

TÁC ĐỘNG CỦA KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XÃ HỘI CHỦ NGHĨA ĐỐI VỚI SỰ NGHIỆP XÂY DỰNG NỀN VĂN HOÁ VIỆT NAM HIỆN NAY

LÊ HƯỜNG ^(*)

1. Văn hoá mang bản sắc dân tộc và dân tộc là yếu tố quyết định tính riêng biệt của một nền văn hoá. Bản sắc văn hoá dân tộc Việt Nam là tố chất được hợp tụ, bồi đắp trong suốt chiều dài lịch sử đấu tranh dựng nước và giữ nước của dân tộc. Bản sắc đó không phải là những giá trị bất di bất dịch mà luôn được bồi đắp thêm những giá trị mới được hình thành trong quá trình hội nhập và tiếp biến giữa các nền văn hoá. Văn hoá tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc là lực lượng tinh thần, là nhân tố trí lực có tác dụng thúc đẩy xã hội phát triển toàn diện. Xây dựng nền văn hoá tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc là hướng đến thoả mãn nhu cầu văn hoá tinh thần ngày càng cao của nhân dân, nâng cao tinh thần yêu nước, tố chất khoa học và tố chất đạo đức của toàn dân tộc, bảo đảm cho sự phát triển bền vững của đất nước trên con đường phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Chủ trương của Đảng và Nhà nước ta là phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN đi đôi với việc xây dựng phát triển nền văn hoá đậm đà bản sắc dân tộc, là một lựa chọn phù hợp với thực tiễn của Việt Nam và phù hợp với xu hướng vận động và phát triển của thế giới.

Có thể nói kinh tế thị trường là “cái phổ biến”, còn kinh tế thị trường định hướng XHCN là “cái đặc thù” của Việt Nam, phù hợp với điều kiện và đặc điểm cụ thể của Việt Nam (1, tr.106-107). Kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam là một kiểu tổ chức kinh tế hàng hoá nhiều thành phần có sự quản lý của nhà nước nhằm thực hiện mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh” (1, tr.108), gắn tăng trưởng kinh tế đi đôi với việc xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc. Nền kinh tế thị trường của Việt Nam vận hành dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản và sự quản lý của Nhà nước pháp quyền XHCN được định hướng cao về mặt xã hội nhằm hạn chế tối đa những khuyết tật có tính tự phát của cơ chế thị trường và phục vụ lợi ích của đa số nhân dân.

Việc chuyển đổi từ thể chế kinh tế kế hoạch tập trung sang thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN đồng nghĩa với việc thay đổi các giá trị văn hoá, phương thức sản xuất sản phẩm văn hoá, cách thức truyền bá lưu thông,

^(*) ThS., Viện Triết học.

tiêu dùng các sản phẩm văn hoá. Sự xác lập cơ chế kinh tế thị trường làm xuất hiện những hệ giá trị văn hoá mới làm đảo lộn không ít các giá trị văn hoá truyền thống; đời sống và nhu cầu văn hoá của nhân dân ngày càng cao, sản phẩm văn hoá ngày càng đa dạng phong phú, thị trường văn hoá ngày càng sôi động. Bên cạnh những tác động tích cực, những tác động trái chiều của cơ chế thị trường đến văn hoá đang làm xuất hiện nhiều sản phẩm phi văn hoá, phản khoa học trong đời sống xã hội. Vì vậy, khi nghiên cứu vấn đề tác động của kinh tế thị trường định hướng XHCN với sự nghiệp xây dựng nền văn hoá Việt Nam hiện nay, một câu hỏi cần được đặt ra và luận giải: phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN có mâu thuẫn hay thống nhất biện chứng với việc xây dựng nền văn hoá tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc?

