

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG CỦA QUAN HỆ TRUNG TÂM VÀ NGOẠI VI TRÊN CẤP ĐỘ KHÔNG GIAN VĂN HOÁ

NGUYỄN VĂN DÂN^(*)

Nói đến quan hệ trung tâm và ngoại vi về phương diện văn hoá trước hết là nói đến quan hệ trong không gian văn hoá. Đây là môi trường mà sự tác động qua lại giữa trung tâm và ngoại vi được thể hiện rõ nhất. Mỗi quan hệ này không phải lúc nào cũng diễn ra thuận lợi cho sự phát triển. Vấn đề là quan niệm không gian văn hoá như thế nào và nhìn nhận nó từ quan điểm gì. Hiểu rõ mối quan hệ giữa trung tâm và ngoại vi trong không gian văn hoá sẽ giúp ta giải quyết các mâu thuẫn và những xung đột khả dĩ giữa hai phạm trù này. Đó chính là điều quan trọng của mối quan hệ giữa trung tâm và ngoại vi, đặc biệt là trong lĩnh vực văn hoá. Song, để hiểu bản chất và đặc trưng của không gian văn hoá, chúng ta cần xem xét nó trong không gian tự nhiên và không gian xã hội.

1. Không gian tự nhiên

Không gian tự nhiên bao gồm: Không gian đồng bằng, không gian miền núi, không gian trung du, không gian miền Đông, không gian miền Tây, không gian đất liền, không gian biển đảo... Không gian tự nhiên được đặc

trưng bởi các đặc điểm tự nhiên như đất đai, địa hình, khí hậu, hệ sinh thái...

Nghiên cứu không gian tự nhiên là một trong những nhiệm vụ đầu tiên để phục vụ cuộc sống con người. Đặc biệt, khi không gian có yếu tố con người xã hội, thì nó trở thành một đối tượng phức tạp hơn rất nhiều so với không gian tự nhiên. Vì thế, nhà khoa học người Pháp Henri Lefebvre đã nói đến việc phải xây dựng một khoa học mà ông gọi là khoa học không gian (tiếng Pháp: “la science de l’espace”; tiếng Anh: “the science of space”). Theo ông, đối tượng của khoa học này chính là không gian xã hội. Đây là một ngành khoa học nghiên cứu các mối quan hệ xã hội trong không gian chứ không phải là ngành khoa học chinh phục vũ trụ ngày nay. Ngành khoa học này sẽ trả lời cho chúng ta những câu hỏi: Không gian xã hội là gì? Nó khác biệt với không gian tự nhiên như thế nào? Con người tạo ra không gian xã hội ra sao?... Ở đây, khi nghiên cứu không gian văn hoá, trước hết chúng ta hãy tìm hiểu không gian xã hội là gì.

^(*) PGS.TS., Viện Thông tin KHXH.

2. Không gian xã hội

Lefebvre là một trong những người đầu tiên, vào đầu thế kỷ XX, đã có nỗ lực xây dựng một ngành khoa học mà ông gọi là “khoa học nghiên cứu không gian xã hội”. Dựa vào học thuyết duy vật mác xít, Lefebvre cho rằng trong khi không gian tự nhiên là một “tác phẩm” của thiên nhiên, do thiên nhiên “sáng tạo ra” (tiếng Pháp: “créer”; tiếng Anh: “create”), thì không gian xã hội là do con người “sản xuất ra” (tiếng Pháp: “produire”; tiếng Anh: “produce”). Theo ông, một vật được sáng tạo là một “tác phẩm” mang tính độc nhất, không lặp lại. Thế giới vật chất là thế giới của những sự vật được thiên nhiên sáng tạo, không lặp lại. Còn thế giới xã hội là thế giới của những sự vật do con người làm ra. Chúng được sản sinh ra bởi các lực lượng sản xuất, bằng các phương tiện sản xuất và thông qua các phương thức sản xuất, vì thế chúng là những “sản phẩm” có thể lặp lại (tức có thể được “sản xuất hàng loạt”). Tương tự, không gian xã hội cũng là những không gian do con người sản sinh ra bởi các lực lượng sản xuất, bằng các phương tiện sản xuất và thông qua các phương thức sản xuất. Vì thế, *không gian xã hội là một sản phẩm xã hội*.

Sở dĩ Lefebvre coi không gian xã hội là một sản phẩm xã hội mà không phải một “tác phẩm” như không gian tự nhiên là vì không gian xã hội bao gồm: 1, *Việc tái sản xuất sinh học* (tức sự sinh sản); 2, *Việc tái sản xuất sức lao động*; 3, *Việc tái sản xuất các mối quan hệ sản xuất xã hội*. Chính hành động tái sản xuất đó làm cho không gian xã hội có đặc trưng là tính lặp lại, khác với không gian tự nhiên (chỉ được thiên nhiên tạo ra một lần và mãi mãi). Ngoài ra,

Lefebvre cho rằng không gian xã hội có ba cấp độ thể hiện:

1, Cấp độ *thực hành không gian* (tiếng Anh: “spatial practice”) bao gồm cả việc sản xuất lẫn việc tái sản xuất, cả các địa điểm / vị trí riêng biệt và các tập hợp yếu tố không gian đặc trưng cho mỗi một sự hình thành không gian. Đối với một xã hội, việc thực hành không gian sẽ tạo ra *không gian xã hội*. Nó đề xuất ra không gian xã hội, sản xuất ra không gian xã hội trong một mối quan hệ tương tác biện chứng, rồi nó làm chủ và chiếm hữu không gian xã hội. Xét từ quan điểm phân tích, việc thực hành không gian xã hội của một xã hội được bộc lộ thông qua việc giải mã không gian của nó.

