

TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ VÀ VĂN HÓA¹

Trần Hữu Dũng

Tóm tắt: Bài này sẽ bàn về liên hệ giữa toàn cầu hóa kinh tế, văn hóa toàn cầu, và văn hóa quốc gia. Ảnh hưởng văn hóa toàn cầu đến kinh tế sẽ được khảo sát qua bốn mặt: (1) Về mặt sản xuất (phía cung), (2) về mặt thị hiếu tiêu dùng (phía cầu). (3) vào sự tùy thuộc và lệ thuộc với nước ngoài, và (4) vào các định chế trong nước.

Thế nào là **toàn cầu hóa**? Cụm từ “toàn cầu hóa” trở thành phổ thông từ giữa thập niên 80 đến nay, tuy nhiên, nhìn kỹ thì ngay từ thuở ban đầu, lịch sử loài người có thể được diễn tả bằng một xu hướng bất biến (tuy có lúc gián đoạn vì chiến tranh), đó là sự giao lưu, buôn bán, tiếp xúc giữa các dân tộc ngày càng nhiều hơn, càng rộng ra, càng xa thêm. Vậy thì, trên cơ bản, cái gọi là “toàn cầu hóa” mà chúng ta bàn đến hôm nay không phải là một hiện tượng hoàn toàn mới. Cái mới là ở chỗ tốc độ phát triển nhanh chóng, tính đa dạng của nó, và vai trò khoa học công nghệ, nhất là công nghệ thông tin trong tiến trình đó. Nói cách khác, khuynh hướng toàn cầu hóa không chỉ ngày càng lớn về số lượng, về tầm cỡ địa lý, nhưng càng ngày càng “đầy” (thick) hơn, tức là nó xảy ra trên nhiều phương diện hơn. Toàn cầu hóa không chỉ là một hiện tượng kinh tế mà còn là một hiện tượng chính trị, công nghệ và văn hóa. Nói như Thomas Friedman (nhà bình luận của báo New York Times): nó “sâu hơn, xa hơn, rộng hơn, rẽ hơn”.

Để có một khung đối chiếu, ta có thể tóm tắt hiện tượng toàn cầu hóa đương đại qua năm đặc tính căn bản như sau²

(1) Về mặt kinh tế, sự **tùy thuộc lẫn nhau giữa các quốc gia** ngày càng lớn. Sự tùy thuộc này là do các đầu tư xuyên quốc gia, trực tiếp lẫn gián tiếp, sự chuyển giao công nghệ, và những dòng chảy thông tin và truyền thông cấp kỳ.

(2) Sự xuất hiện của những “**diễn viên ngoài chính phủ**”. Đó là các tổ chức phi chính phủ (NGO) xuyên quốc gia, những hội đoàn văn hóa và chuyên ngành khoa học, những tập đoàn

¹Bản thảo lần này đã có được sự góp ý quý báu của hai bạn Vũ Quang Việt và Trần Quốc Hùng. Dù không muốn, tác giả cũng phải đành nhận rằng mọi lỗi lầm, sơ sót và ý kiến trong bài vẫn là trách nhiệm hoàn toàn của anh ta.

²*Globalization in Asia: Getting the Breeze Without the Bugs*, Report from the Conference on Globalization and Regional Security: Asian Perspectives February 23-25, 1999 Honolulu, Hawaii

công dân (civic groups), những đại xí nghiệp đa quốc gia, và các nhà đầu tư toàn cầu. Những diễn viên này, tuy mục đích phần lớn là phi chính trị, sẽ đặt ra nhiều bài toán cho uy quyền và khả năng quản lý của nhà nước.

(3) Áp lực (trực tiếp hoặc gián tiếp) ngày càng mạnh trên mọi nước để tuân thủ những **tiêu chuẩn của các tổ chức quốc tế** (cầm đầu do các nước phương Tây). Ba tiêu chuẩn cơ bản là: chính sách và thủ tục hành chính phải minh bạch (transparency), mọi quyết định đều phải có người chịu trách nhiệm (accountability), và pháp trị (rule of law)

(4) Sự xuất hiện ngày càng nhiều **hiện tượng và thử thách xuyên quốc gia** mà giải pháp đòi hỏi những hợp tác giữa nhiều nước— chẳng hạn như những vấn đề năng lượng và môi trường, những luồng di dân lớn, và những mạng lưới tội phạm có tổ chức.

(5) Sự xuất hiện ngày càng có tính thống trị của một nền **văn hóa quốc tế** tỏa ra từ văn hóa phương tây, nhất là văn hóa đại chúng của Mỹ, làm phai nhạt bản sắc dân tộc và các giá trị truyền thống địa phương.

Liệt kê như vậy không có nghĩa ám chỉ rằng năm đặc điểm nói trên là độc lập với nhau. Mục đích của tôi trong bài này là bàn sâu hơn về liên hệ giữa văn hóa và toàn cầu hóa, tôi sẽ không giới hạn trong điểm (5) nói trên mà, xuyên qua nó, tôi sẽ bàn đến quan hệ giữa văn hóa và bốn đặc điểm (1)-(4) của toàn cầu hóa.

Muốn vậy, bài này sẽ dùng chữ “văn hóa” trong cái nghĩa rộng nhất của nó, trong đó nó không chỉ gồm những văn chương, những nghệ thuật, nhưng còn gồm cả những tín ngưỡng, tôn giáo, phong tục, lễ thói ... Nói chung, văn hóa là chất keo, là nền móng của xã hội và quốc gia. Nó xác định quan hệ giữa con người và thiên nhiên, giữa người và người, giữa thế hệ này với thế hệ khác. Ta nên nhìn văn hóa vừa như một hiện hữu khách quan (nước nào, bất cứ lúc nào, cũng có một nền văn hóa) nhưng cũng như một dấu mốc trình độ phát triển của xã hội (văn hóa có thể được xếp hạng là cao hoặc thấp, tốt hoặc xấu).

Phải nghĩ sao về liên hệ giữa toàn cầu hóa và văn hóa? Tựa của bài này là “Toàn cầu hóa kinh tế và văn hóa” và có thể hiểu theo hai nghĩa. Một là liên hệ giữa: một bên là toàn cầu hóa kinh tế và bên kia là văn hóa. Hai là có hai hiện tượng “toàn cầu hóa kinh tế” và “toàn cầu hóa văn hóa”. Tôi cố tình đặt một cái tựa có tính chất mơ hồ như vậy để chúng ta cùng suy nghĩ thêm.

Như vậy, xin lập lại câu hỏi: Phải nghĩ sao về liên hệ giữa toàn cầu hóa và văn hóa? Trong các tài liệu mà tôi được đọc thì có hai cách trả lời câu hỏi này.

