

# PHÁT TRIỂN VĂN HÓA TRONG ĐIỀU KIỆN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XÃ HỘI CHỦ NGHĨA

MAI HẢI OANH

*Trong quá trình phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta, việc xây dựng nền văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc đứng trước những thử thách mới, trong đó có những vấn đề mới nảy sinh từ thực tiễn đòi hỏi chúng ta phải có nhận thức đúng và giải quyết một cách hợp lý. Nghiên cứu mối liên hệ nội tại của phát triển văn hóa với kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa để thực hiện sự phát triển hài hòa giữa kinh tế, chính trị và văn hóa, xã hội có ý nghĩa vô cùng to lớn.*

## Mối liên hệ nội tại của phát triển văn hóa với phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa

Nghiên cứu chủ đề mới của phát triển văn hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa thực chất là nghiên cứu quan hệ của văn hóa tiên tiến với kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Việc chuyển đổi từ thể chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta làm cho sản phẩm văn hóa ngày càng phong phú, thị trường văn hóa ngày càng sôi động là một thực tế ai cũng nhìn thấy. Bên cạnh những mặt tích cực, nhiều sản phẩm phản văn hóa, phản khoa học, chỉ coi trọng lợi ích tiền bạc làm cho thị trường văn hóa bị ảnh hưởng tiêu cực (như sự xuất hiện tràn lan các loại sản phẩm kích dục, bạo lực, mê tín dị đoan...). Tuy

nhiên, nếu chỉ căn cứ vào những hiện tượng tiêu cực này để đổ lỗi cho kinh tế thị trường mà không nhìn thấy mặt tích cực của nó thì sẽ rơi vào phiến diện, hơn thế, vô hình trung đối lập văn hóa tiên tiến với kinh tế thị trường. Bởi vậy, dưới điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, phát triển văn hóa phải trả lời một câu hỏi lý luận quan trọng: phát triển văn hóa và phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa bài trừ lẫn nhau hay thống nhất biện chứng với nhau? Câu trả lời sẽ là sự kết hợp hai yếu tố "thị trường" và "định hướng xã hội chủ nghĩa" hàm chứa một ý nghĩa văn hóa bao trùm: chúng ta chỉ có thể thực hiện được phương châm này một khi ý nghĩa văn hóa chi phối toàn bộ nền kinh tế thị trường của chúng ta. Nói khác đi, ở đây văn hóa và kinh tế hòa quyện vào nhau để bảo đảm cho xã hội phát triển trong tính lành mạnh độc đáo của nó.

Trong tổng thể xã hội, cả bốn hệ thống văn minh kinh tế, chính trị, văn hóa, sinh thái phải nằm trong một chỉnh thể hữu cơ gắn bó, thúc đẩy lẫn nhau, không thể tách rời vì sự biệt lập từng bộ phận sẽ kéo lùi phát triển. Chỉ có sự phát triển nhịp nhàng giữa kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội và tạo ra sự phát triển hài hòa giữa văn minh vật chất và văn minh tinh thần mới bảo đảm cho sự thắng lợi của chủ nghĩa xã hội. Văn hóa phản ánh gương mặt tinh thần của nhân dân và trình độ văn minh của dân tộc, là lực lượng tinh thần và nhân tố trí lực có tác dụng thúc đẩy phát triển toàn diện xã hội. Sự phát triển văn hóa trong việc thỏa mãn nhu cầu văn hóa ngày một tăng cao của nhân dân, nâng cao tinh thần yêu nước, tố chất văn hóa khoa học và tố chất đạo đức tư tưởng của toàn dân tộc, hình thành lý tưởng và khát vọng chung của tất cả mọi thành viên trong xã hội, thực sự là nền tảng tinh thần và trụ cột tinh thần quan trọng không gì thay thế được. Phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là sự chọn lựa tất nhiên để phát triển sức sản xuất xã hội nhằm tiến tới hiện đại hóa đất nước. Do đó, phát triển văn hóa tiên tiến song song với phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa thực chất là để giải phóng và phát triển sức sản xuất xã hội, nhằm thỏa mãn nhu cầu văn hóa ngày càng cao của nhân dân. Nó thống nhất một cách nội tại trong thực tiễn xây dựng xã hội chủ nghĩa. Văn hóa tiên tiến phải là thứ văn hóa thích ứng với kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, có tác dụng thúc đẩy sự phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa phát triển. Phát triển văn hóa tiên tiến là động lực tinh thần nâng đỡ phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là nguồn cơ sở vật chất bảo đảm phát triển văn hóa tiên tiến.

