

Xu hướng phát triển “Ghost tourism”: Bài học kinh nghiệm đối với du lịch Việt Nam

Ghost tourism development trend: Lessons for Vietnam's tourism industry

Lê Thái Phương*
Le Thai Phuong*

Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, Đà Nẵng, Việt Nam
Da Nang Architecture University, Da Nang, 550000, Vietnam

(Ngày nhận bài: 02/05/2024, ngày phân biên xong: 18/07/2024, ngày chấp nhận đăng: 24/07/2024)

Tóm tắt

“Du lịch ma quỷ” (Ghost tourism) đã trở thành một xu hướng hấp dẫn, thu hút du khách bởi những câu chuyện siêu nhiên và mang đến trải nghiệm thú vị tại các địa điểm kỳ bí trên khắp thế giới. Với bề dày lịch sử và nền văn hóa phong phú, cùng vô số điểm đến tiềm năng cho Ghost tourism, Việt Nam có cơ hội đa dạng hóa sản phẩm du lịch và thu hút du khách tìm kiếm trải nghiệm loại hình du lịch này. Bằng phương pháp tổng hợp và phân tích dữ liệu thứ cấp, bài viết cung cấp cái nhìn toàn diện về thực trạng và triển vọng của loại hình du lịch này. Tác giả nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phát triển du lịch có trách nhiệm và bền vững, rút ra bài học từ kinh nghiệm toàn cầu nhằm bảo tồn văn hóa và mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương. Thông qua phân tích, bài viết trình bày kết quả nghiên cứu và đề xuất khuyến nghị cho các bên liên quan trong việc khám phá phân khúc Ghost tourism tại Việt Nam, đồng thời ưu tiên tính bền vững trong phát triển du lịch. Bằng cách phân tích tổng thể các yếu tố này, ngành du lịch Việt Nam có thể khai thác hiệu quả tiềm năng của Ghost tourism, đồng thời bảo tồn di sản văn hóa và đảm bảo phúc lợi cho cộng đồng địa phương.

Từ khóa: Du lịch đen tối; du lịch ma quỷ; khách du lịch.

Abstract

Ghost tourism has emerged as a captivating trend, drawing travelers with supernatural tales and thrilling experiences at haunted locations worldwide. With its rich history and vibrant culture, along with numerous potential destinations for Ghost tourism, Vietnam has the opportunity to diversify its tourism offerings and attract visitors seeking unique Ghost tourism experiences. By employing the method of synthesizing and analyzing secondary data, this article provides a comprehensive overview of the current state and future prospects of this type of tourism. The author emphasizes the importance of developing responsible and sustainable tourism, drawing lessons from global experiences to preserve culture and bring benefits to local communities. Through analysis, the article presents research findings and proposes recommendations for stakeholders in exploring the Ghost tourism segment in Vietnam, while prioritizing sustainability in tourism development. By comprehensively analyzing these factors, Vietnam's tourism industry can effectively tap into the potential of ghost tourism, while preserving cultural heritage and ensuring the well-being of local communities.

Keywords: Dark tourism; Ghost tourism; tourists.

*Tác giả liên hệ: Lê Thái Phương

Email: phuonlgt@dau.edu.vn

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh ngành du lịch thế giới ngày càng đa dạng và cạnh tranh, những hình thức du lịch mới lạ, độc đáo đang thu hút sự chú ý của du khách. Một trong số đó phải kể đến “du lịch ma quỷ” (Ghost tourism - GHT), một loại hình du lịch đặc biệt tập trung vào việc khám phá và trải nghiệm các địa điểm được cho là có liên quan đến thế giới siêu nhiên, hồn ma và những hiện tượng kỳ bí [1]. Thông qua việc tham quan các điểm đến như nghĩa trang, lâu đài cổ, nhà hoang, thị trấn ma..., GHT đáp ứng sự tò mò của du khách về thế giới tâm linh và mong muốn được “sợ hãi một cách an toàn” [2, 3].

Sức hấp dẫn của GHT không chỉ nằm ở cảm giác rùng rợn, mà còn ở cơ hội được khám phá góc khuất lịch sử và văn hóa địa phương qua lăng kính mới mẻ [4]. Loại hình này tạo ra nhiều tác động tích cực cho phát triển kinh tế-xã hội ở điểm đến như tạo thêm việc làm, gia tăng doanh thu, kéo dài thời gian lưu trú của khách, đặc biệt là góp phần gìn giữ và phát huy giá trị của các di sản vật thể và phi vật thể liên quan đến chủ đề tâm linh, huyền bí [2, 5, 6].

Tuy nhiên, phát triển GHT cũng tiềm ẩn những thách thức về đạo đức, sức khỏe tâm lý của du khách và sự chân thực của trải nghiệm [7, 8, 9]. Do đó, để đảm bảo tính bền vững, các bên liên quan cần có kế hoạch và chiến lược phát triển bài bản, hạn chế tác động tiêu cực, dựa trên nền tảng tôn trọng các giá trị văn hóa bản địa, tránh biến tướng, thương mại hóa thái quá [5, 10].

Việt Nam, với bề dày lịch sử và sự đa dạng trong tín ngưỡng, tâm linh, sở hữu nhiều “kho báu” tiềm năng để phát triển GHT như những câu chuyện dân gian ly kỳ, địa danh ám ảnh gắn với chiến tranh, thảm họa, hay các lễ hội tâm linh độc đáo. Tuy còn khá mới mẻ, nhưng GHT hoàn toàn có thể trở thành một hướng đi đầy triển vọng để làm phong phú thêm sản phẩm du lịch Việt Nam trong tương lai.

