

TOÀN CẦU HOÁ VĂN HOÁ VÀ ĐA DẠNG VĂN HOÁ

Nguyễn Văn Dân

1. Có toàn cầu hoá văn hoá và văn hoá toàn cầu không?

Ở Việt Nam, trong khi quá trình toàn cầu hoá kinh tế hầu như đã được nhất trí công nhận, thì hiện đang có một câu hỏi đặt ra mà vẫn chưa có câu trả lời nhất trí: Có toàn cầu hoá văn hoá và văn hoá toàn cầu không? Thực ra, trong khi các nhà khoa học trên thế giới khẳng định là có toàn cầu hoá văn hoá và văn hoá toàn cầu, thì cũng có người tuyên bố dứt khoát là không thể có toàn cầu hoá văn hoá. Họ nói: toàn cầu hoá kinh tế thì được, nhưng văn hoá thì không. Chính vì vậy mà tôi coi đây là vấn đề đầu tiên cần phải giải quyết khi chúng ta bàn về quan hệ giữa văn hoá với phát triển trong bối cảnh toàn cầu hoá. Ở đây, sự phủ nhận sự tồn tại của toàn cầu hoá văn hoá cũng có một lý do dễ hiểu: Hiện tại, nền văn hoá đại chúng, mà chủ yếu là văn hoá đại chúng Mỹ, đang chiếm lĩnh một vị trí nổi trội trên toàn cầu, gây cho người ta một ấn tượng rằng văn hoá toàn cầu chính là văn hoá đại chúng. Đây là một vấn đề đáng để cho chúng ta xem xét kỹ lưỡng trước tiên.

1.1 Văn hoá toàn cầu có phải chỉ là văn hoá đại chúng không?

Văn hoá đại chúng là gì?

Theo TS nghệ thuật học người Nga Kirill Razlogov, “Văn hoá đại chúng thường được định nghĩa như là những sản phẩm văn hoá (theo nghĩa rộng nhất, bao gồm các tác phẩm nghệ thuật, hàng tiêu dùng và nghệ thuật ẩm thực) được các chuyên gia sáng tạo và phổ biến với quan điểm cho rằng trên nền tảng thương mại, đông đảo dân chúng không phân biệt địa vị xã hội, giới tính, tuổi tác, quốc tịch, v.v... sẽ sử dụng nó. Văn hoá đại chúng khác với văn hoá dân gian (được dân chúng sáng tạo để tự sử dụng); hội tụ mà không hợp nhất với văn hoá bình dân (thứ văn hoá giành được sự hưởng ứng trong dân chúng ở một quốc gia hay ở một khu vực nào đó); và nó chuẩn bị cho thế giới tiếp nhận một nền văn hoá toàn cầu, tức một nền văn hoá sẽ bao quát toàn cầu ở cấp độ lý tưởng” (1).

Như vậy, theo tôi, văn hoá đại chúng có thể phải đáp ứng hai tiêu chí cơ bản: hiệu quả tiêu thụ của sản phẩm văn hoá; thị hiếu của đại chúng toàn cầu. Từ đó, văn hoá đại chúng có hai đặc tính nổi bật: tính thương mại và tính giải trí.

Hiện nay, những hiện tượng bề nổi của văn hoá trên toàn cầu như sự thống trị của phim ảnh và truyền hình Hoa Kỳ, nước uống Coca-Cola, đồ ăn nhanh McDonald, nhạc pop, công viên Disney..., đã làm cho nhiều người cho rằng toàn cầu hoá văn hoá chính là Mỹ hoá văn hoá toàn cầu, là sự áp đặt văn hoá Mỹ và lối sống Mỹ, đặc biệt là văn hoá đại chúng Mỹ, cho mọi người ở khắp mọi nơi trên thế giới.

Nhưng lại có ý kiến phản đối quan điểm trên đây, như nhà kinh tế học người Anh gốc Pháp Philippe Legrain đã cho rằng toàn cầu hoá văn hoá không phải là Mỹ hoá. Rằng trong quá trình này có sự tham gia của văn hoá nhiều nước (2).