Cách thứ nhất là có tính chất mô tả. Theo đó có ba loại tiên đoán.³ Theo những **người siêu toàn cầu hóa** (hyperglobalizers) thì toàn cầu hóa sẽ đưa đến sự đồng nhất hóa (homogenization) thế giới dưới bóng của văn hóa phổ thông của Mỹ (American popular culture) và chủ nghĩa tiêu thụ (consumerism) phương Tây nói chung. Những **người ngờ vực** (sceptics) thì chỉ trích tính hời hợt, cái giả tạo, thiếu chất lượng của các nền văn hóa toàn cầu so với những nền văn hóa dân tộc, và kêu gọi chúng ta lưu ý đến những khác biệt ngày càng quan trọng và rõ ra giữa các nền văn hóa, và những xung đột giữa các nền văn minh lớn trên thế giới. Những **người có quan điểm “biến đổi”** (transformationists) thì cho rằng những sự đan xen, hòa quyện (intermingling) của các nền văn hóa và các dân tộc sẽ sinh ra những loại văn hóa lai tạo (cultural hybrids) và những mạng văn hóa toàn cầu mới (new global cultural networks)

Cách thứ hai là có tính cách chuẩn tắc (normative), và nhìn từ quan điểm những quốc gia tiếp nhận (nhất là các quốc gia châu Á) văn hóa toàn cầu phát xuất từ Mỹ (và phương Tây). Cách nhìn này khởi đi từ quan tâm về sự tồn tại của văn hoá bản xứ. Hàm ẩn trong sự quan tâm này là ý niệm cho rằng có một sự đối chọi giữa kinh tế thị trường (nhất là về hệ luận toàn cầu hoá của nó) và văn minh không phương tây. Từ sự quan tâm này đã nảy sinh hai nhóm ý kiến. Nhóm **ý kiến thứ nhất** cho rằng ta phải cố gắng giữ gìn để phát triển vật chất (do kinh tế thị trường thông quan mở cửa đem lại) và giá trị tinh thần (bản sắc văn hoá dân tộc) có thể song song tồn tại và phát triển. **Ý kiến thứ hai** thì bi quan hơn, cho rằng giá trị văn hoá dân tộc phải được đặt trên hết, đánh đổi nếu cần một phần thu nhập vật chất.

Cả hai lối tiếp cận trên, theo tôi, đều không soi sáng thêm gì nhiều liên hệ giữa văn hóa và toàn cầu hóa. Cách thứ nhất thì quá chung chung, bàng quang, không thể dựa vào đó để có một kết luận chính sách nào. Còn cách thứ hai thì quá đơn giản đến độ làm thô lậu ảnh hưởng qua lại giữa văn hóa và toàn cầu hóa, biến vấn đề hệ trọng này thành một số khẩu hiệu biểu ngữ thiếu sức thuyết phục. Hiển nhiên là toàn cầu hóa sẽ làm giảm đi bản sắc cổ truyền của dân tộc. Song văn hóa dân tộc là một thực thể linh động, chính nó không ngừng biến đổi dù ta có làm được việc phi thường là đóng cửa văn hóa, và không phải bản sắc cổ truyền nào cũng là tốt đẹp, cần giữ gìn (hãy nghĩ đến những tín ngưỡng dị đoan, những lối sống “chồng chúa vợ tôi”, chẳng hạn⁴). Nhưng tôi sẽ tự kềm chế, không đánh giá sự kiện này bởi lẽ một sự đánh giá đó không khỏi mang nhiều tính chủ quan. Tôi cũng không muốn kết luận một cách “ba phải” là nên thu thập những “điều tốt,” loại trừ những “điều xấu”. Mục đích của tôi ở đây là đặt một cái nhìn có hệ thống về tổng thể của liên hệ hữu cơ giữa toàn cầu hóa và văn hóa. Bài viết có tính cách liệt kê, mô tả. Xin người đọc thêm bớt, đánh giá, rồi từ đó rút ra, nếu muốn, những nhận

³Phỏng theo David Held, 1999, *Global Transformation*, Stanford, California: Stanford University Press, trang 327.

⁴Xin xem bài của GS Tương Lai trong hội thảo này.

định chính sách cho nước ta.

Bài này sẽ có bốn đoạn chính:

- (1) Ảnh hưởng văn hóa toàn cầu về mặt sản xuất (phía cung)
- (2) Ảnh hưởng văn hóa toàn cầu về mặt thị hiếu tiêu dùng (phía cầu).
- (3) Ảnh hưởng văn hóa toàn cầu vào sự tùy thuộc và lệ thuộc với nước ngoài
- (4) Ảnh hưởng văn hóa toàn cầu vào cơ cấu kinh tế và xã hội trong nước

I. VĂN HÓA VÀ YẾU TỐ SẢN XUẤT

Khi nói đến yếu tố sản xuất, đến lợi thế so sánh thì nhiều người thường chỉ nghĩ đến lao động, vốn, tài nguyên thiên nhiên, đến công nghiệp ... Ít người đi xa hơn những yếu tố đó. Song nếu nhìn kỹ thì thể chế xã hội và văn hóa có một vai trò quyết định trong sản xuất và lợi nhuận. Hơn nữa, các vai trò đó có thể hoàn toàn được giải thích, và chứng minh bằng những mô hình toán, trong khung lý thuyết kinh điển kinh tế thị trường. Trong khung lý thuyết này thì *ba yếu tố quan trọng trong nền kinh tế là (1) làm thế nào để đáp ứng với những rủi ro bất trắc, (2) làm thế nào để các thành viên trong nền kinh tế thực hiện những cam kết, thành văn hoặc không thành văn, của mình, và (3) tinh thần hợp tác tự nguyện...*

1. Đáp ứng với rủi ro bất trắc.

Trong bất cứ nền kinh tế nào thì cũng có những rủi ro bất trắc (thời tiết, bệnh hoạn ...) . Những rủi ro đó bắt buộc mỗi người (dù có ý thức hay không) có những biện pháp tránh rủi ro, hoặc giảm bớt những thiệt hại khi gặp rủi ro. Nhìn trên góc cạnh kinh tế thì vấn đề là làm thế nào để đối phó với những rủi ro bất trắc đó một cách hữu hiệu nhất, ít tốn kém nhất. Nói chung, đó là nhu cầu bảo hiểm xã hội.