Bài viết đi sâu phân tích xu hướng phát triển, đặc điểm, tiềm năng của GHT trên thế giới, trên cơ sở tham khảo kinh nghiệm quốc tế đồng thời cân nhắc đến điều kiện thực tế của Việt Nam, từ đó rút ra những bài học và gợi ý cho ngành du lịch Việt Nam trong việc khai thác phân khúc thị trường này một cách hiệu quả và bền vững. Qua đó, hy vọng sẽ mở ra những hướng đi mới trong phát triển du lịch Việt Nam, vừa bảo tồn được các giá trị văn hóa truyền thống, vừa mang lại hiệu quả kinh tế và trải nghiệm thú vị cho du khách.

2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính với kỹ thuật tổng hợp và phân tích tài liệu thứ cấp. Cụ thể, quá trình nghiên cứu được tiến hành qua 2 bước sau.

Bước 1: Thu thập dữ liệu thứ cấp.

Tác giả tiến hành tìm kiếm và thu thập các tài liệu trên các nguồn dữ liệu gồm Google Scholar, Scopus, ResearchGate. Từ khóa chính được sử dụng để tìm kiếm bao gồm “ghost tourism”, “paranormal tourism”, “haunted tourism”, “dark tourism”. Kết quả tìm kiếm ban đầu thu được 38 tài liệu tiềm năng liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Một số tài liệu bị loại khỏi danh sách lựa chọn vì các lý do sau: (1) không truy cập được bản toàn văn của tài liệu (13 tài liệu); (2) tài liệu không đi sâu vào phân tích GHT mà chỉ đề cập một cách sơ lược trong bối cảnh du lịch nói chung (6 tài liệu); tài liệu xuất bản trên các nguồn không có uy tín học thuật như blog cá nhân, diễn đàn (7 tài liệu). Sau khi sàng lọc kỹ lưỡng, 12 tài liệu phù hợp nhất đã được chọn lọc để sử dụng làm cơ sở cho nghiên cứu, thêm vào đó là 4 bài viết trên các website và cổng thông tin (chi tiết được liệt kê trong phần Tài liệu tham khảo). Những tài liệu này cung cấp thông tin đa chiều và cập nhật về thực trạng, đặc điểm, xu hướng phát triển của GHT trên thế giới, tạo cơ sở lý thuyết quan trọng để tác giả phân tích, đánh

giá về tiềm năng và đề xuất giải pháp phát triển GHT bền vững ở Việt Nam.

Bước 2: Tổng hợp, phân tích.

Tác giả nghiên cứu kỹ nội dung các tài liệu thu thập được, lựa chọn những thông tin liên quan đến khái niệm, đặc điểm và phân loại của GHT; thực trạng phát triển GHT ở các quốc gia, khu vực trên thế giới; động lực tham gia và trải nghiệm của khách du lịch đối với GHT; rào cản và thách thức trong phát triển GHT. Tiêu chí để đánh giá tính hữu ích của thông tin dựa trên sự phù hợp với mục tiêu nghiên cứu của bài viết, tính cập nhật, xu hướng phổ biến và khả năng áp dụng, liên hệ với thực tiễn phát triển GHT tại Việt Nam. Các nội dung trọng tâm được rút ra, so sánh và đối chiếu để tìm ra xu hướng, đặc điểm chung, các bài học kinh nghiệm về phát triển GHT trên thế giới. Sau đó, tác giả tiến hành diễn giải, phân tích và đánh giá các nội dung đó một cách logic, khoa học, đan xen trích dẫn các nghiên cứu gốc tại những điểm quan trọng để làm rõ luận điểm và tăng độ tin cậy cho bài viết. Đặc biệt, trong phần bài học kinh nghiệm và đề xuất giải pháp cho GHT ở Việt Nam, tác giả vận dụng tư duy phản biện và sáng tạo để “địa phương hóa” những bài học phù hợp với điều kiện thực tiễn, bám sát vào thế mạnh và tiềm năng của du lịch Việt Nam.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Khái niệm và phân loại Ghost tourism

GHT là một hình thức du lịch đặc biệt, tập trung vào việc khám phá và trải nghiệm các địa điểm được cho là có liên quan đến thế giới siêu nhiên, hồn ma và những hiện tượng kỳ bí. GHT thể hiện mong muốn gặp gỡ hồn ma và sự quan tâm đến các yếu tố siêu nhiên thông qua việc tham quan những nơi gắn liền với thế giới tâm linh như nghĩa trang, nhà ma ám, lâu đài, và các thị trấn lịch sử [1]. GHT bao gồm các chuyến đi đến những địa điểm kết nối với thế giới siêu nhiên, bao gồm các chương trình du lịch ma