Quả thực, toàn cầu hoá văn hoá không chỉ có Coca-Cola, thức ăn nhanh McDonald, nhạc rock, phim hành động của Hoa Kỳ. Toàn cầu hoá văn hoá còn là bánh pizza Italia, là xì gà La Habana của Cuba, là quyền Thái, là thuật yoga Ấn Độ, võ karate và judo Nhật Bản, là bóng đá Brasil, bóng đá Anh hoặc bóng đá Italia...,

nhạc rap của người da đen, món ăn sushi Nhật Bản, các món ăn của người Trung Hoa, rượu whiskey Scotland, rượu vodka Nga Smirnoff, quần áo thời trang Italia hoặc Pháp, giày Adidas của Đức, giày Reebok của Anh và giày Fila của Italia, v.v... Người dân của bất cứ nước nào cũng có thể mặc quần bò Levi's của Mỹ, mặc áo phông Gucci của Italia, đi giày Adidas của Đức, vào nhà hàng Pháp, vừa ăn món sushi của Nhật Bản, uống rượu Johnnie Walker của Scotland và hút thuốc xì gà La Habana, vừa xem truyền hình trực tiếp giải bóng đá ngoại hạng Anh, xem đấu quyền Thái hoặc xem biểu diễn nhạc rap. Đó chính là mẫu người phổ biến của lớp trẻ trong thời đại toàn cầu hoá ngày nay.

Trên đây là nói về văn hoá đại chúng. Nhưng liệu có phải toàn cầu hoá văn hoá chỉ là việc phổ biến văn hoá đại chúng hay không? Rõ ràng, nếu văn hoá toàn cầu chỉ là văn hoá đại chúng, thì nó sẽ là một nền văn hoá nông cạn và nghèo nàn. Theo nhiều người, văn hoá đại chúng chỉ là bề nổi của văn hoá toàn cầu. Dứt khoát văn hoá toàn cầu phải là một nền văn hoá phong phú, bao gồm những giá trị chân chính và cao đẹp của loài người. Như thế chúng ta cần phải xác định rõ, bên kia văn hoá đại chúng thì văn hoá toàn cầu thực sự là gì? Theo tôi, để trả lời cho câu hỏi này, chúng ta phải phân tích các cơ sở và điều kiện của toàn cầu hoá văn hoá và của văn hoá toàn cầu.

1.2 Những cơ sở nhân văn chủ yếu của văn hoá toàn cầu

Toàn cầu hoá văn hoá hay văn hoá toàn cầu không chỉ bao hàm văn hoá đại chúng, mà văn hoá toàn cầu là sự biểu hiện ước vọng và ý chí chung của loài người. Lịch sử loài người, kể từ thời câu chuyện huyền thoại về tháp Babel đến nay, luôn có xu hướng hợp nhất toàn cầu. Đó là vì con người đều có những đặc tính chung như sau:

- Con người vốn có lòng nhân đạo.

- Con người vốn có tình yêu đồng loại.
- Con người vốn yêu quý cái đẹp.
- Con người vốn yêu thích sáng tạo.
- Con người vốn yêu thích thể thao.
- Con người vốn yêu thích hoà bình.
- Con người vốn có nhu cầu giao lưu.

Tất nhiên, nhân loại còn có những đặc tính nhân văn khác nữa, nhưng những đặc tính trên đây có thể được coi là những đặc tính quan trọng nhất của văn hoá thế giới. Chúng làm thành cơ sở thường trực cho sự gặp gỡ giữa các nền văn hoá, và là những cơ sở nhân văn không thể thiếu cho một nền văn hoá thế giới hay văn hoá toàn cầu. Ngoài các cơ sở nhân văn thường trực trên đây, loài người còn cần phải có những điều kiện lịch sử-xã hội của thời đại để làm thành văn hoá toàn cầu. Đó là những điều kiện liên quan chặt chẽ đến hoàn cảnh kinh tế - xã hội của thời đại văn minh toàn cầu hoá ngày nay trên thế giới. Vậy chúng ta hãy xét xem những điều kiện đó là gì.

