

VẬN DỤNG TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH XÂY DỰNG VĂN HÓA TRONG KINH TẾ HIỆN NAY

★PGS, TS TRẦN THỊ MINH TUYẾT

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

● **Tóm tắt:** Kế thừa tư tưởng Hồ Chí Minh, rằng “văn hóa phải soi đường cho quốc dân đi”, Đảng Cộng sản Việt Nam luôn coi văn hóa là sức mạnh nội sinh của dân tộc, là động lực để phát triển kinh tế. Vì thế, đầu tư cho văn hóa, gia tăng “hàm lượng văn hóa” trong hoạt động kinh tế cũng như mọi lĩnh vực của cuộc sống là một trong các cách thức để Việt Nam đạt được mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh” như Đảng đã đề ra.

● **Từ khóa:** Hồ Chí Minh, quan hệ giữa văn hóa và kinh tế, xây dựng văn hóa trong kinh tế.

1. Quan điểm của Hồ Chí Minh về mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế

Khi xem xét mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế, chúng ta đã có sẵn “bàn chỉ nam” là những quan điểm của Hồ Chí Minh về vấn đề này. Trong quá trình tiến hành sự nghiệp cứu nước, cứu dân - một sự nghiệp mang tính văn hóa sâu sắc, Hồ Chí Minh không ngừng suy tư về văn hóa. Người cho rằng, cả bốn lĩnh vực *kinh tế - chính trị - văn hóa - xã hội* đều quan trọng ngang nhau nên nhất thiết không được xem nhẹ mặt nào; sự yếu kém, tụt hậu của một lĩnh vực nào đó đều tác động tiêu cực đến sự phát triển của các lĩnh vực khác.

Riêng về mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế thì Hồ Chí Minh chỉ rõ: Kinh tế thuộc về hạ tầng cơ sở, văn hóa thuộc thượng tầng kiến trúc nên kinh tế phải đi trước một bước, tạo điều kiện cho

văn hóa phát triển. Người viết: “Muốn tiến lên chủ nghĩa xã hội thì phải phát triển kinh tế và văn hóa. Vì sao không nói phát triển văn hóa và kinh tế? Tục ngữ ta có câu: có thực mới vực được đạo; vì thế kinh tế phải đi trước”⁽¹⁾. Kinh tế phải đi trước vì con người cần phải ăn, uống, ở, mặc trước khi làm khoa học và sáng tạo nghệ thuật. Sự nghèo nàn về vật chất có thể dẫn đến sự nghèo nàn về tinh thần, mức độ thấp kém của trình độ dân trí.

Mặt khác, với tư duy biện chứng, Hồ Chí Minh không tuyệt đối hóa vai trò của kinh tế, không cho rằng văn hóa đóng vai trò thụ động và kinh tế phải phát triển xong rồi mới phát triển văn hóa. Ngược lại, Người luôn khẳng định tính chủ động và vị trí đặc biệt của văn hóa, rằng “văn hóa, nghệ thuật cũng như mọi hoạt động khác, không thể đứng ngoài, mà *phải ở trong* kinh tế

và chính trị⁽²⁾, phải phục vụ nhiệm vụ chính trị và thúc đẩy sự phát triển của kinh tế. Khẳng định vai trò *lực đẩy* của văn hóa đối với kinh tế, Hồ Chí Minh đã viết: “Trình độ văn hóa của nhân dân nâng cao sẽ giúp cho chúng ta đẩy mạnh công cuộc khôi phục kinh tế, phát triển dân chủ⁽³⁾. Văn hóa không thể “đứng ngoài” kinh tế nhưng mức độ “ở trong” kinh tế của văn hóa không phải lúc nào và ở đâu cũng như nhau dù rằng hàm lượng văn hóa trong kinh tế cao bao nhiêu thì khả năng phát triển kinh tế - xã hội sẽ hiện thực và bền vững bấy nhiêu. Sự có mặt của yếu tố văn hóa trong kinh tế còn làm cho *kinh tế có tính văn hóa*.”