2, Cấp độ *biểu tả không gian* (tiếng Anh: *representations of space*) liên quan chặt chẽ với các mối quan hệ sản xuất và “trật tự” mà các mối quan hệ này áp đặt, và vì thế liên quan đến tri thức, đến ký hiệu, đến mã, và đến các mối quan hệ “mặt tiền”. Có thể nói, đây là không gian được khái niệm hoá, không gian của các nhà khoa học, các nhà lập kế hoạch, các nhà nghiên cứu phát triển đô thị, các chuyên gia công nghệ và các chuyên gia xã hội. Họ giống như một kiểu nghệ sĩ khoa học, họ xác định những gì trải nghiệm được trong cuộc sống, những gì cảm nhận và những gì quan niệm. Đây là loại không gian chiếm ưu thế (tiếng Anh: “dominant space”) trong bất cứ một xã hội nào (hoặc trong bất cứ một phương thức sản xuất nào). Các quan niệm về không gian có xu hướng hướng tới một hệ thống ký hiệu từ ngữ.

3, Cấp độ các *không gian biểu tả* (tiếng Anh: “representational spaces”). Cấp độ này biểu tả những hình tượng phức hợp, đôi khi được mã hoá, đôi khi

không, được gắn kết với bề mặt ngầm của đời sống xã hội cũng như với nghệ thuật. Đây là loại không gian được trải nghiệm trực tiếp thông qua các hình ảnh và biểu tượng liên tưởng của nó, vì vậy nó là loại không gian của các “cư dân” và của những “người sử dụng” nó, nhưng đồng thời nó cũng là không gian của các nghệ sĩ và của những người - như nhà văn và nhà triết học - muốn mô tả không gian. Loại không gian này bị chi phối - và vì thế nó được trải nghiệm một cách thụ động - là loại không gian mà trí tưởng tượng tìm cách thay đổi và chiếm hữu. Nó bao phủ lên không gian vật lý, sử dụng các đồ vật của không gian này một cách tượng trưng. Như thế có thể nói, mặc dù có một số ngoại lệ, không gian biểu tả có xu hướng hướng tới các hệ thống ít nhiều cố kết của các biểu tượng và ký hiệu phi từ ngữ (Henri Lefebvre, 1991, tr.33).

Xét từ góc độ lịch sử và theo quan điểm nhìn nhận sự hình thành và phát triển của không gian xã hội như một quá trình sản xuất, theo Lefebvre, không gian xã hội có hai giai đoạn:

Thứ nhất là giai đoạn của *không gian tuyệt đối* được tạo thành bởi các mảnh đoạn của thiên nhiên được bố trí tại địa điểm đó và chúng được lựa chọn vì những phẩm chất nội tại của chúng (như hang động, ngọn núi, suối, sông), nhưng chính việc sử dụng chúng cuối cùng đã tước đoạt đi những đặc tính tự nhiên và tính độc nhất của chúng. Đặc trưng của không gian tuyệt đối là nó mang tính tôn giáo và chính trị. Người “sản xuất” ra nó là những người nông dân và thợ thủ công, nhưng người quản lý và sử dụng nó để tổ chức ra việc sản xuất và tái sản xuất xã hội lại là các tầng lớp thầy tu, quân nhân, thư lại, hoàng thân, họ là những người sở hữu

những gì người khác sản xuất ra, chiếm hữu không gian và trở thành chủ nhân hoàn toàn hợp pháp của nó.

Thứ hai là khi những lực lượng tôn giáo và chính trị của không gian tuyệt đối đã xác lập được quyền cai trị của mình trong không gian tự nhiên, chúng sẽ đi đến chỗ phá vỡ vĩnh viễn tính tự nhiên của không gian tự nhiên, xác lập nên một không gian tích lũy (tích lũy mọi của cải và nguồn lực: tri thức, công nghệ, tiền bạc, đồ vật quý, tác phẩm nghệ thuật và các biểu trưng). Trong thời kỳ tích lũy này, đô thị trở thành trung tâm, nó cai quản vùng nông thôn được coi là vùng ngoại vi. Hoạt động sản xuất (lao động) không còn là một hoạt động của quá trình tái sản xuất để duy trì đời sống xã hội, mà trở nên độc lập khỏi quá trình đó, lao động trở thành đối tượng của sự trừu tượng hoá, do đó nó trở thành lao động xã hội trừu tượng - và sản xuất ra *không gian trừu tượng*.

