

## DU LỊCH ẢO QUA MÔN HỌC: THỬ NGHIỆM HỮU ÍCH CỦA SINH VIÊN NGÀNH VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

VIRTUAL TOUR: USEFUL TESTING OF STUDENTS OF VIETNAMESE STUDIES (CULTURAL TOURISM)

*Trần Thị Mai An*

*Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng*

### TÓM TẮT

Du lịch ảo là một khái niệm chỉ du lịch hư cấu xuất hiện trong những năm gần đây, thể hiện một hoạt động giữa thư giãn và du lịch tại nhà, mang tính chủ động cao từ phía người có nhu cầu. Đối với sinh viên ngành Việt Nam học, văn hóa du lịch, trường Đại học Sư phạm Đà Nẵng, hình thức du lịch ảo đã được sinh viên tiếp cận thông qua các hình thức tạo “sản phẩm du lịch” do chính các bạn sáng tạo ra như làm tờ rơi, dựng phim ngắn ... Bài viết này nhấn mạnh đến các trải nghiệm thú vị mà các sinh viên có được trong quá trình tạo dựng sản phẩm, một hình thức du lịch ảo mới mẻ, được thực hành thông qua môn học.

**Từ khóa:** du lịch; Việt Nam học; sản phẩm du lịch; hư cấu; thư giãn

### ABSTRACT

Virtual Tour is a form of fictitious travel appearing in recent years, it shows a relationship between the leisure and tourism at home, the initiative of the tourists. Students who are studying the branch of Vietnamese Studies (Culture – Tourism) at Da Nang University of Education approach this form with creating “tourism products” such as leaflets, short film, clip... This paper emphasizes the enjoyable practical experiences which students achieved while creating their products, a new form of tourism and the way of practice through this subject.

**Từ khóa:** tourism; Vietnamese Studies; tourism products; fictitious; leisure

### 1. Đặt vấn đề

Việt Nam học (Vietnamology) hay nghiên cứu Việt Nam (Vietnamese Studies) là khoa học liên ngành nghiên cứu về đất nước, con người Việt Nam dựa trên những yếu tố của từng chuyên ngành như địa lý, lịch sử, ngôn ngữ, văn hóa, tâm lý, phong tục tập quán, kinh tế, xã hội... Mục đích của việc trải nghiệm các đối tượng nghiên cứu của ngành như vậy là nhằm đem lại những hiểu biết toàn diện về đất nước và con người Việt Nam, phục vụ cho sự nghiệp xây dựng tổ quốc, tăng cường khả năng giao lưu và hội nhập quốc tế trong xu thế toàn cầu hóa.

Ngành Việt Nam học, chuyên ngành Văn hóa du lịch thuộc trường Đại học Sư phạm Đà Nẵng là một trong những ngành đào tạo đang có nhiều sức hút với các bạn sinh viên trong những năm gần đây. Với sự phân cấp hợp lý các môn học từ kiến thức đại cương, cơ sở, đến chuyên ngành; sinh viên đã được trang bị nhiều kiến thức tổng hợp và chuyên sâu về lĩnh vực văn hóa du lịch. Sự trải nghiệm thú vị của sinh viên trong việc tìm hiểu đất nước, con

người của chính dân tộc mình, hay của các dân tộc thiểu số khác ở Việt Nam qua các môn học là một trong những dấu ấn đậm nét nhất của ngành; trong đó hình thức “*du lịch ảo*” qua môn *Quản trị kinh doanh lễ hành* là hình thức mới lạ, mang lại nhiều hữu ích cho người học.

Du lịch ảo là một khái niệm chỉ du lịch hư cấu, xuất hiện trong những năm gần đây. Trong hành trình của du lịch ảo, du khách có thể không cần bước ra khỏi cửa, mà chỉ cần ngồi trước máy tính, bấm chuột là có thể được đi du lịch vòng quanh thế giới. Trong du lịch ảo, du khách cũng có thể thưởng thức các cảnh đẹp dưới mọi góc độ, ngoài ra còn có thể bấm chuột để chụp ảnh trước danh lam thắng cảnh. Điều đặc biệt là cả quá trình này không phải mất tiền. Đây là một hoạt động giữa thư giãn và du lịch tại nhà, mang tính chủ động mạnh từ phía người có nhu cầu.

