 	<ul style="list-style-type: none"> - Tác động của tính chân thực đến hành vi của du khách - Các nhân tố tác động đến trải nghiệm du lịch di sản - Cách du khách chú ý về bản sắc của điểm tham quan dưới các tác động của cảm xúc - Các mối quan tâm trong tái phát triển du lịch di sản

		- Phân loại du khách đi sản theo năm nhóm	- Các động lực để du khách quyết chọn du lịch đi sản - Vị trí của các bên liên quan trong xây dựng chính sách phát triển du lịch
--	--	---	---

Nguồn: Tổng hợp của tác giả, 2022

Theo như kết quả ở bảng 3, dòng chảy các chủ đề trong 21 năm có sự thay đổi đáng kể. Có một số chủ đề xuất hiện trong cả ba giai đoạn, trong khi một số hướng đi chỉ xuất hiện ở thập niên đầu tiên và không còn nhận được sự chú ý ở giai đoạn sau, và ngược lại. Sau khi quan sát trên hai khía cạnh tần suất và tính thời sự của chủ đề, bốn từ khóa về chủ đề nghiên cứu bao gồm tính chân thật, trải nghiệm du lịch, phát triển du lịch, và bản sắc đã được lựa chọn làm sáng tỏ.

Tính chân thực

Tính chân thực (authenticity) đã được các học giả du lịch quan tâm trong nhiều năm. Nó là một trong những vấn đề nổi bật trong suốt những năm 1980 và 1990 [59] và tiếp tục được tranh luận cho đến ngày nay. Tính chân thực được thừa nhận như là một giá trị nguyên bản và là động lực quan trọng lôi kéo du khách ghé thăm những nơi xa xôi và trải nghiệm những khoảng thời gian khác nhau (Daugstad & Kirchengast, 2013; Frisvoll, 2013, theo [43]). Không chỉ có giá trị về mặt hàn lâm, tính chân thực cũng là một công cụ quan trọng khi mà rất nhiều các cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp liên quan đến du lịch lựa chọn sử dụng thuật ngữ này trong các chiến dịch marketing, xây dựng khẩu hiệu và các hoạt động khác [5].

Tính chân thực được xem như là một thuộc tính quan trọng của du lịch đi sản [17; 59]. Du lịch đi sản là một hình thức du lịch dựa vào các tài sản văn hóa xã hội được truyền và lưu giữ qua các thế hệ để thu hút du khách. Vậy, khách du lịch đi sản càng có nhu cầu mạnh mẽ hơn trong việc cảm nhận và tin tưởng vào các giá trị chân thực mà họ có thể tiếp cận trong chuyến đi. Nhiều học giả đồng ý rằng chất lượng của du lịch đi sản được cải thiện bởi tính chân thực [33; 60]. Trong bối cảnh ngày nay, việc hàng hóa hóa di sản đã cho phép mở rộng hoạt động du lịch đi sản trên toàn cầu nhưng điều này lại dẫn đến hiện tượng nhiều điểm đến phải vật lộn với vấn đề tính chân thực trong việc giới thiệu sản phẩm du lịch đi sản [24].

Những nghiên cứu gần đây về tính chân thực trong du lịch đi sản đã không chỉ còn tập trung vào yếu tố hữu hình, mà dần mở rộng sang các di sản phi vật thể [17]. Tính chân thực của các điểm đến, địa điểm, sự kiện, văn hóa và trải nghiệm du lịch là mối quan tâm của các doanh nghiệp và nhà nghiên cứu liên quan đến việc lập kế hoạch, marketing và quản lý du lịch đi sản

[24; 48; 73]. Đối tượng điều tra trong chủ đề này đa phần là du khách. Theo Nguyen và Cheung [40], nhận thức của khách du lịch về tính chân thực đã nhận được rất nhiều sự quan tâm trong thập kỷ qua. Chính vì vậy, những người theo chủ nghĩa hiện đại lại tin rằng, tính chân thực trong du lịch di sản phải được đánh giá bởi các chuyên gia chứ không phải chỉ bởi khách du lịch [24]. Các nghiên cứu trong tương lai bên cạnh tìm hiểu những gì du khách cảm nhận là chân thực trong các bối cảnh khác nhau, thì cần làm rõ cách các bên liên quan còn lại trong du lịch di sản đang nhận thức và cũng như cố gắng khắc họa tính chân thực tại điểm đến của họ khi yếu tố môi trường vĩ mô ngày càng trở nên phức tạp. Về phương pháp nghiên cứu, hầu hết các nghiên cứu đã sử dụng các phương pháp tiếp cận hiện tượng học đơn giản, và do đó các kết quả thường thiếu đi tính xác minh [17]. Cần phải thực hiện nhiều nghiên cứu về tính chân thực trong các bối cảnh di sản, góc độ khác nhau để có sự so sánh và đối chiếu tạo ra giá trị mới.

