PHÁT HUY BẢN SẮC VĂN HÓA YẾU TỐ QUAN TRỌNG ĐỂ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

NGUYỄN NGỌC HÒA(*)

Ngày nhận bài: 22/02/2024 Ngày thẩm định: 23/02/2024 Ngày duyệt đăng: 15/4/2024

Tóm tắt: *Bản sắc văn hóa là nhân tố quan trọng trong quá trình phát triển, không chỉ là nền tảng tinh thần tạo sự ổn định cho xã hội, mà còn là động lực của sự phát triển. Trong xu thế phát triển chung của nhân loại và bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, kinh tế du lịch - cầu nối giữa văn hóa và kinh tế đang thể hiện rất rõ vai trò động lực của sự phát triển. Vì vậy, để giữ gìn, bảo tồn, phát huy và khai thác giá trị trong bản sắc văn hóa cần có các giải pháp để phát triển bền vững.*

Từ khóa: *bản sắc văn hóa; kinh tế và văn hóa; phát triển*

1. Văn hóa và bản sắc văn hóa

Cùng với kinh tế và chính trị, văn hóa là một trong ba lĩnh vực quan trọng mà quốc gia nào cũng quan tâm. Nếu làm một lớp cắt dọc thì không có xã hội nào, con người nào lại không thể hiện mình ở nhu cầu vật chất và tinh thần. Để thỏa mãn nhu cầu vật chất và tinh thần, mỗi cộng đồng, mỗi con người phải tăng trưởng kinh tế, phát triển văn hóa nhằm tạo ra nhiều của cải vật chất, sản phẩm văn hóa thỏa mãn nhu cầu của con người. Chính vì vậy, văn hóa và kinh tế là hai lĩnh vực quan trọng và có vai trò quyết định trong mọi quá trình phát triển.

Tuy nhiên, tính quan trọng và quyết định đó không hoàn toàn giống nhau bởi sản phẩm của kinh tế và văn hóa rất khác nhau. Đối với lĩnh vực kinh tế, chúng ta có thể so sánh cao hay thấp nhưng đối với văn hóa là sự khác nhau chứ không thể gọi văn hóa cao hay thấp. Từ đó cho thấy, kinh tế tăng trưởng gắn với việc hình thành các nền văn minh mang tính phổ biến còn văn hóa mang tính đặc thù. Trong triết học, cái phổ biến và đặc thù có mối quan hệ biện chứng, tác động với nhau dẫn đến sự biến đổi và phát triển. Giáo sư Frăngcoi Proux của UNESCO xem chìa khóa của sự phát triển không nằm trong kinh tế, cũng không nằm trong văn hóa, mà nằm ở sự tương tác giữa kinh tế và văn hóa.

Như vậy, trong quan niệm hiện đại, vấn đề phát triển và lựa chọn các mô hình phát triển không còn bị đóng khung trong tư duy về kinh tế, không xem tăng trưởng kinh tế là chìa khóa vạn năng, là thước đo duy nhất của sự phát triển. Khi UNESCO phát động Thập kỷ phát triển văn hóa (1988 - 1997), nhiều

(*) PGS, TS, Học viện Chính trị khu vực III, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

nhà nghiên cứu đã khuyến cáo các quốc gia, đặc biệt là những nước đang phát triển cần đưa văn hóa vào trung tâm của sự phát triển. Cụ thể, các mô hình phát triển, chương trình kế hoạch phát triển cần bắt rễ trong văn hóa, xem văn hóa là yếu tố nội sinh, vừa là động lực, vừa là mục tiêu của sự phát triển.

Mặt khác, những yếu tố bên trong mang tính đặc thù của một quốc gia, dân tộc có ý nghĩa quan trọng trong việc xây dựng các mô hình phát triển đặc thù. Ở châu Á, Nhật Bản đã biết kết hợp tinh thần (văn hóa) Nhật Bản với tư cách là yếu tố nội sinh với kỹ thuật phương Tây (yếu tố ngoại sinh) để tạo dựng cường quốc về kinh tế. Từ bài học kinh nghiệm này, các quốc gia cần coi trọng bản sắc văn hóa để phát triển chứ không phải máy móc nhập khẩu các mô hình phát triển xa lạ đối với các cộng đồng dân cư. Như vậy, có thể nói, bản sắc văn hóa và phát huy bản sắc văn hóa là một phần không thể thiếu trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội ở bình diện quốc gia cũng như vùng miền.

