

BÀN VỀ SỨC CẠNH TRANH VĂN HÓA

TIAN FENG. *Lun wenhua jingzheng li.*
Xinhua wenzhai, 2006 n., d.13 q., d. 108-110 y.

DƯƠNG PHƯƠNG ANH
dịch

Chủ nghĩa Marx coi trọng cao độ địa vị lịch sử của văn hóa trong sự phát triển của xã hội và con người, khẳng định đầy đủ vai trò năng động to lớn của văn hóa đối với kinh tế và chính trị. Trong báo cáo tại Đại hội 16 Đảng Cộng sản Trung Quốc, Tổng bí thư Giang Trạch Dân chỉ rõ: “Trên thế giới ngày nay, văn hóa hoà trộn với kinh tế và chính trị, địa vị và vai trò của nó trong sức mạnh tổng hợp của quốc gia ngày càng nổi bật. Sức mạnh của văn hóa được hun đúc sâu sắc trong sức sống, sức sáng tạo và sức ngưng tụ của dân tộc”. Gắn chặt văn hóa với sức mạnh tổng hợp của quốc gia, đánh giá cao địa vị và vai trò của văn hóa là phán đoán mới và nhận thức mới của những người cộng sản Trung Quốc, là sự khái quát mới và phát triển mới lý luận văn hóa của chủ nghĩa Marx.

I. Cạnh tranh văn hóa là trạng thái mới của cạnh tranh quốc tế, thời đại toàn cầu hóa là thời đại đổi mới văn hóa và cạnh tranh văn hóa

Đặc trưng nổi bật nhất của thời đại ngày nay không có gì hơn là toàn cầu hóa. Từ thế kỷ XX đến nay, dù người ta giơ hai tay hoan nghênh nó hay sợ hãi nguyên rủa nó, làn sóng toàn cầu hóa vẫn cuộn cuộn từ phương Tây sang phương Đông, từ vùng trung tâm hiện đại hóa ra vùng ngoại vi, làm thay đổi sâu sắc bộ mặt thế giới và phương thức tư duy cùng quan niệm giá trị của con

người. Cùng với sự mở rộng và tương tác giữa các chủ thể tham dự và sự hình thành và phát triển của kinh tế tri thức, toàn cầu hóa đang từ đặc thù đi tới cái chung, từ đơn hướng đi tới song hướng, từ đơn cực đi tới đa cực, từ mặt kinh tế đi sâu vào mặt chính trị, văn hóa. Tuy còn có những ý kiến khác nhau về khái niệm toàn cầu hóa văn hóa, nhưng không ai còn nghi ngờ gì nữa về cái hiện tượng khách quan là toàn cầu hóa văn hóa, sự cùng tồn tại và tương tác của liên kết văn hóa và cạnh tranh văn hóa đã tạo thành động lực và tuyến chính của sự phát triển toàn cầu hóa văn hóa. Trong khi gây ra vô số mâu thuẫn văn hóa và xung đột văn hóa, toàn cầu hóa văn hóa cũng thúc đẩy hoà nhập văn minh, thúc đẩy toàn cầu hóa kinh tế phát triển. Có thể nói, không nghiên cứu toàn cầu hóa từ tầm cao văn hóa thì không thể nắm về tổng thể đặc trưng bản chất, tiến trình lịch sử và xu thế phát triển của toàn cầu hóa, không nghiên cứu vấn đề văn hóa gắn liền với toàn cầu hóa thì không thể thuyết minh một cách khoa học về ý nghĩa thời đại và sứ mệnh lịch sử của văn hóa.

Cạnh tranh văn hóa là trạng thái phát triển mới của cạnh tranh quốc tế. Từ Chiến tranh thế giới thứ Hai đến nay, cạnh tranh quốc tế đang diễn tiến từ lĩnh vực quân sự, kinh tế, khoa học kỹ thuật sang lĩnh vực văn hóa, các

nước phát triển cũng từ chỗ theo đuổi bá quyền quân sự, bá quyền kinh tế chuyển sang theo đuổi bá quyền văn hóa. Sự thay đổi đó là hiện tượng tất nhiên khi nền kinh tế thế giới chuyển từ thời đại công nghiệp sang kinh tế tri thức.

