

VỀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XÃ HỘI CHỦ NGHĨA Ở NƯỚC TA

MAI HẢI OANH

VIỆC xây dựng một nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc trong điều kiện nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa đòi hỏi chúng ta phải có một tư duy mới, giàu tính sáng tạo. Sự kết hợp hai yếu tố "thị trường" và "định hướng xã hội chủ nghĩa" nói lên một ý nghĩa bao trùm, trong đó, yếu tố kinh tế và yếu tố văn hóa quyện chặt vào nhau nhằm tạo nên sự phát triển đúng hướng và lành mạnh của văn hóa.

Để nhìn nhận vấn đề một cách biện chứng, trước hết chúng ta phải nhận thức đầy đủ về tính chất của nền kinh tế thị trường. Về bản chất, kinh tế thị trường là tất yếu của nền kinh tế hàng hóa, nhưng là bước phát triển cao hơn của kinh tế hàng hóa. Chính nền kinh tế thị trường trong thời đại ngày nay đã làm cho lực lượng sản xuất được giải phóng và phát triển vượt bậc. Mặt khác, sự vận động của kinh tế thị trường thường gắn liền với xu hướng chủ nghĩa tư bản: nâng cao đến mức vô hạn sức sản xuất nhằm đạt lợi nhuận tối đa. Bởi thế, nền kinh tế thị trường một chiều sẽ dẫn đến nguy cơ phá hoại môi trường tự nhiên, phá hoại môi trường văn hóa cũng như bản thân văn hóa của con người, làm xuất hiện nguy cơ của cải được tích lũy, con người thì ngược lại, bị sa đọa. Đây là mặt tiêu cực phản văn hóa của nền kinh

tế thị trường tư bản chủ nghĩa. Nhiều nhà khoa học đã từng khẳng định bản chất của nền kinh tế thị trường tư bản chủ nghĩa là sự tôn thờ đồng tiền, tôn thờ chủ nghĩa cá nhân và chủ nghĩa vụ lợi. Ở đó tất cả đều bị thương mại hóa. Đó là lý do đòi hỏi chúng ta phải xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa nhằm tạo nên những sản phẩm văn hóa thực sự có giá trị, giàu tính nhân văn. Nhưng trong quá trình xây dựng nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, chúng ta phải cố gắng xây dựng mối quan hệ hợp lý giữa nhân tố kinh tế và văn hóa. Sở dĩ ta phải phân biệt hai loại nhân tố trên bởi vì một khi sự phát triển xã hội được quan niệm như một tổng thể hoàn chỉnh thì các nhân tố kinh tế hay nhân tố thị trường phải có sự hợp tác và thâm thấu chặt chẽ của các nhân tố văn hóa.

Tuy rằng xét về tổng thể lịch sử, kinh tế thị trường là bước tiến của nhân loại, và với nó, nhân loại đã tìm ra hình thức phát triển kinh tế hơn hẳn so với những hình thức kinh tế từng có trước đây. Nhưng thị trường lại chính là đầu mối của vô vàn hành động phi đạo đức. Trong lịch sử nhân loại, sự mở rộng thị trường đã gây nên nhiều cuộc tranh chấp, cướp đoạt, lừa dối, và trăm nghìn thủ đoạn phi nhân, phi nghĩa

khác, kể cả chiến tranh và giết người hàng loạt. Theo đó, xuất hiện mâu thuẫn thực sự giữa quy luật thị trường và quy luật văn hóa, giữa logic thị trường và logic văn hóa. Tất nhiên trong những trường hợp nào đó, người ta có thể sử dụng cơ chế thị trường để huy động tính tích cực của văn hóa. Nhưng điều đó đòi hỏi không ít điều kiện của môi trường văn hóa. Như vậy, chúng ta phải luôn luôn bảo vệ và phát huy lợi ích của văn hóa trước những tác động tiêu cực của thị trường, không để cho thị trường chi phối văn hóa mà ngược lại phải để cho văn hóa, với tất cả ý nghĩa tốt đẹp của nó, tác động và chi phối đời sống thị trường.