2. Trước hết có thể khẳng định rằng, quá trình chuyển sang nền kinh tế thị trường, ở nước ta, trong những năm vừa qua cho thấy: *cơ chế thị trường đã phát huy tác dụng tích cực to lớn đến sự phát triển kinh tế, văn hoá, xã hội.*

Là một bộ phận của kiến trúc thượng tầng, nếu như trước đây, văn hoá chỉ đơn thuần là những hệ quan niệm, tư tưởng tác động gián tiếp đến cơ sở hạ tầng xã hội thì giờ đây, văn hoá tác động trực tiếp đến sức sản xuất xã hội. Không thiên về cấp phát như thời bao cấp, hoạt động sản xuất sản phẩm văn hoá nghệ thuật tự nó quay vòng để tái sản xuất và bị chi phối bởi quy luật cung cầu. Thị trường trở thành biểu đồ xác định mối quan hệ cung – cầu sản phẩm văn hoá nghệ thuật.

Xét về *mặt sản xuất, phân phối, lưu thông*, dưới tác động của cơ chế thị trường, văn hoá trở thành một ngành

công nghiệp vận hành theo các quy luật của thị trường và thị trường trở thành cơ chế điều tiết hoạt động sản xuất, phát triển văn hoá. Đặc biệt trong vài thập niên gần đây, văn hoá ngày càng chịu sự tác động của khoa học – kỹ thuật. Phương thức sản xuất, chuyển tải, lưu thông văn hoá ngày càng mở rộng và hiệu quả nhờ các phương tiện khoa học kỹ thuật hiện đại. Do vậy các sản phẩm văn hoá nghệ thuật trên thị trường vô cùng đa dạng và phong phú đến với người tiêu dùng bằng nhiều hình thức, cho phép thoả mãn nhu cầu thưởng thức văn hoá nghệ thuật ngày càng cao của công chúng. Mặt khác, phát triển kinh tế thị trường định hướng XHCN có ý nghĩa giải phóng và phát triển sức sản xuất xã hội, huy động nhiều nguồn lực tài chính của xã hội tạo cơ sở vật chất để tái sản xuất, tăng đầu tư phát triển các dịch vụ văn hoá, bảo tồn, tôn tạo các di sản văn hoá, góp phần xây dựng nền văn hoá tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc.

Xét về *mặt giá trị*, các giá trị tiêu biểu cho bản sắc văn hoá dân tộc là: lòng yêu nước nồng nàn, ý chí tự cường dân tộc, tinh thần đoàn kết, ý thức cộng đồng gắn kết cá nhân – gia đình – làng xã – Tổ quốc; lòng nhân ái, khoan dung, trọng nghĩa tình (theo: 2, tr.56), vẫn đóng vai trò là nền tảng tinh thần và là động lực định hướng, chi phối toàn bộ đời sống xã hội trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. Những giá trị này hiện đang có sự thay đổi, và được bổ sung thêm những nội dung mới dưới tác động của cơ chế thị trường.

Trước hết, đó là sự thay đổi theo hướng *kế thừa và phát triển*. Truyền thống yêu nước, ý thức tự cường dân tộc... hiện nay được thể hiện ở quyết

tâm đổi mới phát triển kinh tế, đưa đất nước thoát khỏi nghèo nàn, lạc hậu, giữ vững ổn định về chính trị. Điều này xuất phát từ ý thức về sự nghèo đói và lạc hậu, coi đó cũng là nỗi nhục không kém nỗi nhục mất nước. Điểm khác biệt trong xã hội hiện đại so với xã hội truyền thống là sự khẳng định con người cá nhân trong cộng đồng. Nếu trong xã hội truyền thống, con người cá nhân chưa bao giờ được coi là một thực thể độc lập có quyền tồn tại và phát triển nhân cách, tài năng thì trong điều kiện kinh tế xã hội của thời kỳ đổi mới, con người cá nhân được khẳng định trong cộng đồng. Mỗi cá nhân trong nền kinh tế thị trường đều có quyền lợi và nghĩa vụ phát huy tính năng động, tích cực, chủ động, sáng tạo của mình để làm giàu cho bản thân, cho gia đình và cho xã hội.