*Trước hết*, phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là nguồn thực tiễn để phát triển văn hóa tiên tiến. Văn hóa tiên tiến Việt Nam hiện nay vừa bắt nguồn từ lịch sử

văn hiến mấy nghìn năm của dân tộc đồng thời gắn chặt với thực tiễn công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Tính tiên tiến của nó không những thể hiện ở sự tiếp nối hiệu quả truyền thống văn hóa lâu đời mà quan trọng nhất là thể hiện sự phát triển mạnh mẽ của thời đại mới. Sức sống cơ bản của văn hóa mới chủ yếu bắt nguồn từ hoạt động sáng tạo hiện thực của hàng chục triệu nhân dân. Chuyển biến từ thể chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là một cuộc biến đổi xã hội rộng lớn và sâu sắc. Xây dựng văn hóa đương đại nước ta nếu không xuất phát từ thực tiễn xanh tươi này, không gắn với kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa để hút lấy dưỡng chất hiện đại và năng động (kể cả những sự bình đẳng tín dụng, hiệu quả cạnh tranh,...) thì sự phát triển văn hóa tiên tiến rất dễ trở thành một khẩu hiệu trống rỗng và một khái niệm xơ cứng. Mặt khác, bước vào thời đại kinh tế tri thức, sự phát triển con người là sự tổng hợp giữa con người kinh tế với con người văn hóa. Do năng suất lao động ngày càng cao, thời gian lao động rút ngắn, vì thế, thời gian dành cho phát triển con người văn hóa ngày càng tăng. Hơn nữa, do tác động của phát triển khoa học theo hướng nhân văn, trong người lao động tri thức, con người văn hóa sẽ ngày càng trội hơn. Đó là cơ sở vững chắc bảo đảm cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Đây cũng chính là cái gốc của phát triển văn hóa.

*Thứ hai*, cùng với sự tiến bộ của khoa học-kỹ thuật hiện đại và sự phát triển của kinh tế, cơ sở vật chất của phát triển văn hóa cũng có nhiều biến đổi sâu sắc. Một mặt, hàm lượng khoa học - kỹ thuật của sản phẩm văn hóa ngày càng cao, phương thức chuyển tải hiện đại liên tục xuất hiện, sản xuất và truyền bá văn hóa ngày càng mở rộng và hiệu quả nhờ vào những thành tựu mới như máy tính, thông tin vệ tinh, mạng. Mặt khác, văn hóa và kinh tế ngày càng hòa nhập vào nhau. Trước đây,