Bảo hiểm xã hội là cần thiết chẳng những vì nó là dấu hiệu của một xã hội văn minh mà còn là điều kiện để mọi người an tâm lao động hoặc kinh doanh. Trong một nền kinh tế thị trường thì có bảo hiểm xã hội, tức là một cách để chia xẻ những tổn phí của bất cập cho số đông trong xã hội (nhưng đương sự phải trả một giá cho sự chia xẻ đó), trong văn hóa xã hội ta thì sự chia xẻ đó diễn ra một cách “bán chính thức” (informal) hơn, qua gia đình, họ hàng ... Ở các xã hội tư bản đã phát triển thì vấn đề bàn cãi sôi nổi là liệu Nhà nước nên đứng ra đảm nhận trách nhiệm đó (như kiểu các nước xã hội chủ nghĩa cũ) hay là để từng cá nhân tự lo liệu lấy, như là mua bảo hiểm sức khỏe trên thị trường. Trong một quốc gia mà tinh thần gia đình cộng đồng còn mạnh thì ta còn một giải pháp nữa, đó là gia đình đùm bọc với nhau. (Giáo dục cũng có thể được xem như một loại này.) Một trong những cái đẹp của một nền văn hóa phương Đông cổ truyền như

của ta là có một sự đùm bọc thân thiết trong gia đình, láng giềng, trong những cơn bĩ cực (bệnh hoạn, thất nghiệp, chăm sóc trẻ em . . .) cũng như những hoạt động tích cực khác (cha mẹ có bồn phận lo cho con cái ăn học, bạn bè thân quyến cho nhau vay mượn . . .) Tinh thần đùm bọc làm nhẹ đi một phần gánh nặng cho Nhà nước, nhẹ đi giá thành của sản phẩm cần cạnh tranh trên thị trường thế giới. Song, chỉ dựa vào gia đình trong dịch vụ này thì cũng có những tác động tiêu cực của nó, ví dụ rằng nó sẽ làm nhiều người ngại đi làm ăn xa. Nên nhớ, sự lưu dịch thông thoáng của lao động chính nó cũng là một nhân tố quan trọng của phát triển.

Cũng vậy, khi sự năng động cá nhân đã bốc lên thì những phần vụ kinh tế có tính cách gia đình trở thành khó duy trì, và hiệu quả sẽ kém đi so với những định chế khác. Lấy trường hợp bảo hiểm sức khỏe chẳng hạn. Khi chưa có một thị trường bảo hiểm thì sự đùm bọc của gia đình là rất quý, thế nhưng khi có một thị trường bảo hiểm (với đầy đủ những thông tin phụ trợ) thì dựa vào thị trường này sẽ có thêm hiệu ứng tốt là nó cho người bảo hiểm nhiều động lực giữ gìn sức khỏe của mình hơn⁵. Mặt tiêu cực của sự nương tựa vào gia đình là nó không làm dễ dàng sự lưu chuyển của lao động từ vùng này sang vùng khác. Liên hệ, toàn cầu hóa đã ảnh hưởng rất lớn vào vai trò phụ nữ, đem họ vào thị trường lao động, ảnh hưởng đến hình thức gia đình cổ truyền ...

2. Thực hiện cam kết

Trong sinh hoạt kinh tế, sự thực hiện các lời cam kết, các hợp đồng là một điều tối quan trọng. Có hai cách chính để những người can dự vào một giao dịch kinh tế phải thi hành những lời cam kết của họ với nhau. Một là nếu không thi hành thì sẽ bị trừng phạt, hai là nếu thi hành thì sẽ được ban thưởng. Trong một quốc gia mà kinh tế thị trường đã mở mang thì bộ máy tư pháp sẽ là thành tố chính để ban bố những hình phạt đó. Tuy nhiên, chính trong những quốc gia này thì bộ máy tư pháp cũng không bao giờ đạt được đến mức toàn mỹ, và không một khế ước thành văn nào có thể dự kiến đến mọi trường hợp có thể xảy ra. Những hình phạt nội tâm (lương tâm cắn rứt, xấu hổ với gia đình, bè bạn, láng giềng) là những cơ cấu phụ trợ cho sự thực thi các hợp đồng, cam kết. Trong một xã hội mà nền tư pháp chưa toàn bích thì những trừng phạt nội tâm, do văn hóa, là còn cần thiết hơn nữa. Đó là những ảnh hưởng tích cực của văn hóa.

Muốn kinh tế càng phát triển thì xã hội cần có những thể chế để bảo đảm thực thi những khế ước, hợp đồng kinh doanh, lao động, thương mại. Trong lúc chờ đợi thiết lập những văn bản, luật lệ, và bộ máy tư pháp để yểm trợ thực thi những luật lệ đó, chữ tín, tinh thần trọng danh dự, sợ sự dèm pha của họ hàng, hàng xóm, láng giềng có thể bổ túc phần nào. Mặt khác, nghĩa vụ

⁵Bảo hiểm thương mại thường đòi hỏi người mua bảo hiểm phải đi khám sức khỏe. Bảo hiểm “gia đình” thì không đặt điều kiện đó. Xem (Stiglitz, ...)

tự giác cam kết là còn tùy thuộc vào ý thức đạo đức của người trong xã hội. Điều nguy hiểm nhất là sự tự giác đó có thể mất đi trước khi có một chế độ luật pháp để thay thế nó ... Tôi cũng xin nói ngay là hiệu năng những ràng buộc xã hội này có nhiều hạn chế. Chữ tín luôn luôn là quan trọng nhưng cần phải có một cơ cấu luật pháp để khuếch trương cơ hội làm ăn buôn bán với những người chưa quen.⁶ Tuy nhiên, trong giai đoạn mà cơ cấu luật pháp còn chưa hoàn chỉnh, còn nhiều lỗ hổng thì những ràng buộc xã hội này còn có nhiều tác động tích cực.

3. Tinh thần tự nguyện và hợp tác

Trong các lý thuyết kinh điển về thị trường (nổi tiếng nhất là trong các tác phẩm của Adam Smith), các nhà kinh tế tân cổ điển tây phương vẫn thường tự hào là cái ưu việt nhất của thị trường là qua nó, điều kiện đủ để tài nguyên khan hiếm được phân bố hữu hiệu tối đa là mỗi thành viên kinh tế cư xử theo động lực vị kỷ của mình, không cần phải tự nguyện (nghĩa là không cần phải hi sinh quyền lợi của mình), không cần phải có hảo ý cộng tác với ai. Chỉ cần hoạt động vị kỷ một cách khôn ngoan, hợp lý, đầy thông tin, thì cả nền kinh tế nhân loại sẽ đạt được mức hữu hiệu cao nhất của nó.

Nhưng nhìn kỹ lại thì thực tế có nhiều phức tạp hơn. Có nhiều loại phẩm vật và dịch vụ mà một động lực hoàn toàn vị kỷ như vậy sẽ đưa đến một tình trạng sử dụng và phân bố lãng phí, không tối hảo (trong lý thuyết trò chơi, có cái gọi là “thế lưỡng nan của người tù”) Và có nhiều loại hình tổ chức kinh tế mà không hợp tác sẽ ít hữu hiệu hơn là hợp tác. Do đó, các nhà kinh tế đương đại, dù có là “tân cổ điển” (sùng bái tích cực tinh thần vị kỷ) đến đâu thì cũng không thể phủ nhận rằng một nền kinh tế lý tưởng cần một hỗn hợp giữa những động lực vị kỷ và tinh thần tự nguyện, hợp tác. Tỷ phần của hỗn hợp đó có khác nhau do sự khác nhau của văn hóa và xã hội của từng nước, nhưng không một nền kinh tế nào mà không cần đến tinh thần tự nguyện, hợp tác. Đó là một sự thực khách quan, khoa học, không phải là huyền mơ.