Thực tế cho thấy, kinh tế dù đóng vai trò “tiên phong” nhưng không phải lúc nào kinh tế cũng chi phối được văn hóa, không phải lúc nào sự phát triển kinh tế cũng tỷ lệ thuận với sự phát triển của văn hóa. Bằng chứng là trong những năm chiến tranh ác liệt, đời sống kinh tế rất khó khăn nhưng con người vẫn sống đẹp, đẹp đến mức sẵn sàng xả thân mình vì nền độc lập của dân tộc và đối xử với nhau “trơn tình, ven nghĩa”. Vậy mà khi kinh tế có sự khởi sắc nhất định nhờ quá trình Đổi mới thì trong đời sống xã hội lại không thiếu các biểu hiện về sự tụt dốc văn hóa như bùng phát các tệ nạn xã hội và sự phai nhạt tình người. Điều đó cho thấy, các thành tố của văn hóa như tâm lý, đạo đức, niềm tin... không phải lúc nào cũng “ăn nhập”, “đi đôi” với sự phát triển kinh tế. Trong trường hợp đó, văn hóa sẽ kìm hãm, làm lệch kinh tế. Theo quan điểm của Hồ Chí Minh, văn hóa và kinh tế vừa là “nhân”, vừa là “quả” của nhau nên chỉ khi văn hóa và kinh tế hòa quyện, thấm thấu trong nhau thì kinh tế mới có sự phát triển bền vững và văn hóa mới phát huy được hết sức mạnh tiềm tàng của nó.

Như vậy, Hồ Chí Minh đã nhìn nhận mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa ở 2 góc độ: đó là

mối quan hệ biện chứng giữa 2 lĩnh vực thiết yếu của đời sống xã hội và là sự xâm nhập, hiện hữu của văn hóa ở trong kinh tế, làm cho hoạt động kinh tế luôn mang tính văn hóa.

2. Sự hiện diện của yếu tố văn hóa trong kinh tế ở nước ta hiện nay

Xem xét thực trạng quan hệ giữa văn hóa và kinh tế ở nước ta hiện nay phải được tiến hành trên 2 phương diện: *một là*, xem xét mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa với tư cách là hai lĩnh vực thiết yếu, có tính độc lập tương đối trong đời sống xã hội; *hai là*, xem xét “hàm lượng” văn hóa trong kinh tế, mức độ “ở trong kinh tế” của văn hóa.

Ở phương diện thứ nhất, Đảng ta đánh giá là “văn hóa chưa tương xứng với kinh tế⁽⁴⁾. Để khắc phục hiện tượng đó, Nghị quyết Trung ương 9 khóa XI nhấn mạnh yêu cầu “văn hóa phải được đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội”.

Ở phương diện thứ hai, để đánh giá *mức độ hiện hữu của yếu tố văn hóa trong kinh tế*, chúng ta phải trả lời một loạt các câu hỏi: Yếu tố văn hóa trong kinh tế đang hiện diện ở các dạng thức nào? Sự phát triển kinh tế trong thời kỳ Đổi mới có song hành với sự gia tăng hàm lượng văn hóa trong kinh tế hay không? Sự tồn tại của các yếu tố văn hóa trong kinh tế có nhất loạt như nhau? Câu trả lời như sau:

- Về các dạng thức biểu hiện của văn hóa trong kinh tế ở nước ta hiện nay

Hiện nay, người ta đang nói đến sức *mạnh cứng* và sức *mạnh mềm* của văn hóa trong sự phát triển kinh tế. *Sức mạnh cứng* của văn hóa hiển thị bằng sự ra đời của ngành *công nghiệp văn hóa*. Trước đây, người ta thường cho rằng văn hóa thuộc thượng tầng kiến trúc và chỉ tác động đến kinh tế một cách gián tiếp thông qua hoạt động của con người. Tuy nhiên, trong điều kiện kinh tế thị trường, việc ứng dụng mạnh mẽ

các thành tựu khoa học - công nghệ vào việc sản xuất đại trà các sản phẩm văn hóa đã dẫn đến sự ra đời của một ngành công nghiệp mới trong nền kinh tế quốc dân - ngành *công nghiệp văn hóa*. Trong những năm Đổi mới, ở Việt Nam đang dần hình thành thị trường văn hóa và ngành công nghiệp văn hóa khi đã xuất hiện các hãng phim tư nhân, các công ty giải trí, các công ty tổ chức sự kiện, các gallery, các công ty lễ hành, các công ty thiết kế, thời trang, nghệ thuật biểu diễn... Từ đây, nhiều sản phẩm văn hóa đã trở thành hàng hóa với mục tiêu lợi nhuận chứ không chỉ nhằm mục đích truyền bá tư tưởng hay nâng cao dân trí như trước. Với sự ra đời của ngành công nghiệp văn hóa, văn hóa đã trở thành sức mạnh vật chất của nền kinh tế Việt Nam.

Tiếp đó, nói đến văn hóa là nói đến đời sống tinh thần nên *sức mạnh mềm* của văn hóa chính

là tri thức, khả năng tư duy - sáng tạo, đạo đức, lý tưởng, cách ứng xử của mỗi con người và tất cả các yếu tố đó sẽ tác động đến kinh tế thông qua hoạt động của con người. Trong giai đoạn hiện nay, yếu tố văn hóa trong kinh tế được kết tinh thành một số dạng thức đặc biệt của văn hóa như *văn hóa kinh doanh - văn hóa doanh nghiệp - đạo đức doanh nhân, văn hóa tiêu dùng, văn hóa quản lý kinh tế, văn hóa hợp tác kinh tế thế giới* mà đáng nói nhất chính là *văn hóa kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp*.