người ta thường cho rằng văn hóa thuộc thượng tầng kiến trúc xa rời kinh tế và chỉ tác động đến sức sản xuất một cách gián tiếp. Tuy nhiên, trong điều kiện kinh tế thị trường, việc sản xuất sản phẩm văn hóa như sách báo, sản phẩm video không chỉ mang ý nghĩa là sản phẩm truyền bá quan niệm, tư tưởng mà còn là một loại vật hóa. Những sản phẩm do ngành công nghiệp văn hóa chế tác nên chính là kết quả của quá trình nhất thể hóa văn hóa kinh tế. Theo đó, văn hóa không còn đơn thuần là những quan niệm, tư tưởng có tác dụng gián tiếp đối với sức sản xuất, mà còn với hình thức của một ngành công nghiệp mới năng động có hiệu suất kinh tế cao là công nghiệp văn hóa. Tóm lại, trong thời đại kinh tế tri thức, văn hóa và kinh tế, khoa học kỹ thuật - kinh tế - văn hóa ngày càng gắn bó chặt chẽ thì sáng tạo ban đầu của văn hóa tuy vẫn mang tính cá thể nhưng việc sản xuất nó đã được sự hỗ trợ mạnh mẽ và hiệu quả của khoa học - kỹ thuật trình độ cao, có khả năng thâm nhập thị trường một cách mạnh mẽ. Sự phát triển văn hóa tiên tiến ngày càng chịu sự chi phối của trình độ khoa học - kỹ thuật cao hay thấp và thực lực kinh tế lớn hay nhỏ. Vì vậy, chỉ có phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, đưa sản xuất văn hóa vào quỹ đạo thị trường và thúc đẩy ngành công nghiệp phát triển mạnh mẽ, thì phát triển văn hóa tiên tiến mới có cơ sở kinh tế vật chất hùng hậu. Một minh chứng sinh động là nhiều đơn vị văn hóa như báo chí, nhà xuất bản, đài truyền hình từ tình trạng vắng vẻ trước đây dần trở thành cơ sở sản xuất văn hóa sôi động, theo đó khả năng tự tích lũy sản xuất văn hóa và tự phát triển không ngừng được nâng cao.

**Thứ ba**, sản xuất văn hóa khi trở thành một ngành công nghiệp vận hành theo quy tắc thị trường, thì thị trường sẽ trở thành cơ chế thực hiện của phát triển văn hóa tiên tiến. Một mặt, thị trường trở thành biểu đồ xác định nhu cầu văn hóa tinh thần của con người, từ đó dắt dẫn người sản xuất văn hóa đáp ứng những nhu cầu đa dạng ấy. Đồng thời do mục đích của

văn hóa là hướng tới phục vụ đông đảo quần chúng nhân dân, nên về cơ bản thị trường văn hóa nước ta hoàn toàn nhất trí với lợi ích căn bản của quần chúng nhân dân, và thống nhất với phương hướng phát triển của văn hóa xã hội chủ nghĩa. Trong hơn hai mươi năm tiến hành đổi mới, nhiều sản phẩm văn hóa có giá trị đã xuất hiện và đạt hiệu quả xã hội cao, diện phủ sóng của nó ngày càng mở rộng nhờ vào cơ chế thị trường. Nhưng cũng có nhiều sản phẩm văn hóa có giá trị thấp kém lợi dụng thị trường để mở rộng ảnh hưởng tiêu cực. Vì vậy, để chống lại sự xâm thực của những sản phẩm thứ cấp một cách hiệu quả, cần phải tăng cường sản xuất những sản phẩm văn hóa có giá trị thực sự.

Việc khẳng định tính thống nhất của văn hóa với kinh tế thị trường như đã nói ở trên không có nghĩa là phủ định tính khác biệt giữa chúng, và dấu phát triển văn hóa tiên tiến không thể tách rời khỏi kinh tế thị trường, nhưng không phải cứ thực hiện kinh tế thị trường thì văn hóa đương nhiên sẽ phát triển. Đó là vì: *một là*, văn hóa có tính đặc thù, có tính độc lập tương đối với kinh tế và chính trị. Sản phẩm văn hóa một khi trở thành hàng hóa và bước vào thị trường tất phải chịu sự chi phối của quy luật kinh tế thị trường, nhưng về bản chất, văn hóa là siêu kinh tế. Văn hóa tiên tiến là kết quả hoạt động tinh thần của con người, có nhiều tầng nội hàm lịch sử, đạo đức, thẩm mỹ hướng tới chân - thiện - mỹ. Với nội dung tinh thần phong phú, văn hóa tác động vào thế giới tinh thần của con người, từ đó góp phần hình thành thế giới quan, nhân sinh quan, giá trị quan... Các giá trị văn hóa tinh thần không phải cứ có tiền là giành được vì nhiều lúc nó vô giá. *Hai là*, thị trường có tính hạn chế của nó và không phải bất cứ ở đâu thị trường cũng tỏ rõ được sức mạnh của nó. Chẳng hạn, lĩnh vực nghiên cứu khoa học cơ bản rất khó sản sinh ra hiệu quả kinh tế trực tiếp, tức thì, do đó nó không thích hợp với việc thông qua thị trường để điều tiết. Ngược lại, nhiều sản phẩm văn hóa có giá trị thấp