Nhận thức trên đây có thể soi tỏ một số hoạt động xã hội (kể cả kinh tế và phi kinh tế) có ý nghĩa văn hóa thường xuyên và rộng lớn, đồng thời cũng nói đến những hoạt động văn hóa đặc thù, thường được gọi là ngành văn hóa. Bất luận trong trường hợp nào cũng không được để cho những hoạt động trên đây, dưới danh nghĩa "thích ứng với thị trường" mà rơi vào tình trạng phản đạo đức, phản văn hóa hoặc chí ít là từ bỏ chức năng văn hóa của nó. Mặt khác, những người hoạt động trong các lĩnh vực đã nói trên, với tư cách là những đại diện văn hóa của một xã hội, cũng phải là những tấm gương cụ thể thể hiện những chuẩn mực văn hóa mà xã hội đó có thể đạt được. Ví dụ như các cơ quan lãnh đạo, các cơ quan pháp luật, tài chính, đặc biệt các cơ quan văn hóa cũng như những người trong các cơ quan đó đều là những thực thể tượng trưng cho nền văn hóa và điều hành những hoạt động có ý nghĩa văn hóa của một xã hội. Đó chính là những thực thể phi thị trường, phi kinh doanh, và sản phẩm của họ là những sản phẩm không được tính đến lợi nhuận, hoặc trong một số trường hợp chỉ được phép coi lợi nhuận là mục tiêu thứ yếu. Với một số ngành sản xuất và dịch vụ, Nhà nước chính là người đánh giá các sản phẩm của họ với tư cách là "khách hàng". Một

mặt, Nhà nước có quyền đặt ra yêu cầu, nhưng mặt khác phải có sự ứng xử và đãi ngộ với họ xứng đáng, tương đương với những điều kiện của thị trường đang tồn tại ngoài xã hội nếu Nhà nước không muốn những hoạt động mang ý nghĩa văn hóa đó bị sự tấn công rồi vùi dập của thị trường.

Thực tế cho thấy, phải có một thời gian chuyển qua nền kinh tế thị trường, chúng ta mới có điều kiện để nhìn nhận và rút ra những bài học kinh nghiệm đắt giá.

Có lẽ, thoát đầu, bị mê hoặc vì một số lý luận nào đó về kinh tế thị trường, hay vì hình ảnh phiến diện của một số nước có nền kinh tế thị trường, chúng ta đã không hiểu hết thực chất của nền kinh tế thị trường, cứ nghĩ rằng đó là sự mở đường thuận lợi cho các hoạt động trong xã hội, kể cả hoạt động văn hóa, là sự kích thích những năng lực bấy lâu bị kìm hãm. Chúng ta đã không lường trước mặt trái của kinh tế thị trường. Kết quả là trong lĩnh vực kinh tế đã xuất hiện những hiện tượng, ở các mức độ khác nhau, chạy theo lợi nhuận bất chấp những chuẩn mực văn hóa: hàng giả tràn lan, lậu thuế tràn lan, quảng cáo vô tội vạ... Tất cả những tình trạng đó đã tạo nên sự hỗn loạn khó bề kiểm soát của nhiều hoạt động kinh tế ảnh hưởng lớn đến môi trường văn hóa của xã hội.

Bên cạnh đó, chúng ta đã để cho quy luật thị trường len vào một số cơ quan và cán bộ nhà nước, những thực thể có chức năng quan trọng là giữ gìn bộ mặt văn hóa của đất nước. Nhân "thời buổi kinh tế thị trường" khi mà những quy định, thủ tục làm ăn chưa chặt chẽ, không ít cán bộ đã lợi dụng chức quyền để bòn rút của Nhà nước, vơ vét của nhân dân, trở thành những kẻ tham nhũng và sa đọa. Có thể nói một cách đau đớn rằng sự biến chất của một bộ phận không nhỏ cán bộ và đảng viên trước sự cám dỗ tầm thường trong nền kinh tế thị trường là một tổn thất lớn của chúng ta về

mặt văn hóa. Không ít lĩnh vực vốn dĩ là mảnh đất thiêng liêng của chủ nghĩa nhân văn, của tinh thần đạo đức, nói tóm lại là của văn hóa, cũng bị xâm phạm khi sa vào quy luật mua bán đổi chác bằng đồng tiền của thị trường như y tế, giáo dục...