Văn hoá, như vậy, là thành tố quyết định chẳng những mức độ tuyệt đối tinh thần tự nguyện và hợp tác, nhưng còn mức độ tương đối giữa nó và tinh thần vị kỷ. Nên khẳng định, không thể phủ nhận động lực vị kỷ (nhất là khi nước nhà được sống trong thái bình như hiện nay), và cũng phải công nhận là nó có những tác dụng tích cực của nó, tuy nhiên nó phải được bổ túc bằng tinh thần cộng đồng, hợp tác, tự nguyện mà, theo tôi, là một biến số của văn hóa.

Như vậy, bất cứ nền kinh tế nào muốn được hoạt động một cách có hữu hiệu nhất, đều phải vẫn có yếu tố văn hóa để bổ túc cho những yếu tố thuần túy kinh tế (thị trường, kế ước thành văn, và động lực vị kỷ). Liên hệ gia đình, phong tục lễ thói, lòng tự nguyện hợp tác là những

⁶ Xem McMillan, 1999, ..., *Quarterly Journal of Economics*.

yếu tố văn hóa đó. Nhưng phải hiểu không thể, và không nên cho rằng những yếu tố đó sẽ mãi mãi ở với ta. Khi một nền kinh tế đã phát triển hơn thì chính những yếu tố đó sẽ là trở ngại phát triển. Vậy, vấn đề then chốt là xác định một tốc độ tối hảo và một tỷ phần tối hảo của văn hóa và những yếu tố thị trường không văn hóa.

Không phải mọi du nhập văn hóa từ ngoài vào đều là cần kháng cự, ngay khi nó thay đổi phong tục tập quán của dân tộc ta. Đến một chừng mực nào đó thì những du nhập ấy, nhất là trong lãnh vực tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, là cần thiết cho phát triển thị trường, phát triển kinh tế. Nhưng ngay cả trong những lãnh vực này ta phải thấu hiểu những ảnh hưởng đó. Khi mà cá nhân có thể tự lo bảo hiểm sức khỏe của mình, thì đương nhiên những ràng buộc gia đình, nghĩa vụ đối với cha mẹ hoặc con cái sẽ mất đi sự quan trọng kinh tế của chúng. Chẳng hạn như, đến một giai đoạn phát triển nào đó thì phải có luật pháp. Theo tôi, sự khủng hoảng hiện nay ở các quốc gia châu Á một phần lo do một sự phát triển không kịp thời những định chế luật pháp và thị trường.

Robert Putnam (một nhà kinh tế Mỹ) có một danh từ để chỉ rõ tầm quan trọng của thể chế xã hội và văn hóa trong sản xuất, đó là danh từ “vốn xã hội” (social capital) mà tôi cho rằng rất đúng ý nghĩa mà tôi trình bày ở đây.⁷

II. VĂN HÓA VÀ THỊ HIẾU TIÊU DÙNG

Trong lúc sự chú ý đến toàn cầu hóa kinh tế thường là giới hạn trong giới chuyên gia kinh tế, các nhà trí thức, thì toàn cầu hóa văn hóa là một hiện tượng nhan nhản mọi nơi, dễ thấy hơn, và do đó được sự chú ý của hầu hết mọi người. Coca Cola, McDonald, Madonna, CNN ... là những biểu tượng nổi bật của toàn cầu hóa dưới mắt của đa số trong xã hội, kể cả những nhà văn hóa.

Sự xâm nhập văn hóa này bổ túc và dẫn đầu những sự xâm nhập kinh tế *bằng cách uốn nắn thị hiếu quần chúng*. Những đĩa CD, những phim ảnh, những cửa hàng bán thức ăn nhanh, những phong cách ăn mặc thời thượng, chỉ là có được khi thị hiếu quần chúng (nhất là giới trẻ) bị một đạo quân văn hóa ngoại lai đổ bộ chiếm đóng trước. Đối với giới trẻ, văn hóa nghệ thuật (nhất là nghệ thuật giải trí, ẩm thực) không phải chỉ là văn hóa nghệ thuật để thưởng ngoạn, nhưng còn là một cách sinh hoạt với những người đồng lứa. Hơn thế nữa sự “nghiện ngập” văn hóa bình dân Tây phương, nhất là ở những giới trẻ sẽ có những ảnh hưởng hạ thấp trình độ thưởng ngoạn của xã hội mãi mãi về sau.

⁷Theo Putnam, cái “vốn xã hội” này của Mỹ đang trên đà giảm xuống. Nhưng có người không đồng ý, chẳng hạn như Garry Wills (*The American Prospect* 7/17/2000) cho rằng cái vốn đó không giảm xuống, chỉ là khác trước mà thôi.

Dù rằng hiện tượng văn hóa ngoại nhập có ảnh hưởng đến văn hóa tiêu dùng là một hiện tượng đã có từ những ngày đầu của lịch sử, ảnh hưởng của toàn cầu hóa vào văn hóa văn hóa đương đại có những nét mới:

(1) Một là, văn hóa quần chúng đương thời là *văn hóa phổ thông*, “từ dưới lên” (thay vì ‘từ trên xuống’). Nó không phát xuất từ kinh điển, từ thư viện, từ các bảo tàng viện, các phòng triển lãm, nhưng từ TV, các phòng trà, từ phim ảnh, từ báo chí hàng ngày. Nó đi sâu vào quần chúng. Nhiều nhà văn hóa các nước tư bản tây phương (xem, chẳng hạn như, Gertrude Himmerfarb) cũng than phiền về sự đồi trụy của văn hóa đại chúng hiện đại.

(2) Hai là, những tiến bộ khoa học và kỹ thuật được sử dụng trong những liên lạc kinh doanh và thương mại đồng thời cũng được sử dụng trong sản xuất, truyền bá, và tiếp nhận văn hóa phổ thông (popular culture). Tuy rằng những văn hóa ưu tú (elite culture), văn hóa cao, văn hóa khoa học và giáo dục, cũng đã có nhờ rất nhiều vào những tiến bộ khoa học và kỹ thuật này, nhưng phần này là tương đối ít [hoặc không có nhiều ảnh hưởng] so với những hệ thống thông tin kinh doanh và những văn hóa phổ thông thương mại hóa. Hệ thống internet, chẳng hạn, ban đầu chỉ là để phục vụ các nhà nghiên cứu, các khoa học gia, đã trở thành một phương tiện truyền thông đại chúng, ngày càng thương mại hóa.