kém nhưng có khả năng gây hiểu kỳ nhiều khi lại bán rất chạy trên thị trường. Tại đây, thị trường không thể tự phân biệt được thiện - ác, đẹp - xấu trong các sản phẩm văn hóa. Nếu không chú ý đến điều này, thì việc điều tiết thị trường sản phẩm văn hóa rất dễ chệch hướng. Nguyên nhân sâu xa của hiện tượng này là: sự phát triển văn hóa tiên tiến lấy mục tiêu xã hội làm định hướng trong khi đó kinh tế thị trường lại lấy lợi ích cá thể làm định hướng. Hai định hướng này không phải lúc nào cũng nhất trí. Một số nhà sản xuất dễ rơi vào duy lợi mà quên mất mục tiêu xã hội của văn hóa. Vì vậy, sự phát triển của văn hóa không thể tách rời kinh tế thị trường nhưng lại không thể hoàn toàn bị thị trường hóa. Phải tìm được điểm kết hợp giữa nhu cầu khách quan với quy tắc vận hành kinh tế thị trường của văn hóa.

Việc xây dựng và phát triển thị trường văn hóa cũng như việc phát triển công nghiệp văn hóa là có tính tất yếu và tính hiện thực hợp lý. Bởi lẽ, sự phát triển của kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa đòi hỏi phải có cơ chế công nghiệp văn hóa và quy mô phát triển văn hóa tương ứng. Tuy nhiên, trong thực tế, so với các quốc gia đang phát triển thì ở Việt Nam việc đầu tư sản xuất về văn hóa, khoa học - kỹ thuật, giáo dục vẫn còn rất nhiều hạn chế. Điều đó cho thấy chúng ta nhận thức chưa đầy đủ về vị trí và tầm quan trọng của công nghiệp văn hóa với tư cách là trụ cột của kinh tế đương đại. Mặt khác, chúng ta chưa nhận thức được sự phát triển hài hòa, lâu dài của văn hóa và kinh tế, không thấy hết sự tụt hậu của văn hóa sẽ kéo lùi sự phát triển kinh tế về sau. Thực tế này đòi hỏi chúng ta phải có chiến lược phát triển tổng thể hợp lý. Ngoài ra, do sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông đương đại, toàn cầu hóa về lưu thông kinh tế cũng như giao lưu văn hóa ngày càng mở rộng buộc chúng ta phải xem xét một cách nghiêm túc phương thức vận hành của thị trường văn hóa để thích ứng, hiểu rõ quy luật kinh tế của giao lưu văn hóa và định ra sách lược an ninh văn hóa của mình, từng bước hoàn chỉnh thể

chế văn hóa, thị trường văn hóa mang bản sắc Việt Nam.

### **Một số nguyên tắc chỉ đạo phát triển văn hóa dưới điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa**

*1- Kiên trì tư tưởng xây dựng nền "văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc" trong xu thế đa dạng hóa hình thái văn hóa*