quái, chương trình du lịch phiêu lưu, hoặc “săn ma” [2]. Điều này cho thấy GHT không chỉ đơn thuần là tham quan, mà còn có sự tương tác và trải nghiệm trực tiếp với các yếu tố siêu nhiên. Trong nghiên cứu về GHT, Gentry (2007) áp dụng khái niệm “không gian không đồng nhất” (heterogeneous spaces) của Edensor (2000) để mô tả đặc điểm độc đáo của loại hình du lịch này. Theo đó, các điểm đến GHT thường là những không gian đa chức năng, nơi diễn ra nhiều hoạt động khác nhau và thu hút đa dạng các nhóm người tham gia. Đặc biệt, các hoạt động liên quan đến GHT ít bị giới hạn bởi ranh giới địa lý và văn hóa truyền thống, cho phép sự tương tác linh hoạt giữa du khách, cộng đồng địa phương và các yếu tố tâm linh hay huyền bí được gắn với địa điểm đó. Holloway (2010) mở rộng phạm vi của GHT, bao gồm bất kỳ hình thức giải trí hoặc du lịch nào liên quan đến việc gặp gỡ hoặc theo đuổi kiến thức về hồn ma hoặc nơi ám ảnh [4]. Điều này cho thấy GHT không chỉ giới hạn trong các chương trình du lịch truyền thống, mà còn có thể bao gồm các hoạt động và trải nghiệm khác nhau liên quan đến chủ đề này. Đáng chú ý, GHT đôi khi được xếp vào cùng nhóm với du lịch bóng tối (Dark tourism), đề cập đến du lịch liên quan đến các địa điểm gắn liền với cái chết và bi kịch trong lịch sử [6]. Sự tương đồng giữa hai loại hình du lịch này nằm ở việc khai thác các yếu tố u ám và siêu nhiên.

GHT thường được chia thành 3 loại hình chính là tham quan ma (Ghost tours), săn ma (Ghost hunting) và đi bộ tìm ma (Ghost walks) [3, 4, 5, 10]. Trong đó: (1) Tham quan ma là hoạt động tham quan có hướng dẫn, dẫn khách đến những địa điểm gắn với các câu chuyện ma quái. Hướng dẫn viên sẽ kể về các nhân vật ma và những hiện tượng kỳ lạ từng xảy ra để tạo không khí rùng rợn; (2) Săn ma là hoạt động sử dụng máy móc, thiết bị điện tử để cố gắng ghi lại các dấu hiệu của hồn ma như tiếng động, ánh sáng, nhiệt độ bất thường; (3) Đi bộ tìm ma thường

diễn ra vào buổi tối, kết hợp đi bộ tham quan các điểm ma quái với kể chuyện kinh dị và tương tác giữa hướng dẫn viên và du khách.

Như vậy, GHT là một hình thức du lịch đặc biệt, tập trung vào việc khám phá và trải nghiệm các yếu tố siêu nhiên, hồn ma và những địa điểm gắn liền với thế giới tâm linh. Loại hình du lịch này đáp ứng sự quan tâm của du khách đối với những điều bí ẩn và kỳ lạ, đồng thời mang đến những trải nghiệm độc đáo và mới lạ.

3.2. Xu hướng và thực trạng phát triển Ghost tourism trên thế giới

Trong những năm gần đây, GHT đã và đang trở thành một xu hướng nổi bật trong ngành công nghiệp du lịch toàn cầu. Nhiều điểm đến nổi tiếng trên thế giới gắn liền với loại hình du lịch này đã xuất hiện và thu hút một lượng lớn khách tham quan.

Tại Mỹ, các chương trình du lịch (Ghost tour) đặc biệt phát triển ở những thành phố như New Orleans, Savannah, Chicago, Salem, San Francisco, v.v... với lịch sử lâu đời và nhiều câu chuyện đô thị kỳ bí [2]. Thành phố Savannah (Georgia) còn được mệnh danh là “thủ đô ma quái của nước Mỹ” với hơn 50 điểm tham quan và chương trình du lịch ma ám nổi tiếng [5]. Ở châu Âu, đặc biệt là ở Anh, Scotland, Ireland v.v..., các lâu đài, dinh thự, nhà tù cổ đã trở thành những điểm đến hấp dẫn cho GHT. Bên cạnh đó, châu Âu còn có các chương trình du lịch tìm hiểu về quá khứ đen tối ở những thành phố từng chịu ảnh hưởng bởi dịch bệnh, chiến tranh, phát xít như London, Edinburgh, Berlin, Prague v.v...

Sự bùng nổ của các chương trình truyền hình, phim ảnh, văn học khai thác đề tài kinh dị, siêu nhiên cũng góp phần quan trọng thúc đẩy sự phát triển của GHT [2, 4]. Một trong những ví dụ nổi bật là thị trấn Burkittsville (Maryland, Hoa Kỳ), nơi đã trở nên nổi tiếng trên thế giới sau khi bộ phim “The Blair Witch Project” được phát hành vào năm 1999. Bộ phim tài liệu giả tưởng kể về

một nhóm sinh viên làm phim điều tra truyền thuyết về phù thủy Blair này được quay tại khu rừng rậm rạp của thị trấn. Mặc dù nội dung phim là hư cấu, Burkittsville vẫn nhận được sự yêu thích của khách du lịch và thúc đẩy những người hâm mộ háo hức khám phá khu rừng và ghé thăm những địa điểm xuất hiện trong phim [11]. Tương tự, thị trấn nhỏ Senoia (Georgia, Hoa Kỳ) đã trở thành trung tâm cho những người yêu thích phim kinh dị nhờ mối liên hệ với loạt phim truyền hình “The Walking Dead”. Bộ phim chủ đề zombie hậu tận thế này, ra mắt vào năm 2010, đã sử dụng Senoia làm bối cảnh cho nhiều cảnh quay. Người hâm mộ của chương trình có thể tham gia các chương trình du lịch có hướng dẫn tham quan thị trấn, ghé thăm những địa điểm nổi tiếng như Tòa thị chính Woodbury và khu vực Gin [12]. Thành phố Transylvania của Romania từ lâu đã được gắn liền với truyền thuyết về Dracula, nhờ vào cuốn tiểu thuyết năm 1897 của Bram Stoker. Tuy nhiên, sự nổi tiếng của thành phố này tăng vọt sau khi các bộ phim kinh dị “The Nun” (2018) và “Dracula Untold” (2014) được phát hành. Du khách có thể khám phá những lâu đài phong cách Gothic và những ngọn núi sương mù - những địa danh đã trở thành biểu tượng của ma cà rồng và các sinh vật siêu nhiên [13]. Sức hấp dẫn của các địa điểm quay phim kinh dị không chỉ giới hạn ở các thị trấn và làng mạc nhỏ. Khách sạn Stanley ở Estes Park (Colorado, Hoa Kỳ), nơi truyền cảm hứng cho “The Shining” của Stephen King, đã trở thành một điểm đến phổ biến cho những người hâm mộ phim kinh dị. Du khách có thể ở trong căn phòng số 217 nổi tiếng mà chính King từng ở và tham gia các chương trình tham quan những hành lang ám ảnh trong khách sạn [14].