Kinh tế và văn hóa là hai lĩnh vực khác nhau, nhưng không đối lập nhau, sự tương tương tác của hai lĩnh vực này là chìa khóa của sự phát triển. Điều này có nghĩa, sự phát triển bền vững không nằm gọn ở kinh tế hay văn hóa mà ở mức độ cộng sinh giữa văn hóa và kinh tế. Văn hóa sẽ đóng vai trò là động lực thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế khi biết khai thác các giá trị văn hóa, bản sắc văn hóa của từng dân tộc, từng vùng, miền.

Có thể nói, bản sắc văn hóa dân tộc là những giá trị văn hóa, biểu hiện văn hóa đặc trưng cho nền văn hóa dân tộc để phân biệt với nền văn hóa dân tộc khác, bao gồm những giá trị bền vững, tinh hoa, trí tuệ, tâm hồn, cốt cách của dân tộc. Trong lễ phát động Thập kỷ thế giới phát triển văn hóa của UNESCO, Tổng Giám đốc F.Mayor đã khẳng định: văn hóa là tổng thể sống động của các hoạt động sáng tạo (của các cá nhân và cộng đồng) trong quá khứ và hiện tại.

Trải qua nhiều thế kỷ, hoạt động sáng tạo văn hóa đã hình thành nên hệ thống giá trị, truyền thống và thị hiếu - những yếu tố xác định đặc tính riêng của mỗi dân tộc. Như vậy, mỗi cộng đồng dân tộc sẽ có những sắc thái văn hóa riêng, song, do hoàn cảnh lịch sử, quá trình dựng nước và giữ nước đã hình thành nên những đặc trưng chung cho cộng đồng dân tộc Việt Nam. Nghị quyết số 03-NQ/TW ngày 16/7/1998 của Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khoá VIII *về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc* xem cội nguồn, giá trị văn hóa được thể hiện trong bản sắc dân tộc: "Bản sắc dân tộc bao gồm những giá trị bền vững, những tinh hoa của cộng đồng các dân tộc Việt Nam được vun đắp nên qua lịch sử hằng nghìn năm đấu tranh dựng nước và giữ nước. Đó 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, đạo lý; đức tính cần cù, sáng tạo trong lao động; sự tinh tế trong ứng xử, tính giản dị trong lối sống"[(1)].

2. Vai trò của văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội

Tư duy về mô hình phát triển trên thế giới luôn có những biến đổi, vận động bởi chính thực tiễn sinh động của đời sống xã hội đã làm thay đổi nhận thức về vai trò của các nhân tố trong phát triển, đặc biệt là vấn đề văn hóa. Thông qua UNESCO, Liên hợp quốc đã khẳng định vai trò của văn hóa với tư cách là động lực, là hệ điều tiết, là mục tiêu của sự phát triển. Tuy nhiên, vấn đề này được nhìn nhận ở góc cạnh văn hóa theo nghĩa rộng, còn văn hóa, di sản văn hóa, hay bản sắc văn hóa tham gia vào quá trình phát triển lại là vấn đề cần nhận diện rõ hơn.

Vai trò của bản sắc văn hóa nằm trong tiềm năng của sự đa dạng mà không một quốc gia nào, vùng miền nào lại không tận dụng nó như một lợi thế so sánh để phát

triển. Nhu cầu muốn khám phá các vùng đất mới luôn kích thích các dự án đầu tư của các tập đoàn kinh tế trên thế giới. Chính bản sắc văn hóa đã làm cho ngành kinh tế du lịch - ngành công nghiệp không khói tăng trưởng khá nhanh. Nhiều quốc gia, vùng miền, các địa phương đã thoát khỏi nghèo đói, tăng trưởng kinh tế nhanh và giàu có nhờ biết phát huy tính đặc thù của văn hóa trong hoạt động du lịch và công nghiệp văn hóa. Các quốc gia phát triển, như Pháp, Italia, Anh, Nhật Bản,… đã khai thác tốt giá trị văn hóa, bản sắc văn hóa để phát triển. Một số quốc gia có tốc độ phát triển nhanh, như Hàn Quốc, Trung Quốc, Brazil, Thái Lan,... cũng đã tận dụng tốt tài sản văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch.

