

# MỘT SỐ CƠ CHẾ PHÁT HUY HỆ GIÁ TRỊ VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG THỜI KỲ MỚI

DINH THỊ HƯƠNG GIANG\*

*Lịch sử hàng nghìn năm dựng nước và giữ nước đã chứng minh hệ giá trị văn hóa Việt Nam đã làm nên sức mạnh nội sinh, giúp dân tộc ta vượt qua muôn vàn khó khăn, thử thách để có được cơ đồ, vị thế, thực lực và uy tín như ngày hôm nay. Trước yêu cầu của thời kỳ mới, để thực hiện thắng lợi nhiệm vụ xây dựng và bảo vệ Tổ quốc thì việc đột phá vào cơ chế quản lý, tìm động lực phát huy mạnh mẽ hệ giá trị văn hóa có ý nghĩa vô cùng quan trọng, làm cho văn hóa thấm sâu vào tất cả các lĩnh vực, góp phần bồi đắp dân khí và thúc đẩy khát vọng phát triển đất nước.*

## Hệ giá trị văn hóa Việt Nam

Giá trị văn hóa là yếu tố cốt lõi của văn hóa, do con người sáng tạo và được kết tinh trong tiến trình lịch sử, hình thành trong môi trường tự nhiên và xã hội nhất định. Giá trị văn hóa hướng đến thỏa mãn nhu cầu và khát vọng của con người về những điều tốt đẹp (chân, thiện, mỹ), từ đó *hồi đáp và khẳng định bản chất Người*. Giá trị văn hóa chứa đựng trong bản sắc văn hóa, di sản văn hóa, biểu tượng, chuẩn mực văn hóa. Chính vì vậy mà văn hóa thông qua hệ giá trị của nó góp phần điều tiết sự phát triển của xã hội<sup>(1)</sup>. Giá trị văn hóa luôn bền vững trước thời gian, tạo nên đặc tính quốc gia - dân tộc và chi phối mọi mặt đời sống dân tộc, là phần cốt lõi của hệ giá trị quốc gia - dân tộc.

Xây dựng hệ giá trị văn hóa là một trong những nhiệm vụ quan trọng để phát triển văn hóa, hoàn thiện con người Việt Nam trong thời kỳ mới. Nghị quyết số 03-NQ/TW, ngày 16-7-1998, của Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII, “Về xây dựng và phát

triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” đã xác định 5 giá trị bền vững, tinh hoa của cộng đồng các dân tộc Việt Nam: lòng yêu nước nồng nàn, ý chí tự cường dân tộc; tinh thần đoàn kết, ý thức cộng đồng; 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. Nghị quyết số 33-NQ/TW, ngày 9-6-2014, của Hội nghị Trung ương 9 khóa XI, “Về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước” xác định xây dựng nền văn hóa Việt Nam với 4 đặc trưng là dân tộc, nhân văn, dân chủ và khoa học; chăm lo xây dựng con người với 7 đặc tính cơ bản là yêu nước, nhân ái, nghĩa tình, trung thực, đoàn kết, cần cù, sáng tạo.

\* ThS, Tạp chí Cộng sản

(1) Xem: Ngô Đức Thịnh, *Bảo tồn, làm giàu và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam trong đời mới và hội nhập*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội, 2010, tr. 22 - 23

*Hệ giá trị văn hóa hun đúc, bồi đắp nên dân khí của mỗi dân tộc. Dân khí biểu hiện ở sức mạnh văn hóa tinh thần cả cộng đồng dân tộc có khả năng chuyển hóa thành sức mạnh vật chất; ở dũng khí đối mặt và vượt lên những hạn chế, nhược điểm của dân tộc mình; ở bản lĩnh đối mặt và vượt qua mọi khó khăn, thách thức để tiến lên phía trước vì sự sinh tồn và phát triển của dân tộc. Khi cả cộng đồng dân tộc đối diện với cơ hội hoặc thách thức thì dân khí biểu hiện ở tinh thần đoàn kết, ý chí thống nhất cao, hành động mạnh mẽ của mỗi thành viên trong cộng đồng dân tộc để tận dụng thời cơ, vượt qua thách thức, đạt lợi ích chung lên trên hết. Chỉ khi các thành viên nhận thức được sự thống nhất giữa mục tiêu, lý tưởng của cá nhân với mục tiêu, lý tưởng chung của cộng đồng dân tộc, sự vận động cùng chiều giữa lợi ích cá nhân và lợi ích cộng đồng dân tộc thì mới có được lòng tự hào, ý thức trách nhiệm, sự tự nguyện, sẵn sàng hy sinh cho quốc gia dân tộc. Do đó, cộng đồng dân tộc nào phát huy được hệ giá trị văn hóa, bồi đắp được dân khí vững bền, khơi dậy được sức mạnh tổng hợp toàn dân thì cộng đồng dân tộc ấy sẽ đạt được những thành quả to lớn trong quá trình xây dựng và phát triển.*

Lịch sử hàng nghìn năm dựng nước và giữ nước đã hun đúc nên giá trị, tâm hồn, khí phách, bản lĩnh Việt Nam. Chính những giá trị văn hóa đó đã bồi đắp dân khí trở thành nguồn sức mạnh tinh thần vô địch và tiếp tục được kế thừa, phát huy trong thời đại Hồ Chí Minh, làm nên những chiến thắng vĩ đại trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Ngày nay, thế và lực của nước ta được nâng lên tầm cao mới. Toàn Đảng và toàn dân ta đang ra sức đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, xây dựng và bảo vệ vững chắc Tổ

quốc, vì mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”. Đây là một sự nghiệp cách mạng vô cùng to lớn, vĩ đại, một “cuộc chiến đấu không lồ”<sup>(2)</sup>. Hướng tới kỷ niệm 100 năm thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa, nay là nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (năm 2045), toàn Đảng và toàn dân đang thấp lên niềm tin, khát vọng mãnh liệt, phấn đấu đưa nước ta trở thành nước phát triển, có thu nhập cao, sánh vai với các cường quốc năm châu như tâm nguyện của Chủ tịch Hồ Chí Minh. Để hiện thực hóa khát vọng đó, việc khai thông các nguồn lực, trong đó có nguồn lực văn hóa, khơi dậy và phát huy hệ giá trị văn hóa Việt Nam, bồi đắp dân khí đóng vai trò vô cùng quan trọng và cấp thiết. Nhiệm vụ đó cần có chiến lược, lộ trình, giải pháp đồng bộ mà trước hết là định hình *cơ chế có khả năng phát huy cao nhất hệ giá trị văn hóa của dân tộc.*