Cạnh tranh văn hóa trước hết là cạnh tranh giữa các ngành công nghiệp văn hóa. Công nghiệp văn hóa là sản phẩm của việc sản xuất, trao đổi, tiêu dùng văn hóa đi vào hệ thống thị trường, do thị trường điều tiết, bao gồm các ngành công nghiệp có tính kinh doanh sản xuất sản phẩm văn hóa và cung cấp dịch vụ văn hóa. Ngành quản lý kinh tế định nghĩa công nghiệp văn hóa là “một loạt hoạt động sản xuất, tái sản xuất, tàng trữ và phân phối sản phẩm và dịch vụ văn hóa theo tiêu chuẩn công nghiệp”. Dựa vào việc toàn cầu hóa mạng công nghệ thông tin, làn sóng công nghiệp văn hóa đã nhanh chóng mở rộng từ Mỹ, châu Âu ra toàn thế giới, dựa vào ưu thế khoa học kỹ thuật cao, hàm lượng tri thức cao và lợi nhuận cao, công nghiệp văn hóa đã trở thành ngành công nghiệp trụ cột của các nước phát triển, thương mại văn hóa đã trở thành lĩnh vực quan trọng trong thương mại quốc tế, nhiều nước đã coi việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa là hành động chiến lược nhằm ưu hóa cơ cấu ngành, là điểm tăng trưởng mới nhằm nâng cao sức cạnh tranh tổng hợp.

Đằng sau cạnh tranh của các ngành công nghiệp văn hóa là cạnh tranh giá trị văn hóa. Quan niệm giá trị văn hóa là hạt nhân của văn hóa dân tộc, tinh thần dân tộc, là điểm đỡ cho lực hướng tâm, lực ngưng tụ của dân tộc và do đó, là nguồn gốc của sức sống, sức sáng tạo của một dân tộc, đồng thời cũng là căn cứ hợp lý của sự cạnh tranh giữa các quốc gia, dân tộc, doanh nghiệp. Cạnh tranh kinh tế trong thời đại toàn cầu hóa xuyên suốt tiến trình cạnh tranh để

phân định rõ quan niệm giá trị văn hóa của ai thích ứng với hiện đại hóa hơn, có thể kích thích ý chí dân tộc hơn, có thể giành địa vị chủ đạo hơn trên thế giới. Khác biệt về giá trị văn hóa là một tồn tại khách quan, nó vừa có thể thúc đẩy giao lưu và hội nhập, vừa có thể dẫn tới cạnh tranh và xung đột. Không từ hiện tượng cạnh tranh kinh tế, chính trị, quân sự để đi sâu nắm bắt nội dung của cạnh tranh văn hóa, không nắm bắt các hình thức và xu hướng phức tạp của cạnh tranh văn hóa, chúng ta sẽ khó mà giải thích, thuyết minh một cách hợp lý những khó khăn và mâu thuẫn trong đời sống kinh tế, chính trị, tinh thần của nhân loại đương đại. Sứ mệnh của khoa học là phải nắm bắt yêu cầu của thời đại, xu thế phát triển và qui luật chung của cạnh tranh văn hóa, cung cấp căn cứ lý luận và bảo đảm tri thức cho việc tự giác tham gia toàn cầu hóa, nâng cao mạnh mẽ sức cạnh tranh tổng hợp của quốc gia, khu vực, doanh nghiệp.