Đây là tư tưởng chủ đạo để phát triển văn hóa Việt Nam trong thời đại ngày nay. Thực tiễn công cuộc đổi mới cho thấy phát triển kinh tế thị trường tất sẽ xuất hiện xu thế đa dạng hóa hình thái văn hóa. Điều đó trước hết xuất phát từ chỗ văn hóa có nhiệm vụ thỏa mãn nhu cầu văn hóa ngày càng đa dạng, phong phú của nhân dân. Sự nghiệp đổi mới đã đem đến bức tranh văn hóa giàu màu sắc, sản phẩm văn hóa ngày càng nhiều chủng loại, thị trường văn hóa ngày càng sôi động, không gian chọn lựa của mọi người ngày càng rộng lớn. Tiến bộ của khoa học - kỹ thuật hiện đại cũng góp phần thay đổi thể chuyển tải tin tức (mà biểu hiện rõ nhất là quảng cáo trên internet và các video giới thiệu sản phẩm), hình thức văn hóa cũng liên tiếp đổi mới, bổ sung, thay thế nhằm thu hút người tiêu dùng. Sự tiến bộ xã hội và mức thu nhập, trình độ học vấn ngày càng cao thì nhu cầu văn hóa tinh thần của mọi thành viên trong xã hội ngày càng đa dạng hóa và cá tính hóa. Mặt khác, sự chênh lệch thu nhập giữa các thành viên trong xã hội ngày càng rộng cũng làm cho quan niệm tiêu dùng, phương thức sinh hoạt của con người có những khác biệt ghê gớm. Kinh tế thị trường tất nhiên sẽ dẫn tới đa nguyên hóa chủ thể lợi ích. Chủ thể lợi ích khác nhau tất có sự khác nhau về quan niệm, tư tưởng, định hướng giá trị, ý tưởng văn hóa, mục tiêu,... từ đó dẫn tới sự đa dạng hóa hình thái văn hóa. Hơn nữa, trong môi trường mở cửa, các loại tư tưởng văn hóa, hình thức văn hóa, sản phẩm tiêu dùng văn hóa đều có khả năng xóa bỏ mọi biên giới quốc gia. Chẳng hạn,

nước ngoài có một gì, thời thượng nào đều nhanh chóng dẫn tới những "con sốt" thời thượng trong nước.

Kinh tế thị trường là kinh tế lấy con người làm gốc, sự tự chủ và sự chọn lựa tự do của cá nhân là đặc trưng nổi bật. Văn hóa tiên tiến của nước ta là văn hóa hướng tới việc thỏa mãn nhu cầu văn hóa tinh thần nhiều tầng bậc, đa dạng của nhân dân. Đó là loại văn hóa có thể bao dung nhiều lợi ích, nhiều nhu cầu văn hóa tinh thần của nhân dân, bao dung cả hình thái văn hóa có lợi cho phát triển sản xuất xã hội. Vì vậy, về căn bản xu thế đa dạng hóa hình thái văn hóa không hề mâu thuẫn với phương hướng phát triển lành mạnh của văn hóa.

Nhưng sự đa dạng hóa hình thái văn hóa không phải là đa dạng theo kiểu tự do vô chính phủ. Nền văn hóa Việt Nam phải là nền văn hóa gắn liền với những tư tưởng tiên tiến nhất của thời đại. Đây là cốt lõi tư tưởng để từ đó phát triển văn hóa trong tính đa dạng và năng động của nó, nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu văn hóa của nhân dân.

## 2 - Tăng cường tầm kiểm soát vĩ mô của Nhà nước về lĩnh vực văn hóa và chuyển biến phương thức quản lý văn hóa

Từ chỗ quản lý trực tiếp các đơn vị văn hóa và hoạt động văn hóa như trước đây, trong bối cảnh kinh tế thị trường, nhiệm vụ chính của Nhà nước là kiểm soát và điều chỉnh ở tầm vĩ mô. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để sự lãnh đạo và quản lý của Đảng và Chính phủ đối với phát triển văn hóa đạt hiệu quả cao nhưng không can thiệp quá sâu vào quá trình vận hành văn hóa.