Thực tế cho thấy, so với các nhu cầu du lịch trong thời đại hiện nay, nhu cầu “*du lịch ảo*” đang là một xu thế được không ít các nhóm thành phần người trong xã hội lựa chọn. Đánh chữ

“Virtuar Tour” - du lịch ảo - trên hệ thống tìm kiếm của Google, kết quả có đến 228.000.000 thông tin đề cập đến khái niệm này, trong đó có không ít các địa chỉ đã trở thành thương hiệu của việc đi du lịch ảo trên mạng như India VR tours.com; 360Cities.net; Arounder.com; và Panedia.com.... Theo sự thống kê được thực hiện bởi một tổ chức phi chính phủ (NGO) cho biết, ở Mỹ, có đến 45% số người trưởng thành sử dụng internet đã từng sử dụng dịch vụ chức năng du lịch ảo này, trong đó trang web secondlife.com ở đây thu hút từ 4-5 triệu lượt truy cập [4].

## 2. Du lịch ảo qua môn học, những trải nghiệm thú vị

Trong khung chương trình đào tạo của ngành Việt Nam học ở trường Đại học Sư phạm Đà Nẵng, ở khối kiến thức chuyên ngành, các môn học luôn bám sát với nội dung ngành Việt Nam học - văn hóa du lịch. Môn học Quản trị kinh doanh lễ hành là một trong những môn thường được dạy cho sinh viên năm 3, cung cấp những kiến thức cơ bản về quản trị kinh tế du lịch. Nhìn chung, kinh doanh lễ hành được hiểu một cách đơn giản là các hoạt động tổ chức sản xuất, bán và thực hiện chương trình du lịch cho du khách. Đối với các nhà kinh doanh lễ hành, hình thức du lịch ảo được nhìn nhận như một công cụ quảng cáo thông qua việc quảng bá các tour du lịch trên các phương tiện quảng cáo để thăm dò nhu cầu, xác định mục tiêu và khai thác nguồn khách. Đối với sinh viên, khi tiếp cận với môn học này, họ được đóng vai là các nhà kinh doanh lễ hành, đang điều phối sản xuất tour du lịch, đồng thời cũng là các du khách đang thực hiện các chuyến du lịch của mình. Bản chất và vai trò của du lịch ảo trong môn học này chính là sự khơi tạo những ý tưởng độc đáo, có tính thực tế của người học qua việc hình thành các chương trình du lịch, hiểu và nắm bắt được với các nhu cầu du lịch của các thành phần du khách trong xã hội.

Trong cơ cấu môn học, không như ngành Quản trị du lịch, hay Kinh tế du lịch khai thác yếu tố quản trị kinh doanh lễ hành thiên về việc thử tạo lập một công ty, hay thực hiện các bài tập tính toán xác định giá thành tổ chức và giá thành bán của các

chương trình du lịch; ngành Việt Nam học khai thác tính chất môn học qua việc đi sát với tính chuyên sâu của mảng văn hóa du lịch, giúp sinh viên bước đầu làm quen với các thao tác tiếp cận thị trường, hình thành ý tưởng xây dựng các chương trình du lịch hợp lý. Kết quả các hoạt động của môn học là việc cho ra đời các “sản phẩm du lịch” rất phong phú và đa dạng, được trình bày dưới nhiều hình thức quảng bá khác nhau như phát tờ rơi, dựng phim ngắn, làm video clip, tổ chức gặp mặt giới thiệu.... Hầu hết các bạn sinh viên đều thích thú và tìm thấy được những trải nghiệm thú vị khi tự mình “sản xuất” các tour du lịch và “được đi du lịch” thông qua các sản phẩm của mình. Trần Thị Ngọc Oanh, sinh viên đã ra trường, 24 tuổi, trưởng nhóm làm phim giới thiệu về “tour du lịch tâm linh” ở Đà Nẵng chia sẻ: “Đây thật sự là một hoạt động đem lại nhiều điều mới mẻ cho môn học. Chúng em đã bước đầu làm quen với việc viết kịch bản, tìm hiểu về kỹ thuật dựng phim, thực hành việc thuyết minh phim tại hiện trường, các hoạt động ấy để lại nhiều kỷ niệm đáng nhớ trong môn học này”.