II. Sức cạnh tranh văn hóa là lực lượng bản chất của con người, được hình thành và phát triển trong thực tiễn sản xuất và giao tiếp xã hội

Thực tiễn của con người là cơ sở của sức cạnh tranh văn hóa. Quan điểm thực tiễn là cơ sở của nhận thức luận và quan niệm duy vật lịch sử của chủ nghĩa Marx. Marx cho rằng, bất đồng căn bản giữa quan niệm duy vật và quan niệm duy tâm về lịch sử là ở chỗ “xuất phát từ thực tiễn vật chất để giải thích các thứ thuộc quan niệm” hay “xuất phát từ quan niệm để giải thích thực tiễn”. Tinh thần, ý thức, tư tưởng tuyệt nhiên không tự thực hiện được điều gì, mọi thứ thần bí đưa văn hóa tinh thần tới chủ nghĩa thần bí đều có thể tìm được cách giải quyết hợp lý trong thực tiễn của con người và trong sự lý giải thực tiễn đó. Hoạt động văn hóa là hoạt động tự giác, sáng tạo của con người, là quá trình kép vừa “thay đổi vật” vừa “thay đổi người”. Đặc tính văn hóa này của con người không phải

là sản phẩm của sự vận động tinh thần thuần túy, mà được sinh ra và phát triển trong thực tiễn, Hegel coi nguyên tắc năng động như là cái bản chất nhất của tinh thần, ông cho rằng con người tự sinh ra thông qua lao động, trong lao động nó vứt bỏ tính nguyên thủy, tính trực tiếp của giới tự nhiên, khiến bản chất của mình chi phối đối tượng tự nhiên để từ đó đạt được tính đồng nhất giữa con người và tự nhiên, giữa chủ thể và khách thể. Marx đã khẳng định đây đủ phép biện chứng lịch sử do Hegel vạch ra, nhưng ông cho rằng “thứ lao động duy nhất mà Hegel biết đến và thừa nhận là lao động tinh thần trừu tượng”. Tính năng động và tính sáng tạo mang bản chất văn hóa của con người trước hết là hoạt động vật chất khách quan, trong thực tiễn, con người cải tạo một cách năng động thế giới, “thông qua thực tiễn, sáng tạo ra thế giới đối tượng, tức là cải tạo giới vô cơ, chứng minh con người là vật tồn tại có ý thức”, đồng thời trong thực tiễn, nó lại cải tạo một cách năng động thế giới chủ quan, làm phong phú và phát triển chính mình. Tính năng động, tính sáng tạo của thực tiễn là sự thống nhất giữa đối tượng hóa và phi đối tượng hóa, tức là qua sự tự phủ định “sáng tạo, nhân hóa tự nhiên” mà vứt bỏ tính nguyên thủy khách thể và tính phiến diện chủ thể, chứng minh chính xác và phát triển lực lượng văn hóa chủ thể, tạo ra văn hóa mới và con người mới, từ đó thực hiện “sự thống nhất giữa thay đổi môi trường và hoạt động của con người hay là tự thay đổi”.

Giao tiếp của con người là động lực trực tiếp của sức cạnh tranh văn hóa. Về bản chất, con người là giao tiếp, thực tiễn giao tiếp là tiền đề của thực tiễn sản xuất, cũng là tiền đề của sự hình thành và phát triển văn hóa. Marx chỉ ra: “Cũng giống như ý thức, ngôn ngữ chỉ sản sinh do sự cần thiết, do đòi hỏi bức thiết của việc giao tiếp với người khác”. Giao tiếp là quá trình trao đổi

giữa người và người về hoạt động, năng lực và thành quả của họ, nó là đặc trưng căn bản của con người với tư cách là tồn tại xã hội hoặc tồn tại “loài”. Giao tiếp làm cho lực lượng văn hóa chủ thể trở thành lực lượng hiện thực. Marx từng nói: lực lượng của nhiều cá nhân “chỉ là lực lượng đích thực qua sự giao tiếp và liên hệ lẫn nhau của những cá nhân đó”. Vì giao tiếp làm cho lao động tinh thần riêng lẻ của cá nhân trở thành lao động xã hội, làm cho tồn tại đặc thù của cá nhân trở thành tồn tại có tính xã hội, nên giao tiếp còn làm cho văn hóa quần thể và dân tộc có được sức sống mới và động lực phát triển mới. Vì giao tiếp phá vỡ tính khép kín của văn hóa dân tộc, văn hóa quần thể, qua so sánh lẫn nhau, cạnh tranh lẫn nhau mà kích hoạt các nhân tố truyền thống. Marx dự báo, trong thời đại toàn cầu hóa sẽ xuất hiện nên văn hóa thế giới thể hiện tính nhất thể hóa, tính phổ biến của sản xuất và tiêu dùng, nhưng đó là một quá trình kèm theo cạnh tranh và xung đột văn hóa. Giống như thời đại cách mạng công nghiệp sản sinh ra xung đột giữa văn minh công nghiệp và văn minh nông nghiệp, giữa văn minh thành thị và văn minh nông thôn, giữa văn minh phương Tây và văn minh phương Đông, thời đại toàn cầu hóa ngày nay lại sản sinh ra xung đột giữa trung tâm hiện đại hóa và ngoại vi, giữa tính hiện đại và tính hậu hiện đại, giữa tính phổ biến và tính bản địa v.v..., cái sau là sự kéo dài lôgích của cái trước. Marx cho rằng chỉ có qua cạnh tranh và giao tiếp có tính thế giới thì nguồn của cải mà các dân tộc tạo ra, bao gồm của cải vật chất