Trước hết, sự chuyển đổi phương thức quản lý văn hóa không hề làm suy yếu chức năng quản lý lĩnh vực văn hóa của Nhà nước. Phương thức quản lý mới phải thích ứng với yêu cầu của thể chế kinh tế thị trường: không lấy chính quyền thay thế thị trường mà biến ý chí của Đảng và Nhà nước thành pháp luật, pháp quy, hành vi quy phạm yêu cầu các

doanh nghiệp văn hóa tuân thủ, duy trì trật tự của thị trường văn hóa, tạo môi trường cạnh tranh công bằng, xúc tiến và thúc đẩy sự trưởng thành và phát triển của thị trường văn hóa, định ra các tiêu chuẩn sản phẩm văn hóa và dịch vụ văn hóa, thực thi giám sát chất lượng, trừng trị những hoạt động kinh doanh văn hóa độc hại trên cơ sở luật pháp đã ban hành. Bằng cách kiểm soát ở tầm vĩ mô, Nhà nước có những chính sách, điều chỉnh hợp lý để kinh doanh văn hóa hoạt động trong quỹ đạo có lợi cho phát triển văn hóa tiên tiến.

Thứ hai, chú trọng giúp đỡ sự nghiệp văn hóa công ích. Sản xuất văn hóa có thể chia thành hai loại: sản xuất văn hóa kinh doanh và sản xuất văn hóa công ích. Các loại hình nghệ thuật bậc cao như văn học, nhạc giao hưởng, vũ ba-lê, ca kịch..., hay những thiết chế văn hóa mang tính công ích như thư viện công cộng, nhà bảo tàng quốc gia, nhà kỷ niệm, hội khoa học - kỹ thuật, hội mỹ thuật, hội văn hóa... đều có thể phản ánh trình độ văn hóa của quốc gia và dân tộc, là bộ phận hợp thành của văn hóa tiên tiến. Loại văn hóa mang tính công ích này khác với văn hóa mang tính kinh doanh. Vì vậy, nó không thích hợp với việc lấy thị trường để điều tiết, đòi hỏi Nhà nước áp dụng chính sách đặc thù để bảo vệ và nâng đỡ, trong đó bao gồm việc quy hoạch xây dựng hạ tầng văn hóa công cộng, cung cấp tài chính đầy đủ, hướng dẫn việc đầu tư vốn của xã hội.

Thứ ba, tích cực đào tạo chủ thể văn hóa vi mô có ưu thế cạnh tranh. Trong bối cảnh phát triển kinh tế thị trường và toàn cầu hóa kinh tế, để giữ được tính tiên tiến của văn hóa xã hội chủ nghĩa, yếu tố quyết định nằm ở việc định hướng hành vi của người sản xuất văn hóa, ở chủ thể thị trường phát triển văn hóa tiên tiến có khả năng và sức mạnh cạnh tranh. Vì vậy, phải chú ý đến cơ sở vi mô phát triển văn hóa vì đây là những cơ sở có khả năng hiện thực hóa sức mạnh cạnh tranh thực sự. Cụ thể, những lĩnh vực quan trọng liên quan đến hệ tư tưởng và chủ quyền văn hóa quốc gia. an

toàn văn hóa quốc gia như báo chí, xuất bản, đài phát thanh, đài truyền hình... về cơ bản phải do Nhà nước điều hành. Đối với các lĩnh vực sản xuất và dịch vụ văn hóa thông thường khác, có thể áp dụng hình thức doanh nghiệp văn hóa đa dạng, hình thành chủ thể đầu tư đa nguyên, xây dựng các công ty đa quốc gia có sức cạnh tranh ngày càng lớn. Vì vậy, tích cực thúc đẩy quá trình tập đoàn hóa các thực thể văn hóa để hình thành một loạt tập đoàn doanh nghiệp văn hóa có thực lực hùng hậu là một nhiệm vụ cấp bách.

### 3 - Mở cửa đi đôi với bảo vệ và phát triển văn hóa

Toàn cầu hóa kinh tế đòi hỏi các quốc gia phải mở cửa với thế giới bên ngoài vì đóng cửa đồng nghĩa với tự hủy diệt mình. Việc mở cửa toàn diện về kinh tế tất nhiên sẽ kéo theo sự mở cửa về văn hóa. Sự tiến bộ nhanh chóng của khoa học - kỹ thuật hiện đại đã làm cho quá trình truyền bá và giao lưu văn hóa diễn ra nhanh hơn, rộng rãi hơn trên phạm vi toàn thế giới.