Trải nghiệm du lịch

Trong thời kỳ kinh tế trải nghiệm theo quan điểm của Pine and Gilmore [45], trải nghiệm du lịch (tourism experience) đã trở thành một động lực quan trọng để các doanh nghiệp du lịch đạt được lợi thế cạnh tranh, duy trì tăng trưởng bền vững, và là cầu nối cho mối quan hệ về mặt cung và cầu với khách hàng. Theo Chen và Chen [15], du lịch và du lịch di sản đều là những ngành có mối quan hệ chặt chẽ với hoạt động tiêu thụ trải nghiệm. Rất nhiều du khách muốn tìm kiếm những trải nghiệm du lịch độc đáo pha trộn giữa văn hóa, giáo dục, giải trí và tính chân thực [20]. Vậy, để hiểu rõ hơn và đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong thời đại kinh tế trải nghiệm, các nhà quản lý doanh nghiệp nên suy nghĩ vượt ra ngoài quan điểm trọng hàng hóa (goods-dominant logic) truyền thống, để cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ có khả năng đáp ứng nhu cầu thật của người tiêu dùng [53].

Du lịch di sản mang đến những trải nghiệm thông qua hoạt động tham quan hoặc tương tác với *“các địa điểm, đồ tạo tác và hoạt động thể hiện chân thực những câu chuyện và con người của quá khứ và hiện tại”* (Hargrove, 2002, tr. 10, theo [48]). Với quan điểm này, trải nghiệm trong du lịch di sản được xem như là hình thành khi cá nhân du khách ghé thăm và tương tác với di sản đó [15]. Ngược lại, Poria và các cộng sự [46], Lev Ari và Mittelberg [28] cho rằng trải nghiệm du lịch di sản phải được xác định bởi nền tảng của khách du lịch chứ không phải là bản thân địa điểm. Không phải điểm tham quan hay hiện vật mới có giá trị trải nghiệm di sản, thay vào đó là cách nó được trình bày cùng với động cơ và đặc điểm của khách truy cập mới tạo ra giá trị trải nghiệm. Theo Prentice (2001, tr. 22, theo [28]) trải nghiệm du lịch trong du lịch văn hóa *“...được hợp tác sản xuất giữa các nhà cung cấp du lịch và người tiêu dùng”*.

Những lợi ích của việc nâng cao trải nghiệm tích cực của khách du lịch với các địa điểm đã ghé thăm là rất nhiều, chẳng hạn như tăng sự hài lòng và khuyến khích hành vi và thái độ tích cực của họ đối với địa điểm đã ghé thăm [48], hiểu rõ động cơ du lịch [26]. Trong du lịch di sản, các cuộc thảo luận về trải nghiệm du lịch thường gắn liền với tính chân thực. Điều này là do tìm

kiểm cảm giác chân thực là một động lực quan trọng đối với khách du lịch di sản [40]. Các nghiên cứu trải nghiệm du lịch di sản chủ yếu sử dụng cách tiếp cận lấy sản phẩm hoặc lấy khách du lịch làm trung tâm [34]. Do đó, chủ đề này hầu hết đều xuất hiện ở các công trình thực nghiệm. Điều này cho thấy hai khía cạnh, trước hết là tính ứng dụng cao của nghiên cứu về trải nghiệm du lịch khi đây là các nền tảng cho việc quản lý và phát triển loại hình du lịch này. Đó là lý do tại sao Alazaizeh và ccs [1] cho rằng, trải nghiệm du lịch cần được đặt vào trọng tâm của quá trình quản lý và quy hoạch để đạt được mục tiêu du lịch di sản bền vững. Tuy nhiên, ở khía cạnh còn lại, đây cũng là một dấu hiệu đáng lo ngại khi việc thiếu đi các nghiên cứu lý thuyết làm nền tảng sẽ dễ đưa đến các hiện tượng hiểu sai, hiểu chưa đúng về chủ đề khoa học [37].

Hiểu được bản chất, các yếu tố quyết định và các khía cạnh của trải nghiệm du lịch di sản có thể cho phép các nhà quản lý đi đến cải thiện các dịch vụ của họ và xây dựng chiến lược mới để quản lý đi đến hiệu quả [21]. Để làm được điều này, các nghiên cứu nên quan tâm hơn về việc sử dụng phương pháp định tính. Như Patton (1990, tr. 24, theo [11]) đã chỉ ra, câu hỏi định tính có giá trị *“tiết lộ chiều sâu cảm xúc của người trả lời, cách họ tổ chức thế giới, suy nghĩ của họ về những gì đang xảy ra, trải nghiệm và nhận thức cơ bản của họ”*. Do đó, phương pháp định tính phù hợp hơn các phương pháp tiếp cận định lượng để khám phá mức độ phức tạp và chiều sâu của trải nghiệm của người trả lời (Jennings, 2010, tr. 2002, theo [11]).