Những điều vừa trình bày trên đây là những mất mát và tổn hại không thể lường hết được về mặt văn hóa ngay giữa lúc nền kinh tế thị trường đang phát triển và tạo nên một bề ngoài ấn tượng rằng chính nó đang thay đổi da thịt cho đất nước. Từ khi chúng ta chuyển sang nền kinh tế thị trường, những cách sống và lối sống xa lạ, thực dụng, chạy theo giá trị vật chất đã xuất hiện. Vì lợi nhuận nhiều người đã bất chấp và chà đạp lên tất cả, người ta làm đủ loại hàng giả: từ đồ ăn, thức uống đến các sản phẩm tinh thần. Thói đua đòi ăn chơi, lối sống xa hoa phung phí tiền của trở nên phổ biến, tạo thế không cân bằng giữa cống hiến và hưởng thụ. Nạn tham nhũng, buôn lậu, làm giàu bất chính và các tệ nạn xã hội khác tràn lan. Tệ "buôn thần, bán thánh" xuất hiện khắp nơi; tôn giáo tín ngưỡng bị lạm dụng và lợi dụng làm phương hại nghiêm trọng đến đời sống tinh thần lành mạnh của toàn xã hội. Điều đó đã được Nghị quyết Hội nghị lần thứ 5, khóa VIII của Đảng khẳng định: "Về mặt khách quan mà nói kinh tế thị trường với sức mạnh tự phát ghê gớm của nó đã khuyến khích chủ nghĩa cá nhân, lối sống thực dụng làm cho người ta chú ý tới lợi ích vật chất mà coi nhẹ giá trị tinh thần, chỉ chú ý đến lợi ích cá nhân mà coi nhẹ lợi ích cộng đồng, chú ý lợi ích trước mắt mà coi nhẹ lợi ích lâu dài, cơ bản"⁽¹⁾.

Việc nhiều hoạt động của ngành văn hóa đi vào thị trường với phương châm "tự hoạch toán", "lấy thu bù chi"... cũng đem lại những kết quả không như ý muốn của chúng ta. Bởi thế, có một số hoạt động tuy là cốt tử của ngành văn hóa, có ý nghĩa văn hóa rất lớn, nhưng không có khả năng thương mại, với

những sản phẩm không thị trường hóa được, thì một khi kinh phí tài trợ của Nhà nước quá lèo tèo, đã phải sống lay lắt, thậm chí có thời gian "chết" hẳn, như nhiều xưởng phim tài liệu, công trình nghiên cứu văn hóa và hệ thống các thư viện địa phương... Còn các hoạt động khác có khả năng "thích ứng với thị trường" thì dần dần đã ngã sang phía tiêu cực, nghĩa là lấy thị trường làm cứu cánh, chạy theo lợi nhuận và ở mức độ khác nhau, dần từ bỏ chức năng văn hóa của mình. Thực tế của thị trường báo chí, thị trường ca nhạc, băng vi-di-ô... đã nói lên điều này. Rõ ràng, việc đổi mới và nâng cao trình độ quản lý thị trường văn hóa sao cho hợp lý là một vấn đề cần được quan tâm thích đáng.

Điều quan trọng nhất của việc xây dựng văn hóa trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là thị trường văn hóa và quản lý thị trường văn hóa. Sự hình thành bước đầu thị trường văn hóa và mở rộng xã hội hóa hoạt động văn hóa đang đặt chúng ta trước những trách nhiệm nặng nề và thách thức không nhỏ đối với năng lực quản lý và trình độ tổ chức hoạt động của đội ngũ cán bộ văn hóa. Bên cạnh những thành tựu đã đạt được trong điều kiện cơ chế mới, hoạt động văn hóa hiện nay còn bộc lộ những xu hướng không lành mạnh, có mặt khá nghiêm trọng. Đó là xu hướng "thương mại hóa", chạy theo lợi nhuận, coi thường chất lượng văn hóa đã lan tràn trong nhiều sản phẩm, dịch vụ văn hóa. Trong khi đó, công tác quản lý văn hóa không theo kịp tình hình, tỏ ra lúng túng, bị động. Một số nơi, do nhận thức không đúng tính đặc thù của thị trường văn hóa với các hàng hóa thông thường khác, có xu hướng buông lỏng quản lý chất lượng tư tưởng, không chăm sóc, đầu tư

(1) Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1998, tr 29 - 30

nâng cao chất lượng văn hóa. Thị trường văn hóa là cây cầu nối với việc sản xuất văn hóa và tiêu dùng văn hóa. Sản phẩm văn hóa và dịch vụ văn hóa một khi đi vào lĩnh vực lưu thông dưới hình thức hàng hóa thì tạo nên thị trường văn hóa (bao gồm ngành vui chơi giải trí văn hóa, thị trường điện ảnh, sách báo, mỹ thuật, biểu diễn, thị trường âm hình vi đi ô, thị trường giao lưu văn hóa trong và ngoài nước). Các loại thị trường này đã trở thành một bộ phận hữu cơ không thể thiếu được trong hệ thống thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta. Cho nên quản lý thị trường văn hóa trở thành một vấn đề quan trọng.