### **Một số cơ chế nhằm phát huy hệ giá trị văn hóa Việt Nam hiện nay**

*Sử dụng cơ chế thị trường nhằm chuyển hóa các giá trị văn hóa và hình thành giá trị văn hóa hữu ích, tạo nguồn lực cho phát triển các sản phẩm và dịch vụ văn hóa.*

Cơ chế thị trường là cơ chế tạo động lực dựa vào các quy luật kinh tế thị trường, như quy luật giá trị, quy luật lưu thông tiền tệ, quan hệ cung cầu, cạnh tranh. Cơ chế thị trường có tác động hai mặt tới sự phát triển. Ở mặt tích cực, cơ chế thị trường phát huy tính năng động, sáng tạo trong sản xuất, kinh doanh, sự hợp lý hóa quá trình sản xuất, khuyến khích sự tìm kiếm, khai thác và sử dụng có hiệu quả các yếu tố đầu vào,

(2) Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, t. 15, tr. 617

kích thích việc ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến, hiện đại để tăng năng suất lao động, nâng cao chất lượng hàng hóa và giảm giá thành sản phẩm, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao cả về lượng và chất, qua đó thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội. Ở mặt tiêu cực, do mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận nên cơ chế thị trường dễ sinh ra các thủ đoạn cạnh tranh không lành mạnh, như gian lận thương mại, buôn lậu, trốn thuế, sản xuất hàng giả, hàng kém chất lượng... làm phương hại các đối thủ cạnh tranh và người tiêu dùng, là một trong những nguyên nhân dẫn đến sự phân hóa giàu nghèo, mâu thuẫn xã hội, suy thoái đạo đức, lối sống...

Trong nền kinh tế thị trường, thị trường hàng hóa - dịch vụ là một trong những thị trường phát triển sôi động, trong đó có thị trường các sản phẩm dịch vụ văn hóa. Khác với các sản phẩm dịch vụ thông thường, các sản phẩm dịch vụ văn hóa không chỉ chứa đựng giá trị vật chất mà cả giá trị phi vật chất (tri thức, tình cảm, đạo đức...), khả năng thẩm mỹ, sức sáng tạo của một dân tộc nên khó tính toán, đo lường, hạch toán cụ thể như các hàng hóa thông thường khác. Giá trị sản phẩm không hoàn toàn phản ánh qua giá cả trên thị trường như các hàng hóa thông thường. Giá trị của nhiều sản phẩm văn hóa thực chất là sự kết tinh thành quả lao động của tiền nhân trong quá khứ, như chúng ta đã từng thấy ở các di tích lịch sử - văn hóa. Chính nhờ giá trị văn hóa ẩn giấu bên trong mà nhiều sản phẩm văn hóa cùng với thời gian càng trở nên có giá trị.

Để phát huy mặt tích cực cũng như hạn chế những tác động tiêu cực của cơ chế thị trường đối với sự phát triển văn hóa, Nghị quyết số 33 đã đề ra mục tiêu xây dựng thị trường dịch vụ và sản phẩm văn hóa lành mạnh, đẩy mạnh phát triển công nghiệp

văn hóa, tăng cường quảng bá văn hóa Việt Nam. Đại hội XII của Đảng cũng nhấn mạnh nhiệm vụ *phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường dịch vụ và sản phẩm văn hóa*; có cơ chế khuyến khích đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ văn hóa; tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp thu hút các nguồn lực xã hội để phát triển; đổi mới, hoàn thiện thể chế, tạo môi trường pháp lý thuận lợi để xây dựng, phát triển thị trường dịch vụ, sản phẩm văn hóa lành mạnh; tăng cường quảng bá văn hóa Việt Nam; nâng cao ý thức thực thi các quy định pháp luật về quyền tác giả và các quyền liên quan trong toàn xã hội. Cùng với chủ trương xã hội hóa các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa là bước tiến quan trọng trong nhận thức, hành động của Đảng và Nhà nước ta, là kết quả của một quá trình *đổi mới tư duy về văn hóa gắn với đổi mới tư duy kinh tế nhằm phát huy mặt tích cực của cơ chế thị trường* trong xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam.

Nhờ thực hiện chủ trương trên, thời gian qua, đội ngũ văn nghệ sĩ có điều kiện phát huy sức sáng tạo; các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau có nhiều cơ hội tham gia đầu tư vào các lĩnh vực khác nhau trong các ngành công nghiệp văn hóa, điển hình như các công ty nghe nhìn, các trung tâm vui chơi, giải trí, các ngành sản xuất thủ công, mỹ nghệ, các làng nghề, các hãng phim... Sự hợp lực, hợp tác của đồng bào lực lượng xã hội, tập thể và cá nhân tham gia tổ chức, điều hành, quản lý, sản xuất các sản phẩm văn hóa, nghệ thuật theo cơ chế thị trường được đẩy mạnh; các nguồn lực cho các hoạt động quảng bá, phát triển văn hóa Việt Nam được đa dạng hóa. Trên