1.3 Một số điều kiện quan trọng dẫn đến toàn cầu hoá văn hoá

1.3.1 Toàn cầu hoá kinh tế - một điều kiện quan trọng nhất của toàn cầu hoá văn hoá

Văn hoá toàn cầu, xét về mặt lịch đại, trước hết thể hiện tinh thần và đặc điểm thời đại của nền văn minh nhân loại.

Những nét văn minh đặc trưng nhất của thời đại ngày nay là gì? Trước hết chúng ta phải kể đến quá trình toàn cầu hoá kinh tế với sự ảnh hưởng rộng khắp của nó ra các lĩnh vực khác của đời sống xã hội. Theo Thompson, mô hình kinh tế thế giới theo các định nghĩa vẫn chỉ là mô hình của một “nền kinh tế thế giới được quốc tế hoá”, hay đúng hơn là “được liên quốc gia hoá” (3), có nghĩa là một nền kinh tế thế giới được tổ chức theo chiều hướng “từ dưới lên”, tức là từ các tác nhân quốc gia đến cấp độ hoặc phạm vi quốc tế/ liên quốc gia. Trong quá trình này, yếu tố quốc gia vẫn là tác nhân chủ chốt. Còn trái ngược với nền kinh tế quốc tế hoá này là “nền kinh tế thế giới toàn cầu hoá”, trong đó thực thể chính là bản thân nền kinh tế toàn cầu mới, nó làm thành một cơ cấu quan hệ kinh tế mới mang tính phi lãnh thổ hoá. Đây là một nền kinh tế tồn tại “ở bên trên” và độc lập với các nền kinh tế và tác nhân quốc gia, nó chi phối và áp đặt một hình thức và một tính chất đặc biệt cho chúng. Nó bao bọc chúng trong hoạt động năng động của nó. Có thể nói nó được tổ chức theo một sự vận hành “từ trên xuống”. Những tác nhân tư nhân chủ yếu ở đây sẽ là những công ty xuyên quốc gia. Đây là hình ảnh của một thứ chủ nghĩa tư bản không bị trói buộc đang đi tìm kiếm lợi thế cạnh tranh trên khắp địa cầu (4). CNTB đang chuyển dần từ CNTB nhà nước sang CNTB thị trường toàn cầu. Nó không còn bị phụ thuộc tuyệt đối vào nhà nước của mỗi quốc gia, mà nó tạo ra cơ chế để buộc các quốc gia, về một phương diện nào đó, phải phụ thuộc vào nó. Đây là nhân tố có khả năng ảnh hưởng rất mạnh đến công cuộc toàn cầu hoá trên tất cả các lĩnh vực: kinh tế, chính trị, quân sự, văn hoá.

1.3.2. Sự tiến bộ của khoa học-công nghệ - một điều kiện cơ bản của toàn cầu hoá văn hoá

Sau yếu tố “toàn cầu hoá kinh tế”, chúng ta phải kể đến sự tiến bộ của khoa học và công nghệ, trong đó có công nghệ thông tin.

Rõ ràng, công nghệ thông tin đã làm cho con người rút ngắn được khoảng cách không gian và thời gian đến mức choáng ngợp. Người ta cho rằng chỉ trong vòng ba năm nữa, chúng ta sẽ đạt được cái gọi là “sự tiêu vong của khoảng cách”; trong vòng một thập kỷ nữa, 1/3 dân số thế giới “ tức khoảng 2 tỷ người “ sẽ được truy cập internet, chủ yếu thông qua điện thoại; internet sẽ trở thành “đại lộ thông tin” (5). Và ngày nay, người ta đang nói đến một nền “kinh tế thông tin”, và rộng ra là một “xã hội thông tin”. Như vậy, toàn cầu hoá kinh tế và công nghệ thông tin có thể được coi là hai điều kiện cơ bản trực tiếp dẫn đến sự ra đời của toàn cầu hoá văn hoá và văn hoá toàn cầu. Tuy nhiên, chúng ta còn phải xét đến một điều kiện quan trọng nữa của toàn cầu hoá văn hoá, đó là một điều kiện mang tính đặc thù văn hoá: Sự giao lưu văn hoá.