Bên cạnh đó, nhu cầu tìm kiếm những trải nghiệm mới lạ, độc đáo của du khách, đặc biệt là giới trẻ cũng là yếu tố quan trọng thúc đẩy sự phát triển của GHT. Nghiên cứu của Pharino et al. (2018) cho thấy ngày càng đông khách du

lich, đặc biệt là nhóm “Millennial”, tìm đến các điểm du lịch huyền bí siêu nhiên (paranormal) với mong muốn được “sợ hãi trong an toàn”, khám phá những điều huyền bí và có những trải nghiệm đáng nhớ [7].

Nhìn chung, GHT đã mang lại những tác động tích cực đáng kể cho phát triển du lịch tại nhiều điểm đến. GHT tạo thêm việc làm cho người dân địa phương [6], đa dạng hóa sản phẩm du lịch, kéo dài thời gian lưu trú và chi tiêu của du khách [2, 5]. Đặc biệt, GHT còn giúp bảo tồn và phát huy giá trị của các di sản văn hóa, lịch sử gắn với câu chuyện huyền bí, ma quái [6]. Tuy nhiên, để GHT phát triển một cách bền vững, cần sự quản lý và kiểm soát chặt chẽ từ chính quyền và cộng đồng địa phương, tránh làm méo mó lịch sử và ảnh hưởng đến đời sống tín ngưỡng của người dân [4].

3.3. Động lực và trải nghiệm của khách du lịch đối với Ghost tourism

Một trong những vấn đề thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu là động lực thúc đẩy khách du lịch tham gia vào các hoạt động GHT. Sự tò mò, niềm đam mê với những câu chuyện rùng rợn, ma quái là một trong những yếu tố quan trọng nhất thôi thúc du khách trải nghiệm loại hình du lịch này [2, 3]. Nhiều người tham gia GHT để tìm kiếm cảm giác hồi hộp, “sợ hãi trong an toàn”, thỏa mãn sự kích thích và khám phá những điều huyền bí. Đối với họ, GHT mang đến một cảm giác phấn khích đặc biệt, khác hẳn với các hoạt động du lịch thông thường.

Ngoài ra, tìm hiểu về quá khứ và văn hóa địa phương thông qua các câu chuyện kỳ bí cũng là động lực của nhiều du khách khi tham gia GHT. Holloway (2010) nhận định rằng, mặc dù các câu chuyện kể có thể mang tính giải trí nhiều hơn là sự thật lịch sử, nhưng chúng cũng cho phép du khách tiếp cận với bối cảnh văn hóa xã hội của địa phương ở một khía cạnh mới mẻ, hấp dẫn hơn [4]. Do đó, nhiều du khách xem GHT như

một cách độc đáo để khám phá “linh hồn” và chiều sâu của điểm đến.

Về trải nghiệm của du khách, các nghiên cứu cho thấy không khí đặc trưng của GHT đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên sự rùng rợn và thu hút du khách. Theo Holloway (2010), bóng tối, những âm thanh kỳ lạ và lời kể chuyện của hướng dẫn viên là những yếu tố không thể thiếu để gia tăng cảm giác ghê rợn, hồi hộp cho du khách trong suốt hành trình [4]. Nghiên cứu của Gentry (2007) tại Savannah (Mỹ) cũng cho thấy, việc chương trình du lịch diễn ra vào ban đêm, đi qua những con hẻm tối hay nghĩa trang cổ càng làm tăng thêm không khí ám ảnh và ma mị [5].

Tuy nhiên, trải nghiệm GHT không chỉ dừng lại ở cảm giác sợ hãi, sự tương tác giữa hướng dẫn viên và du khách, không gian để mọi người cùng nhau chia sẻ câu chuyện là yếu tố quan trọng góp phần tạo nên sự thích thú và hài lòng của du khách [5, 10]. Nhiều du khách đánh giá cao kiến thức và kỹ năng kể chuyện của hướng dẫn viên. Bên cạnh đó, một số chương trình du lịch còn có sự tương tác của chính những người dân địa phương, như việc họ xuất hiện và kể thêm các câu chuyện kinh dị, góp phần làm cho trải nghiệm của du khách trở nên chân thực và đáng nhớ hơn.

Như vậy, với việc đáp ứng được những mong muốn về cảm xúc mạnh, sự kích thích và khám phá tri thức mới của du khách, đồng thời mang đến những trải nghiệm độc đáo khó quên, không khó hiểu khi GHT đang dần trở thành một xu hướng được ưa chuộng trên toàn cầu. Việc tìm hiểu sâu hơn về hành vi và nhu cầu của khách du lịch sẽ giúp các điểm đến hoàn thiện sản phẩm GHT, mang đến những chương trình du lịch hấp dẫn và chất lượng nhất.