thị trường xuất hiện ngày càng nhiều sản phẩm và dịch vụ văn hóa đa dạng, phong phú, từng bước hình thành diện mạo của nền công nghiệp văn hóa khá sôi động, đa sắc, ngày càng chuyên nghiệp hơn. Năm 2019, điện ảnh có doanh thu phim Việt cao nhất trong lịch sử phòng vé, các phim điện ảnh Việt Nam chiếm 29% tổng doanh thu ngành điện ảnh, đạt khoảng 1.150 tỷ đồng (tăng trưởng hơn 40% so với mốc 800 tỷ đồng của năm 2018); doanh thu ngành xuất bản đạt trên 2.600 tỷ đồng, lợi nhuận đạt khoảng 230 tỷ đồng (tăng 8% so với năm 2018); các đơn vị nghệ thuật Trung ương đẩy mạnh hoạt động tự chủ, tổ chức các chương trình biểu diễn nghệ thuật, kinh phí thu từ các buổi biểu diễn có bán vé đạt khoảng 72.3 tỷ đồng, tăng trưởng doanh thu đạt khoảng 5% mỗi năm<sup>(3)</sup>. Một số sản phẩm, dịch vụ văn hóa nổi bật, như “À Ố show”, “Tinh hoa Bắc Bộ”, “Kỷ ức Hội An”, chương trình mùa rỗi “Nhịp điệu quê hương”,... đã tạo được ấn tượng mạnh và thu hút khán giả trong nước và quốc tế, qua đó góp phần nâng cao mức hưởng thụ văn hóa của nhân dân, bồi đắp các giá trị văn hóa phù hợp với thời đại mới.

Tuy nhiên, *mặt trái* của cơ chế thị trường là thương mại hóa mọi thứ có thể mang lại lợi nhuận; người nghèo, người thu nhập thấp không có điều kiện chi trả tài chính để thụ hưởng các sản phẩm dịch vụ văn hóa vốn vận hành theo giá cả và quan hệ cung - cầu trên thị trường. Tình trạng suy thoái, xuống cấp của đạo đức xã hội có một nguyên nhân quan trọng do tác động của mặt trái kinh tế thị trường, sùng bái vật chất, coi đồng tiền trên hết, lệch chuẩn về giá trị sống. Có thể thấy, nhiều sản phẩm văn hóa, nghệ thuật vì chạy theo lợi nhuận mà khai thác đề tài tầm thường, chạy theo thị hiếu thấp kém của một bộ phận công chúng, hạ thấp chức năng giáo

dục và các giá trị chân - thiện - mỹ, nhấn mạnh một chiều chức năng giải trí (nhất là trong âm nhạc, hội họa, điện ảnh...), sản xuất một cách cầu thả và dễ dãi với nội dung đi ngược lại thuần phong mỹ tục. Hiện tượng kinh doanh kiểu chụp giạt, cạnh tranh không lành mạnh, in lậu nhiều tác phẩm, vi phạm bản quyền... đang có xu hướng gia tăng. Những hiện tượng trên gây tác động rất tiêu cực tới lĩnh vực văn hóa, tư tưởng của nước ta, trong đó có việc xây dựng và phát huy hệ giá trị văn hóa Việt Nam.

*Sử dụng cơ chế quản lý của nhà nước để giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa, nhất là bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc, phát triển các lĩnh vực văn hóa mang tính phúc lợi công cộng và quản lý phát triển thị trường các sản phẩm và dịch vụ văn hóa.*

Cơ chế thị trường có những hạn chế, khuyết tật nhất định khi tham dự vào phát huy hệ giá trị văn hóa. Khắc phục hạn chế, khuyết tật của thị trường cần thiết phải phát huy vai trò của Nhà nước, nhất là thể chế, chiến lược, định hướng, quy hoạch để phát triển văn hóa; phân bổ nguồn lực đầu tư phát triển và cung ứng các dịch vụ văn hóa mang tính phúc lợi công cộng mà tư nhân không đầu tư; thẩm định các sản phẩm văn hóa, bảo vệ quyền tài sản văn hóa của các chủ thể; thanh tra, kiểm tra, xử lý những vi phạm pháp luật nhằm xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, thúc đẩy công bằng thụ hưởng văn hóa của các thành phần dân cư trong xã hội, bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc, bảo đảm an ninh văn hóa trước các mối đe dọa.

Trong bối cảnh xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội

(3) Xem: Tạ Quang Đông: “Phát triển các sản phẩm, dịch vụ văn hóa để quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới”, *Tạp chí Cộng sản*, số 947 (tháng 8-2020)

nhập quốc tế, trước những hạn chế, khuyết tật của cơ chế thị trường, Nhà nước với chức năng của mình cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế quản lý, tạo môi trường bảo đảm sự phát triển hài hòa giữa phát triển văn hóa - xã hội với phát triển kinh tế, nhất là phân bổ nguồn lực và quản lý phát triển văn hóa. Quá trình thực thi hoạt động quản lý hành chính nhà nước cũng yêu cầu cần tránh sự thiên vị, tránh đặc quyền, đặc lợi, tham nhũng trong hoạch định thể chế, chính sách, trong phân bổ nguồn lực...