Trong bối cảnh toàn cầu hoá, kinh tế thị trường thúc đẩy quá trình hội nhập kinh tế và hội nhập văn hoá, tạo điều kiện mở rộng và giao lưu văn hoá giữa các quốc gia, dân tộc, cộng đồng, cá nhân. Các sản phẩm nghệ thuật mang đậm bản sắc văn hoá dân tộc như: gốm, sứ, điêu khắc có điều kiện được khôi phục, được cộng đồng tiếp nhận và quảng bá ra thế giới. Các loại hình nghệ thuật dân tộc như: quan họ, ca trù, hát văn, hát xoan có cơ hội được bảo tồn, gìn giữ và được công nhận là di sản văn hoá thế giới. Quá trình hội nhập kinh tế và văn hoá đã tạo điều kiện để tinh hoa văn hoá Việt được bạn bè thế giới biết đến nhưng cũng là thách thức đối với một quốc gia trong việc giữ gìn, xây dựng bản sắc văn hoá dân tộc.

Như vậy, những tác động tích cực của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN cho thấy, cơ chế thị trường *chẳng những không đối lập mà còn là một*

nhân tố khách quan cần thiết của việc xây dựng và phát triển đất nước theo con đường XHCN (2, tr.26). Chúng ta chỉ có thể xây dựng “nền kinh tế thị trường” kết hợp với “định hướng XHCN” khi văn hoá bao trùm, chi phối nền kinh tế thị trường. Phát triển kinh tế thị trường để tạo động lực và cơ sở để phát triển văn hoá chứ không tách rời các mục tiêu về văn hoá xã hội. Nghĩa là, trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, văn hoá và kinh tế hoà quyện vào nhau để bảo đảm cho xã hội phát triển bền vững và lành mạnh. Mối quan hệ giữa kinh tế và văn hoá có thể xem như mối quan hệ giữa “chân ga” và “chân thắng”, giữa cái “tĩnh” và cái “động”. Kinh tế bao giờ cũng có xu hướng lao về phía trước và tăng tốc, nhất là với những đất nước đang phát triển như nước ta. Khi kinh tế lao tới, thì vai trò giữ “thắng” của văn hoá là vô cùng cần thiết. Khi kinh tế và cả xã hội lao tới, thì văn hoá, theo nhà văn Nguyễn Ngọc, phải lùi lại một chút, bởi văn hoá là gì, nếu không phải là sự bình tĩnh, bình tâm, sự vững chắc, vững chãi của con người và xã hội. Kinh tế, chính trị là cần thiết, là quyết định, nhưng văn hoá mới là cái quyết định hơn, bởi nó là nền tảng để bảo đảm cho sự phát triển bền vững và lành mạnh của xã hội (xem thêm: 3, tr.15-16).

Việc khẳng định tính thống nhất của văn hoá với kinh tế thị trường không có nghĩa là phủ định tính khác biệt giữa chúng. Văn hoá tiên tiến hướng đến những giá trị nhân văn làm mục tiêu, trong khi thị trường lại hướng đến những giá trị lợi ích. Hai mục tiêu này không phải lúc nào cũng nhất trí với nhau. Chính sự khác biệt giữa kinh tế và văn hoá đã làm xuất hiện mâu thuẫn giữa lợi ích và những giá trị nhân

văn trong quá trình phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN và việc xây dựng nền văn hoá tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc.