3.4. Rào cản trong phát triển Ghost tourism

Mặc dù GHT đang nổi lên như một xu hướng mới và nhiều quốc gia đã thành công trong việc biến các địa điểm “ma ám” trở thành những điểm

đến hấp dẫn, thu hút đông đảo khách du lịch, song việc phát triển loại hình này cũng đối mặt với không ít rào cản và thách thức.

Rào cản lớn nhất có lẽ nằm ở nhận thức và thái độ của xã hội đối với các hiện tượng huyền bí, siêu nhiên. Trong bối cảnh của một nền kinh tế tri thức và cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, con người ngày càng có xu hướng tin vào khoa học và đặt dấu hỏi về sự tồn tại của những thế lực siêu nhiên. Nhiều người cho rằng, GHT chỉ dựa trên sự mê tín và không có cơ sở khoa học [15]. Thậm chí, một bộ phận khách du lịch còn tỏ ra hoài nghi, cho rằng đây chỉ là chiêu trò nhằm thu hút sự chú ý và kiếm tiền của các doanh nghiệp [8]. Sự phủ định này dẫn đến việc GHT chưa thực sự được xem như một sản phẩm du lịch chính thống và còn thiếu sự đầu tư bài bản từ các bên liên quan.

Bên cạnh đó, những băn khoăn về đạo đức và tôn giáo cũng có thể cản trở sự phát triển của GHT. Nhiều tôn giáo và nền văn hóa xem việc làm phiền người đã khuất, khai thác nỗi đau và bi kịch của họ cho mục đích thương mại là điều tối kỵ, thậm chí là tội lỗi [7]. Việc trưng bày hình ảnh, di vật liên quan đến cái chết trong các bảo tàng, đền tưởng niệm có thể vấp phải sự phản đối vì một bộ phận người dân cho rằng điều này không phù hợp với thuần phong mỹ tục của dân tộc, gây tổn thương cho thân nhân của các nạn nhân. Do đó, để phát triển GHT, các quốc gia cần phải cân nhắc kỹ lưỡng, tìm ra tiếng nói chung giữa tôn trọng người đã mất với việc đáp ứng nhu cầu của du khách và phát huy giá trị của di sản.

Những vấn đề liên quan đến an ninh, an toàn và sức khỏe của du khách cũng được xem là “rào cản vô hình” đối với GHT. Một số điểm tham quan nổi tiếng về ma quỷ nằm trong các khu vực thường xuyên xảy ra tội phạm hoặc có địa hình hiểm trở, dễ gây tai nạn cho du khách, đặc biệt là khi tham gia các GHT vào ban đêm [5]. Điều này không chỉ tiềm ẩn nguy cơ đối với tính mạng

và sức khỏe của du khách, mà còn có thể ảnh hưởng tiêu cực đến uy tín và sự phát triển bền vững của điểm đến du lịch. Mặt khác, một số nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, việc tiếp xúc và trải nghiệm quá nhiều với các yếu tố rùng rợn, chết chóc có thể gây ra những tác động tiêu cực đến tâm lý của du khách, thậm chí dẫn đến ám ảnh, hoảng loạn [9]. Vì vậy, các doanh nghiệp khai thác GHT cần có biện pháp đảm bảo an toàn, sức khỏe và tinh thần cho du khách, đồng thời sàng lọc kỹ lưỡng để ngăn chặn những cá nhân có vấn đề về thần kinh tham gia.

Sự hạn chế trong năng lực quản lý và phát triển sản phẩm GHT, đặc biệt tại các nước đang phát triển cũng đang là một rào cản đáng kể [10]. GHT là một lĩnh vực còn khá mới mẻ, đòi hỏi sự am hiểu sâu về văn hóa địa phương, kỹ năng dẫn chuyện và tạo không khí của hướng dẫn viên [1]. Tuy nhiên, hiện nay các chương trình đào tạo nhân lực chuyên sâu về GHT còn rất hạn chế. Nhiều địa phương triển khai GHT một cách tự phát, thiếu bài bản và chuyên nghiệp, ảnh hưởng đến chất lượng trải nghiệm của du khách, thậm chí gây phản cảm. Thêm vào đó, sự kết nối và hợp tác giữa các bên liên quan như chính quyền, doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, hướng dẫn viên còn lỏng lẻo, thiếu đồng bộ cũng là vấn đề cần khắc phục để GHT phát triển [7].

Sự cạnh tranh khốc liệt giữa các điểm đến trong việc trở thành “kinh đô ma quỷ” cũng có thể coi là một thách thức cho GHT. Khi loại hình này ngày càng trở nên phổ biến, nhiều địa phương đã đua nhau khai thác và mở rộng quy mô các chương trình du lịch ma quái, dẫn đến tình trạng nguồn tài nguyên bị khai thác quá mức, trùng lặp ý tưởng, gây nhầm chán cho khách du lịch [1]. Sự xuống cấp của các điểm GHT nếu không có chiến lược bảo tồn và đầu tư cũng là một thách thức không nhỏ. Những đồn đoán về sự xuất hiện của hồn ma thường gắn với những công trình cổ xưa có kiến trúc độc đáo. Tuy nhiên, nhiều trong số đó đang xuống cấp

nghiêm trọng do thiếu kinh phí tu sửa, bảo trì. Nếu không có kế hoạch để bảo vệ và phát huy những giá trị này, việc biến chúng trở thành điểm GHT sẽ rất khó khăn. Chính quyền và các bên liên quan cần chung tay gìn giữ và tôn tạo các địa điểm này, đồng thời mạnh dạn đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, dịch vụ xung quanh để nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, hướng đến sự phát triển bền vững.