Ở Việt Nam, khi hoạch định chính sách phát triển, các địa phương đều đã ý thức rất rõ việc khai thác các giá trị văn hóa, yếu tố nội sinh để tăng trưởng không bị đứt gãy hay khập khễnh. Một trong những chiến lược, chính sách đó là Việt Nam đã thành công trong khai thác bản sắc văn hóa để phát triển kinh tế du lịch, công nghiệp văn hóa.

Vai trò của bản sắc văn hóa ở mỗi vùng miền đã từng bước được chứng minh trong quá trình xây dựng các mô hình phát triển của địa phương cốt lõi là không sao chép hay nhập khẩu một cách máy móc các mô hình phát triển từ bên ngoài. Chẳng hạn, có nhiều tỉnh, thành trong cả nước muốn học tập cách làm của thành phố Đà Nẵng để "lột xác" nhưng sẽ không thể thành công khi không nhận diện được truyền thống văn hóa của địa phương là một nguyên tắc quan trọng. Do đó, "kỹ năng chính trị"[(2)] là cần thiết cho việc thực hiện mục tiêu của các chính sách nhưng cần xuất phát và bắt rễ trong văn hóa. Đô thị cổ Hội An có cách làm khác nhưng không phải nơi nào cũng có thể thực hiện được. Thành công của Hội An là hình mẫu cho cách xây dựng lòng tin và sự đồng thuận giữa nhà lãnh đạo, quản lý, giới khoa học, văn hóa và nhu cầu văn hóa của cộng đồng dân cư.

Trong quá trình khai thác các giá trị văn hóa ở Việt Nam, các địa phương, như Quảng Ninh, Ninh Bình, Hà Nam, Thừa Thiên Huế, Khánh Hòa, Quảng Bình, Đà Nẵng, Quảng Nam, Phú Yên, Bình Định, Lâm Đồng... cũng đạt được nhiều thành tựu trong việc sử dụng, khai thác những yếu tố đặc thù của bản sắc văn hóa để phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt các địa phương có danh hiệu di sản thế giới đã có tính đột phá trong việc phát triển kinh tế. Các di sản góp phần nâng cao tính hấp dẫn của du khách bởi giá trị đặc biệt của nó. Đây chính là tiền đề để phát triển kinh tế của từng địa phương, trước hết là ngành kinh tế du lịch. Điều này cho thấy, nhu cầu văn hóa tinh thần ngày càng cao và hoạt động kinh tế du lịch ngày càng được thúc đẩy. Nhiều chuyên gia nhận định rằng, du lịch Việt Nam phát triển nhanh và hiệu quả như vậy là nhờ biết khai thác tốt các di sản văn hóa, giá trị văn hóa phi vật thể và truyền thống văn hóa tốt đẹp của dân tộc Việt Nam.

Thực tế, trong hoạt động kinh tế du lịch, các di sản văn hóa không chỉ là tài nguyên duy nhất nhưng thiếu nó thì du lịch sẽ không còn tính hấp dẫn. Du khách đến Hội An không phải vì ở đây có các khu nghỉ dưỡng cao cấp (resort) mà vì sức hấp dẫn của một phố cổ độc đáo đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới. Cái khác biệt/bản sắc đóng vai trò quan trọng với tư cách là một thương hiệu làm nên tính bền vững và đa dạng văn hóa.

Nhận diện bản chất của du lịch trong bối cảnh hiện nay càng cho thấy sự gắn kết giữa kinh tế và văn hóa không chỉ có ý nghĩa về mặt lý luận, mà còn chỉ ra tính thực tiễn của văn hóa trong quá trình phát triển kinh tế du lịch. Thời gian qua, du lịch Việt Nam đã đóng góp rất tích cực vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Năm 2019, Du lịch Việt Nam đạt được những thành tựu hết sức nổi bật khi đón và phục vụ 18 triệu lượt khách du lịch quốc tế, tăng