Mặc dù Lefebvre không chỉ rõ khi nào xuất hiện không gian trừu tượng, nhưng những gì ông quan niệm cho thấy không gian này liên quan chặt chẽ đến sự xuất hiện của tri thức và văn hoá, của tích lũy tư bản. Trên thực tế, Lefebvre luôn có ý thức nghiên cứu không gian xã hội của chủ nghĩa tư bản. Theo ông, mỗi xã hội đều sản xuất cho mình một không gian riêng. Trong không gian xã hội tư bản, Lefebvre phân biệt giữa không gian đô thị với tư cách là trung tâm và không gian nông thôn với tư cách là các khu vực ngoại vi. Đô thị là nơi có sự phát triển mạnh của các lực lượng sản xuất dưới sự cai quản của các lực lượng chính trị, đồng thời có sự tích lũy cao các nguồn lực tri thức, nguồn lực công nghệ và văn hoá nghệ thuật. Trong chủ nghĩa tư bản, hình thức không gian ưu thế là không gian

của các trung tâm của cải và quyền lực, nó chỉ phôi những không gian mà nó chế ngự - đó là các không gian ngoại vi. Theo Lefebvre, không gian ngoại vi luôn là những không gian phụ thuộc, bị chế ngự bởi không gian trung tâm.

Có thể nói, đặc trưng quan trọng nhất của không gian xã hội, theo Lefebvre, là nó gắn chặt với phương thức và quan hệ sản xuất, làm cho nó có khả năng tái sản xuất, có tính lặp lại, khác với tính sáng tạo duy nhất của không gian tự nhiên. Mặc dù có tính lặp lại, nhưng không gian xã hội không phải là giống nhau đối với mọi nơi trên thế giới. Theo ông, mỗi xã hội có một không gian riêng, mỗi khu vực, mỗi địa phương, mỗi đô thị cũng có một không gian riêng biệt. Từ đó, những yếu tố quan trọng làm cho các không gian khác nhau là các mối quan hệ xã hội, các quan hệ sản xuất, các lực lượng sản xuất... Và các không gian xã hội đó *thâm nhập lẫn nhau và / hoặc chồng chéo lên nhau* (Henri Lefebvre, 1991, tr.86).

Theo Lefebvre, tuy không gian xã hội có những đặc trưng riêng biệt khác hẳn với không gian tự nhiên, nhưng không phải là nó tách rời khỏi thiên nhiên. Lefebvre không chú ý đến yếu tố thiên nhiên trong không gian xã hội và không phân tích sâu yếu tố này, ông đặc biệt chú ý đến vai trò của phương thức và quan hệ sản xuất trong việc hình thành không gian xã hội. Chính vì thế, ông cho rằng không gian tự nhiên được thiên nhiên “sáng tạo” ra, còn không gian xã hội được con người và xã hội “sản xuất” ra.

Theo chúng tôi, không chỉ mỗi khu vực, địa điểm có một không gian riêng, mà mỗi lĩnh vực xã hội cũng có một không gian riêng. Không gian xã hội có nhiều loại không gian: Không gian

chính trị, không gian kinh tế, không gian quân sự, không gian khoa học, các không gian phát triển xã hội (đô thị, nông thôn, vùng miền...), không gian văn hoá... Vì thế, dựa vào cách phân cấp của Lefebvre, có thể xếp không gian chính trị, không gian kinh tế và không gian quân sự vào cấp *thực hành không gian*; không gian khoa học và các không gian phát triển xã hội vào cấp *biểu tả không gian*; không gian văn hoá vào cấp *không gian biểu tả*.

Tuy nhiên, giữa các loại không gian này có sự giao thoa lẫn nhau, như: không gian kinh tế - văn hoá, không gian văn hoá - xã hội... Chẳng hạn khi nói đến không gian đô thị, không gian nông thôn, không gian Bắc bộ, không gian Trung bộ, không gian Nam bộ, không gian Tây Nguyên..., là nói không gian văn hoá - xã hội, nhưng trong đó còn có cả yếu tố kinh tế. Trong không gian văn hoá người ta lại nói đến không gian kiến trúc, không gian lễ hội, không gian folklor, không gian văn chương bác học; cụ thể hơn là không gian quan họ, không gian công chiêng, không gian hát đối, v.v... Ở đây, không gian văn hoá có một vị trí rất đặc biệt.

3. Không gian văn hoá với tư cách là một không gian xã hội đặc thù

Lefebvre cho rằng không gian xã hội không phải là một “tác phẩm” mà là một “sản phẩm”. Đây là một quan niệm khá độc đáo của ông: Thiên nhiên thì “sáng tạo”, xã hội thì “sản xuất”. Mỗi một “tác phẩm” của thiên nhiên là một vật thể duy nhất, không lặp lại. Mỗi một ngọn núi, một dòng sông, một hang động, một cái cây, một sinh vật, thậm chí cả mỗi một con người, đều là những “tác phẩm” duy nhất không lặp lại của tạo hoá. Chỉ có con người và xã hội mới sản xuất ra

những “sản phẩm” lặp lại. Đây cũng là một ý tưởng đáng chú ý.