Dưới góc độ đầu tư văn hoá, các nhà đầu tư cho rằng, việc đầu tư cho văn hoá có nhiều rủi ro. Nếu như du lịch hay thể thao, có thể thấy rõ lợi nhuận đầy hứa hẹn trong đầu tư khách sạn, các tuyến du lịch, đào tạo vận động viên, thi đấu thì việc đầu tư cho văn hoá rất khó khăn, gặp nhiều rủi ro và hiệu quả thấp. Kêu gọi các nhà đầu tư đổ tiền để xây dựng cơ sở vật chất như nhà hát, rạp phim hay bảo tồn các loại hình văn hoá truyền thống Việt Nam là điều không tưởng. Trong khi đó, sản phẩm văn hoá là siêu kinh tế. Văn hoá tiên tiến hướng đến những giá trị nhân văn làm mục tiêu, trong khi thị trường lại hướng đến những giá trị lợi ích. Hai mục tiêu này không phải lúc nào cũng nhất trí với nhau. Khi không nhất trí với nhau sẽ dẫn đến những mâu thuẫn giữa một bên là lợi ích kinh tế và một bên là những giá trị nhân văn của văn hoá. Xuất hiện tình trạng một số ngành nghệ thuật, sản phẩm nghệ thuật không đáp ứng được nhu cầu thị hiếu của công chúng bị lãng quên và ngày càng lụi tàn. Nhiều sản phẩm văn hoá có giá trị thấp, có khả năng gây hiểu kỳ lại có sức hấp dẫn đối với công chúng. Chẳng hạn như những sản phẩm âm nhạc, điện ảnh thị trường; những tự truyện, hồi ký khai thác về đời tư của nghệ sĩ, người mẫu; những truyện ngắn, tiểu thuyết khai thác chủ đề tình dục, mê tín dị đoan... được khuếch trương và là nguồn thu lợi nhuận hấp dẫn.

Rõ ràng, thị trường không phân biệt được đẹp – xấu, thiện – ác trong các sản phẩm văn hoá. Việc thực hiện hai mục tiêu kinh tế và văn hoá như thế nào là phụ thuộc vào sự điều tiết của con người

chứ không phải là thị trường. Doanh thu và nghệ thuật là hai khái niệm mà nhà sản xuất nghệ thuật nào cũng mơ ước thành một thực thể thống nhất, là cái đích hướng tới trong ngành công nghiệp văn hoá. Nhưng trong nền kinh tế thị trường, khi nhà sản xuất nghiêng về lợi nhuận nhiều hơn thì mục tiêu về văn hoá thường bị bỏ qua. Cho nên, sự thống nhất, hài hoà giữa mục tiêu về kinh tế và văn hoá vẫn là lý tưởng. Tuy nhiên, phát triển văn hoá trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, không thể tách rời kinh tế thị trường nhưng lại không thể hoàn toàn bị thị trường thao túng. Vì vậy, cần kết hợp được yếu tố *nghệ thuật* và yếu tố *thương mại* trong sản xuất nghệ thuật, kết hợp phát triển *kinh tế* với phát triển *văn hoá*, gắn *đầu tư phát triển kinh tế* với *đầu tư phát triển văn hoá* trong nền kinh tế thị trường.

Trên phương diện *các giá trị văn hoá*, bản sắc văn hoá cũng cần phải được nhìn nhận dưới góc độ khoa học trên cơ sở của quy luật phủ định biện chứng. Trong các yếu tố được xem là bản sắc có cả cái tích cực lẫn cái tiêu cực, đôi khi cái tích cực của quá khứ lại là cái tiêu cực đối với hiện tại. Vì vậy, bản sắc văn hoá dân tộc phải được lựa chọn để tiếp thu yếu tố tinh hoa và tinh thần của thời đại. Chẳng hạn, người Việt có *lối sống dựa vào thiên nhiên*, nhưng việc khai thác lạm dụng tài nguyên đang khiến con người phải đối mặt với sự nghiệt ngã của thiên nhiên do những biến đổi khí hậu, môi trường gây ra. Cách *ứng xử thiên về cảm tính* trong quan hệ với cộng đồng thể hiện qua chủ nghĩa bình quân và sự dân chủ theo lối cào bằng đang tạo nên những bất bình đẳng ngày càng nhiều trong quan hệ xã hội, người tài chưa được trọng dụng, chưa kích thích được khả