16,2% so với năm 2018; 85 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu trực tiếp từ khách du lịch đạt 720.000 tỷ đồng. Việt Nam được vinh danh với nhiều danh hiệu danh giá, giải thưởng du lịch toàn cầu: Điểm đến Golf tốt nhất thế giới năm 2019 (World Golf Awards); Điểm đến Di sản hàng đầu thế giới (World Travel Awards năm 2019); Điểm đến hàng đầu châu Á,… Theo thống kê của Cục Du lịch Quốc gia, dịp Tết Nguyên đán Giáp Thìn năm 2024, từ ngày 08 - 14/02/2024, ngành du lịch cả nước ước đón và phục vụ 10,5 triệu lượt khách nội địa (tăng 16,6% so với cùng kỳ năm 2023), trong đó, khách quốc tế đến Thành phố Hồ Chí Minh ước đạt khoảng 75.000 lượt, tăng 15,4% so với cùng kỳ năm 2023. Khách tại các khu, điểm du lịch, tụ điểm vui chơi giải trí và dịch vụ,… ước đạt khoảng 1.800.000 lượt, tăng 5,9% so với cùng kỳ năm 2023; doanh thu ước đạt khoảng 6.550 tỷ đồng. Hà Nội đón và phục vụ 653.000 lượt khách, tăng 21,6%; tổng thu từ khách du lịch ước đạt 2.350 tỷ đồng. Quảng Ninh đón khoảng 800.000 lượt khách du lịch, trong đó, có 109.000 lượt khách quốc tế. Đà Nẵng trong dịp Tết năm nay ước đạt khoảng 402 nghìn lượt khách, tổng thu du lịch ước đạt khoảng 1.580 tỷ đồng. Kiên Giang đón 335.054 lượt khách, trong đó, khách quốc tế ước đón 53.598 lượt và tổng thu du lịch toàn tỉnh đạt khoảng 1.122 tỷ đồng[3]. Đây là những con số ấn tượng để nâng tầm giá trị văn hóa dân tộc. Tất cả những thành tựu và biểu hiện sinh động của đời sống xã hội thời gian qua đã từng bước chứng minh vai trò của văn hóa đối với sự phát triển.

Tuy nhiên, việc khẳng định vai trò động lực của văn hóa không đồng nghĩa với khai thác cạn kiệt tài sản văn hóa, làm sai lệch bản sắc văn hóa. Hiện nay, tình trạng "ăn xổi ở thì" đối với các di sản văn hóa ở Việt Nam đang là vấn đề bức xúc, vì lợi nhuận mà một số địa phương đã làm nghèo nàn tài sản văn hóa, đánh mất sức sống của di sản. Chẳng hạn, Hội An là "di sản sống" rất đặc thù bởi những chủ nhân sinh sống lâu đời trong khu phố cổ, tuy nhiên, hiện nay phần lớn chỉ có khu nhà cổ mà không có người địa phương sinh sống. Nguyên nhân là vì lợi nhuận hấp dẫn của việc cho thuê nhà trong phố cổ, nên đa số cư dân gốc Hội An đã bán, cho thuê nhà cổ để dời đi nơi khác sinh sống. 40% nhà cổ Hội An hiện nay được chuyển nhượng cho chủ tại Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội... Tất cả nhà ở đây đều không có người hiện diện sinh hoạt, mà ban ngày mở cửa cho thuê, đêm khép cửa khóa trái. 30% nhà vẫn là chủ người Hội An nhưng lại cho thuê, gia đình chuyển ra ngoài sinh sống. Chỉ số ít còn lại là còn có "hơi người" hiện diện sinh sống hằng ngày[4].

Lễ hội, làng nghề, trang phục, âm nhạc truyền thống, tuồng, chèo, cồng chiêng, sử thi các dân tộc thiểu số,… cũng đang đứng trước nguy cơ bị biến mất khi quá trình đô thị hóa đã thay đổi cách nghĩ của các chủ thể văn hóa, đặc biệt là lớp trẻ. Tính thiêng của các sinh hoạt văn hóa truyền thống bị lấn át bởi tính thương mại. Không gian sinh tồn của các loại hình văn hóa truyền thống bị chia cắt bởi quá trình tái định cư và đô thị hóa. Đời sống văn hóa tinh thần ngày một biến đổi, mà xu hướng tích cực chưa có biểu hiện đáng tin cậy. Chúng ta đã có nhiều chính sách, giải pháp để cứu vãn văn hóa phi vật thể nhưng chưa thật đi vào đời sống cộng đồng, mà chỉ mang tính sân khấu hóa, giới thiệu, quảng bá cho khách du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu của các "thượng đế".