Tuy nhiên, liệu có phải con người chỉ “sản xuất” mà không “sáng tạo” không? Nếu chiếu cố, điều này có thể đúng với một số lĩnh vực như không gian kinh tế, không gian chính trị, không gian phát triển xã hội, song nó khó có thể phù hợp với không gian văn hoá. Văn hoá là một lĩnh vực đặc thù của con người. Marx đã nói: Trong lao động, con người khi sản xuất ra của cải vật chất cũng đã nhào nặn vật chất theo quy luật của cái đẹp. Điều đó có nghĩa là con người khi lao động không chỉ đơn thuần là sản xuất mà còn là sáng tạo ra các giá trị thẩm mỹ, giá trị văn hoá.

Con người là một con vật xã hội chứ không đơn thuần là một con vật tự nhiên. Các loài vật khác đều “lao động” theo bản năng, chúng “sản xuất” ra các đồ vật theo bản năng. Các loài chim hay loài ong làm tổ và sản xuất ra một loạt tổ theo mẫu định sẵn trong bản năng sinh vật. Trong khi đó con người xây dựng nhà ở với ý thức sáng tạo các tác phẩm văn hoá nghệ thuật. Vì thế, có thể khẳng định rằng, không gian văn hoá của con người xã hội là một “tác phẩm” văn hoá nghệ thuật chứ không đơn thuần là một “sản phẩm xã hội”.

Mặt khác, mặc dù Lefebvre cho rằng không gian xã hội là một không gian trừu tượng, nhưng theo chúng tôi, không gian văn hoá với tư cách là một kiểu không gian xã hội, vẫn mang tính cụ thể, nó gắn bó chặt chẽ với một địa điểm cụ thể, chịu sự chi phối của các đặc điểm tự nhiên và xã hội của địa điểm đó. Vì thế không gian xã hội rất đa dạng và phong phú, làm thành sự đa dạng văn hoá mà ngày nay người ta đang coi là điều kiện của phát triển bền vững. Không gian văn hoá là nơi định hình các

đặc điểm văn hoá của một cộng đồng người. Nó là môi trường tự nhiên và xã hội trong đó diễn ra các hoạt động văn hoá đặc trưng của một cộng đồng người, gắn liền với đặc điểm của không gian địa lý và không gian xã hội. Một không gian văn hoá nếu có được bản sắc riêng sẽ có tác động mạnh đến đời sống xã hội của cộng đồng người. Tuy nhiên tác động đó có thể mang ý nghĩa tích cực hoặc tiêu cực, tùy thuộc vào điều kiện lịch sử của quá trình phát triển xã hội. Chính vì thế, không giống như không gian địa lý, không gian văn hoá có thể biến đổi theo dòng lịch sử.

Ở Việt Nam, vào thời cổ đại, không gian văn hoá chỉ bó hẹp trong không gian văn hoá ở châu thổ Bắc bộ. Đó là không gian văn hoá lúa nước với đặc thù là không gian làng xã, một không gian chưa có đô thị phát triển. Ở giai đoạn này, mặc dù mỗi làng vẫn là một đơn vị văn hoá, nhưng không gian văn hoá của cả xã hội vẫn mang tính thống nhất cao. Đến giai đoạn phong kiến, làng có một vị trí độc lập tự chủ cao độ “phép vua thua lệ làng”. Lúc này đã có sự đa dạng hoá các không gian. Nhưng chính sự tồn tại của các không gian chia cắt như thế đã kìm hãm sự phát triển. Ngày nay, đất nước phát triển theo xu hướng đô thị hoá. Không gian đô thị đang chiếm ưu thế và vị trí chủ đạo, chi phối các không gian ngoại vi của nông thôn, của các vùng miền xa xôi và chi phối đến mọi mặt của đời sống xã hội như: lối sống, lễ hội, tập tục, giáo dục, kiến trúc, điện ảnh, nghệ thuật, văn học...

4. Không gian văn hoá trong mối quan hệ trung tâm - ngoại vi

Không gian văn hoá được chia thành các cấp độ khác nhau: Không gian văn hoá địa phương, không gian văn hoá vùng miền, không gian văn hoá

quốc gia, không gian văn hoá khu vực quốc tế, không gian văn hoá toàn cầu. Các không gian này có mối quan hệ tương tác lẫn nhau, trong đó có sự chi phối của không gian này đối với không gian khác. Trong không gian xã hội có nhiều yếu tố và lực lượng. Tuy nhiên, theo Lefebvre, yếu tố phương thức sản xuất và quan hệ sản xuất cùng với lực lượng sản xuất là quan trọng nhất. Song theo chúng tôi, chúng ta còn phải kể đến một lực lượng quan trọng khác nữa là lực lượng chính trị. Một không gian xã hội có các yếu tố và lực lượng kinh tế - chính trị mạnh sẽ chi phối các không gian có các lực lượng kinh tế - chính trị yếu hơn. Từ đó làm xuất hiện mối quan hệ trung tâm - ngoại vi về các phương diện, trong đó có phương diện văn hoá. Không gian văn hoá vì thế luôn được đặt trong mối quan hệ giữa trung tâm và ngoại vi.