Vì vậy, khép kín văn hóa không những khó lòng tồn tại mà còn triệt tiêu cơ hội phát triển. Bởi vậy, thông qua giao lưu văn hóa rộng rãi để thu hút tinh hoa của văn hóa thế giới, tăng cường năng lực cạnh tranh của văn hóa dân tộc, nâng lực phòng ngự và năng lực chống lại rủi ro là vấn đề hết sức quan trọng trong chiến lược phát triển văn hóa. Giao lưu văn hóa cũng đòi hỏi phải có chiến lược quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới một cách hiệu quả. Đây là khâu chúng ta còn yếu và chưa được chú ý thích đáng. Tất nhiên, quá trình mở cửa về văn hóa phải gắn liền với quá trình tự bảo vệ, chống lại những thứ sản phẩm phản văn hóa. Phần lớn sự tấn công từ bên ngoài trong lĩnh vực văn hóa - tư tưởng đều được tiến hành qua thị trường. Nhiều quan niệm giá trị của các nước tư bản phát triển được truyền bá vào các nước khác, về cơ bản, đều thông qua việc tiêu thụ mang tính toàn cầu như điện ảnh, tivi, video, sách báo... Trong số những sản phẩm

văn hóa ấy, không phải không có những sản phẩm nguy văn hóa, phương hại đến nhân cách của con người. Vì thế, phải hình thành những kế sách bảo vệ sự trong lành của sinh thái văn hóa dân tộc.

Phải thấy rằng trong sự giao lưu của các nền văn hóa khác nhau, văn hóa dân tộc phải nhanh chóng trở thành thực lực kinh tế đủ mạnh để chủ động trong việc tiếp nạp các nguồn dưỡng chất văn hóa từ bên ngoài. Trong môi trường văn hóa quốc tế rộng mở, ngành công nghiệp văn hóa càng lớn mạnh thì khả năng mở rộng thị trường càng lớn. Tuy nhiên, ở đây phải có những bước đi hợp lý nếu không muốn bị công nghiệp văn hóa nước ngoài chèn ép và làm cho suy sụp. Vì vậy, bảo vệ văn hóa còn gắn liền với bảo vệ và phát triển công nghiệp văn hóa của dân tộc mình. Nhưng bảo vệ đến mức khép kín và hạn chế giao lưu lại là hình thức tự làm yếu đi sức cạnh tranh trước khi bị làm suy yếu. Bởi vậy, trong các giai đoạn phát triển khác nhau phải có sự cân bằng giữa mở cửa và bảo vệ. Sản phẩm văn hóa là một loại sản phẩm có tính miễn nhiễm dân tộc cao độ. Ngay các quốc gia phát triển phương Tây, việc mở cửa thị trường văn hóa của họ không bao giờ tràn lan mà có sự tiết chế nhất định nào đó. Chính trong hiệp định chung thương mại - dịch vụ của WTO cũng có nội dung cho phép thực thi các biện pháp bảo đảm. Việt Nam có thể căn cứ vào nhu cầu bảo vệ an toàn văn hóa, căn cứ vào điều khoản của WTO để định ra chính sách bảo vệ văn hóa một cách phù hợp.

Tất nhiên, toàn cầu hóa không có nghĩa là khuôn thế giới vào một mô hình văn hóa duy nhất. Quá trình truyền bá, giao lưu văn hóa sẽ làm cho các dân tộc xích lại gần nhau hơn, tính nhân loại được chú ý hơn, nhưng phát triển văn hóa không thể làm mất đi truyền thống và bản sắc riêng của dân tộc. Phải biết học tập văn hóa ưu tú của thế giới đồng thời với việc giữ vững và phát huy bản sắc văn hóa của dân tộc thì phát triển văn hóa mới thực sự đúng đắn và bền vững. □