Phát triển du lịch di sản

Du lịch di sản trong những năm qua đã được xem là một phương thức hữu hiệu để giải quyết các vấn đề kinh tế - xã hội [15, 57]. Tuy nhiên, việc phát triển mô hình du lịch này cần được xem xét trên nhiều khía cạnh. Cân bằng giữa số lượng ngày càng tăng các khách du lịch quan tâm đến các di tích lịch sử, và đồng thời, cung cấp trải nghiệm chất lượng không dẫn đến sự phát triển quá mức và xuống cấp của các di tích lịch sử, môi trường xung quanh của chúng là những vấn đề quan trọng đối với các nhà quản lý và giới nghiên cứu trong thời gian qua (Weaver & Kaufman, 2000, theo [25]).

Phát triển du lịch di sản cần được xem xét trên nhiều khía cạnh của đến điểm đến (Andereck và ccs, 2005, theo [15]). Các tác động kinh tế bao gồm các yếu tố tích cực như thu thuế, tăng việc làm và thu nhập bổ sung, cũng như các yếu tố tiêu cực như gánh nặng thuế, lạm phát và nợ chính quyền địa phương. Các tác động xã hội và văn hóa bao gồm các yếu tố tích cực như sự phục hồi của các nghề thủ công và nghi lễ truyền thống, tăng cường giao tiếp và hiểu biết giữa các nền văn hóa, nhưng kèm theo là các yếu tố tiêu cực như gia tăng tỷ lệ tội phạm và những thay đổi trong văn hóa truyền thống. Các tác động môi trường bao gồm các yếu tố tích cực như bảo vệ công viên và động vật hoang dã, và các yếu tố tiêu cực như đông đúc, ô nhiễm không khí, nước và tiếng ồn, suy giảm động vật hoang dã, phá hoại và xả rác. Nói cách khác, du lịch di sản được ví như là con dao hai lưỡi, và phải cân nhắc đảm bảo diễn ra

song hành hai khía cạnh thực hành và giám sát trong việc phát triển loại hình du lịch này (Kasahun, 2013, theo [6]).

Du lịch di sản là một trong những xu hướng du lịch phát triển mạnh mẽ trong thời gian qua [58; 39; 40]. Do đó, di sản đã được coi là một nguồn tài nguyên du lịch quan trọng của sự phát triển du lịch trên toàn thế giới [15]. Hiểu được mối quan tâm này, nhiều nghiên cứu đã tập trung đào sâu vào việc kết nối các tài nguyên du lịch đến việc kiến thiết các sản phẩm du lịch di sản cho thị trường giàu tiềm năng. Tuy nhiên, du lịch di sản chủ yếu phải dựa vào thiện chí của người dân địa phương vì sự hỗ trợ của họ là cần thiết cho sự phát triển và thành công của hoạt động này [15]. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo bên cạnh việc làm rõ tài nguyên cho việc thiết kế sản phẩm du lịch, cần làm rõ nhận thức và thái độ của người dân địa phương với việc phát triển du lịch di sản. Đối với sự thành công của du lịch di sản, điều quan trọng là phải hiểu thái độ của cư dân di sản đối với các tác động du lịch và hỗ trợ phát triển du lịch trong cộng đồng của họ, và điều tra các yếu tố ảnh hưởng đến sự hỗ trợ của họ [15].

Bản sắc

Theo Light [30], mối quan hệ giữa di sản và bản sắc (identity) đã được thiết lập từ lâu. Du lịch di sản và hình thành bản sắc có liên quan trên nhiều quy mô khác nhau, nhưng cho đến gần đây trọng tâm chính vẫn là vai trò biểu tượng của di sản vật chất trong việc tạo nền tảng và hợp thức hóa bản sắc dân tộc [30]. Du lịch di sản từ lâu đã đóng một vai trò quan trọng trong việc truyền tải bản sắc dân tộc [11]. Park [44] đã kiểm tra những trải nghiệm về tính dân tộc tại cung điện Changdeok ở Hàn Quốc. Tòa nhà này có niên đại từ thế kỷ 15, là nhà của chế độ quân chủ cũ và được công nhận là Di sản Thế giới vào năm 1997. Du khách đến thăm cung điện đều cảm nhận được sự khẳng định bản sắc dân tộc và ý thức mạnh mẽ về sự đoàn kết dân tộc. Ở một quy mô hoàn toàn khác, du lịch di sản cũng gắn liền với việc hình thành bản sắc ở cấp độ cộng đồng hoặc cá nhân. Trong du lịch di sản, du khách không chỉ hoạt động tại những điểm di sản hữu hình, mà họ còn được tương tác, tiếp xúc với những con người tại địa phương, hay xa hơn, là các giá trị văn hóa vô hình của địa phương đó. Vì vậy, theo Ballesteros và Ramírez [8] khi nhìn vào du lịch di sản, bản sắc và cộng đồng chắc chắn phải là hai trong số những tiêu chí quan trọng.