và của cải tinh thần, mới có thể được bảo tồn và phát triển. “Chỉ khi nào giao tiếp có tính chất thế giới và lấy đại công nghiệp làm cơ sở, chỉ khi nào tất cả các dân tộc đều bị cuốn vào cạnh tranh, khi ấy mới có đảm bảo cho việc bảo tồn sức sản xuất đã được tạo ra”. Cũng có nghĩa là, sức cạnh tranh tổng hợp, bao gồm cả

sức cạnh tranh văn hóa, của dân tộc tương quan chặt chẽ với năng lực giao tiếp, trình độ giao tiếp của nó, chỉ có tham gia giao tiếp phổ biến có tính thế giới thì văn hóa dân tộc mới có thể có ảnh hưởng có tính thế giới, mới có thể hoà nhập vào con sông dài phát triển văn minh thế giới và chảy mãi không ngừng.

III. Sức sản xuất văn hóa là cơ sở của sức cạnh tranh văn hóa, tạo dựng "con người văn hóa" phát triển toàn diện là nhiệm vụ căn bản trong phát triển sức sản xuất văn hóa

Chủ nghĩa duy vật lịch sử cho rằng, sức sản xuất là cơ sở của toàn bộ lịch sử loài người, yếu tố căn bản của sức sản xuất là con người có ý thức, có năng lực sáng tạo, vì vậy nó bao hàm trong mình sức sản xuất vật chất và sức sản xuất tinh thần. Trong cuốn *Bản thảo kinh tế học (1857-1858)*, Marx đã sử dụng rõ ràng cặp khái niệm "sức sản xuất vật chất" và "sức sản xuất tinh thần". "Sức sản xuất vật chất" chủ yếu chỉ lực lượng vật chất năng động mà loài người thể hiện ra trong quá trình thích ứng, cải tạo, điều chỉnh và khống chế tự nhiên, còn "sức sản xuất tinh thần" thì chỉ năng lực thực tế của loài người trong việc sáng tạo ra sản phẩm tinh thần, giá trị tinh thần. Marx rất nhấn mạnh là phải lý giải sức sản xuất vật chất và sức sản xuất tinh thần từ sự diễn biến của lịch sử, ông chỉ ra rằng "nếu không xem xét sản xuất vật chất qua hình thức lịch sử đặc thù của nó thì không thể hiểu đặc trưng của sản xuất tinh thần tương ứng với nó và tác động qua lại giữa hai loại sản xuất này". Nếu việc phát minh và ứng dụng máy hơi nước và điện dẫn tới bước nhảy vọt thứ nhất trong phát triển sức sản xuất vật chất thì việc phát minh và ứng dụng công nghệ thông tin và công nghệ sinh học dẫn tới bước nhảy vọt thứ hai của sức sản xuất vật chất, mà lần nhảy vọt này không chỉ làm cho sức sản xuất vật chất kết hợp chặt chẽ hơn với sức sản xuất tinh thần mà còn

làm thay đổi sâu sắc chức năng và hình thức của sức sản xuất tinh thần. Sự hình thành và phát triển một hệ thống sức sản xuất hiện đại lấy sức sản xuất vật chất làm cơ sở, lấy sức sản xuất tinh thần làm chủ đạo, trong đó sức sản xuất vật chất và sức sản xuất tinh thần liên hệ lẫn nhau, thấm thấu lẫn nhau, chuyển hóa lẫn nhau sẽ thúc đẩy xã hội loài người tiến từ thời đại công nghiệp sang thời đại "kinh tế tri thức", "kinh tế văn hóa".