Để phát triển văn hóa trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, chúng ta cần thực hiện một số nhiệm vụ cấp thiết sau:

Một là, người làm công tác quản lý văn hóa phải coi trọng việc phân tích chi tiết hóa đối với hành vi tiêu dùng văn hóa; phải coi hứng thú và quyền lợi cá nhân của người tiêu dùng như một trọng điểm nghiên cứu; kết hợp hoạt động kinh tế của tiêu dùng văn hóa đại chúng với những đặc điểm và sự biến đổi tâm lý người tiêu dùng để nghiên cứu một cách sát hợp; chú ý phương thức ảnh hưởng lẫn nhau và ảnh hưởng của môi trường xã hội với hành vi tiêu dùng của quần chúng. Từ góc độ quản lý hoạt động cung cấp sản phẩm văn hóa, người làm công tác quản lý văn hóa phải chú ý chặt chẽ động cơ hành vi và phương thức hành vi của người cung cấp các loại sản phẩm văn hóa, xem xét động cơ gây dựng uy tín và động cơ kinh tế của họ để hướng dẫn, chỉ đạo một cách hợp lý, chủ động. Phải lưu ý chức năng cảm hóa và tác động tinh thần của sản phẩm văn hóa đối với đông đảo người tiêu dùng, nâng đỡ những tác phẩm có giá trị tư tưởng và nghệ thuật xuất sắc, biết tuân thủ nguyên tắc thị trường đồng thời kiên trì xây dựng một thị trường văn hóa giàu tính nhân văn.

Hai là, nhanh chóng định ra pháp luật, pháp quy và hệ thống chính sách tương ứng về quản lý thị trường văn hóa, làm cho các ngành chức năng hữu quan vận dụng các biện pháp thích hợp để quy phạm thị trường văn hóa, làm cho việc quản lý thị trường văn hóa được pháp chế hóa, chế độ hóa, quy phạm hóa. Vận dụng *biện pháp pháp kinh tế* can thiệp vào thị trường văn hóa. Thông qua đòn bẩy kinh tế, làm cho xuất hiện ngày càng nhiều sản phẩm văn hóa và dịch vụ văn hóa tiến bộ, lành mạnh có giá trị cao đi vào thị trường. Căn cứ vào quy luật kinh tế khách quan của phát triển thị trường văn hóa mà vận dụng các biện pháp kế hoạch kinh tế, hiệu quả kinh tế, hạch toán kinh tế, trách nhiệm kinh tế để tăng cường việc quản lý đối với thị trường văn hóa. Vận dụng *biện pháp hành chính* để can thiệp vào thị trường văn hóa. Chính quyền phải chú trọng và điều hành kiểm soát vĩ mô, xóa bỏ các hoạt động kinh doanh phi pháp nhằm làm thông thoáng cơ chế quản lý thị trường văn hóa, làm cho hoạt động kinh doanh văn hóa phát triển lành mạnh, có trật tự. Vận dụng những *biện pháp tuyên truyền* dư luận, biện pháp giáo dục để hướng dẫn thị trường văn hóa. Phải tiến hành giáo dục và hướng dẫn đối với người sản xuất, người kinh doanh, người tiêu dùng sản phẩm văn hóa, từ đó dẫn dắt thị trường văn hóa đi theo định hướng thẩm mỹ, thúc đẩy văn hóa phát triển phồn vinh.