năng sáng tạo của người lao động, đúng sai không minh bạch. Khi chuyển sang xã hội đô thị, do đặc điểm của mô hình xã hội này, cái được đề cao không phải là tập thể nữa mà là cá nhân. Cái mà người ta quan tâm trước hết là lợi ích cá nhân chứ không phải là lợi ích tập thể, sự an toàn của cá nhân trước hết chứ không phải là sự an toàn của cộng đồng. Vì vậy, mặt trái của việc gia tăng quá trình đô thị hoá đang làm *rạn nứt mối quan hệ gắn kết chặt chẽ cộng đồng*, xuất hiện nguy cơ *tách cá nhân ra khỏi cộng đồng*, xuất hiện *sự vô cảm* của con người trước cái xấu, cái ác trong xã hội. Đó là nguyên nhân, mầm mống của việc xuất hiện nhiều sự bất trắc, nhiều cái xấu, cái ác trong xã hội hiện đại.

Khi mục đích tăng trưởng kinh tế không song hành cùng phát triển bền vững, môi trường sẽ bị tàn phá và tài nguyên thiên nhiên bị khai thác cạn kiệt, ảnh hưởng nghiêm trọng đến chất lượng cuộc sống và đến các thế hệ tương lai. Đây chính là vấn đề văn hoá và đạo đức. Trong bối cảnh khủng hoảng năng lượng và biến đổi khí hậu toàn cầu hiện nay, sử dụng năng lượng có hiệu quả không lãng phí, không tàn phá tài nguyên môi trường là một tiêu chí quan trọng đánh giá một quốc gia phát triển hay chậm tiến. Nhưng có lẽ xã hội văn minh phi cacbon của thế kỷ XXI vẫn là điều xa vời đối với chúng ta.

Khi tăng trưởng kinh tế không song hành với văn hoá thì những bất cập về văn hoá nổi lên gay gắt sẽ cản trở sự phát triển của kinh tế. Nếu chạy theo GDP bằng mọi giá, chúng ta sẽ rơi vào tình trạng phân hoá giàu nghèo gay gắt, dẫn đến sự phân hoá sâu sắc trong đời sống văn hoá, tạo ra những bất bình đẳng trong việc hưởng thụ các thành quả văn hoá của nhân dân.

Nếu trên tầm vĩ mô, GDP được xem là tiêu chí độc tôn, thì ở những thang bậc thấp hơn, đồng tiền được xem là thống soái. Đây là lý do quan trọng nhất khiến văn hoá bị xâm hại, thụt lùi và những nhà văn hoá đích thực khó tìm thấy chỗ để phát huy vai trò của mình trong cộng đồng. Một môi trường văn hoá lành mạnh, dân chủ, không chịu sự thống trị của đồng tiền là mục tiêu cần vươn tới để phát triển giới tinh hoa, chỉ có thể văn hoá mới thực sự trở thành động lực thúc đẩy xã hội phát triển (xem: 4, tr.17-19).

3. Có thể thấy: quá trình đổi mới hơn 20 năm qua “là hoàn toàn cần thiết để giải phóng và phát huy được các tiềm năng sản xuất trong xã hội. Song thực tế cho thấy bản thân nền kinh tế thị trường không phải là liều thuốc vạn năng. Hơn nữa, cùng với sự kích thích sản xuất phát triển, kinh tế thị trường cũng là môi trường thuận lợi để nảy sinh và phát triển nhiều tệ nạn xã hội” (5, tr.55). Tuy nhiên, về cơ bản, xu hướng kế thừa, phát huy những giá trị tốt đẹp của văn hoá dân tộc là xu hướng phổ biến. Xu hướng này hiện đang phát huy *những thế mạnh của dân tộc, đáp ứng yêu cầu phát triển và hội nhập của đất nước*. Vì vậy cần có những biện pháp nhằm hạn chế những tác động tiêu cực của cơ chế thị trường đối với việc xây dựng nền văn hoá tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Thứ nhất, cần nhận thức rằng: văn hoá phải là mục tiêu, động lực của sự phát triển đất nước, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc XHCN. Sự phát triển của đất nước Việt Nam có bền vững hay không, nền kinh tế thị trường có vận hành theo định hướng XHCN hay không chỉ khi chúng ta làm tốt nhiệm vụ xây dựng

nền văn hoá tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc trong từng bước đi của quá trình CNH, HĐH. Ngay cả quá trình hội nhập văn hoá với thế giới trong bối cảnh toàn cầu hoá văn hoá cũng không thể đạt được ý nghĩa to lớn nếu không làm sáng tỏ bản chất và truyền thống văn hoá dân tộc Việt Nam.