Tóm lại, sự phát triển của GHT đang phải đối mặt với không ít rào cản, cả về nhận thức, năng lực quản lý và điều kiện kinh tế - xã hội. Việc nhìn nhận và tháo gỡ những rào cản này đòi hỏi sự nỗ lực và phối hợp đồng bộ của các bên liên quan, bao gồm nhà nước, doanh nghiệp, người dân địa phương và du khách. Chỉ khi vượt qua được những thách thức, GHT mới có thể phát triển lâu dài và bền vững, trở thành một sản phẩm du lịch độc đáo, góp phần tạo ra nhiều giá trị tích cực cho điểm đến và cộng đồng.

4. Khuyến nghị một số giải pháp phát triển Ghost tourism bền vững tại Việt Nam

Việt Nam là một quốc gia sở hữu nền văn hóa phong phú và đa dạng, với vô số câu chuyện dân gian, truyền thuyết huyền bí và di tích lịch sử ám ảnh. Từ những lâu đài thời Pháp thuộc đến các địa danh gắn với các sự kiện bi thảm trong chiến tranh, từ những ngôi làng cổ nổi tiếng với những câu chuyện ma quái đến các lễ hội tâm linh độc đáo, Việt Nam hoàn toàn có đủ tiềm năng để phát triển GHT trở thành một sản phẩm du lịch hấp dẫn. Theo Linh Nguyễn (2020), Việt Nam có 9 địa danh chỉ nghe tên thôi đã sợ, bao gồm: nhà tù Hỏa Lò, nhà tù Côn Đảo, khu vườn đầu người, trại giam Chí Hòa, nhà 300 Kim Mã, biệt thự ma Đà Lạt, “xoáy nước nuốt người”, bể xương chùa Thầy, biệt thự nhà họ Hứa [16]. Đây là những tín hiệu cho thấy GHT hoàn toàn có thể trở thành một sản phẩm thu hút du khách nếu được đầu tư và phát triển bài bản. GHT tại Việt Nam đã được giới thiệu và bán bởi một số đơn vị trên các đại

lý du lịch trực tuyến (Viator, Tripadvisor, Klook, Traveloka, v.v...) và nhận được sự phản hồi tích cực của du khách [17]. Tuy nhiên, GHT vẫn mang tính chất tự phát và thiếu tính hệ thống. Bên cạnh đó, Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 được Thủ tướng chính phủ ban hành ngày 13/6/2024 không đề cập đến GHT [18], cho thấy loại hình du lịch này chưa được công nhận chính thức. Như vậy, việc phát triển GHT có thể gặp nhiều rào cản về mặt quy định và thủ tục do thiếu hướng dẫn cụ thể từ cơ quan quản lý.

Kinh nghiệm phát triển GHT của các quốc gia trên thế giới cho thấy, để phát triển loại hình du lịch này một cách bền vững và có trách nhiệm, cần chú trọng một số nguyên tắc:

(1) Cần có sự quản lý và kiểm soát chặt chẽ các hoạt động liên quan đến GHT từ chính quyền và cộng đồng địa phương để tránh làm méo mó lịch sử và ảnh hưởng đến đời sống tín ngưỡng của người dân [10].

(2) Việc phát triển GHT cần xuất phát từ nền tảng tôn trọng và bảo tồn các giá trị văn hóa, tín ngưỡng bản địa. Cần tránh việc thương mại hóa quá mức hay làm sai lệch, méo mó các câu chuyện, biến các linh hồn thành trò giải trí [1]. Thay vào đó, việc kể chuyện cần trung thực, tôn trọng lịch sử và những nỗi đau trong quá khứ.

(3) Cần chủ động xây dựng câu chuyện, tạo dựng bối cảnh và không gian để biến các điểm “ma ám” thành các sản phẩm du lịch độc đáo. Kết hợp trưng bày các câu chuyện lịch sử sẽ giúp khơi gợi trí tưởng tượng của du khách [4].

(4) Phát triển nguồn nhân lực chuyên nghiệp, am hiểu về lịch sử địa phương và có kỹ năng kể chuyện hấp dẫn là yếu tố then chốt [4].

(5) Nâng cao nhận thức của cộng đồng địa phương về giá trị của GHT, tạo điều kiện để họ tham gia vào các hoạt động du lịch, chia sẻ câu chuyện và hưởng lợi từ phát triển du lịch [10].

(6) Đảm bảo tính cộng đồng và trách nhiệm trong bảo vệ môi trường [6]. Cần có phương án giới hạn lượng khách hợp lý, quy hoạch không gian cho khách và khu dân cư riêng biệt.

Như vậy, để xây dựng GHT trở thành một sản phẩm du lịch chất lượng và bền vững, Việt Nam cần học hỏi kinh nghiệm của thế giới và xây dựng các giải pháp phù hợp với bối cảnh văn hóa, xã hội trong nước.

Thứ nhất, Việt Nam cần xây dựng một chiến lược tổng thể để phát triển GHT một cách bài bản và khoa học. Các sản phẩm GHT cần được quy hoạch dựa trên các giá trị văn hóa, lịch sử độc đáo của từng địa phương, tránh đơn điệu và nhàm chán. Bên cạnh việc khai thác các điểm đến ma quái nổi tiếng, cần phát hiện và phát triển thêm nhiều điểm đến tiềm năng khác trên khắp cả nước.