Ba là, phải tăng cường giáo dục tư tưởng, đạo đức, lối sống xã hội chủ nghĩa sâu rộng trong nhân dân, đặc biệt trong thế hệ trẻ, từ đó xây dựng niềm tin của toàn dân vào lý tưởng chủ nghĩa xã hội. Đảng ta khẳng định "chăm lo văn hóa là chăm lo xây dựng củng cố nền tảng tinh thần của xã hội. Thiếu nền tảng tinh thần lành mạnh và tiến bộ, không quan tâm giải quyết tốt mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với tiến bộ và công bằng xã hội thì không có sự phát triển kinh tế xã hội bền vững. Xây

dựng và phát triển kinh tế phải nhằm mục tiêu văn hóa, vì xã hội công bằng văn minh con người phát triển toàn diện". Chỉ có chủ nghĩa xã hội với mục tiêu giải phóng con người, xây dựng một xã hội công bằng dân chủ, văn minh, mới tạo ra những điều kiện tốt nhất cho con người phát triển tự do và toàn diện, mới có thể ngăn cản và hạn chế được nguy cơ xâm nhập của các hiện tượng phản văn hóa cũng như những mặt trái của cơ chế thị trường. Cùng với việc phát triển kinh tế đất nước chúng ta phải tăng cường phát huy những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của dân tộc.

Bốn là, phát huy vai trò của báo chí và văn học nghệ thuật trong việc giáo dục động viên và định hướng tư tưởng cho xã hội; làm tốt vai trò xung kích trong đấu tranh phê phán, làm thất bại mọi âm mưu chống phá cách mạng nước ta của các thế lực thù địch. Bên cạnh đó, báo chí và văn học nghệ thuật có sứ mệnh rất to lớn phát triển sâu rộng và nâng cao chất lượng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, gắn kết chặt chẽ và đồng bộ hơn với phát triển kinh tế - xã hội; làm cho văn hóa thấm sâu vào mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Đồng thời báo chí và văn học - nghệ thuật góp phần mở rộng giao lưu văn hóa; giới thiệu văn hóa, đất nước và con người Việt Nam ra thế giới.

Năm là, tiếp tục đẩy mạnh phong trào toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa để nó thực sự trở thành cuộc vận động văn hóa lớn có sức lan tỏa và ảnh hưởng sâu rộng, góp phần quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và xây dựng con người mới; từng bước tạo đà phát triển mới cho các lĩnh vực hoạt động văn hóa nhằm thực hiện thắng lợi các nhiệm vụ mà Nghị quyết Đại hội lần thứ X của Đảng đã đề ra, thúc đẩy công cuộc đổi mới toàn diện, phát triển nhanh và bền vững, sớm đưa đất nước ta ra khỏi tình trạng kém phát triển. □

Phát huy vai trò...

(Tiếp theo trang 8)

xây dựng kết cấu hạ tầng văn hóa còn phải biết kinh doanh kết cấu hạ tầng văn hóa một cách hiệu quả và chủ động, từng bước hình thành đầu tư tài chính, đầu tư chính sách và đầu tư xã hội một cách đồng bộ nhằm làm cho sự nghiệp văn hóa nói chung và công nghiệp văn hóa nói riêng ngày càng phát triển, phục vụ tốt nhất cho việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người lao động. Xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa không thể chỉ chú trọng giải quyết các nhiệm vụ kinh tế - tài chính, kinh tế - kỹ thuật - công nghệ, hoàn thiện thể chế luật pháp và thúc đẩy phát triển các quan hệ thị trường, các loại hình thị trường trong cơ cấu của nó mà còn phải thường xuyên chăm lo phát triển nhân tố văn hóa trong kinh tế, làm cho văn hóa phát huy tác dụng như một động lực thúc đẩy kinh tế phát triển.

Từ quan điểm nhân văn, tức là văn hóa, phát triển xã hội không xem kinh tế là cứu cánh. Xét đến cùng, kinh tế là nhân tố quyết định phát triển xã hội nhưng chủ thể phát triển kinh tế lại là con người xã hội, là cá nhân và cộng đồng. Phát triển kinh tế để phát triển văn hóa vì mục tiêu phục vụ con người và phát triển tự do, toàn diện con người, hoàn thiện nhân cách của nó, của mỗi người và của cả cộng đồng trong sự thống nhất hài hòa - đó mới là mục đích tự thân của lịch sử như C. Mác đã từng nói.

Con người chính là giá trị cao nhất của mọi giá trị văn hóa. Nâng cao chất lượng nguồn lực con người - tài nguyên đặc biệt quý giá, tài nguyên của mọi tài nguyên, nguồn lực của mọi nguồn lực, đó là giải pháp, chiến lược sâu xa để phát triển kinh tế - xã hội. Chính điều đó tỏ rõ rằng, văn hóa vừa là động lực vừa là mục tiêu của phát triển kinh tế - xã hội. □