Cùng với việc nội dung và hình thức của sản xuất tinh thần có sự thay đổi lịch sử căn bản thì "sản xuất tinh thần", "sức sản xuất tinh thần" theo ý nghĩa truyền thống cũng chuyển biến thành "sản xuất văn hóa", "sức sản xuất văn hóa" với nội hàm càng rộng hơn, càng thể hiện xu thế công nghiệp hóa, xã hội hóa, thị trường hóa, quốc tế hóa. Theo Marx, tôn giáo, luật pháp, đạo đức, khoa học, nghệ thuật v.v... đều là phương thức sản xuất đặc thù của loài người, trước tiên chịu sự chi phối của các qui luật phổ biến của sản xuất, nhưng sản xuất văn hóa, tinh thần là một loại sản xuất toàn diện. Là sản xuất có tính toàn diện, sản xuất tinh thần, văn hóa là loại sản xuất đã khắc phục được những nhu cầu phiến diện, bề ngoài, tha hóa, là một loại sản xuất có tính chủ thể, thể hiện bản chất tự do tự giác của con người. Vì vậy, phát triển sức sản xuất văn hóa phải lấy sự phát triển tự do toàn diện của con người làm phương hướng căn bản. Trước hết, nó là thứ sản xuất nhằm thoả mãn nhu cầu tinh thần của con người. Sản xuất tinh thần là cái khu biệt bản chất giữa con người và động vật. Thời đại càng tiến bộ, nhu cầu tinh thần của con người càng có xu hướng đa tầng nấc, đa nguyên hóa và cá tính hóa, sự phát triển của sức sản xuất văn hóa càng làm cho con người được giải phóng khỏi tầm nhìn sinh tồn chật hẹp, khỏi trạng thái cô lập tự khép kín của khu vực và quần thể. Thứ hai, phát triển sức sản xuất văn hóa phải lấy việc

tăng cường năng lực của con người làm nhiệm vụ cơ bản. Khái quát và tổng kết kinh nghiệm thực tiễn của loài người, hình thành hệ thống khoa học lý tính, vạch ra qui luật khách quan, đồng thời thông qua khai sáng và giáo dục làm cho mọi người không ngừng nâng cao ý thức tự giác và năng lực thực tế trong việc nhận thức và cải tạo thế giới khách quan và thế giới chủ quan, thúc đẩy xã hội loài người không ngừng đi từ tất yếu tới tự do. Thứ ba, phát triển sức sản xuất văn hóa phải thể hiện được sự theo đuổi giá trị của con người. Hướng “thiện”, hướng “mỹ” là ý nghĩa sự sống của con người. Nâng cao tinh thần đạo đức của xã hội, tạo ra sự trụ đỡ cho tinh thần của con người, hướng dẫn mọi người khắc phục những lo âu, mất mát, tha hóa về tinh thần nảy sinh trong quá trình toàn cầu hóa, hiện đại hóa, xây dựng lại khu vườn tinh thần, thúc đẩy sự phát triển hài hòa về tinh thần, trí tuệ, đạo đức của con người là mục tiêu giá trị của hoạt động kinh tế và hoạt động văn hóa. Cuối cùng, mục tiêu của sức sản xuất văn hóa là sản xuất ra “con người văn hóa”. Con người là chủ thể của sức sản xuất văn hóa, trình độ tổ chức của con người có ảnh hưởng quyết định đến sức sản xuất văn hóa, mà tạo dựng “con người văn hóa” phát triển tự do, toàn diện cũng chính là mục đích căn bản của việc phát triển sức sản xuất văn hóa.