Thứ hai, cần phải tập trung vào giải quyết hai nội dung cơ bản, có quan hệ biện chứng với nhau, là giữ gìn, kế thừa, phát triển bản sắc văn hoá dân tộc đi đôi với phát huy văn hoá dân tộc, sức mạnh nội sinh của đất nước trong quá trình hội nhập và phát triển.

Cần phát huy vai trò của cá nhân, cộng đồng, Nhà nước trong việc giữ gìn, phát huy và phát triển bản sắc văn hoá dân tộc. Nhà nước có vai trò quan trọng thông qua những chính sách công cụ điều tiết vĩ mô. Còn vai trò của các tổ chức, cá nhân thì sao?

Dưới tác động của nền kinh tế thị trường, “tính năng động và tích cực công dân được phát huy, sở trường và năng lực cá nhân được khuyến khích. Một mặt, cơ chế đó đã phát huy vai trò, nội lực của cá nhân bằng việc đóng góp công sức, tiền của vào công việc lưu giữ, bảo tồn, phát triển, quảng bá các giá trị văn hoá dân tộc chẳng hạn như: *Việt phủ Thành Chương, thủ phủ Cà phê Trung Nguyên...* Những cá nhân này đang góp phần lưu giữ tinh hoa văn hoá Việt thông qua việc lưu giữ, bảo tồn những sản phẩm văn hoá độc đáo của các vùng miền. Đồng thời, họ cũng là những người biết cách tiếp thu, khơi dậy dòng chảy văn hoá Việt trong các nghệ phẩm của mình và góp phần quảng bá những nghệ phẩm mang đặc trưng tinh hoa Việt, tâm hồn Việt, bản lĩnh ý chí của người Việt ra thế giới. Mặt khác, cơ chế thị trường đang tạo ra rất nhiều kẽ hở cho không ít kẻ nhân danh các hoạt

động văn hoá để thực hiện mục đích rửa tiền hoặc đánh bóng bản thân, làm tha hoá, biến chất các giá trị văn hoá.

Bản sắc văn hoá dân tộc là một khái niệm luôn luôn vận động. Kinh tế thị trường và quá trình toàn cầu hoá kinh tế tạo ra cơ hội phát triển nhưng cũng chứa đựng nhiều yếu tố bất bình đẳng, gây khó khăn, thách thức lớn cho các quốc gia, nhất là những nước đang phát triển. Sự ảnh hưởng của quá trình này không chỉ ở phương diện kinh tế mà trên cả phương diện chính trị, văn hoá. Nếu một dân tộc quay lưng lại với truyền thống văn hoá, đánh mất bản sắc văn hoá thì tâm lý sùng ngoại sẽ phổ biến dẫn đến khả năng bị nô dịch về kinh tế, chính trị. Trước những thách thức của thời đại, việc giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc là động lực khơi dậy sinh lực từ lòng tự tôn dân tộc và chính bản sắc văn hoá sẽ tạo ra tính bản thể của sự phát triển dân tộc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Duy Bắc (chủ biên). Sự biến đổi các giá trị văn hoá trong bối cảnh xây dựng nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay. H.: Từ điển Bách khoa và Viện Văn hoá, 2008.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam. Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban chấp hành Trung ương khoá VIII. H.: Chính trị quốc gia, 1998.
3. Nguyễn Ngọc. Văn hoá... để làm gì? Tạp chí *Tia Sáng*, số 15, 2008.
4. Phạm Duy Hiên. Khi văn hoá không song hành với kinh tế. Tạp chí *Tia Sáng*, số 15, 2008.
5. Đảng Cộng sản Việt Nam, Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII. H.: Sự thật, 1991.