Thứ hai, việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho GHT là hết sức quan trọng. Việt Nam cần đào tạo đội ngũ thuyết minh viên chuyên nghiệp, đủ kiến thức về lịch sử địa phương và kỹ năng kể chuyện hấp dẫn. Các thuyết minh viên cũng cần được trang bị tâm lý, ứng xử phù hợp để vừa đem đến cho du khách cảm giác rùng rợn, vừa đảm bảo không khí vui vẻ và tích cực. Ngoài ra, cần nâng cao nhận thức của cộng đồng địa phương về giá trị của GHT, tạo điều kiện để họ tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch, chia sẻ câu chuyện và hưởng lợi từ việc phát triển du lịch.

Thứ ba, các hoạt động xúc tiến, quảng bá cho GHT ở Việt Nam cần táo bạo và sáng tạo hơn. Ngoài việc phối hợp với báo chí, truyền thông, cần tăng cường sử dụng các công cụ truyền thông kỹ thuật số như mạng xã hội, ứng dụng di động để tiếp cận đối tượng khách trẻ. Việc tổ chức các sự kiện, lễ hội gắn với chủ đề ma quỷ, tâm linh như Halloween, Tết Trung nguyên, v.v... cũng là cách hiệu quả để quảng bá hình ảnh của các điểm đến GHT.

Cuối cùng, công tác bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa trong phát triển GHT cần được coi trọng. Các điểm đến, di tích liên quan đến GHT cần được tu bổ, tôn tạo lại nhưng vẫn giữ được nét đẹp cổ kính, huyền bí vốn có. Cộng đồng địa phương cần được tham gia tích cực vào quá trình phát triển du lịch, không chỉ với tư cách người cung cấp dịch vụ mà còn là người gìn giữ, bảo vệ các giá trị của địa phương.

Nhìn chung, để đưa GHT trở thành một sản phẩm du lịch chất lượng và bền vững, Việt Nam cần có chiến lược phát triển bài bản, khai thác tiềm năng sẵn có một cách khoa học, kết hợp nhiều giải pháp từ quản lý, xây dựng sản phẩm, đào tạo nhân lực, quảng bá đến bảo vệ môi trường và phát huy vai trò của cộng đồng. Việc phát triển loại hình du lịch này cũng cần được đặt trong mối quan hệ tổng thể, hài hòa với các loại hình du lịch khác, tránh dựa dẫm vào các yếu tố rùng rợn để câu khách mà bỏ quên các giá trị cao đẹp khác. Kinh nghiệm của các nước cho thấy, GHT phát triển đúng hướng sẽ là một cơ hội tuyệt vời để quảng bá văn hóa, tạo việc làm và thu hút khách du lịch đến các điểm đến mới. Hy vọng trong tương lai không xa, Việt Nam sẽ trở thành một điểm đến hấp dẫn trên bản đồ GHT thế giới, góp phần làm phong phú thêm trải nghiệm cho du khách trong và ngoài nước.

5. Kết luận

Với sức hấp dẫn từ các câu chuyện rùng rợn và trải nghiệm độc đáo, GHT đã và đang thu hút du khách, đặc biệt là giới trẻ tìm kiếm cảm giác mạnh. Nhiều quốc gia đã khai thác những địa điểm nổi tiếng với truyền thuyết ma quỷ thành điểm đến hấp dẫn như một cách để đa dạng hóa sản phẩm du lịch, kéo dài thời gian lưu trú và tăng mức chi tiêu của khách. Tuy nhiên, cũng cần nhìn nhận rằng hiện tại các số liệu thống kê cụ thể về quy mô thị trường GHT trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng vẫn còn hạn chế. Điều này một phần do GHT là loại hình du

lich tương đối mới, chưa nhận được nhiều sự quan tâm nghiên cứu một cách hệ thống. Mặc dù vậy, xu hướng phát triển của GHT trên thế giới và sức hút ngày càng gia tăng của nó đối với du khách là điều không thể phủ nhận. Trong bối cảnh đó, Việt Nam hoàn toàn có cơ sở để kỳ vọng vào sự phát triển của GHT trong tương lai.

Với lợi thế sẵn có từ một kho tàng các câu chuyện dân gian ly kỳ, di tích lịch sử ám ảnh và nền tảng văn hóa tâm linh phong phú, GHT được dự báo sẽ trở thành một mảng sản phẩm du lịch đầy tiềm năng của Việt Nam. Nếu biết trau dồi và tạo dựng các sản phẩm mang tính đặc thù, gắn liền với các giá trị văn hóa địa phương, chắc chắn chúng ta có thể xây dựng được những điểm đến GHT hấp dẫn, có khả năng cạnh tranh cao trên trường quốc tế.

Bên cạnh những lợi thế, quá trình phát triển GHT ở Việt Nam cũng sẽ phải đối mặt với không ít thách thức. Rào cản từ nhận thức xã hội, mâu thuẫn tôn giáo - đạo đức, hạn chế trong năng lực quản lý và định hướng phát triển sản phẩm đều là những vấn đề cần khắc phục. Chìa khóa cho sự thành công của GHT tại Việt Nam chính là xây dựng được chiến lược phát triển bài bản, khoa học, biến những câu chuyện huyền bí trở thành sản phẩm du lịch văn hóa đặc sắc chứ không chỉ đơn thuần khai thác yếu tố rùng rợn, giật gân. Song song với việc xây dựng sản phẩm, vấn đề quản lý và bảo tồn cũng đóng vai trò then chốt để đảm bảo sự phát triển bền vững của GHT. Cần xây dựng hành lang pháp lý đủ mạnh để quản lý và kiểm soát hoạt động GHT, tránh để xảy ra những biến tướng mang tính tiêu cực, ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến. Việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, tôn trọng không gian tâm linh của cộng đồng là những nguyên tắc quan trọng cần được đặt lên hàng đầu.