Huỳnh Lê Đức Hợp, 24 tuổi, sinh viên đã ra trường, trưởng nhóm làm clip tour du lịch “Một ngày với nàng tiên cá” cũng hào hứng tâm sự: “Quả thật, hình thức làm sản phẩm dưới các dạng quảng cáo về tour du lịch của môn học Quản trị kinh doanh lễ hành rất mang chất Việt Nam học. Nó không giống như những tiết kiểm tra, thi cuối kỳ bình thường, hình thức này khơi nguồn cho những sáng tạo mới mẻ. Chúng em không chỉ phải tìm kiếm tài liệu thành văn, tài liệu trên mạng internet, mà còn phải đi thực tế, tham khảo những hoạt động hay kế hoạch du lịch lặn ngắm dưới biển đã và sẽ triển khai của các công ty lễ hành để sản phẩm video clip này của nhóm mang tính thực tế hơn; đồng thời chúng em còn được tìm hiểu thêm về công nghệ thông tin qua các cách xử lý về hình ảnh, phối màu, lồng ghép âm thanh, bài hát trong clip...”.

Tăng Chánh Tín, 22 tuổi, sinh viên năm 4, trưởng nhóm trang web quảng cáo về tour du lịch “Án Độ - chân trời huyền bí” chia sẻ: “So với các môn học khác của ngành Việt Nam học - văn hóa du lịch, môn học này là cơ hội tạo cho sinh viên sự làm việc độc lập, thực hành mang tính thiết thực hơn.

Mỗi bạn sinh viên vừa được đóng vai nhà sản xuất tour, vừa được thưởng thức các chuyến du lịch ảo do mình tạo ra. Đối với sản phẩm là trang web, các bạn trong nhóm em đã được học hỏi và trau dồi nhiều kỹ năng về công nghệ thông tin, áp dụng các kỹ xảo, kỹ thuật tin học hiện đại để hoàn thiện sản phẩm. Đặc biệt là nhóm đã phải tiếp cận, tổng hợp và xử lý nhiều thông tin tư liệu ở nhiều trang web khác nhau, nhằm chọn lọc những hình ảnh, tư liệu đáng tin cậy, hay và phong phú về các nội dung trình bày của trang web. Việc thực hiện sản phẩm này thực sự rất thú vị”.

Lê Bảo Hoài Dung, 22 tuổi, sinh viên năm 4, trưởng nhóm làm clip về tour “Jeju-sweet love”, Trần Thị Kim Sen, trưởng nhóm làm clip về tour “New Caledonia - nơi tình yêu bắt đầu” và Lê Thị Ánh Trinh, trưởng nhóm làm clip về tour “Maldives - thiên đường chỉ có đôi ta” cùng chia sẻ rằng, việc được độc lập thiết kế các chương trình du lịch như thế này khiến các bạn rất thích thú, mặc dù chưa được đến Hàn Quốc, Australia, hay Maldives, nhưng các bạn cũng đã có cơ hội như được “đi du lịch” ở đây thông qua việc tìm hiểu về đẹp quyến rũ của thiên nhiên, sự đa dạng, độc đáo về tài nguyên văn hóa của các nước này. Điều đó khiến các bạn cảm thấy hứng thú, yêu thích hơn với chuyên ngành văn hóa du lịch, và áp ú có nhiều cơ hội được đi du lịch thật sự tại các điểm ấy.

Như vậy, có thể thấy những trải nghiệm mà các bạn sinh viên cảm nhận được khi thực hành tạo sản phẩm trong môn học Quản trị kinh doanh lý hành là những cảm nhận rất thú vị. Thực tế cho thấy, việc sản xuất một chương trình tour du lịch dưới bất kỳ hình thức quảng cáo nào luôn là chiến lược kinh doanh hàng đầu của các nhà kinh doanh lý hành. Càng nhiều chương trình du lịch độc đáo, phong phú, càng thể hiện sự đa dạng về xu thế, nhu cầu du lịch của du khách và khẳng định thương hiệu của hãng lý hành. Tuy rằng tính chất của quản trị kinh doanh lý hành là phải đặt yếu tố lợi nhuận lên hàng đầu, việc xác định giá thành thực hiện và bán của một chương trình du lịch là rất quan trọng, nhưng đối với sinh viên ngành Việt Nam học, chuyên ngành Văn hóa du lịch, ngoài những yếu tố đó, họ đã ứng dụng được các kiến thức cơ bản của

ngành vào việc xây dựng các tour. Đó là sự linh hoạt trong việc nghiên cứu, tiếp cận thị trường du lịch qua tâm lý du khách để hình thành ý tưởng tour du lịch, hay sự tổng hợp các kỹ năng về công nghệ, tìm kiếm hình ảnh, khai thác vốn tài nguyên của tự nhiên hay văn hóa của nhân loại để xây dựng sản phẩm du lịch. Và một điều không thể không phủ nhận là thông qua các hoạt động này, ở khía cạnh nào đó, các bạn sinh viên đang được trải nghiệm những chuyến “du lịch ảo”, du lịch tham gia hư cấu, khiến họ yêu thích hơn ngành học mình đã lựa chọn, và càng áp ú thực hiện những hoài bão tuổi trẻ, hoài bão về nghề nghiệp trong tương lai.