Trong lịch sử thế giới, chúng ta luôn thấy có những không gian văn hoá bao quát một khu vực rộng lớn, trong đó có các không gian trung tâm và các không gian ngoại vi. Đế quốc Ai Cập, Đế quốc Trung Hoa, hay Đế quốc Hy Lạp cổ đại là những mô hình đầu tiên về mối quan hệ trung tâm - ngoại vi. Trung tâm của Đế quốc Ai Cập nằm ở đồng bằng sông Nil. Khu vực sông Nil cũng làm thành một không gian văn hoá đặc sắc của Đế quốc Ai Cập, từ đó nó lan toả ra một vùng Bắc Phi và Trung Đông rộng lớn. Không gian văn hoá Hán ngữ cũng là một trung tâm mạnh trong thời cổ đại. Các vùng ngoại vi đều chịu ảnh hưởng của nó, khi thì với tư cách là nước chư hầu, khi thì là nước phụ thuộc. Người ta còn nói đến một hiện tượng đặc biệt là ngay cả các đế quốc khác như Đế quốc Mãn Thanh hay Mông Cổ khi xâm chiếm được Trung Hoa cũng vẫn bị nền

văn hoá Hán ảnh hưởng ngược lại. Những vùng ngoại vi xa xôi như Nhật Bản, Triều Tiên cũng chịu ảnh hưởng của văn hoá Hán. Hy Lạp cổ đại có một không gian văn hoá đô thị phát triển rất sớm. Đó là không gian văn hoá của các thành bang. Sự phát triển mạnh mẽ của văn minh đô thị đã tạo ra nhiều trung tâm trong Đế quốc Hy Lạp. Đến giai đoạn cuối, Đế quốc Hy Lạp đã tạo ra được một vùng ảnh hưởng rộng khắp ra các vùng ngoại vi, được gọi là “Vùng Hy Lạp hoá”, quây tròn từ vùng ngoại vi Bắc Phi vòng lên khu vực Nam Âu rồi quay sang vùng Tây Á. Tất nhiên, sự chi phối của trung tâm ra ngoại vi không đơn thuần chỉ dựa vào lực lượng văn hoá, mà nó còn huy động cả lực lượng kinh tế, chính trị và quân sự. Cuộc chiến 10 năm giữa liên minh các thành bang Hy Lạp với thành Troia - một thành trì ở Tây Á, nay thuộc Thổ Nhĩ Kỳ, đã từng làm thành chủ đề của trường ca *Iliad* của Homer - chính là một cuộc chinh phục bằng quân sự của trung tâm đối với ngoại vi, sau đó văn hoá mới thực hiện nhiệm vụ ảnh hưởng của mình.

Trên đây là những ví dụ minh hoạ cho lý thuyết được gọi là truyền bá luận (tiếng Anh: “diffusionism”) của nhà xã hội học người Mỹ Edward Shils. Trong bài viết “Trung tâm và ngoại vi” (“Centre and Periphery”, 1961) và “Đô thành và tỉnh lẻ trong đời sống trí thức” (“Metropolis and Province in Intellectual Life”), Shils quan niệm trung tâm luôn là đô thành và những đô thị hiện đại, ngoại vi là các vùng tỉnh lẻ và nông thôn tách biệt, luôn duy trì những giá trị truyền thống lạc hậu. Mối quan hệ giữa trung tâm và ngoại vi được thiết lập theo vectơ truyền bá các giá trị hiện đại của trung tâm cho ngoại

vi. Trung tâm giữ vai trò chủ động, “khai hoá”, còn tỉnh lẻ ngoại vi chỉ là đối tượng thụ động tiếp nhận các giá trị của trung tâm. Điểm quan trọng trong lý thuyết của Shils là: *Hệ thống thể chế của một xã hội càng phân tán và xã hội càng bất bình đẳng thì hệ giá trị trung tâm càng ít có khả năng được khẳng định* (Edward Shils, 1961, p.17-30). Quan điểm của Shils đã có ảnh hưởng mạnh trong giới khoa học xã hội ở những thập niên cuối thế kỷ XX.

Tuy nhiên, nhà khoa học người Mỹ Sidney Tarrow đã phê phán quan điểm đề cao vai trò trung tâm và hạ thấp vị trí của ngoại vi của Shils. Tarrow cho rằng mối quan hệ trung tâm - ngoại vi là một mối quan hệ tương tác hai chiều. Ngoại vi không chỉ thụ động tiếp nhận những gì của trung tâm mà nó còn chủ động đóng góp cho trung tâm trong phát triển. Ông cho rằng “ở những quốc gia hiện đại (...), vùng ngoại vi có thể triển khai quyền lực chính trị ngoài lề để giành được sự hậu thuẫn chính trị nhằm làm giảm bớt, và trong một số trường hợp chống lại, sự bòn rút của thị trường. Đặc biệt là trong những điều kiện mà trung tâm gặp bế tắc chính trị, khi “có sẵn” một nhóm cử tri ủng hộ ngoại vi, và khi có một bộ máy hành chính vì phúc lợi xã hội, thì ngoại vi có thể bù đắp một cách hợp lý cho tình trạng ngoài rìa về kinh tế của nó bằng cách thay mặt nhà nước tìm kiếm sự hoà giải” (Sidney Tarrow, 1977, p.26). Quan điểm của Tarrow đề cập cụ thể đến xã hội tư bản hiện đại phương Tây và không tập trung vào văn hoá. Ở đây chúng tôi dẫn ra để cho thấy có nhiều quan điểm khác nhau về mối quan hệ trung tâm - ngoại vi, từ đó chúng ta xác định mối quan hệ này trong không gian văn hoá.