(3) Ba là, văn hóa hiện đại khuyến khích những cách *thưởng ngoạn riêng tư, cá nhân* (mỗi người với một cái headphone, với một máy vi tính, với trò chơi điện tử cầm tay). Nếu như ngày xưa khi muốn nghe một dàn nhạc thượng tấu trình tấu thì chúng ta phải đến một rạp hát, một thánh phòng, ngồi chung thưởng ngoạn với hàng nghìn người, thì ngày nay chỉ cần có một cái CD, một cái headphone, ngồi trong phòng riêng là có thể cũng nghe được. Đó là một tiện lợi của đời sống hiện đại song nó sẽ giảm đi những kinh nghiệm người thưởng ngoạn cùng chia sẻ, và do đó giảm đi (hoặc biến thể) cộng đồng tính của xã hội. Càng ít người tham dự những buổi trình diễn sống thì giá vé càng cao, do đó lại càng ít người tham dự, dần dần biến những loại hình nghệ thuật này thành một sản phẩm mà chỉ một thiểu số có đủ khả năng tài chính thưởng ngoạn. Nói cách khác, công nghệ thông tin đã có ảnh hưởng rất lớn vào kỹ năng hưởng thụ và sáng tạo văn hóa. Nó phát triển những loại hình văn hóa thích hợp với đời sống cá nhân biệt lập và làm ẽo uột những loại hình văn hóa có tính thụ cảm cộng đồng.

Xin nói thêm về ảnh hưởng của Internet. *Một mặt*, nó đã đóng góp rất nhiều vào xu hướng tiêu dùng văn hóa riêng lẻ, làm suy giảm những tiếp xúc cộng đồng. Một ảnh hưởng nữa của thương mại điện tử là nó không bao giờ ngừng nghỉ (24 giờ mỗi ngày, 7 ngày một tuần) và vì đó, những tiệm buôn “vôi gạch” (brick-and-mortar stores) cũng phải tăng thêm giờ mở cửa, ngay cả mở cửa chủ nhật, ngày lễ ... làm thay đổi đời sống tín ngưỡng, tôn giáo.⁸ Nhưng *mặt khác*, nó tạo ra một

⁸Martha Hamilton, “All Day, All Night, All Week,” *Washington Post* July 1, 2000, trang A 1

cộng đồng ảo (virtual community) của những người trên mạng,⁹ gần như hoàn toàn không bị ngăn trở bởi biên giới địa lý [trừ khi bị ngăn chặn bằng những bức “tường lửa”!!] . Do đó, càng ngày càng đi sâu vào văn hóa địa phương là một văn hóa quốc tế Internet.¹⁰

(4) Bốn là, nó khuếch đại *ảnh hưởng của một số ít ngôi sao thượng thặng* (qua các đĩa nhạc, phim ảnh) và làm đời sống của các nghệ sĩ, diễn viên không phải là thượng thặng khó khăn hơn.¹¹ (Nếu tôi chỉ cần vài đô la là có mua được một CD của Itzhak Perlman chẳng hạn thì tôi tình chi phải mua vé đến nghe một nhạc sĩ Việt Nam trình tấu cũng bản đó mà trình độ không bằng?) Do đó, thu nhập của những ngôi sao quốc tế thượng thặng đã cao đến một mức độ khó tưởng tượng, trong lúc đa số những nghệ sĩ khác, dù tài nghệ cũng có thể là cao, nhưng không là hàng đầu trên thế giới, thì không thể kiếm sống.

Để chấm dứt phần này, chúng ta cũng không nên quên (1) ảnh hưởng của du lịch, và (2) *ảnh hưởng của văn hóa ta trên thị hiếu tiêu dùng nước ngoài*, nhất là trên các nước có đông người Việt định cư.

III. VĂN HÓA VÀ LỆ THUỘC KINH TẾ TOÀN CẦU

Sự *lệ thuộc* tôi muốn nói đến ở đây không chỉ có nghĩa là một tính cách nô lệ, bị bóc lột như trong quá khứ (một sự lệ thuộc mà giải pháp là phải giải phóng, là dành lại độc lập), nhưng mà một sự tùy thuộc ràng buộc ta với các quốc gia khác, nó có làm giảm mức độ độc lập của mỗi nước, nhưng có lợi cho tất cả.

Có ba cách lệ thuộc:

- (1) Lệ thuộc để giải quyết các vấn đề chung
- (2) Các “công ty văn hóa toàn cầu” là các công ty kinh tế xuyên quốc gia
- (3) Vấn đề “chuẩn”
- (4) Vấn đề Anh ngữ

(1) Để giải quyết các vấn đề chung

Nên nhớ rằng sự lệ thuộc lẫn nhau rằng một phần là để đáp ứng những thử thách do những vấn đề đa quốc gia đem lại (thời tiết, tội phạm) ... và những bất trắc do chính toàn cầu hóa đặt ra

⁹Xin cám ơn anh Trần Quốc Hùng đã lưu ý tôi đến điều này.

¹⁰Xin xem bài của anh Trần Quốc Hùng trong hội thảo này.

¹¹Xem Edward Lazear, , “The Economics of Superstars,” *American Economic Review*

(như thương mại điện tử).

Tôi nghĩ a là sự lệ thuộc này (một khuôn mặt của tiến trình toàn cầu hóa) có ảnh hưởng tương đối ít đến văn hóa, ngoài ảnh hưởng đến phong thái, tư duy, cách làm việc. Nhưng điều quan trọng là trong các hợp tác quốc tế ta cần phải hiểu rõ cái *luật chơi* quốc tế. Điều này không chỉ có nghĩa là am hiểu các luật lệ thành văn, các định chế các quốc gia, tổ chức đối tác, nhưng phải đặt mình hẳn vào cái tư duy của họ (dù mình không tán thành tư duy đó). Chẳng hạn như muốn hiểu đường lối của Mỹ thì phải hiểu cái văn hóa chính trị của nước này, muốn hiểu các lập luận của IMF, của Ngân Hàng Thế Giới thì phải hiểu nguồn gốc của triết lý kinh tế tân cổ điển.¹² Song, khi đặt mình hoàn toàn vào luồng văn hóa của các đối tác thì ta không khỏi có những cái nhìn mới, có tính đánh giá về văn hóa, về những định chế của chính chúng ta. Ngược lại, những tư duy cũ, những phong thái thương thảo của chúng ta có thể có nhiều hậu quả (tốt hoặc xấu) trong các liên hệ hợp tác với quốc tế trong tiến trình toàn cầu hóa. Đó là những điều chúng ta cần suy nghĩ, lưu tâm.

(2) Các công ty văn hóa xuyên quốc gia toàn cầu

Chiều hướng toàn cầu hóa văn hóa ngày càng ít tùy thuộc vào tính thuyết phục của nội dung văn hóa phẩm, hay tính phổ thông của nó, nhưng ngày càng trở thành một công cụ thương mại. Những MNC (công ty xuyên quốc gia) văn hóa ngày nay còn to lớn hơn những MNC phẩm vật và dịch vụ khác.

Một vài con số nổi bật: Tổng cộng giá trị thị trường (market value) của 7 công ty quốc phòng (defense firms) lớn nhất thì chỉ bằng một phần tư của AOL-Time Warner. và nếu trừ đi Boeing thì giá trị của nó chỉ bằng một phần tám

Một cách so sánh khác: nếu tổng cộng vốn của 6 công ty chế tạo vũ khí lớn nhất--General Dynamics, Lockheed Martin, Litton, Northrop Grumman, Raytheon and TRW--thì ta có khoản 28 tỉ đô la, nếu cộng thêm Boeing (mà phần lớn là sản phẩm dân dụng) thì ta có khoảng 65 tỉ. Trong lúc đó tổng hợp AOL-Time Warner là gần 240 tỉ đô la.