IV. Sức sáng tạo văn hóa là hạt nhân của sức cạnh tranh văn hóa, sức sáng tạo văn hóa bắt nguồn từ tính năng động của thực tiễn và tính năng động của tư duy

Thời đại toàn cầu hóa là một thời đại phân hóa lớn, điều chỉnh lớn, bước ngoặt lớn, phát triển lớn, nó làm thay đổi sâu sắc điều kiện và phương thức sinh tồn và phát triển của mỗi dân tộc, mỗi nhóm người, mỗi doanh nghiệp cho đến mỗi cá nhân, một loạt vấn đề kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa, môi trường mà nó gây ra thường liên quan tới

những vấn đề có tính tổng hợp, căn bản của việc lựa chọn lại mô hình sản xuất, giao tiếp, tư duy của nhân loại trong tương lai, nguồn tư tưởng kinh điển và mô hình văn hóa đã có không thể trực tiếp cung cấp câu trả lời, sự thuyết minh và hướng dẫn có sẵn. Đứng trước sự chuyển hóa sâu sắc như thế của đời sống hiện thực, cần đổi xử với trình độ sức sáng tạo văn hóa như một lực lượng quyết định khả năng thích ứng, khả năng lựa chọn đúng đắn, khả năng sinh tồn và phát triển của mỗi quốc gia, mỗi dân tộc, mỗi doanh nghiệp.

Sức sáng tạo văn hóa thể hiện đầy đủ đặc trưng bản chất của sự tự do, năng động của con người. Sáng tạo văn hóa khác với sản xuất văn hóa: sản xuất văn hóa thường là sự mở rộng qui mô về lượng, là một quá trình lặp đi lặp lại, tiêu chuẩn hóa, còn sáng tạo văn hóa là quá trình sản sinh và phát triển chất mới, là sự công bố tự giác bản tính của văn hóa. Sáng tạo văn hóa khác với tiêu dùng văn hóa: tiêu dùng văn hóa thường là quá trình đồng nhất có tính quần thể, còn sáng tạo văn hóa thường là quá trình tìm kiếm sự khác biệt có tính cá thể. Sáng tạo văn hóa cũng khác với truyền bá văn hóa: truyền bá văn hóa thường là sự tăng cường văn hóa vốn có, là sự mở rộng không gian văn hóa và sự kéo dài thời gian văn hóa, còn sáng tạo văn hóa là khâu có tính phủ định văn hóa vốn có, là tính phi liên tục về mặt thời gian của văn hóa. Nhưng sáng tạo văn hóa lại không phải là một quá trình cô lập, nó thấm thấu vào các mặt sản xuất, tiêu dùng và truyền bá văn hóa, là linh hồn và động lực của sản xuất, tiêu dùng và truyền bá văn hóa. Như trong quá trình sản xuất văn hóa, con người coi văn hóa là đối tượng của lao động, thể hiện con người ngày càng đi từ bản năng tới tự giác; như quá trình tiêu dùng văn hóa là quá trình thẩm mỹ của con người, là quá trình đánh giá giá trị, là quá trình tái sản xuất của chủ thể văn hóa; lại như việc

truyền bá văn hóa là quá trình kết hợp tính phổ biến của văn hóa với tính đặc thù của các á văn hóa của các khu vực và quần thể khác nhau, là quá trình tương tác và liên kết.