1.3.3 Giao lưu văn hoá - một điều kiện đặc thù của toàn cầu hoá văn hoá

Năm 1921, Mahatma Gandhi, lãnh tụ tinh thần của nhân dân Ấn Độ, danh nhân văn hoá thế giới, đã tuyên bố: “Tôi không muốn ngôi nhà của tôi bị ngăn cách bốn bề, và tôi không muốn cửa sổ nhà tôi bị bít kín. Tôi muốn các nền văn hoá trên mọi miền đất của thế giới được thoải mái thổi qua căn nhà tôi. Nhưng tôi từ chối không để cho bất cứ cái gì thổi bay tôi đi” (6). Trong lời tuyên bố này, Thánh Gandhi đã bày tỏ một nguyện vọng phổ biến của toàn thể nhân loại là loài người bao giờ cũng muốn giao lưu văn hoá với nhau, nhưng đồng thời mỗi một cá nhân cũng luôn luôn muốn giữ lại những cái gì là chính mình.

Tôi xin nói rằng, điều kiện văn hoá trực tiếp của toàn cầu hoá là giao lưu, hay đúng hơn là tự do lưu thông văn hoá đến mức phụ thuộc lẫn nhau. Có thể nói toàn cầu hoá văn hoá là một quá trình lưu thông mà thông qua đó, các nền văn hoá dân tộc đang ngày càng hội nhập và phụ thuộc lẫn nhau, sự phụ thuộc này được thể

chế hoá thành các tổ chức quốc tế của LHQ, thành các luật và công ước quốc tế, như công ước về quyền tác giả chẳng hạn.

Trong lịch sử nhân loại, giao lưu là một xu hướng tất yếu trong các hoạt động của đời sống xã hội. Giao lưu văn hoá luôn đi kèm với giao lưu kinh tế và giao lưu chính trị, con người. Tuy nhiên trước đây, hiện tượng giao lưu văn hoá mới chỉ diễn ra ở cấp khu vực. Chỉ đến ngày nay, cùng với quá trình toàn cầu hoá kinh tế đang diễn ra theo hướng nhất thể hoá các hoạt động kinh tế - thương mại, người ta mới cho rằng văn hoá cũng sẽ tiến tới nhất thể hoá ở cấp toàn cầu.

Thực ra không phải đến kỷ nguyên toàn cầu hoá ngày nay người ta mới nói đến xu hướng nhất thể hoá văn hoá. Ngay từ thế kỷ XIX, khi chủ nghĩa tư bản đã đạt tới đỉnh cao của nó, thì các nhà hoạt động văn hoá cũng đã nói đến sự lên ngôi của nền văn hoá - văn học toàn thế giới. Năm 1827, đại văn hào Goethe của nước Đức đã tuyên bố: “ở thời đại chúng ta, văn học dân tộc không còn có ý nghĩa gì nhiều; bây giờ là thời đại của văn học thế giới và mỗi chúng ta cần phải góp phần làm cho thời đại đó hình thành càng sớm càng tốt” (7). Còn Karl Marx, cũng đã có ý tưởng tương tự trong Tuyên ngôn Đảng Cộng sản năm 1848: “Thay cho tình trạng cô lập trước kia của các địa phương và dân tộc vẫn tự cung tự cấp, ta thấy phát triển những quan hệ phổ biến, sự phụ thuộc phổ biến giữa các dân tộc. Mà sản xuất vật chất đã như thế, thì sản xuất tinh thần cũng không kém như thế, những thành quả hoạt động tinh thần của một dân tộc trở thành tài sản chung của tất cả các dân tộc. Tính chất hẹp hòi và phiến diện dân tộc ngày càng không thể tồn tại được nữa, và từ những nền văn học dân tộc và địa phương muôn hình muôn vẻ, đang nảy nở một nền văn học toàn thế giới” (8). Ở đây, theo tôi, khác với Goethe là một nhà văn, nhà triết học Mác khi nói đến “văn học toàn thế giới” là muốn ám chỉ đến cả một nền văn hoá toàn thế giới. Tôi cho rằng ý kiến của Goethe và Mác là một ý kiến rất xác đáng và thực tiễn lịch sử có thể cho chúng ta tin chắc rằng đây không chỉ là ý kiến của riêng hai ông.