### 3. Những gợi mở từ hình thức du lịch ảo

Như vậy, có thể thấy rằng sự đòi hỏi thưởng thức các nhu cầu du lịch của con người khá phong phú. Cho dù là du lịch thật hay du lịch ảo, cũng không thể phủ nhận được sự hấp dẫn của nguồn tài nguyên thiên nhiên, và tài nguyên văn hóa của nhân loại. Đó là những kho tàng quý giá mà con người, dù là ở trong hoàn cảnh nào, quốc gia nào cũng đều muốn khám phá, tìm hiểu, nhằm thỏa mãn trí tò mò, lòng ham hiểu biết của mình trong cuộc sống.

Từ hình thức du lịch ảo thú vị qua môn học của sinh viên ngành Việt Nam học, chuyên ngành Văn hóa du lịch, chúng ta có thể xem xét các gợi mở phát triển biến hình thức du lịch ảo này trở thành nền tảng cung cấp những giá trị thực tại, hoặc hậu thuẫn hữu ích cho các tour du lịch thật trong cuộc sống. Cụ thể theo chúng tôi:

Thứ nhất, có thể tạo môi trường liên kết với các phòng nghiệp vụ, marketing của các công ty lý hành nhằm giới thiệu các ý tưởng xây dựng tour du lịch của các bạn sinh viên, đóng góp thêm cho việc tìm hiểu, nắm bắt thị trường du lịch trong chiến lược mở rộng kinh doanh của các doanh nghiệp lý hành.

Thứ hai, dựa trên các điều kiện có thể thực hiện được, các công ty lý hành sẽ xem xét và lựa chọn các sản phẩm tour ảo qua môn học của các bạn sinh viên nhằm biến những sản phẩm này thành trở thành các chuyến du lịch thực tế.

Thứ ba, đối với bản thân ngành Việt Nam học, chuyên ngành Văn hóa du lịch, Khoa và tổ bộ

môn có thể lựa chọn một số sản phẩm tour ảo tốt, có giá trị thực tiễn, có thể thực hiện được trong hoạt động học tập - tham quan thực tế của Khoa, bộ môn. Nếu được như vậy, đây sẽ là những kích lệ lớn về mặt tinh thần, cũng như sự sử dụng được các “chất xám” của sinh viên thông qua các công việc học tập của họ.

Tóm lại, đối với quãng thời gian được làm sinh viên, kết quả của một ý tưởng hay, một sáng tạo độc đáo trong môn học luôn để lại những dấu ấn tốt về môn học ấy. Hình thức “du lịch ảo” qua môn Quản trị kinh doanh lý hành của sinh viên ngành Việt Nam học chuyên ngành Văn hóa du lịch, tuy

chỉ là những hoạt động nhóm nhằm thực hành và làm phong phú hơn nội dung môn học, nhưng đã đem lại những lợi ích cụ thể giúp cho sinh viên độc lập hơn trong quá trình tự học, tự nhận thức, rèn luyện kỹ năng thực hành. Hình thức du lịch ảo qua môn học còn là nơi có thể đóng góp những ý tưởng độc đáo, tạo cơ sở cho việc thực hiện các tour du lịch thật trong thực tiễn, bởi lẽ, dù là hư cấu hay thật, các loại hình du lịch đều phản ánh một nhu cầu thực tiễn của con người trong cuộc sống: đó là sự mong muốn khám phá những chân trời mới lạ, những tài nguyên thiên nhiên, văn hóa đầy màu sắc, nhằm làm giàu hơn cho sự hiểu biết của con người.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Trần Lê Bảo (2008), *Khu vực học và Nhập môn Việt Nam học*, NXB Giáo dục.
- [2] Denis Bissonnette (2004), *Management of Tour Operation*. World University Service, Canada.
- [3] Dennis L.Foster (2001), *Công Nghệ Du Lịch*, Trần Đình Hải biên dịch, NXB Thống kê.
- [4] <http://vietnamtourisminfo.com/phong-su/du-lich-ao-co-giet-chet-du-lich-thuc-thuc-tien.html>.