Sức sáng tạo văn hóa bắt nguồn từ sức sáng tạo thực tiễn. Thực tiễn của con người là động lực và nguồn gốc của văn hóa, kinh nghiệm thực tiễn cung cấp cơ sở cảm tính cho sự phát triển và biến đổi văn hóa tư tưởng, nhu cầu thực tiễn kích thích sức sáng tạo văn hóa. Engels từng nói, nhu cầu có thể thúc đẩy sự phát triển của khoa học hơn mười trường đại học, cơ sở bản chất nhất, gần gũi nhất của tư duy con người là sự biến đổi của giới tự nhiên và xã hội mà con người tạo ra, năng lực trí tuệ của con người phát triển theo mức độ con người học được cách biến đổi môi trường của mình. Hoạt động sáng tạo thực tiễn xã hội của con người không chỉ nâng cao năng lực tư duy của con người mà còn phá bỏ xiềng xích tư tưởng của nó, kích thích dũng khí và sức sống đổi mới văn hóa. Chẳng hạn, trong khi khơi dậy sức sản xuất to lớn, cách mạng của giai cấp tư sản cũng đã giải phóng tối đa sức sáng tạo văn hóa tư tưởng của con người. Sự phát triển nhanh chóng của khoa học tự nhiên và sức sản xuất của xã hội tư bản chủ nghĩa đã làm cho “hàng rào ngàn năm của phương thức tư duy trung kỷ truyền thống và hàng rào cố hương chật hẹp của ngày cũ cùng sụp đổ. Một không gian rộng lớn vô hạn đã mở ra trước tầm nhìn ngoại giới và tầm nhìn nội tâm của con người”.

Sáng tạo văn hóa thấm thấu vào mọi mặt hoạt động văn hóa của con người, thể hiện tập trung thành sáng tạo tri thức và sáng tạo giá trị. Sáng tạo tri thức nâng cao nhận thức của con người về qui luật tự nhiên, qui luật xã hội và qui luật tư duy, còn sáng tạo giá trị nâng cao nhận thức của nó về ý nghĩa của sự tồn tại và phát triển của chính nó, sức sáng tạo văn hóa cũng là

tổng hoà của các loại năng lực quan sát vấn đề, xử lý vấn đề, giải quyết vấn đề mà con người thể hiện trong quá trình hoạt động tạo ra quan niệm mới, tri thức mới, giá trị mới.

V. Sức bền vững văn hóa là nguồn gốc của sức cạnh tranh văn hóa, nó đạt được tính độc đáo và tính liên tục qua việc kế thừa và đổi mới truyền thống

Sáng tạo văn hóa thúc đẩy nhân loại tiến bộ không ngừng, mỗi thế hệ người đều sáng tạo ra văn hóa mới của mình, sự phát triển mạnh mẽ sức sáng tạo văn hóa đánh dấu sự thịnh vượng của dân tộc, quần thể, sự suy kiệt sức sáng tạo văn hóa tất yếu làm thoái hóa sức cạnh tranh của dân tộc, quần thể. Sức sáng tạo văn hóa không chỉ dựa vào sự kích hoạt thực tiễn thời đại, mà còn dựa vào sự lắng đọng lịch sử, một điều kiện môi trường lịch sử nhất định là tiền đề không thể thiếu của sáng tạo và phát triển văn hóa. Sự phát triển của văn hóa thế giới được thực hiện trong quá trình vận động không ngừng ra đời, diệt vong của các nền văn hóa dân tộc, khu vực và quần thể, những nền văn hóa có thể tồn tại đến ngày nay và vẫn có sức ảnh hưởng đều là những nền văn hóa “sống” lấy sức bền vững tương đối mạnh làm chỗ dựa và không ngừng đổi mới, làm giàu bản thân theo sự thay đổi của điều kiện hiện thực, duy trì được đặc sắc cá tính riêng của mình bằng sức sống to lớn trong xung đột và liên kết văn hóa.

Yếu tố cơ bản tạo thành tính độc đáo, tính đặc thù của văn hóa để từ đó có được tính bền vững chính là truyền thống văn hóa, một thứ vốn đã thấm sâu vào tư tưởng và hành vi của người ta, “nó là quá khứ của hiện tại, nhưng giống như bất kỳ sự vật mới nào, nó lại là một bộ phận của hiện tại”. Bằng tính đồng nhất giá trị rộng rãi, truyền thống cung cấp sợi dây nối tư tưởng cho cộng đồng văn hóa chiến thắng những nổi lo