Ngày nay, mối quan hệ trung tâm - ngoại vi còn được đặt trong bối cảnh toàn cầu hoá. Những người đề cao toàn cầu hoá đang nói đến sự suy giảm vai trò của các quốc gia, trong sự lên ngôi của các tác nhân toàn cầu. Tuy nhiên, thực tế là vai trò của quốc gia không bao giờ suy giảm. Ý muốn trở thành một trung tâm ở cấp khu vực hay thế giới luôn thường trực ở mỗi quốc gia. Những nước có sức mạnh kinh tế và quân sự sẽ sử dụng hai loại sức mạnh này để chuyển tải văn hoá, họ tận dụng những lợi thế của toàn cầu hoá để biến mình thành trung tâm kinh tế và văn hoá của thế giới. Trong tinh thần này, nhiều nước trên thế giới đã chủ động thực hiện các chiến lược hợp tác để phổ biến văn hoá ra thế giới từ rất sớm.

Năm 1883, **Cộng hoà Pháp** thành lập tổ chức Liên minh Pháp (Alliance française), có trụ sở chính tại Paris. Liên minh Pháp là một tổ chức quốc tế có mục đích thúc đẩy việc truyền bá ngôn ngữ và văn hoá Pháp ra toàn thế giới. Tính đến năm 2014, ngoài trung tâm chính ở Paris, Liên minh Pháp có một loạt trung tâm ở trên toàn nước Pháp và 1.016 trung tâm tại 135 quốc gia, trong đó có Việt Nam. Ngoài Liên minh Pháp, Chính phủ Pháp còn có 150 Viện Văn hoá Pháp để thúc đẩy ngôn ngữ và văn hoá Pháp.

Năm 1934, **Vương Quốc Anh** thành lập Hội đồng Anh (British Council), có nhiệm vụ “Thúc đẩy sự hiểu biết rộng rãi văn hoá và văn minh Anh Quốc ở hải ngoại bằng cách khuyến khích trao đổi văn hoá, giáo dục và các lĩnh vực khác giữa Vương Quốc Anh với các nơi trên thế giới”. Tính đến năm 2014, Hội đồng Anh đã mở được hơn 200 văn phòng tại hơn 100 nước, trong đó có Việt Nam (<http://www.britishcouncil.org...>).

Năm 1951, **Cộng hoà Liên bang Đức** thành lập Viện Goethe (tiếng Đức: Goethe-Institut) với nhiệm vụ truyền bá văn hoá Đức ra thế giới. Cho đến năm 2014, Viện này đã phát triển được một mạng lưới gồm 159 Viện Goethe trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Hoạt động của Viện Goethe được Chính phủ Đức tài trợ. Hiện nay nó có khoảng 3.000 nhân viên và tổng ngân sách xấp xỉ 366 triệu Euro, một nửa trong số đó là tiền học phí và lệ phí thi thu được từ các khoá học tiếng Đức (<http://en.wikipedia.org/wiki/Goethe-Institut>).

Diễn hình cho chiến lược phổ biến văn hoá là trường hợp của **Hoa Kỳ**. Lối sống Mỹ và nền văn hoá đại chúng Hoa Kỳ hiện đang tràn ngập thế giới, ngay cả châu Âu cũng không tránh được văn hoá Mỹ. Có thể nói, văn hoá đại chúng Hoa Kỳ có sức mạnh thâm nhập trên toàn thế giới. Chính vì thế, người ta đã nói đến một thứ “chủ nghĩa đế quốc văn hoá” của Hoa Kỳ (N. A. Cvetkova, 2011, tr.155).