Ngày càng có nhiều nghiên cứu tập trung vào cá nhân và hình thành bản sắc dân tộc thông qua trải nghiệm di sản [11; 34]. Tham quan các địa điểm văn hóa giúp củng cố bản sắc đặc biệt của nhiều người tiêu dùng và sự tự hiện thực hóa bản thân [10]. Trong các xã hội đương đại, hoạt động tiêu dùng dần trở thành công cụ chính để định dạng bản sắc (Bauman, 2007; Wear et al., 2010, theo [30]). Vì vậy, du lịch là một hình thức tiêu dùng có thể được sử dụng như một phương tiện để thể hiện bản thân và định nghĩa bản thân. Tham gia du lịch di sản là một phương tiện thể hiện và khẳng định việc sử dụng thời gian nghỉ ngơi có mục đích; quan tâm đến lịch sử và quá khứ; mong muốn tham gia vào các hoạt động giải trí bao gồm học

hỏi và hiểu biết của du khách [74]. Các nghiên cứu này, dấu số lượng còn khá chênh lệch so với các chủ đề khác, đã minh họa cách thức du lịch di sản truyền tải hiệu quả các hình thức văn hóa cụ thể.

4.4. Thảo luận

Nghiên cứu này đã cung cấp một đánh giá tổng quan về các bài báo được xuất bản từ 2000 đến 2021. Ta dễ dàng nhận ra xu hướng phát triển chủ đề này, thể hiện qua sự gia tăng số lượng các xuất bản phẩm. Trong giới hạn của nghiên cứu này, hiện tượng trên phần nào cho thấy rằng nghiên cứu du lịch di sản đang ở giai đoạn phát triển mạnh mẽ nhất.

Nghiên cứu này là sự kế thừa, cập nhật và mở rộng của các công trình đã có trước đây. Công trình của Su và Wall [54] chỉ phản ánh được sự chuyển biến về nghiên cứu du lịch tại các di sản thế giới trong giới hạn điểm đến Trung Quốc. Nghiên cứu này không lựa chọn việc tìm kiếm dữ liệu trong giới hạn của yếu tố địa lý. Do đó, kết quả này cho thấy một bức tranh toàn cầu với Châu Á và Châu Âu là hai khu vực hàng đầu trong nghiên cứu về du lịch di sản. Tuy nhiên, các khu vực có du lịch là nguồn thu nhập chính, cũng như liên quan đến các vấn đề xã hội, như trường hợp các quốc gia thuộc Châu Phi, lại không phải là trọng tâm của nghiên cứu liên quan đến du lịch di sản. Điều này thật đáng ngạc nhiên vì các quốc gia này nằm trong số những điểm đến được du khách ghé thăm nhiều nhất và sở hữu một lượng tài nguyên du lịch di sản ấn tượng. Vậy, việc hiểu được các yếu tố mang thuộc tính di sản tại các điểm du lịch đại chúng có thể mở rộng khái niệm hiện tại về du lịch di sản bằng cách xác định các nhân tố mới.

Bên cạnh đó, với ưu thế từ bộ dữ liệu đa dạng nguồn xuất bản và trải dài trên 21 năm đơn vị thời gian, kết quả nghiên cứu ở đây có nhiều sự phát triển so với các nghiên cứu của Kumar và các cộng sự [27] và Timothy [58]. Dữ liệu nghiên cứu của Kumar và các cộng sự [27] được thu thập từ một nguồn duy nhất là tạp chí *Journal of Heritage Tourism* từ năm xuất bản đầu tiên. Hoạt động này khiến cho nhiều khía cạnh liên ngành trong nghiên cứu du lịch di sản ít được đề cập. Công trình này cho thấy sự mở rộng khi các ngành khoa học khác như marketing, địa lý nhân học, kinh tế, dịch vụ, văn hóa, khoa học quản trị, công nghệ và kỹ thuật được tìm hiểu.

Bên cạnh đó, các xu hướng nghiên cứu về du lịch di sản đã có sự thay đổi rõ rệt. Sự thay đổi này tương ứng với kết quả nghiên cứu của Timothy [58] khi các chủ đề như trải nghiệm du lịch gắn kết điểm đến/di sản, mô tả chính xác hơn về lịch sử và giá trị của di sản, hay sự xuất hiện và ứng dụng khoa học kỹ thuật trong hoạt động du lịch đều được nhắc đến. Tuy nhiên, các khía cạnh khác như các thuộc tính của điểm đến ảnh hưởng đến các hoạt động du lịch di sản, các chính sách marketing trong quảng bá, định vị thị trường tương đối hạn chế. Hơn nữa, như kết quả đã đề cập, phần lớn các nghiên cứu được thực hiện trong bối cảnh hành vi và ý định hành vi của du khách. Nhưng trong đó, yếu tố tâm lý của khách du lịch và trải nghiệm đồng sáng tạo hiếm khi được nghiên cứu như những biến tác động mạnh mẽ tới hoạt

động du lịch nói chung, và du lịch di sản nói riêng. Không chỉ vậy, việc quá tập trung vào du khách đang khiến cho các nhóm còn lại của các bên liên quan trong hoạt động du lịch đang bị lùi lại phía sau của hoạt động nghiên cứu. Các kết quả nêu trên chính là sự bổ sung cho nghiên cứu của Timothy [58], khi ông chỉ dừng lại ở việc bàn về xu hướng, mà thiếu đi các minh chứng và định hướng cụ thể.