3. Khuyến nghị

Khi nói về mối quan hệ biện chứng giữa văn hóa và kinh tế, các quan niệm truyền thống thường chia cắt hai lĩnh vực này bởi lẽ xem văn hóa là thứ yếu, là lĩnh vực không làm ra lợi nhuận. Thực chất, văn hóa là cái đặc thù, kinh tế là cái phổ biến. Trong kinh tế, có biểu hiện của văn minh nhưng đồng nhất giữa văn hóa và văn minh là một sự thiếu hiểu biết cần được bù đắp trong thế giới đa phương hiện nay.

Thứ nhất, cần xây dựng quy hoạch lại các đô thị, các vùng, miền văn hóa một cách văn minh nhưng phải giữ được tính đặc thù của văn hóa. Cần học tập tính bền vững của các đô thị nước ngoài nhưng không được máy móc áp dụng rập khuôn, mà phải gắn với truyền thống văn hóa. Nếu quy hoạch không phù hợp phải điều chỉnh ngay, không vì cá nhân mà duy trì quá lâu những cái sai, cái xấu. Chẳng hạn, việc xây dựng sân bay Phú Bài, với kiến trúc cung đình Huế đã thể hiện thành công bản sắc văn hóa Huế. Ngoài ra, trong xây dựng các công trình công cộng cần đưa vào yếu tố nghệ thuật, thẩm mỹ để tránh tình trạng khô cứng, bởi lẽ ngoài tính ích dụng phải có tính thẩm mỹ. Đó là lý do chùa Cầu của Hội An có giá trị lâu bền bởi lẽ công trình này không thuần túy là một công trình kiến trúc dân dụng, mà là một tác phẩm kiến trúc nghệ thuật.

Thứ hai, cần đầu tư công sức, tiền của để kiểm kê lại toàn bộ di sản văn hóa. Đối với các địa phương, hệ thống di sản văn hóa, đình làng, nhà thờ tộc, các thiết chế tín ngưỡng, tôn giáo,… có ý nghĩa hết sức quan trọng trong việc khẳng định diện mạo văn hóa của vùng đất đó. Chính vì vậy, các địa phương cần đầu tư nguồn lực để giữ gìn, phát huy các giá trị trong điều kiện mới, tuyệt đối không để biến mất di sản văn hóa vì lợi nhuận trước mắt.

Thứ ba, đầu tư nhiều hơn cho việc sáng tạo ra các giá trị văn hóa mới, tác phẩm nghệ thuật mới. Bản sắc văn hóa không đồng nghĩa với những cái gì thuộc về truyền thống, mà phải tạo ra cái mới bắt rễ từ truyền thống. Chẳng hạn, Đà Nẵng từ khi tách tỉnh với Quảng Nam thì tài sản về di tích văn hóa còn rất ít, nhưng sau một thời gian đã sáng tạo ra nhiều sản phẩm, công trình văn hóa hấp dẫn, như hệ thống cầu Rồng, cầu quay sông Hàn, cầu Vàng Bà Nà, lễ hội trình diễn Pháo hoa quốc tế,… và kết quả là sau 10 năm đã trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn trong nước và quốc tế. Tết Giáp Thìn năm 2024 (từ ngày 08/02 - 14/02/2024), Đà Nẵng đã đón 777 chuyến bay nội địa và quốc tế đến Đà Nẵng, bình quân mỗi ngày có 111 chuyến bay, trong đó có 58 chuyến bay nội địa và 53 chuyến bay quốc tế. Tổng lượng khách tham quan, du lịch Đà Nẵng ước khoảng 402 nghìn lượt, tăng 37% so với cùng kỳ năm 2023, trong đó, khách quốc tế ước đạt 177 nghìn lượt và khách nội địa đạt 255 nghìn lượt; tổng doanh thu du lịch đạt khoảng 1.580 tỷ đồng[5]❑

---

[1] Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương Đảng* (khoá VIII), Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1998, tr.56

[2] Có người gọi là thủ đoạn hoặc nghệ thuật chính trị

[3] Tường Bách, *Vì sao ngành du lịch "đại thắng" dịp Tết Nguyên đán Giáp Thìn?* Theo VnEconomy ngày16/02/2024

[4] Thái Bá Dũng, *Đưa dân cố cựu "hồi hương" phố cổ Hội An*, Tuổi trẻ.vn, ngày 01/6/2023

[5] *Du lịch Đà Nẵng bội thu dịp Tết Nguyên đán*, bvhttdl.gov.vn), ngày 12/02/2024