Nói cách khác, sự lệ thuộc vào các công ty xuyên quốc gia cổ truyền bây giờ được chồng thêm một sự lệ thuộc văn hóa. Và hiển nhiên, trong tình trạng đó thì các công ty đa quốc gia, vì quyền lợi thương mại sẽ cố gắng duy trì và tăng lên sự tùy thuộc văn hóa qua quảng cáo và những phương pháp chiêu mại khác.

¹²Muốn biết tiếp cận của phương Tây về vấn đề ô nhiễm môi trường chẳng hạn thì không thể không đọc thuyết của Ronald Coase. Xin xem thêm bài của Vũ Quang Việt trong hội thảo này.

Sự phát triển của thị trường toàn cầu về phim ảnh, đĩa nhạc, những chương trình tin tức và truyền hình ... đã làm phát triển những công nghiệp văn hóa đa quốc gia, những công ty đa quốc gia về viễn thông, và một loạt những liên minh và dự án nối liền chúng lẫn nhau, cũng như giữa chúng và các công ty đa quốc gia về máy tính điện tử, về phần mềm, và công cụ điện tử phần cứng. Qua các mạng lưới truyền thông của các công ty toàn cầu (CNN, AOL), tin tức của ta sẽ tùy vào các công ty đó. Thêm vào đó ta còn cần phải nói thêm sự phát triển khổng lồ của du lịch quốc tế.

Điều đáng để ý là những bocc lột (trong chừng mực của nó) thường xảy ra ở những MNC công nghiệp cũ (giày dép, áo quần) hơn là ở những MNC công nghiệp cao và những MNC thông tin (hai loại MNC sau này thường liên minh với nhau). Sự “bocc lột” của công ty loại sau thường ở chỗ nó kích động thị hiếu thị trường trong nước, tăng lên mức cầu cho sản phẩm của họ, và với tổn phí sản xuất tương đối là rất thấp (nhất là phí biên tế là gần như zero) thì lợi nhuận của họ có thể là khổng lồ khi thị hiếu cho sản phẩm của họ ngày càng cao. *Đây là lý do tại sao vấn đề sở hữu trí tuệ là đặc biệt quan trọng đối với họ.*

(3) Vấn đề chuẩn hóa

Trong sự truyền bá thông tin qua các môi trường công nghệ thông tin, vấn đề chuẩn hóa là vấn đề quan trọng. (Phần này sẽ được các bạn trong IT 2000NY bàn cãi thêm). Một sự chuẩn hóa đó, theo tôi nghĩ (và xin các bạn cho ý kiến nếu tôi sai lầm) sẽ không tránh thiên vị một đường lối nghệ thuật này hơn một đường lối nghệ thuật khác, một môi trường văn hóa này (âm nhạc) hơn hình thức văn hóa khác (điêu khắc). Nhất là khi vấn đề chuẩn hóa đó *cộng với ngoại ứng mạng (network externalities) và hiện tượng giảm giá thành nhờ quy mô sản xuất (economies of scale)*.

(4) Vấn đề tràn lan của Anh ngữ

Nhiều người nhận xét rằng với tiến trình toàn cầu hóa là hiện tượng *Anh ngữ* đang hầu như trở thành một ngôn ngữ toàn cầu (80% nội dung Internet là bằng Anh ngữ, mặc dù có ước lượng 44% trong số người sử dụng Internet là dùng một ngôn ngữ khác Anh ngữ trong gia đình họ). Sự truyền bá của Anh ngữ ngày nay vừa là hậu quả, vừa là yếu tố đóng góp vào toàn cầu hóa. Một vài yếu tố là hiển nhiên: sự phát triển của thương mại và các công ty đa quốc gia, tầm tỏa rộng ngày càng lớn của các media đại chúng của Mỹ, sự tăng trưởng của Internet, và ảnh hưởng ngôn ngữ của Mỹ về âm nhạc, y phục, ăn uống, thể thao, và giải trí

Có hai phản ứng về hiện tượng đó: một số không ít cho rằng sự lan tràn của Anh ngữ là sự toàn

cầu hóa ngôn ngữ không có hại, và nhiều khi còn nên được khuyến khích trong những quốc gia (như nước ta) mà giáo dục khoa học và công nghệ còn cần phải nhanh chóng bắt kịp với thế giới. Nhiều người khác coi đó là biểu hiện của chủ nghĩa đế quốc văn hóa (cultural imperialism). Tuy nhiên, theo tôi nghĩ, vai trò của Anh ngữ trong văn hóa toàn cầu nói chung và văn hóa Internet nói riêng có thể là không quá đáng như nhiều người tưởng. Ảnh hưởng của tiếng Anh sẽ không tăng nhiều hơn nữa trong tương lai vì nhiều lý do¹³. *Thứ nhất*, trên thực tế thì Anh ngữ chỉ được sử dụng bởi một số tương đối nhỏ. *Thứ hai*, toàn cầu hóa khuyến khích khu vực hóa, và với nó là sự lan tràn của những ngôn ngữ khu vực như tiếng Á Rập, tiếng Hoa, tiếng Tây Ban Nha. *Thứ ba*, sự lan tràn những ngôn ngữ này, nghịch lý thay, sẽ làm mạnh hơn sức đối kháng của những thổ ngữ. Thực vậy, trào lưu tương lai sẽ không phải là sự thống trị của một ngôn ngữ nào nhưng là khuynh hướng đa ngôn ngữ, càng nhiều người sẽ sử dụng một ngôn ngữ trong gia đình, một ngôn ngữ trong cộng đồng và thương mại, và một ngôn ngữ trong hành chính. Những ngôn ngữ đó không nhất thiết phải là như nhau.

Một điều nữa một số phát triển trong công nghệ phần mềm có khuynh hướng làm vơi đi sự quan trọng của Anh ngữ. Tôi muốn nói đến những phần mềm chuyển ngữ.

IV. TOÀN CẦU HÓA VĂN HÓA VÀ ĐỊNH CHẾ QUỐC GIA

Sự du nhập văn hóa nước ngoài, nhất là các nước láng giềng, sẽ có ảnh hưởng đến cái nhìn của xã hội về những định chế quốc gia.