5. Kết luận

Thông qua việc phân tích nội dung của 134 bài báo khoa học từ 22 tạp chí quốc tế uy tín được xuất bản trong giai đoạn 2000 - 2021, bài báo đã cung cấp một bức tranh tổng quan nhất về sự phát triển trong hoạt động nghiên cứu về du lịch di sản.

Kết quả phân tích cho thấy, có sự gia tăng rõ rệt về số lượng các công trình về du lịch di sản trong 10 năm trở lại đây. Các xu hướng nghiên cứu liên quan đến du lịch di sản cũng được định hình rõ rệt. Các chủ đề về tính chân thật, trải nghiệm du lịch, phát triển du lịch, bản sắc, và phân loại du khách là các trọng tâm nghiên cứu về du lịch di sản. Đồng thời, giai đoạn 21 năm này cho thấy, hệ thống nền tảng lý luận của du lịch di sản đã phần nào chín muồi. Do đó, nghiên cứu lý thuyết đã không còn là trọng tâm, mà thay vào đó là các nghiên cứu thực nghiệm. Xu hướng này được kỳ vọng sẽ tiếp tục gia tăng trong những năm tiếp theo. Bởi lẽ, du lịch di sản vẫn được đánh giá là một chủ đề tiềm năng cho hai phương diện học thuật và thực tiễn.

Phương pháp nghiên cứu về du lịch di sản đang dần trở nên rất đa dạng. Sự phát triển của nhiều yếu tố bên ngoài như công nghệ, kỹ thuật, thông tin liên lạc đã hỗ trợ đắc lực cho các học giả trong quá trình nghiên cứu. Các công trình định tính vẫn chiếm trọng tâm khi nó phản ánh khía cạnh đặc thù của ngành khoa học du lịch với nhiều góc khuất tiềm ẩn cần khám phá. Với hướng đi định lượng, xu hướng chung của các nghiên cứu là dần nâng cấp về mặt phương pháp với các kỹ thuật xử lý số liệu phức tạp hơn. Bên cạnh đó, rất nhiều các phương pháp nghiên cứu từ các ngành khoa học khác, liên quan đến hoạt động thử nghiệm, bán thử nghiệm đều đã và đang được ứng dụng vào nghiên cứu du lịch di sản đều còn khá hạn chế ở thời điểm hiện tại.

Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn còn tồn tại một số hạn chế. Thứ nhất, du lịch di sản là một khái niệm rộng, có nhiều khía cạnh nên khó để giải quyết hoàn toàn trong phạm vi một công trình duy nhất. Với giới hạn đó, nhiều chủ đề tiềm năng, mới về thời gian, và có tính ứng dụng cao nhưng lại không thể giới thiệu đến với độc giả. Bên cạnh đó, phạm vi của bài đánh giá này chỉ giới hạn trong các bài nghiên cứu được thuộc ba cơ sở dữ liệu Google Scholar, Scencedirect, và Wiley Online Library. Ngoài ra, một số khía cạnh của tài liệu không được đề cập (ví dụ: tác giả), và đánh giá này đã không tiếp cận các bài báo khoa học được đăng trên nhóm tạp chí Q3 – Q4.

Dựa trên các kết quả của phân tích nội dung, một số định hướng cho việc phát triển nghiên cứu du lịch di sản được giới thiệu. Đầu tiên, với dạng nghiên cứu lý thuyết về xu hướng, các công trình trước chỉ tập trung vào đánh giá các bài báo trên tạp chí học thuật, một nghiên cứu sâu hơn với tài liệu không đến từ nhà xuất bản khoa học truyền thống sẽ bổ sung thêm một lớp hiểu biết khác về chủ đề này. Việc xem xét các tài liệu về du lịch di sản bằng các ngôn ngữ khác và có thể là sự so sánh đa văn hóa giữa các nguồn tài liệu khác nhau sẽ cung cấp thêm hiểu biết về các nền lịch sử văn hóa, và cũng như làm rõ các tác động toàn cầu của hoạt động du lịch di sản về cả hai mặt lý thuyết và thực tiễn.