Cuối cùng, để có cái nhìn bao quát và toàn diện hơn về triển vọng của GHT tại Việt Nam, rất cần có thêm các nghiên cứu khoa học chuyên

sâu về chủ đề này trong tương lai. Việc tiến hành điều tra, khảo sát thị trường một cách hệ thống để thu thập, thống kê số liệu cụ thể về lượng khách tham gia GHT, nhu cầu và hành vi của họ sẽ tạo nền tảng quan trọng để các nhà hoạch định chính sách, các doanh nghiệp và các bên liên quan có căn cứ xây dựng và điều chỉnh chiến lược phát triển GHT phù hợp và hiệu quả hơn.

Tài liệu tham khảo

- [1] Garcia, B. R. (2012). "Management issues in dark tourism attractions: The case of ghost tours in Edinburgh and Toledo". *Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research*, 4(1), 14–19.
- [2] Dancausa, G., Hernández, R. D., Pérez, L. M. (2023). "Motivations and constraints for the ghost tourism: A case study in Spain". *An Interdisciplinary Journal*, 45(2), 156-177. DOI: 10.1080/01490400.2020.1805655.
- [3] Gentry, G. W. (2020). "Walking with the Dead: The Place of Ghost Walk Tourism in Savannah, Georgia". *Southeastern Geographer*, 47(2), 222–238. DOI: 10.1353/sgo.2007.0023.
- [4] Holloway, J. (2010). "Legend-tripping in spooky spaces: Ghost tourism and infrastructures of enchantment". *Environment and Planning D: Society and Space*, 28(4), 618–637. DOI: 10.1068/d9909.
- [5] Cornell, D. A. V., Tugade, L. O., and Perez, A. J. (2019). "The Bright Side of Dark Tourism in Baguio City: Understanding its Impact to the Stakeholders". *Journal of Tourism & Development*, 31, 61-76.
- [6] Lee, Y. J. (2021). "Tourist behavioural intentions in ghost tourism: The case of Taiwan". *International Journal of Tourism Research*, 23(5), 958-970. DOI: 10.1002/jtr.2456.
- [7] Krisjanous, J., and Carruthers, J. (2018). "Walking on the light side: Investigating the world of ghost tour operators and entrepreneurial marketing". *Qualitative Market Research: An International Journal*, 21(2), 232–252. DOI: 10.1108/QMR-12-2016-0123.
- [8] Strielkowski, W. (2013). "Mystery and thriller tourism: Novel solutions for European cities". *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 61(3), 277-287.
- [9]] ABC News. (2016). *Residents of Georgia Town Where 'The Walking Dead' Is Filmed Aren't All Happy*. Truy cập ngày 22/2/2024, từ <https://abcnews.go.com/Entertainment/residents-georgia-town-walking-dead-filmed-arent-happy/story?id=37620545>.
- [10] Anh Tuấn. (2021). *Khám phá Romania, nghe những câu chuyện huyền thoại về Bá tước Dracula*. Truy

- cập ngày 22/2/2024, từ <https://vov2.vov.vn/van-hoa-giai-tri/kham-pha-romania-nghe-nhung-cau-chuyen-huyen-thoi-ve-ba-tuoc-dracula-26669.vov2>.
- [11] Darian Lusk. (2014). *A visit to the historic hotel that spawned "The Shining"*. Truy cập ngày 22/2/2024, từ <https://www.cbsnews.com/news/the-stanley-hotel-a-visit-to-the-historic-hotel-that-inspired-the-shining/>.
- [12] Pharino, C., Pearce, P., and Pryce, J. (2018). "Paranormal tourism: Assessing tourists' onsite experiences". *Tourism Management Perspectives*, 28, 20–28. DOI: 10.1016/j.tmp.2018.06.0.
- [13] Rittichainuwat, B. (2011). "Ghosts: A travel barrier to tourism recovery". *Annals of Tourism Research*, 38(2), 437–459. DOI: 10.1016/j.annals.2010.10.001.
- [14] Singleton, A. (2017). "The summer of the Spirits: Spiritual tourism to America's foremost village of spirit mediums". *Annals of Tourism Research*, 67, 48–57. DOI: 10.1016/j.annals. 2017.08.002.
- [15] Stone, P., and Sharpley, R. (2008). "Consuming dark tourism: A thanatological perspective". *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574–595. DOI: 10.1016/j.annals.2008.02.003.
- [16] Linh Nguyễn. (2020). *9 địa điểm "rùng rợn" nhất Việt Nam*. Truy cập ngày 22/2/2024, từ <https://kienthuc.net.vn/kho-tri-thuc/9-dia-diem-rung-ron-nhat-viet-nam-1397583.html>.
- [17] Crazy Tour. (2017). *Saigon tour Ghost beliefs tour, Chinatown sightseeing by scooter*. Truy cập ngày 22/2/2024, từ https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g293925-d15126661-Saigon_tour_Ghost_beliefs_tour_Chinatown_sightseeing_by_scooter-Ho_Chi_Minh_City.html.
- [18] Thủ tướng Chính phủ. (2024). Quyết định số 509/2024/QĐ-TTg *Phê duyệt Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045*.