Đối với lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, do tính chất đặc thù nên không đồng nhất vận dụng cơ chế thị trường với "thương mại hóa" các sản phẩm văn hóa, nghệ thuật. Phát huy hệ giá trị văn hóa luôn gắn với chiến lược, quy hoạch, kế hoạch rất rõ ràng phát triển tổng thể văn hóa của Nhà nước, được đặt trong phát triển tổng thể đất nước cả ngắn hạn, trung hạn và tầm nhìn dài hạn. Càng phát triển kinh tế thị trường càng cần phải nâng cao trách nhiệm của Nhà nước để xử lý hài hòa giữa phát triển văn hóa - xã hội với phát triển kinh tế, giữa thúc đẩy phát triển thị trường các sản phẩm dịch vụ văn hóa với phát triển các sản phẩm dịch vụ văn hóa mang ý nghĩa phúc lợi công cộng,... gắn với chiến lược, chính sách và chương trình hành động cụ thể. Phát triển công nghiệp văn hóa, kinh tế sáng tạo là mong muốn của nhiều quốc gia, nhưng những quốc gia thành công phải bắt đầu từ một chiến lược rõ ràng, thể chế đủ sức bảo vệ quyền tài sản trí tuệ minh bạch và mức đầu tư lớn ban đầu, hành động nhất quán của Nhà nước, sau đó mới nói đến huy động tư nhân tham gia. Nhiều lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật mà tư nhân không làm cần đến trách nhiệm của Nhà nước trên cả mặt đầu tư phát triển các hạ tầng - kỹ thuật, đào tạo nguồn nhân lực, chi trả phí tiêu dùng

dịch vụ dưới hình thức miễn phí hoặc phí sử dụng thấp. Hạ tầng - kỹ thuật cho phát triển các thiết chế văn hóa rất tốn kém, ít có khả năng thu hồi vốn, rất cần đến vai trò đầu tư của Nhà nước, như nhà hát, công viên, thiết bị đào tạo... Đào tạo nhân lực cho lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật không hoàn toàn theo quan hệ cung - cầu trên thị trường lao động, mà từ đặt hàng của Nhà nước, nhất là các lĩnh vực nghệ thuật đỉnh cao có khi chỉ rất ít sinh viên vẫn phải mở trường, mở lớp. Không ít lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật truyền thống có nguy cơ mai một, cần đến trách nhiệm của Nhà nước trong bảo tồn. Đó là chưa kể những lĩnh vực liên quan đến an ninh văn hóa, bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc trước các mối đe dọa, các thách thức cần phải tăng cường vai trò, trách nhiệm của Nhà nước. Chi trả phí cho người tiêu dùng các dịch vụ văn hóa công cộng cũng là một hình thức mở mang phúc lợi xã hội cho nhân dân, thể hiện công bằng trong thụ hưởng văn hóa.

Thực tế cũng cho thấy, thả nổi sản phẩm văn hóa, nghệ thuật sẽ làm lẫn lộn già - trẻ, thậm chí tạo môi trường cho những sản phẩm phi đạo đức, phi nhân văn, đi ngược lại với những giá trị chân chính của dân tộc, của nhân loại. Do đó, để khắc phục những hạn chế của cơ chế thị trường, cần đến cơ chế quản lý của nhà nước dựa trên nguyên tắc pháp quyền, thể hiện trong huy động, phân bổ và sử dụng nguồn lực tài chính đầu tư hợp lý; tổ chức sản xuất và cung ứng các sản phẩm, dịch vụ văn hóa mà tư nhân không làm; quản lý và phát triển các hoạt động sáng tạo, sáng tác văn hóa, thẩm định, bảo vệ bản quyền tác giả; đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực văn hóa, nghệ thuật... Nhà nước có thể trực tiếp tổ chức các đơn vị sự nghiệp công lập đảm nhiệm cung cấp dịch vụ công cơ bản, thiết yếu miễn phí hoặc phí

sử dụng thấp trên lĩnh vực văn hóa, hoặc ủy nhiệm cho các chủ thể ngoài nhà nước (các hiệp hội nghề nghiệp, các tổ chức xã hội,...) có điều kiện thực hiện một cách hiệu quả việc cung ứng dịch vụ văn hóa, nghệ thuật (các tổ chức ngoài nhà nước này được khuyến khích hoạt động theo *cơ chế không vì lợi nhuận*, mà chỉ thu phí để tự trang trải, đồng thời chịu sự kiểm tra, giám sát của Nhà nước) nhằm khỏa lấp “vùng trung gian”<sup>(4)</sup> mà Nhà nước gặp giới hạn và thị trường gặp thất bại. Các dịch vụ xã hội phi lợi nhuận trên lĩnh vực văn hóa được Nhà nước miễn thuế, cơ chế đặt hàng hoặc đấu thầu ở một số hạng mục văn hóa, nghệ thuật được thực hiện để khu vực ngoài nhà nước có thể huy động nguồn lực đầu tư.

Ở nước ta hiện nay, tham gia cung cấp các dịch vụ văn hóa - nghệ thuật có thể là các đơn vị sự nghiệp công, có thể là các đơn vị sự nghiệp tư, có thể là hình thức đầu tư theo đối tác công - tư, tùy theo tính chất của từng loại hình dịch vụ. Hằng năm, kinh phí chi cho hoạt động văn hóa chiếm 1,8% tổng chi ngân sách nhà nước. Việc Nhà nước cho phép tư nhân thành lập các hãng phim tư nhân, chiêu phim; tổ chức các hoạt động biểu diễn; hợp tác với hàng chục cơ sở in ấn và triển khai các chính sách ưu đãi hỗ trợ hoạt động sản xuất và dịch vụ văn hóa đã tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho các cá nhân, doanh nghiệp, các tổ chức xã hội trong và ngoài nước... đầu tư vào các hoạt động văn hóa, từng bước “cởi trói” cho sức sản xuất văn hóa. Điều đó đã tạo điều kiện cho các chủ thể đa dạng trong xã hội tham gia vào việc bảo đảm cung ứng dịch vụ văn hóa, nghệ thuật, phát huy nguồn lực toàn xã hội chăm lo phát triển, nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ văn hóa, nghệ thuật, bảo đảm công bằng

trong thụ hưởng các sản phẩm và dịch vụ văn hóa, nhất là các đối tượng chính sách và người nghèo.