Ở khía cạnh thực nghiệm, nghiên cứu trong tương lai cần chú trọng hơn đến việc sử dụng các phương pháp hỗn hợp và phương pháp thí nghiệm hiện trường/bán hiện trường. Sự kết hợp của các phương pháp được cân nhắc cẩn thận thông qua cách tiếp cận hỗn hợp “*cho phép các nhà nghiên cứu tự tin về kết quả của họ*” (Opperman, 2000, tr. 142, theo [71]). Còn các kết quả từ phương pháp thí nghiệm sẽ rất hữu ích trong việc cung cấp các hàm ý khuyến nghị thực tế [66]. Bên cạnh đó, sự tham khảo ý kiến của các chuyên gia và các doanh nghiệp sẽ mở rộng và nâng cao kết quả của nghiên cứu về du lịch di sản so với việc chỉ tập trung vào góc độ của du khách như trước đây. Địa điểm nghiên cứu không chỉ nên tập trung vào các khu vực đã quá quen thuộc và được khai thác triệt để. Các nghiên cứu sẽ có giá trị cao về tính mới khi tiến hành điều tra thực nghiệm tại các điểm đến ở các lục địa ít được đề cập, hoặc tập trung vào các khu vực khác của Châu Á (như các nước Đông Nam Á) khi Trung Quốc, Ấn Độ, Israel là các quốc gia đã xuất hiện với tần số dày đặc. Cuối cùng, ngoài bốn chủ đề chính được tập trung giới thiệu, các nghiên cứu thực nghiệm về các hướng đi sát với nhu cầu thực tế của xã hội như ứng dụng công nghệ mới (thực tế ảo, thực tế tăng cường) trong du lịch di sản, phát triển bền vững, hoặc các chủ đề liên quan đến đặc thù của ngành như thuyết minh và diễn dịch, cảm xúc, hành vi của du khách, các trải nghiệm đồng sáng tạo và trải nghiệm đáng nhớ sẽ có nhiều ý nghĩa và đóng góp thực tiễn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1 Alazaizeh, M. M., Hallo, J. C., Backman, S. J., Norman, W. C., & Vogel, M. A. (2016), Value orientations and heritage tourism management at Petra Archaeological Park, Jordan, *Tourism Management*, 57, 149-158.
- 2 Ali, Z., & Bhaskar, S. B. (2016), Basic statistical tools in research and data analysis, *Indian journal of anaesthesia*, 60(9), 662.

- 3 Altbach, P. G., & de Wit, H. (2018), *Too much academic research is being published*, Truy cập 02/23/2021 tại [https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20180905095203579].
- 4 Alvarez, M. D., & Korzay, M. (2011), Turkey as a Heritage Tourism Destination: The Role of Knowledge, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), 425-440.
- 5 Apostolakis, A. (2003), The convergence process in heritage tourism, *Annals of tourism research*, 30(4), 795-812.
- 6 Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2019), The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray, Ethiopia, *Heliyon*, 5(3), e01335.
- 7 Baillie, B., Chatzoglou, A., & Taha, S. (2010), Packaging the past: The commodification of heritage, *Heritage Management*, 3(1), 51-71.
- 8 Ballesteros, E. R., & Ramírez, M. H. (2007), Identity and community - Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain, *Tourism management*, 28(3), 677-687.
- 9 Berg, B. L. (2009), *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (7th ed.), Allyn & Bacon, Boston.
- 10 Breathnach, T. (2006), Looking for the real me: Locating the self in heritage tourism, *Journal of Heritage Tourism*, 1(2), 100-120.
- 11 Butler, G., Khoo-Lattimore, C., & Mura, P. (2014), Heritage tourism in Malaysia: Fostering a collective national identity in an ethnically diverse country, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 199-218.
- 12 Caton, K., & Santos, C. A. (2007), Heritage tourism on Route 66: Deconstructing nostalgia, *Journal of Travel Research*, 45(4), 371-386.
- 13 Chandler, J. A., & Costello, C. A. (2002), A profile of visitors at heritage tourism destinations in East Tennessee according to Plog's lifestyle and activity level preferences model, *Journal of Travel Research*, 41(2), 161-166.
- 14 Chen, J. S., Kerstetter, D. L., & Graefe, A. R. (2001), Tourists' reasons for visiting industrial heritage sites, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(1-2), 19-31.
- 15 Chen, C., & Chen, F. (2010), Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists, *Tourism Management*, 31(1), 29-35
- 16 Chen, H., Huang, X., & Li, Z. (2022), A content analysis of Chinese news coverage on COVID-19 and tourism, *Current Issues in Tourism*, 25(2), 198-205.