(1) Sự có mặt của người Việt trên khắp thế giới

Ít người thấy rằng, nhìn từ một khía cạnh, thì dân tộc chúng ta là một trong số dân tộc “toàn cầu hóa” nhất, ở chỗ có hơn triệu người Việt Nam đang sinh cơ lập nghiệp ở mọi miền trên thế giới. Những thách thức về chính trị, những cơ hội về kinh tế mà người Việt ở nước ngoài đặt ra không những đối với Việt Nam mà còn đối với những quốc gia họ lưu ngụ là một vấn đề đã được nhiều người bàn đến, tôi xin miễn nói thêm. Nhưng tôi xin thêm vào đó là vấn đề văn hóa, không phải qua những phương tiện truyền thông đại chúng (sách vở, báo chí ...) nhưng mà còn qua những tiếp xúc gia đình, bà con, bạn bè trong những lần về nước ... Quả vậy, những ai có đọc nhiều những tác phẩm của người Việt ở hải ngoại, và tác phẩm của người Việt trong nước, đều thấy tuy có một sự khác biệt không những về tư duy, nhưng mà về cú pháp, về ngôn từ, song sự trao đổi qua lại, sự giao thoa, giữa hai luồng văn hóa đó ngày càng nhiều.

¹³Fishman, Joshua, 1999, “The New Linguistic Order,” *Foreign Policy* 113, pp. 26-40

(2) Vai trò các tổ chức phi chính phủ và các hội đoàn quốc tế .

Như tôi đã nói ở trên, toàn cầu hóa ở đầu thế kỷ 21 này có những điểm khác biệt với toàn cầu hóa trước đây trong lịch sử , vì hai lẽ chính. *Thứ nhất*, có những vấn đề xuyên quốc gia (khí tượng, tội phạm, ô nhiễm môi trường ...) mà cách đối phó hữu hiệu cần sự hợp tác của các quốc gia trong khu vực, thậm chí toàn cầu. Và *thứ hai*, nhiều tổ chức sẽ được ra đời với đối tác nước ngoài (thí dụ như các hiệp hội chuyên gia khoa học), những hoạt động văn hóa đó sẽ là gạch nối giữa sinh hoạt thế giới và sinh hoạt quốc nội (những hội nghị quốc tế, những trao đổi chuyên gia, kỹ thuật). Song song, những tiếp xúc giữa các thành phần trong nước và các tổ chức, hợp đoàn nước ngoài sẽ nhiều hơn. Và do đó, nói chung, sinh hoạt quốc gia sẽ thành đa dạng hơn, và ảnh hưởng của chính quyền sẽ không tránh có phần giảm bớt, tương đối nhỏ lại, không phủ lên được những lãnh vực mới. Đến một chừng mực nào đó thì sự phát triển của các tập hợp công dân ngoài chính phủ, để đảm nhiệm những phần vụ mà chính phủ không làm được (hoặc là làm một cách tốt kém hơn) là một điều đáng khích lệ.¹⁴ Nói chung, những biến chuyển thể chế này sẽ không khỏi biến dạng văn hóa, ở chỗ nó sẽ làm khác đi căn bản liên hệ giữa người dân và nhà nước. Như một bộ mặt của toàn cầu hóa, nó sẽ làm mạnh hơn những liên hệ ngành nghề, những hoạt động xã hội xuyên quốc gia. Dù ta có đánh giá nó là xấu hoặc tốt, đó là một tương lai khó thể tránh, và ta cần phải bình tĩnh chuẩn bị tư duy để chấp nhận nó.

(3) Ảnh hưởng đến cơ cấu nhà nước

(a) Vì áp lực kinh tế, sẽ có nhiều đòi hỏi hơn nhà nước (dù muốn dù không) phải theo những chuẩn quốc tế về cai trị (governance), nhất là trong những lãnh vực: minh bạch (transparency), có nhận trách nhiệm (accountability), và cai trị bằng luật pháp (rule of law). Những điều này đã được nhiều nhà phân tích và bình luận phương Tây công khai nói đến, nhất là trong những tranh luận gần đây về chính sách của Mỹ đối với Trung Quốc, đối với việc Trung Quốc gia nhập WTO.

(b) Trong một thể chế mà chính quyền trung ương là mạnh thì cũng có nhiều lợi điểm khi phải cạnh tranh với các đối tác nước ngoài. Trong những cộng tác thế giới thì quyền uy và độ tin cậy của các đối tác đối với nhà nước là yếu tố quan trọng. Sự kiện này có thể được chứng minh bằng một mô hình thuyết trò chơi (game theoretic models) trong đó nhà nước đóng vai trò của người đi đầu (first mover) có uy tín cam kết (credible commitment). Trên lý tưởng thì chính phủ là cơ quan được toàn dân ủy quyền trong các cuộc thương lượng với thế giới phải thể hiện đúng quyền lợi của cả nước. Trong vai trò đó chính phủ có những công cụ, những lợi thế không một tập hợp nào khác có được.

¹⁴Xin xem bài của Vũ Quang Việt ở Hội Thảo Liège 1999.

(c) Tôi không muốn nói rằng thể chế của ta trong thời kỳ toàn cầu hóa bao giờ cũng làm cho thế cạnh tranh của mình yếu hơn. Thực vậy, trong thế cạnh tranh thương mại, tổ chức xí nghiệp (một biến số của văn hóa xí nghiệp—*corporate culture*) có thể chính nó đem lại những lợi thế cho ta. (i) Trong một mô hình kinh tế xuất bản nhiều năm trước,¹⁵ tôi đã thử xem khi hai nền kinh tế, một thì gồm những xí nghiệp có mục tiêu là tối đa hóa lợi nhuận (như các xí nghiệp tư bản), một thì gồm những (hay số đông) xí nghiệp có mục tiêu là tối đa hóa thu nhập lao động xí nghiệp, thì những nước sau này lại có thể có nhiều nhiều lợi thế hơn.¹⁶ (ii) *Đằng khác*, văn hóa xí nghiệp có ảnh hưởng đến cách giải quyết những xung đột quyền lợi trong nội bộ xí nghiệp¹⁷ và do đó có ảnh hưởng đến tính hữu hiệu của nền kinh tế.

(4) Ảnh hưởng đến các thể chế khác

Nhiều người nghĩ rằng tiến trình toàn cầu hóa sớm muộn gì cũng đưa mọi quốc gia (kể cả các nước châu Âu) theo thể chế của Mỹ (về hệ thống thuế, chính sách xã hội, thể chế thị trường lao động, hệ thống tài chính và quản lý xí nghiệp ...) vì lẽ, nếu không, thì sẽ không thể cạnh tranh trên thị trường thế giới. Tuy nhiên, nhiều người bất đồng với nhận định đó. Dù cho rằng đường lối của Mỹ là đường lối tốt nhất để làm giàu, thực sự là không phải đó là một trào lưu bất khả kháng. Vấn đề là một nước có chấp nhận trả một cái *giá nào đó để không theo* con đường đó hay chẳng.

Vậy thì, giao lưu thương mại có làm mọi nước trở thành tư bản kiểu Mỹ? Theo nghiên cứu của Freeman¹⁸ thì câu trả lời là không. Ông này theo dõi tầm hoạt động của công đoàn và đàm phán

¹⁵Tran Huu Dung, 1994, “Commercial Policy and East West Trade,” *Economic Analysis and Workers’ Management*.