Trung Quốc là nước rất thích khái niệm “sức mạnh mềm”, có lẽ là để tránh ý nghĩa tiêu cực của khái niệm “chủ nghĩa đế quốc văn hoá”. Tại Đại hội đại biểu văn học nghệ thuật toàn quốc lần thứ 8 của Trung Quốc (2005), Chủ tịch Hồ Cẩm Đào đã phát biểu: “...chúng ta cần phải giải quyết vấn đề quan trọng và cấp thiết: định hướng chính xác sự phát triển văn hoá của đất nước ta, tạo ra trang sử sáng chói mới của nền văn hoá quốc gia, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế của nền văn hoá đất nước và nâng cao ‘sức mạnh mềm’ của quốc gia” (theo Lu Shzaishi, 2012, tr.515). Đặc biệt, từ năm 2004, Trung Quốc bắt đầu thực hiện một chương trình triển khai sức mạnh mềm theo mô hình của Liên minh Pháp, Hội đồng Anh và Viện

Goethe. Đó là thiết lập một mạng lưới Viện Khổng Tử trên toàn thế giới do Văn phòng Hội đồng Hán ngữ Quốc tế (Hanban, “Hán Biện”) chịu trách nhiệm về tài chính. Trung Quốc đã tuyên truyền và đàm phán với nhiều nước trên khắp năm châu, từ những nước phát triển nhất ở Bắc Mỹ đến những nước chậm phát triển nhất ở châu Phi, để thành lập các Viện Khổng Tử tại các nước đó dưới sự tài trợ và giám sát của Chính phủ Trung Quốc. Sau 10 năm vận động (từ năm 2004 đến hết năm 2013), Trung Quốc đã lập được khoảng 330 Viện Khổng Tử tại gần 100 nước trên thế giới, trong đó Việt Nam có Viện Khổng Tử tại Đại học Hà Nội, và họ còn thực hiện một chương trình mở rộng gồm hàng trăm “lớp Khổng Tử” được triển khai ở các trường trung học tại nhiều nước. Những nước có số Viện Khổng Tử nhiều nhất là Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc. Các nước tư bản phát triển nhất của châu Âu như Anh, Pháp, Đức, Italia đều có Viện Khổng Tử. Châu Phi có hơn một nửa trong tổng số 54 quốc gia thành lập Viện Khổng Tử. Những con số đó cho thấy tốc độ phát triển ngoạn mục của Chương trình Viện Khổng Tử của Trung Quốc chỉ trong vòng 10 năm.

Nhật Bản là một trong số ít trung tâm kinh tế của thế giới. Trong một thời gian dài, GDP của Nhật Bản liên tục đứng thứ 2 thế giới, chỉ sau Mỹ. Và, với sự hỗ trợ của kinh tế, văn hoá Nhật Bản cũng đã được lan toả khắp thế giới. Nhật Bản có nhiều quỹ hỗ trợ quảng bá văn hoá Nhật Bản ra nước ngoài, như: Quỹ Nhật Bản (Japan Foundation - J.F.) do Chính phủ lập ra, Quỹ Toyota (Toyota Foundation) do các doanh nghiệp tư nhân thành lập, Quỹ Nippon (Nippon Foundation - nghĩa vẫn là Quỹ

Nhật Bản, nhưng khác với Japan Foundation) do cá nhân thành lập. J.F. là một trường hợp điển hình của chính sách quảng bá văn hoá Nhật Bản của Chính phủ Nhật. Quỹ này được thành lập năm 1972 theo một đạo luật của Nghị viện Nhật Bản như là một thực thể pháp lý đặc biệt để đảm nhiệm việc phổ biến văn hoá Nhật Bản ra thế giới. Sau đó, đến tháng 10/2003, nó trở thành một tổ chức hành chính độc lập dưới quyền chủ quản của Bộ Ngoại giao Nhật Bản. J.F. có trụ sở chính tại Tokyo và 22 chi nhánh đóng trên 21 quốc gia, trong đó có Việt Nam.

Hàn Quốc cũng đang theo gương Nhật Bản để trở thành một trong những trung tâm văn hoá của khu vực và thế giới. Hàn Quốc có chính sách quảng bá văn hoá Hàn ra thế giới rất có hiệu quả. Ngày nay, phim và nhạc Hàn đang chiếm lĩnh đời sống văn hoá của lớp trẻ Việt Nam. Nhạc pop Hàn Quốc (K-pop) lan tràn khắp châu Á và trên cả thế giới. Tất cả làm thành cái gọi là “Làn sóng Hàn”, hay *Hàn lưu*.

* * *

Những điều trên cho thấy, không gian văn hoá gắn chặt với không gian kinh tế - chính trị và không thể không chịu sự quy định của không gian kinh tế - chính trị. Việc chính phủ những nước muốn trở thành các trung tâm văn hoá để thúc đẩy các hoạt động phổ biến văn hoá cho thấy một không gian văn hoá không thể tự thân hình thành, mà nó đòi hỏi nỗ lực của toàn xã hội. Từ đó, việc xây dựng sức mạnh mềm của một quốc gia cũng không thể là nhiệm vụ của riêng văn hoá. Chính vì thế, không gian văn hoá còn mang tính lịch sử cụ thể. Nó biến đổi theo lịch sử và chịu sự quy định của những điều kiện kinh tế -

xã hội cụ thể. Điều này liên quan đến vấn đề bảo tồn không gian văn hoá truyền thống để phục vụ phát triển.