- 17 Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003), Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of tourism research*, 30(3), 702-719.
- 18 Donohoe, H. M. (2012), Sustainable heritage tourism marketing and Canada's Rideau Canal world heritage site, *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 121-142.
- 19 Fonseca, F. P., & Ramos, R. A. (2012), Heritage tourism in peripheral areas: Development strategies and constraints, *Tourism Geographies*, 14(3), 467-493.
- 20 Garrod, B., & Fyall, A. (2000), Managing heritage tourism, *Annals of tourism research*, 27(3), 682-708.
- 21 Gursoy, D., Akova, O., & Atsız, O. (2022), Understanding the heritage experience: a content analysis of online reviews of World Heritage Sites in Istanbul, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(3), 311-334.
- 22 Gusenbauer, M., & Haddaway, N. R. (2020), Which academic search systems are suitable for systematic reviews or meta-analyses? Evaluating retrieval qualities of Google scholar, PubMed, and 26 other resources, *Research Synthesis Methods*, 11(2), 181-217
- 23 Ivanovic, M. (2008), *Cultural tourism*, Juta and Company Ltd, South Africa.
- 24 Katahenggam, N. (2020), Tourist perceptions and preferences of authenticity in heritage tourism: visual comparative study of George Town and Singapore, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 371-385.
- 25 Kaufman, T. J., & Weaver, P. A. (2006), Heritage tourism: A question of age, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(2), 136-145.
- 26 Kempiak, J., Hollywood, L., Bolan, P., & McMahon-Beattie, U. (2017), The heritage tourist: an understanding of the visitor experience at heritage attractions, *International Journal of Heritage Studies*, 23(4), 375-392.
- 27 Kumar, S., Sureka, R., & Vashishtha, A. (2020), The Journal of Heritage Tourism: A bibliometric overview since its inception, *Journal of heritage tourism*, 15(4), 365-380.
- 28 lev Ari, L., & Mittelberg, D. (2008), Between authenticity and ethnicity: Heritage tourism and re-ethnification among diaspora Jewish youth, *Journal of Heritage Tourism*, 3(2), 79-103.
- 29 Li, Y., & Lo, R. L. B. (2005), Opportunities and constraints of heritage tourism in Hong Kong's changing cultural landscape, *Tourism and Hospitality Research*, 5(4), 322-345.
- 30 Light, D. (2015), Heritage and Tourism, *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research*, London, Palgrave Macmillan,.

- 31 Little, C., Bec, A., Moyle, B. D., & Patterson, D. (2020), Innovative methods for heritage tourism experiences: Creating windows into the past, *Journal of Heritage Tourism*, 15(1), 1-13.
- 32 Lu, J., & Nepal, S. K. (2009), Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism, *Journal of sustainable Tourism*, 17(1), 5-16.
- 33 Lu, L., Chi, C. G., & Liu, Y. (2015), Authenticity, involvement, and image: Evaluating tourist experiences at historic districts, *Tourism management*, 50, 85-96.
- 34 Massara, F., & Severino, F. (2013), Psychological distance in the heritage experience, *Annals of Tourism Research*, 42, 108-129.
- 35 Naderifar, M., Goli, H., & Ghaljaie, F. (2017), Snowball sampling: A purposeful method of sampling in qualitative, *Strides in Development of Medical Education*, 14(3), 1-6.
- 36 National Trust. (2018), *Australian heritage tourism directions paper*, Truy cập 20/04/2022 tại [\[https://www.nationaltrust.org.au/wp-content/uploads/2019/07/Australian-Heritage-Tourism-Directions-paper-.pdf\]](https://www.nationaltrust.org.au/wp-content/uploads/2019/07/Australian-Heritage-Tourism-Directions-paper-.pdf)
- 37 Nguyễn Hoàng Tuệ Quang, Hoàng Thị Huế, Nguyễn Đoàn Hạnh Dung (2019), Các xu hướng nghiên cứu marketing xanh: Lý thuyết và vận dụng thực tiễn, *Tạp chí Khoa học – Đại học Huế: Khoa học Xã hội Nhân Văn*, 128(6D), 195–209.
- 38 Nguyễn Thị Hồng Hải (2015), *Các nghiên cứu về thương hiệu điểm đến trên thế giới: Định hướng cho việc nghiên cứu chủ đề này tại Việt Nam*, Đề tài khoa học cơ sở. Khoa Du lịch, Đại Học Huế.
- 39 Nguyen, T. H. H., & Cheung, C. (2014), The classification of heritage tourists: A case of Hue city, Vietnam, *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35-50.
- 40 Nguyen, T. H. H., & Cheung, C. (2016), Chinese heritage tourists to heritage sites: what are the effects of heritage motivation and perceived authenticity on satisfaction?, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(11), 1155-1168.
- 41 Norris, M., & Oppenheim, C. (2007), Comparing alternatives to the Web of Science for coverage of the social sciences' literature, *Journal of informetrics*, 1(2), 161-169.
- 42 Oxford Economics (2016), *The impact of heritage tourism for the UK economy*, Truy cập 20/04/2022 tại [\[https://www.oxfordeconomics.com/recent-releases/the-impact-of-heritage-tourism-for-the-uk-economy\]](https://www.oxfordeconomics.com/recent-releases/the-impact-of-heritage-tourism-for-the-uk-economy).