¹⁶ Nhưng tôi phải nói thêm rằng kết quả đó tùy thuộc rất nhiều vào thông số (parameters) và giả định (assumptions). Chẳng hạn như trong mô hình của tôi thì kết quả sẽ trái ngược nếu như các công ty cạnh tranh bằng giá cả thay vì bằng chất lượng, kết quả cũng rất khác nhau tùy thuộc vào mật độ tương đối của từng loại xí nghiệp ở mỗi quốc gia.

¹⁷Khi có sự xung đột giữa một người thợ và một đốc công thì sẽ giải quyết ra sao? Có nhiều cách: (1) Cả hai đem ra tòa, (2) hai bên ngồi lại dùng “tình nghĩa” để giải quyết, (3) hai bên đem sự bất hòa đến nhờ “xếp” hoặc một người trưởng thượng giải quyết. Mỗi giải pháp có một tổn phí kinh tế khác nhau. Sự chọn lựa sẽ tùy thuộc vào cái “văn hóa xí nghiệp”. Xin xem thêm những tác phẩm của David Kreps, John Roberts ...

¹⁸Freeman, Richard, 2000, “Single-Peaked v. Diversified Capitalism: The Relation Between Economic Institutions and Outcomes,” NBER Working Paper 7556 [Tường thuật trong *The Economist* (April 8-14, 2000)]

tập thể (collective bargaining) trong nhiều nền kinh tế từ 1980 đến giữa thập kỷ 1990. Nói chung, ông phát giác ra rằng các nền kinh tế không phải là tụ hội (convergence) nhưng lại là tản mạn (divergence). Ở Mỹ, Anh, Nhật, Niu Di Lân và Australia thì quả là thế lực công đoàn và đàm phán tập thể có yếu đi. Nhưng ở nhiều nước châu Âu thì khuynh hướng là không rõ rệt. Pháp, Đức, và Hòa Lan thì công đoàn yếu đi nhưng đàm phán tập thể lại tăng lên. Còn ở Tây Ban Nha, Phần Lan và Thụy Điển thì cả công đoàn và đàm phán tập thể đều mạnh thêm.

KẾT LUẬN

Có nên “bảo hộ văn hóa”? Qua nhận xét Phần I và II trên thì có người sẽ cho rằng sự chống lại văn hóa ngoại lai có một ý nghĩa và tác dụng thuần túy kinh tế: giảm nhập khẩu bằng cách giảm sức cầu nhập khẩu những sản phẩm có tính cách văn hóa. Nhưng sự bảo hộ văn hóa đặt ra những bài toán khác với bảo hộ kinh tế, bởi vì cùng lúc ta phải mở cửa rộng rãi để đón nhận những trào lưu văn hóa lành mạnh, tiến bộ. Điều khó khăn ra, ai sẽ là trọng tài, là thẩm phán, là giám khảo để làm sự chọn lọc đó, và nếu có chọn lọc được thì có thể thực thi được chăng?

Và cần suy nghĩ thêm:

(1) Theo tôi, những phương cách mà những nước khác đã dùng (như một phần trăm nào đó phim ảnh phải là phải được sản xuất nội địa) thì có tính cách quá cứng nhắc, và tạm thời ... và không giải quyết vấn đề chính, đó là không phải ngăn cản tất cả những văn hóa ngoại lai, nhưng là ngăn cản những văn hóa *hạ cấp* ngoại lai (“văn hóa” tình dục chẳng hạn), và nhất là cấm nó ngoéo móc với văn hóa *hạ cấp* trong nước.

(2) Dùng những biện pháp “vật lý” (tường lửa internet, cắt cử cán bộ nhân viên kiểm duyệt văn hóa phẩm ở nhà bưu điện, các cửa khẩu) để ngăn chặn tin tức, “văn hóa” từ ngoài vào thì chỉ có một hiệu quả hạn chế. Hơn nữa, như bất cứ những kiểm soát thương mại nào khác, nó sẽ phát sinh những dịch vụ “buôn lậu” thông tin, những “chợ đen” các loại văn hóa phẩm bị cấm. Và ai cũng biết hễ có “buôn lậu,” có “chợ đen”, là có tham nhũng. Rốt cục là những chính sách đó chẳng những có hại cho những nhà làm văn hóa chân chính mà còn làm trầm trọng hơn tệ nạn tham nhũng.

Hiển nhiên là ảnh hưởng qua lại của toàn cầu hóa và văn hóa đòi hỏi những tiếp cận mới, một lối tiếp cận cận kề, khách quan, khoa học, không giáo điều. Tôi dùng chữ “tiếp cận” mà không dùng chữ “chính sách” vì theo tôi, lắm khi chính sách tốt nhất là phải để cho văn hóa tự nhiên phát triển. Nói như vậy không có nghĩa là chấp nhận một sự hỗn loạn văn hóa, hay chấp nhận một văn hóa đồi trụy, phi nhân bản. Song nói như vậy có nghĩa là bản chất và con đường tiến của văn hóa phải được định đoạt bằng chính đại thể cộng đồng dân tộc, dưới ánh đuốc của những

nhà văn hóa chân chính, những người thực sự quan tâm đến tương lai văn hóa nước ta. Đối sách đó phải đến từ những tranh luận cởi mở, được sự đồng tình của đa số nhân dân. Chúng ta phải tạo một môi trường lành mạnh để những nhà văn hóa có uy tín dùng tính thuyết phục khoa học của mình để hướng dẫn văn hóa qua những tranh luận thông thoáng, xây dựng. Đẳng khác, phải tích cực nâng cao trình độ thưởng ngoạn, bình chọn của quần chúng ... Và chính sách cần thiết nhất, theo tôi, chính là chính sách giáo dục để nâng cao trình độ thưởng ngoạn và bình chọn văn hóa ấy.

Một đặc tính siêu việt của văn hóa Việt Nam là tinh thần yêu nước của dân tộc ta, một điều không thể giải thích bằng những động lực kinh tế. Điều làm tôi băn khoăn là, liệu toàn cầu hóa—qua việc nó tưởng thưởng những động cơ kinh tế vị kỷ, làm phai nhạt các ý thức ranh giới địa dư—có sẽ gây ra những hậu quả tiêu cực đến bản tính đó của dân tộc hay chẳng? Dù có cho rằng trong lúc thái bình như hiện nay thì tinh thần yêu nước đó có lẽ không bức xúc như trong lúc chúng ta phải chống ngoại xâm, nhưng liệu tinh thần đó có được cấp tốc hồi phục nếu dân tộc ta, một lần nữa, lại phải cùng nhau chống ngoại xâm để bảo vệ nền độc lập tự chủ của mình? “Không có gì quý hơn độc lập, tự do”, đó là tâm niệm mà tất cả chúng ta cần phải nhớ khi nghĩ đến ảnh hưởng của toàn cầu hóa và nền văn hóa dân tộc.

Trần Hữu Dũng

3 tháng 7 năm 2000