Thời gian qua, cơ chế đặt hàng và hợp tác công - tư trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật đã được thực hiện và mang lại một số kết quả nhất định. Đối với ngành điện ảnh, việc tiến hành đặt hàng sản xuất phim bằng nguồn ngân sách nhà nước thông qua mô hình Nhà nước đầu tư, tư nhân sản xuất tạo nên bước đột phá mới đối với sự phát triển của ngành điện ảnh, tiêu biểu là bộ phim “Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh” (đạo diễn Victor Vũ) đạt doanh thu chiều rạp gần 78 tỷ đồng và giành giải thưởng tại bốn hạng mục của Liên hoan phim Việt Nam lần thứ 19, trong đó có giải thưởng cao quý nhất là giải Bông sen vàng. Gần đây, năm 2019, bộ phim “Truyện thuyết về Quán Tiễn” (đạo diễn Đinh Tuấn Vũ) được Nhà nước đặt hàng đã giành giải Bông sen bạc tại Liên hoan phim Việt Nam lần thứ 21... Tuy nhiên, cơ chế Nhà nước đặt hàng cần được thực hiện hiệu quả hơn để khắc phục những bất cập, đồng thời kết hợp với việc thực hiện đấu thầu và tăng cường công tác quản lý, kiểm định chất lượng cũng như có sự hợp tác với các hãng phát hành lớn để nâng cao chất lượng và sức lan toa của các giá trị văn hóa, nghệ thuật.

Bên cạnh đó, Nhà nước cũng thực hiện cơ chế đặt hàng, hỗ trợ cước vận chuyển cấp, phát miễn phí một số ấn phẩm báo chí phục vụ nhiệm vụ chính trị, an ninh, quốc phòng, thông tin đối ngoại, phục vụ thiếu niên, nhi đồng, người khiếm thính, khiếm thị, đồng bào vùng dân tộc thiểu số, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn,

(4) “Vùng trung gian” là nơi mà thị trường bỏ trống vì không mang lại lợi nhuận: Nhà nước không với tới, dễ bị sót, lãng quên do cơ hạn chế nguồn lực, thuộc tính tập trung, quan liêu

vùng sâu, vùng xa, miền núi, biên giới, hải đảo...; có chính sách đa dạng hóa các loại hình bảo tàng, thư viện, khuyến khích phát triển các thư viện, bảo tàng tư nhân phục vụ cộng đồng không vì mục tiêu lợi nhuận, qua đó vừa mở rộng cơ hội tiếp cận thông tin cho các nhóm đối tượng khác nhau, nhất là nhóm yếu thế trong xã hội, góp phần vào công cuộc giảm nghèo đa chiều bền vững, vừa khơi dậy tinh thần dân tộc, vừa gìn giữ và phát huy các di sản quốc gia, các giá trị văn hóa quý báu của dân tộc.

*Sử dụng cơ chế chuyển hóa năng lượng tinh thần tích cực của con người thành động lực văn hóa - tinh thần, biến giá trị văn hóa thành sức mạnh văn hóa.*

Có thể xem đây là cơ chế rất đặc thù của lĩnh vực văn hóa tinh thần. Nếu như cơ chế thị trường lấy kích thích lợi ích vật chất làm động lực, dựa vào quy luật kinh tế thị trường để phân bổ nguồn lực; cơ chế hành chính lấy biện pháp hành chính để điều tiết, phân bổ nguồn lực, buộc mọi thành viên xã hội phải phục tùng; thì cơ chế chuyển hóa các năng lượng tinh thần tích cực lại diễn ra trong điều kiện các giá trị tốt đẹp của con người được khơi dậy, tôn vinh, khẳng định. Cơ chế chuyển hóa các năng lượng tinh thần là đặc điểm riêng có của đời sống văn hóa tinh thần, làm nên cái cao quý của giá trị văn hóa tinh thần, nếu biết phát huy đầy đủ, đúng đắn sẽ tạo động lực to lớn cho phát triển, xây dựng đời sống văn hóa tinh thần lành mạnh, tạo nên sức mạnh tinh thần để điều chỉnh hành vi, lối sống. Có thể thấy, "nếu như lợi ích kinh tế tạo ra động cơ để thúc đẩy con người hành động thỏa mãn nhu cầu của chính họ và đóng góp cho xã hội, thì động lực văn hóa - tinh thần lại làm cho mỗi con người luôn vượt lên lợi ích cá nhân để khẳng định các giá trị theo đuổi, rồi hành

động một cách tự giác, tự nguyện bằng tất cả sự xá thân vì danh dự, nhân phẩm, dân thân cho dân tộc, phụng sự nhân dân bằng tất cả năng lực nội sinh vốn có"<sup>(5)</sup>.

Cơ chế chuyển hóa các năng lượng tinh thần tích cực vừa tạo động lực phát triển, vừa điều tiết sự phát triển. Dưới chiều cạnh động lực phát triển, cơ chế chuyển hóa các năng lượng tinh thần tích cực thúc đẩy tính năng động của ý thức con người, làm cho những phẩm chất tốt đẹp mang bản chất người được khơi dậy, khẳng định, tôn vinh, như tinh thần yêu nước, lòng tự hào, danh dự, nhân phẩm,... nhờ đó mà hành động tự giác, tự nguyện, kể cả hy sinh tính mạng bản thân cho mục đích cao đẹp. Hành động tự giác, tự nguyện là hành động với tư cách một con người tự do, hành động do sự thôi thúc của lương tâm, khi được giác ngộ một cách sâu sắc các giá trị, mục đích, lý tưởng tốt đẹp. Dưới chiều cạnh hệ điều tiết sự phát triển, khi các năng lượng tinh thần tích cực được giải phóng, phát huy cao độ, chuyển thành động năng, có tác dụng điều chỉnh các hành vi, lối sống với những người lãnh đạo, quản lý đề định hình nên đạo đức công vụ; với những người sản xuất, kinh doanh có ý nghĩa thúc đẩy liêm chính kinh doanh; với những người tiêu dùng thì định hình nên đạo đức tiêu dùng, hình thành cách tiêu dùng thông thái, khắc phục những khuyết tật của xã hội tiêu dùng. Do đó, việc phát huy hiệu quả cơ chế chuyển hóa các năng lượng tinh thần tích cực, thúc đẩy tính năng động của ý thức ở những thời điểm thích hợp có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong quá trình phát triển