- 43 Park, E., Choi, B. K., & Lee, T. J. (2019), The role and dimensions of authenticity in heritage tourism, *Tourism Management*, 74, 99-109.
- 44 Park, H. Y. (2010), Heritage tourism: Emotional journeys into nationhood, *Annals of Tourism Research*, 37(1), 116-135.
- 45 Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1999), *The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage*, Harvard Business School Press, Boston.
- 46 Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003), The core of heritage tourism, *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254
- 47 Prideaux, B., Timothy, D., & Chon, K. (2013), *Cultural and heritage tourism in Asia and the Pacific*, Routledge, London.
- 48 Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021), Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists, *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100621.
- 49 Richards, G. (2000), Tourism and the World of Culture and Heritage, *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9-17.
- 50 Rodrigues, H., Brochado, A., Troilo, M., & Mohsin, A. (2017), Mirror, mirror on the wall, who's the fairest of them all? A critical content analysis on medical tourism, *Tourism Management Perspectives*, 24, 16-25.
- 51 Seuring S., Müller, M., Westhaus, M., & Morana, R. (2005), Conducting a literature review-the example of sustainability in supply chains. Trong *Research methodologies in supply chain management*, Physica-Verlag, Heidelberg.
- 52 Shilo, S., & Collins-Kreiner, N. (2019), Tourism, heritage and politics: Conflicts at the City of David, Jerusalem, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(6), 529-540.
- 53 Stasiak, A. (2013), Tourist product in experience economy, *Turyzm*, 23(1), 27-35.
- 54 Su, M. M., & Wall, G. (2011), Chinese research on world heritage tourism, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(1), 75-88.
- 55 Tchetchik, A., Fleischer, A., & Shoval, N. (2009), Segmentation of visitors to a heritage site using high-resolution time-space data, *Journal of Travel Research*, 48(2), 216-229.
- 56 Timothy, D. J. (2011), *Cultural heritage and tourism: An introduction*, Channel View, Bristol.
- 57 Timothy, D. J. (2014), Contemporary Cultural Heritage and Tourism: Development Issues and Emerging Trends, *Public Archaeology*, 13(1-3), 30-47.

- 58 Timonthy, D. J. (2018), Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study, *Tourism Management Perspectives*, 25, 177-180.
- 59 Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006), Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives, *Journal of heritage tourism*, 1(1), 1-16.
- 60 Trương Thị Thu Hà (2021), Tác động của tính chân thực đến chất lượng trải nghiệm du lịch và sự hài lòng của du khách–nghiên cứu trường hợp điểm đến Huế, *Tạp chí Khoa học – Đại học Huế: Kinh tế và phát triển*, 130(5C), 85-105.
- 61 UNESCO (2022), *World Heritage List Statistics*, Truy cập 02/02/2022 tại [<https://whc.unesco.org/en/list/stat/>].
- 62 Ung, A., & Vong, T. N. (2010), Tourist experience of heritage tourism in Macau SAR, China, *Journal of Heritage Tourism*, 5(2), 157-168.
- 63 UNWTO (2019), *UNWTO Tourism Definitions*, Truy cập 15/04/2022 tại [<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>].
- 64 Uriely, N., Israeli, A., & Reichel, A. (2003), Religious identity and residents' attitudes toward heritage tourism development: The case of Nazareth, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 27(1), 69-84.
- 65 van Rheenen, D., Cernaianu, S., & Sobry, C. (2017), Defining sport tourism: A content analysis of an evolving epistemology, *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 75-93.
- 66 Viglia, G., & Dolnicar, S. (2020), A review of experiments in tourism and hospitality, *Annals of Tourism Research*, 80, 102858.
- 67 Viện nghiên cứu và phát triển du lịch (2021), *Khai thác và quản lý giá trị di sản thích ứng trong xu hướng phát triển du lịch mới*, Truy cập 20/04/2022 tại [http://itdr.org.vn/ngghien_cuu/khai-thac-va-quan-ly-gia-tri-di-san-thich-ung-trong-xu-huong-phan-tien-du-lich-moi/].
- 68 Vong, L. T. N. (2015), The mediating role of place identity in the relationship between residents' perceptions of heritage tourism and place attachment: The Macau youth experience, *Journal of Heritage Tourism*, 10(4), 344-356.
- 69 Vong, L. T. N., & Ung, A. (2012), Exploring critical factors of Macau's heritage tourism: What heritage tourists are looking for when visiting the city's iconic heritage sites, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 231-245.
- 70 Wang, Y., Huang, S., & Kim, A. K. (2015), Toward a framework integrating authenticity and integrity in heritage tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 23(10), 1468-1481.

- 71 Willson, G. B., & McIntosh, A. J. (2007), Heritage buildings and tourism: An experiential view, *Journal of heritage tourism*, 2(2), 75-93.
- 72 Xiao, H., & Smith, S. L. (2006), The making of tourism research: Insights from a social sciences journal, *Annals of Tourism Research*, 33(2), 490-507.
- 73 Xie, P. F., Lee, M. Y., & Wong, J. W. C. (2020), Assessing community attitudes toward industrial heritage tourism development, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(3), 237-251.
- 74 Zhang, C. X., & Pearce, P. (2020), Feeling superior? National identity and humour in British castles, *Tourism Recreation Research*, 45(1), 30-41.