Hiện các nhà nghiên cứu văn hoá dân gian nước ta đang đề cập đến việc cần phải bảo tồn và thậm chí phục dựng các không gian văn hoá truyền thống. Nhưng bảo tồn và phục dựng như thế nào? Có ý kiến cho rằng cần phải bảo tồn và phục dựng không gian văn hoá như nó vốn tồn tại; ý kiến khác cho rằng cần phục dựng không gian văn hoá truyền thống như là một bộ phận của không gian văn hoá hiện đại. Tuy nhiên, với quan điểm coi không gian văn hoá là một loại không gian xã hội đặc thù có tính lịch sử cụ thể, thì bảo tồn và phục dựng không gian văn hoá truyền thống chỉ có thể thực hiện được trong viện bảo tàng, việc đưa không gian văn hoá truyền thống hội nhập vào cuộc sống đương đại sẽ gặp mâu thuẫn: 1/ Nếu giữ nguyên không gian văn hoá truyền thống trong đời sống hiện đại sẽ là việc không khả thi. Cuộc sống văn hoá - xã hội ngày nay đã có sự cách xa rất lớn so với cuộc sống của không gian văn hoá truyền thống. Việc hội nhập không gian văn hoá truyền thống vào đời sống hiện đại sẽ giống như việc đưa một vật thể lạ vào một cơ thể sống. Điều đó sẽ dẫn đến hiện tượng là vật thể lạ đó sẽ không thể thích nghi và sẽ bị đào thải. 2/ Nếu cải biến không gian văn hoá truyền thống cho phù hợp với đời sống hiện đại thì nó sẽ không còn là không gian văn hoá truyền thống nữa. Đó là bài toán nan giải cho việc bảo tồn và phát huy các không gian văn hoá truyền thống (không gian ca trù, không gian công chiêng Tây Nguyên...). Vì thế, có chăng chỉ nên bảo tồn các *giá trị văn hoá truyền thống*. Việc phục dựng chỉ là tái hiện các hiện tượng và sự kiện của đời

sống văn hoá truyền thống với tư cách là những chứng tích văn hoá mà người thường ngoạn luôn có ý thức về một khoảng cách lịch sử đang hiện hữu giữa không gian hiện đại với không gian văn hoá truyền thống của các hiện tượng và sự kiện đó. Còn không gian truyền thống nào hội nhập được với cuộc sống hiện tại thì hiển nhiên nó đã được thích nghi và mang tính chất của thời hiện đại. Có thể nói, không gian văn hoá là một phạm trù lịch sử không thể bị lạm dụng.

Từ những phân tích trên, theo chúng tôi, có lẽ việc cấp bách của phát triển bền vững là mở rộng không gian văn hoá hiện đại của một quốc gia để hội nhập với thế giới, biến mình trở thành một trong những trung tâm văn hoá của khu vực và thế giới, hơn là loay hoay tìm cách phục dựng những không gian văn hoá truyền thống mà chúng chỉ được sử dụng vào những dịp lễ hội. Ở trong nước, không gian văn hoá phải trở thành không gian sống của con người, phục vụ công cuộc phát triển của con người. Mỗi không gian văn hoá địa phương sẽ phát huy thế mạnh đặc sắc của mình để hội nhập với không gian văn hoá trung tâm. Lúc đó, mối quan hệ giữa trung tâm với ngoại vi trên cấp độ không gian văn hoá sẽ là mối quan hệ giữa đa dạng và thống nhất □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Henri Lefebvre (1991), *The Production of Space* (Translated by Donald Nicholson-Smith), Blackwell Publishing, Maiden, MA, USA.
2. Edward Shils (1961), "Centre and Periphery", in *The Logic of Personal*

Knowledge: Essays Presented to Michael Polanyi, Routledge & Kegan Paul.

3. N. A. Cvetkova (2011), "Chủ nghĩa đế quốc văn hoá" (Nguyễn Thị Huệ dịch, Ngô Thế Phúc hiệu đính), trong: Viện Thông tin Khoa học xã hội (2011), *Niên giám thông tin khoa học xã hội nước ngoài*, số 2, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội. (Nguyên bản tiếng Nga trong sách: *Chủ nghĩa đế quốc văn hoá: "Chính sách giáo dục quốc tế". Hoa Kỳ thời kỳ "chiến tranh lạnh"*, Nxb. Đại học Sankt-Peterburg, Sankt-Peterburg, 2007, tr.41-49).
4. Lu Shzaishi (2012, Trường Đại học Quốc gia Vũ Hán, Trung Quốc), "Sức mạnh mềm trong chiến lược phát triển của Trung Quốc" (Lộc Minh dịch, Nguyễn Thị Luyến hiệu đính), trong: Viện Thông tin Khoa học xã hội (2012), *Niên giám thông tin khoa học xã hội nước ngoài*, số 3, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội. (Nguyên bản tiếng Nga đăng trên *Politicheskie issledovanie*, 2009, N°1, tr.149-155).
5. Sidney Tarrow (1977), *Between Center and Periphery*, New Haven and London - Yale University Press.
6. http://en.wikipedia.org/wiki/Alliance_fran%C3%A7aise.
7. <http://www.britishcouncil.org/organisation/history>.
8. <http://en.wikipedia.org/wiki/Goethe-Institut>
9. http://en.wikipedia.org/wiki/Confucius_Institute.