(5) Xem: Nguyễn Xuân Phúc: "Tiếp tục đổi mới mạnh mẽ nhằm khai thông, giải phóng tối đa, huy động và sử dụng có hiệu quả mọi nguồn lực, tạo động lực mới đưa đất nước phát triển nhanh, bền vững". *Tạp chí Cộng sản*, số 929 (tháng 11-2019), tr 6

của mỗi quốc gia, dân tộc. Sức mạnh văn hóa - tinh thần khi đó trở thành một bộ phận cấu thành của sức mạnh tổng hợp của quốc gia, dân tộc. Lịch sử cách mạng Việt Nam đã chứng tỏ, dù đứng trước những kẻ thù lớn mạnh hơn nhiều lần về sức mạnh vật chất - kỹ thuật, nhưng chúng ta vẫn giành thắng lợi nhờ dựa vào sức mạnh tổng hợp vượt trội, mà ở đó hệ giá trị văn hóa được chuyên hóa thành sức mạnh văn hóa, sức mạnh văn hóa - tinh thần được chuyên hóa thành sức mạnh vật chất.

Cơ chế chuyên hóa các năng lượng tinh thần, phát huy tính năng động, ý thức trách nhiệm tư giác, tự nguyện của con người thông qua nhiều hình thức khác nhau, như nêu gương và noi gương, tu dưỡng, rèn luyện, tôn vinh, biểu dương, tuyên truyền, giáo dục.

Nếu gương và noi gương là hình thức có ý nghĩa cực kỳ quan trọng trong phát huy hệ giá trị văn hóa các dân tộc. Nếu gương là làm khuôn mẫu mực thước cho người khác học tập, làm theo. Nếu gương luôn gắn liền với tu dưỡng, rèn luyện theo các chuẩn mực đạo đức của dân tộc, của đảng cách mạng - phần cốt lõi của hệ giá trị văn hóa. Noi gương là học tập, làm theo những tấm gương sáng. Nếu gương trên không gian toàn quốc chính là xây dựng các nhà chính trị, tinh hoa của đất nước thật sự mẫu mực cả về tài năng, đạo đức, uy tín để làm gương cho cấp dưới và nhân dân noi theo. Động viên, tôn vinh, tuyên truyền, giáo dục có ý nghĩa khơi dậy những giá trị mang bản chất người, làm cho các giá trị tốt đẹp luôn được đề cao, trở thành chuẩn mực cho mọi người hướng tới, rồi hành động một cách đúng đắn. Ở đây cần cả giáo dục từ trong gia đình, nhà trường và xã hội; động viên kịp thời để tôn vinh những giá trị tốt đẹp

vào những thời điểm có ý nghĩa gây hiệu ứng lan tỏa rộng, người được tôn vinh luôn thấy niềm vinh quang, tự hào khi đã hành động đúng đắn; tuyên truyền đúng người, đúng việc, đúng thời điểm, lấy dư luận làm áp lực đẩy lùi cái xấu và nuôi dưỡng, làm cho cái tốt đẹp ngày càng nảy nở, chiếm đa số trong xã hội.

Lịch sử dân tộc Việt Nam chứng minh, chính những nhà chính trị kiệt xuất, có đủ cả đức và tài, văn võ song toàn, bao giờ cũng bao hàm cả tính chất "thủ lĩnh tinh thần", có sức quy tụ lòng dân, có khả năng lan tỏa những giá trị văn hóa tốt đẹp trong công đồng, trở thành những *biểu tượng văn hóa* - sự kết tinh những giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc. Giá trị tốt đẹp đó ảnh hưởng lan tỏa trong xã hội thông qua tư tưởng và hành động để cả dân tộc học tập và làm theo. Sức mạnh văn hóa tinh thần khi trở thành biểu tượng quốc gia còn chứa đựng chức năng quy tụ nhân tâm, hội tụ lòng người để thực hiện những mục tiêu, lý tưởng cao đẹp.

Chủ tịch Hồ Chí Minh, lãnh tụ vĩ đại của Đảng ta và dân tộc ta, tiêu biểu cho tâm hồn, trí tuệ, bản lĩnh, khí phách Việt Nam, là *biểu tượng văn hóa* của dân tộc, có sức mạnh lớn lao, hiệu triệu và quy tụ trái tim của muôn triệu người dân đất Việt, từ đó khơi dậy sức mạnh tinh thần đại đoàn kết toàn dân tộc và chuyên hóa thành sức mạnh vật chất, giúp nhân dân ta chiến thắng các thế lực ngoại xâm hùng mạnh nhất thời đại. Do đó, việc học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh tiếp tục được đẩy mạnh và được coi là một nội dung quan trọng, gắn kết chặt chẽ với việc xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam, xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế.



Công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc hiện nay đòi hỏi cần tiếp tục *xây dựng và nhân rộng các mô hình hay, cách làm hiệu quả, tôn vinh những cá nhân, tập thể điển hình trong học tập và làm theo tấm gương tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh, những văn nghệ sĩ, những nghệ nhân dân gian có nhiều đóng góp cho sự phát triển văn hóa dân tộc, những biểu tượng văn hóa mới của thời đại.*