âu bên trong và những mối đe dọa bên ngoài; bằng nội dung văn hóa sâu dày, nó cung cấp nguồn tri thức cho nền văn hóa mới sinh trưởng; bằng cá tính tươi mới, nó cung cấp sự trụ đỡ tinh thần cho cộng đồng văn hóa chống lại sự đồng nhất hóa của văn hóa ngoại lai trong thời đại toàn cầu hóa. Đối với một dân tộc thì ngôn ngữ, quan niệm giá trị, phương thức tư duy, tập quán hành vi cho đến di tích cổ, hiện vật văn hóa, sách cổ, danh nhân v.v... đều thuộc phạm trù truyền thống văn hóa; đối với một doanh nghiệp thì hình tượng doanh nghiệp, quan hệ công cộng, giá trị hạt nhân, phong cách công nhân viên chức cũng như thương hiệu, uy tín, sức hấp dẫn về nhân cách của nhà doanh nghiệp v.v... đều là nguồn truyền thống vô cùng quý báu. Chính vì truyền thống là cơ sở không thể vứt bỏ của sự đổi mới và phát triển văn hóa, gấn bó không thể tách rời với việc kế thừa và vứt bỏ, phê phán và lựa chọn, nên việc đánh giá truyền thống luôn đầy rẫy mâu thuẫn và bất đồng. Trong tiến trình phát triển lịch sử của xã hội, vai trò của truyền thống và việc phát huy vai trò đó luôn được quyết định bởi định hướng giá trị, mục đích và phương thức hoạt động sáng tạo của chủ thể lịch sử.

Truyền thống chỉ là sức bên văn hóa tiềm tàng hoặc có thể, để chuyển hóa nó thành sức bên văn hóa hiện thực, cần có thực tiễn văn hóa và đời sống văn hóa hiện thực năng động của con người. Đổi mới văn hóa thực sự là quá trình đồng nhất giữa kế thừa truyền thống và sáng tạo ra truyền thống. Xa rời thực tiễn đổi mới văn hóa thì bất kỳ truyền thống nào cũng tất yếu mất đi sự quan tâm hiện thực của con người và trở nên suy thoái, trong một giai đoạn nào đó còn có thể trở thành sức cản của phát triển lịch sử và văn hóa. Như sự đua tiếng của bách gia chư tử trong thời Xuân Thu Chiến quốc đã sáng tạo ra thời đại văn hóa hừng hực sức sống, và cũng đã đẩy văn hóa nhân loại lên một đỉnh cao huy

hoàng, từ thời Hán trở đi, độc tôn đạo Nho, đến thời kỳ Tống, Minh, lý học Tống, Minh dựa vào quyền lực hành chính, quyền lực tôn giáo, quyền lực tông pháp thi hành tư tưởng đạo đức hóa, những hoạt động văn hóa này chẳng có gì khác là “tôi chú giải sáu kinh”^(*) hoặc “sáu kinh chú giải tôi”, “người chết” thống trị người sống, làm cho sức sáng tạo văn hóa bị suy thoái, dẫn tới sự lạc hậu tổng thể trong phát triển kinh tế, khoa học kỹ thuật, xã hội của Trung Quốc từ thời cận đại trở đi. Ngày nay, khi toàn cầu hóa phát triển nhanh chóng và cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt, văn hóa dân tộc, văn hóa khu vực, văn hóa doanh nghiệp phải tồn tại và phát triển dưới sự tác động kép của hai làn sóng là toàn cầu hóa văn hóa và bản địa hóa, đa nguyên hóa văn hóa thì càng cần tự giác quý trọng truyền thống văn hóa của mình. Có thể kết hợp chặt chẽ việc phục hưng truyền thống văn hóa với thực tiễn phát triển kinh tế thị trường và nền chính trị dân chủ, bồi dưỡng tạo dựng con người hiện đại phát triển tự do toàn diện được hay không, có thể kết hợp việc phục hưng truyền thống văn hóa với thực tiễn nâng cao năng lực đối thoại với các loại trào lưu văn hóa ngoại lai được hay không, điều đó quyết định năng lực của nó trong việc không ngừng đáp trả những thách thức mới của sự biến đổi và phát triển của thời đại, quyết định năng lực của nó trong việc không ngừng trở lại cái cũ và mở ra cái mới, phát triển liên tục.

^(*) Sáu kinh Nho giáo: *Dịch, Lễ, Nhạc, Thi, Thư* và *Xuân Thu* (ND).