Thực tế ở nước ta đã có nhiều mô hình, cách làm hiệu quả trong các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, xã hội, những tấm gương người tốt, việc tốt,... có khả năng truyền cảm hứng, có sức lay động lòng người, lan tỏa sâu rộng trong xã hội, nhất là trong các thời điểm đất nước đứng trước những khó khăn, thử thách khắc nghiệt. Thực tiễn cuộc chiến chống đại dịch COVID-19 hay các hoạt động ứng phó, cứu trợ đợt bão lũ ở miền Trung nước ta vừa qua đã khẳng định vững chắc hơn giá trị văn hóa Việt Nam. Đó là sự đoàn kết, chung lưng đấu cật để vượt gian khó. Đó là tinh thần tương thân tương ái, “lá lành đùm lá rách”, là tình hữu nghị giữa dân tộc Việt Nam với các dân tộc khác trên thế giới. Những mô hình “ATM gạo”, “ATM khâu trang”, “siêu thị không đồng”, những chuyến xe chở đội ngũ bác sĩ, nhân viên y tế, cán bộ, chiến sĩ hay các chuyến hàng cứu trợ, chi viện cho những địa phương đang trong tâm dịch, tâm lũ, những việc làm tử tế của biết bao người Việt Nam trong nước và ở nước ngoài... tất cả là những biểu tượng vô cùng đẹp đẽ, mang đậm giá trị văn hóa Việt, có sức lan tỏa mạnh mẽ. Có thể nói, trong những hoàn cảnh đầy khó khăn, thách thức, Đảng và Nhà nước ta đã khơi dậy được sức mạnh tinh thần của toàn dân và chuyển hóa thành sức mạnh vật chất của đất nước để làm nên những thắng lợi rất đáng tự hào.

Thời gian qua ở nước ta xuất hiện ngày càng nhiều các doanh nghiệp xã hội (hoạt động với mục tiêu giải quyết vấn đề xã hội, môi trường vì lợi ích cộng đồng, sử dụng ít nhất 51% tổng lợi nhuận hằng năm để tái đầu tư nhằm thực hiện mục tiêu xã hội) hoạt động đa dạng trên các lĩnh vực, như văn hóa, giáo dục, đào tạo, chăm sóc sức khỏe, thủ công mỹ nghệ, truyền thông cộng đồng, nông nghiệp, bảo vệ môi trường.... mang lại nhiều lợi ích cho cộng đồng, góp phần lan tỏa sâu rộng xu hướng tiêu dùng văn minh - “*tiêu dùng tạo giá trị xã hội*” (BuySocial). Một số doanh nghiệp xã hội tiêu biểu, như Zó Project (dự án Zó với các sản phẩm giấy dó và đồ trang trí từ giấy dó, tôn vinh nét đẹp của nghề làm giấy thủ công, bảo tồn vùng trồng giấy dó và kỹ thuật làm giấy cổ truyền, thúc đẩy sự phát triển các nhóm sản xuất ở miền núi, nông thôn); Công ty Cổ phần Kym Việt với các sản phẩm thủ nhồi bông, tranh vải độc đáo, sáng tạo, được chính những người khuyết tật tự làm bằng đôi bàn tay, trí óc và cả tâm hồn, gửi gắm các giá trị văn hóa dân tộc sâu sắc... Qua đó, các doanh nghiệp xã hội đã khơi dậy trách nhiệm xã hội của mỗi cá nhân (nhất là của giới trẻ), thúc đẩy các hoạt động có ý nghĩa trong cộng đồng, góp phần hiệu quả trong việc kích hoạt hệ giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc.

### **Một số giải pháp nâng cao hiệu quả các cơ chế phát huy hệ giá trị văn hóa Việt Nam**

Trên thực tế, không có một cơ chế nào vận hành riêng rẽ để phát huy hệ giá trị văn hóa Việt Nam mà luôn cần định hình cơ chế tổng hợp dựa trên khai thác, sử dụng mặt tích cực của từng cơ chế. Trước những đòi hỏi thay đổi của thời kỳ mới, trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, để phát huy hệ giá trị văn

hóa Việt Nam, góp phần bồi đắp dân khí và thúc đẩy khát vọng phát triển đất nước, cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau:

*Nhóm giải pháp chung:*

Xây dựng ý thức bảo tồn và phát huy hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam trong mỗi công dân. Thông qua các biện pháp tuyên truyền, giáo dục để nâng cao nhận thức của các cấp ủy, chính quyền (trong đó có cán bộ quản lý và cán bộ công tác trong lĩnh vực văn hóa) và toàn dân về vai trò, vị trí, tầm quan trọng của văn hóa, hệ giá trị văn hóa đối với việc bồi đắp dân khí và thúc đẩy khát vọng phát triển đất nước. Phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị trong việc phát huy hệ giá trị văn hóa, đề cao vai trò chủ thể của nhân dân trong sáng tạo và hưởng thụ văn hóa.

Chú trọng công tác tuyên truyền, giáo dục ý thức chính trị, tư tưởng, truyền thống, hệ giá trị văn hóa dân tộc, đạo đức, bản lĩnh, trách nhiệm, lối sống lành mạnh, lý tưởng sống, khát vọng phát triển, ý thức tự học, thực học, học tập suốt đời và tinh thần thượng tôn pháp luật cho thế hệ tương lai của đất nước; tránh tư tưởng sớm thóa mãn, tâm lý bạc nhược, thiếu ý chí vươn lên, thiếu khát vọng trong cuộc sống, nhất là khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc. Đấu tranh, ngăn ngừa kịp thời các hoạt động phá hoại của các thế lực thù địch; phòng, chống “diễn biến hòa bình” trên lĩnh vực văn hóa - tư tưởng, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và các giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc.

Tăng cường các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực và đẩy mạnh các hợp tác quốc tế về văn hóa. Thường xuyên tổ chức các lớp nâng cao trình độ, nghiệp vụ, nhất là trình độ ngoại ngữ, tin học và kiến thức về văn hóa cho đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa, cán bộ quản lý. Xây dựng

cơ chế lựa chọn, sử dụng cán bộ văn hóa một cách công khai, minh bạch. Tăng cường học tập kinh nghiệm quốc tế về công tác bảo tồn di sản, đào tạo nguồn nhân lực văn hóa, nghệ thuật, quản lý văn hóa, xây dựng chính sách văn hóa quốc gia, kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa, bảo vệ bản quyền các tác phẩm văn hóa, nghệ thuật dựa trên những thành quả của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

*Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả của các cơ chế:*

Đổi mới thể chế văn hóa, hoàn thiện các cơ chế, chính sách về văn hóa, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý của Nhà nước trong lĩnh vực văn hóa. Gắn kết văn hóa với chính trị, với kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của các cấp, các ngành và địa phương; lồng ghép hoạt động bảo tồn và phát huy hệ giá trị văn hóa trong triển khai chiến lược phát triển văn hóa và du lịch Việt Nam. Nâng cao hiệu quả công tác quản lý lễ hội, hiệu quả hoạt động văn hóa, nghệ thuật. Tiếp tục thực hiện hiệu quả cơ chế Nhà nước đặt hàng các doanh nghiệp hoặc tổ chức xã hội đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các sản phẩm văn hóa, đáp ứng yêu cầu nâng cao dân trí, xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, xây dựng hệ giá trị văn hóa phù hợp với những yêu cầu của thời kỳ mới.

Tạo khung thể chế cho phát triển các loại hình dịch vụ xã hội phi lợi nhuận do nhiều chủ thể cung ứng, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu tăng nhanh và đa dạng của các tầng lớp nhân dân, để thực hiện các mục tiêu phát triển xã hội cũng như khắc phục tình trạng thương mại hóa một số hoạt động cung ứng dịch vụ sự nghiệp công (trong đó có dịch vụ sự nghiệp công ở lĩnh vực văn hóa), nâng cao trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp. Phát huy vai trò của các tổ

chức chính trị - xã hội, các tổ chức xã hội - nghề nghiệp, các doanh nghiệp trong việc tổ chức, tham gia các hoạt động cung cấp dịch vụ sự nghiệp công ở lĩnh vực văn hóa. Phát triển mạnh mẽ các dịch vụ xã hội vận hành đúng theo nguyên tắc phi lợi nhuận.

Triển khai hiệu quả “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển từng ngành công nghiệp văn hóa với những lộ trình, mục tiêu ưu tiên và giải pháp phù hợp với điều kiện phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, trong đó chú trọng: 1- Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa theo hướng chuyên nghiệp, có tính chuyên môn hóa cao và đồng bộ, khai thác mọi tiềm năng, lợi thế về tài nguyên văn hóa đa dạng, hệ giá trị văn hóa Việt Nam để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa có sức cạnh tranh; 2- Quy hoạch mạng lưới các doanh nghiệp công nghiệp văn hóa, trong đó hình thành một số doanh nghiệp mạnh, có thương hiệu và sức cạnh tranh cao ở cả trong nước và quốc tế; 3- Tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ trong sáng tạo, sản xuất, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm, dịch vụ văn hóa; nâng cao năng lực sản xuất và sáng tạo các giá trị văn hóa mới, tạo ra các sản phẩm văn hóa đa dạng với hàm lượng tri thức cao, mang đậm giá trị văn hóa dân tộc; 4- Đổi mới hoạt động quảng bá thương hiệu sản phẩm, dịch vụ văn hóa, thương hiệu doanh nghiệp văn hóa Việt Nam; 5- Từng bước hình thành cộng đồng người tiêu dùng, nâng cao khả năng tiếp cận, sử dụng các sản phẩm, dịch vụ văn hóa của công chúng.

Thực hiện hiệu quả và đúng hướng hơn chủ trương xã hội hóa các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, tạo điều kiện thu hút và khuyến khích các tổ chức, các hiệp hội, các doanh

NGHIỆP VÀ NGHỆ SĨ tham gia vào các hoạt động văn hóa nhằm đa dạng hóa các nguồn lực vật chất và sáng tạo cho các hoạt động phát triển văn hóa, quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới. Từng bước xây dựng cơ chế tự chịu trách nhiệm của các tổ chức văn hóa, nghệ thuật khi sáng tạo và sản xuất các sản phẩm văn hóa. Chuyển đổi một phần các tổ chức văn hóa, nghệ thuật sang hình thức cổ phần hóa. Đổi mới cơ chế, chính sách điều chỉnh việc Nhà nước đặt hàng tác phẩm, tổ chức sản xuất, công diễn, trình chiếu, triển lãm, tặng giải thưởng. Hoàn thiện cơ chế phối hợp giữa các bộ, ngành, địa phương trong việc xây dựng các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, các chương trình, đề án, dự án phát triển văn hóa.

Tiếp tục thực hiện hiệu quả các hoạt động tôn vinh, khen thưởng kịp thời người hiền tài, gương “người tốt, việc tốt”; *có cơ chế xây dựng những mô hình có giá trị như những biểu tượng văn hóa trong xã hội* (cá nhân, tập thể, doanh nghiệp, đặc biệt là thế hệ trẻ...) với những phẩm chất tiêu biểu, đáng trân trọng, tạo dựng được lòng tin cho mọi người, có sức chinh phục và lan tỏa trong xã hội, khơi dậy khát vọng phát triển đất nước. Thực hiện chính sách đãi ngộ các nghệ sĩ, nghệ nhân tiêu biểu, “báu vật nhân văn sống”, có công bảo vệ và phát huy giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp; khuyến khích đội ngũ văn nghệ sĩ trong và ngoài nước phát huy tài năng, tâm huyết để sáng tạo những tác phẩm phản ánh sâu sắc hiện thực đất nước với những hình tượng tiêu biểu của chủ nghĩa yêu nước, chủ nghĩa anh hùng cách mạng Việt Nam thời đại mới, lấy cái tốt, cái thiện đẩy lùi cái xấu, cái ác, lấy nhân tố tích cực đẩy lùi những tiêu cực đang làm xói mòn những giá trị tư tưởng, đạo đức cao đẹp của dân tộc. □