Trong thời kỳ Đổi mới, xu hướng dân chủ hóa trong kinh tế đã dẫn đến sự khôi phục, phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân. *Văn hóa doanh nghiệp* dần được hình thành với những tiêu chí nổi bật như lối kinh doanh trung thực, ngay thẳng, sự cạnh tranh lành mạnh, sự cố gắng nâng cao giá trị sản phẩm, việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, ý thức bảo vệ



Khu du lịch văn hóa Tràng An - Ảnh: ST

môi trường, nâng cao đạo đức doanh nhân, sự gia tăng hợp tác kinh tế trên quy mô quốc tế... với mục tiêu cuối cùng là làm cho cái lợi gắn chặt với cái đúng, cái đẹp; lợi ích của doanh nhân gắn kết với lợi ích của cộng đồng xã hội. Xây dựng triết lý kinh doanh lành mạnh để mọi người đồng lòng thực hiện là điều căn cốt nhất trong văn hóa doanh nghiệp và điều này đang được nhiều doanh nghiệp hết sức quan tâm. Trong thời gian qua, các danh hiệu “Sao đỏ”, “Sao vàng đất Việt”, *giải thưởng Bạch Thái Bưởi* và danh hiệu doanh nhân đất Việt thế kỷ XXI đã ra đời để thể hiện sự ghi nhận và tôn vinh của xã hội đối với các doanh nghiệp, doanh nhân điển hình về việc họ đã kinh doanh một cách có văn hóa.

- Về “*hàm lượng*” văn hóa trong nền kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay

Sau 30 năm Đổi mới, ở nước ta đã và đang hình thành nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa với những thành tựu không ai có thể phủ nhận. Tuy nhiên, không phải cứ kinh tế phát triển thì văn hóa sẽ khởi sắc. Xem xét nhiều khía cạnh của đời sống kinh tế ở nước ta, chúng ta nhận thấy ở nước ta yếu tố văn hóa còn mờ nhạt so với mức độ tăng trưởng kinh tế, thậm chí kinh tế có tăng trưởng nhưng đạo đức - thành tố quan trọng nhất của văn hóa lại có những biểu hiện xuống cấp.

Có thể nhận diện một số biểu hiện của nó là:

+ Trong lĩnh vực sản xuất - kinh doanh: Tâm lý làm giàu bằng mọi giá đã dẫn đến những cách kinh doanh phản văn hóa, đi ngược lại pháp luật như buôn lậu, sản xuất hàng giả, hàng kém chất lượng hoặc độc hại đối với con người, kinh doanh không giấy phép, bóc lột quá sức người lao động, khai thác bừa bãi tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng ở nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh

ngiệp tư nhân. Số lượng các doanh nghiệp thực hiện lối kinh doanh có văn hóa còn ít. Sự phổ biến về lối làm ăn chộp giật, bất chấp đạo lý là biểu hiện của sự suy đồi về văn hóa trong kinh tế.

Trong các tập đoàn kinh tế nhà nước, sự suy giảm của yếu tố văn hóa cũng hiển hiện rất rõ khi nhiều tập đoàn không phát huy được vai trò tiên phong, tiềm lực to lớn của mình mà sa vào thua lỗ triền miên do sự thiếu trách nhiệm trong quản lý kinh tế, do sự tham nhũng ở quy mô lớn, do chiến lược đầu tư sai lầm khi “lấn sân” sang các lĩnh vực khác không phải là lợi thế của mình. Thống kê cho thấy, chỉ riêng trong ngành công thương, hiện có 12 dự án với tổng đầu tư là 63.610 tỷ đồng đang thua lỗ, phải “đắp chiếu” vì càng vận hành càng lỗ. Tất cả đã dẫn đến sự thất thoát nguồn lực khổng lồ của đất nước. Trong văn hóa, đạo đức và tinh thần trách nhiệm là nội dung quan trọng nhất thì điều này đang rất thiếu vắng ở các đơn vị kinh tế nhà nước.

+ Trong quản lý kinh tế thì trình độ và đạo đức của những người làm công tác quản lý đang ở mức báo động khi nhiều người trong số họ lại là những kẻ tham nhũng, cố ý làm trái hoặc tiếp tay cho việc làm trái. Sự tiêu cực bộc lộ rõ nhất trong các lĩnh vực nhạy cảm của nền kinh tế quốc dân như quản lý đất đai, ngân hàng, đầu tư xây dựng. Đó còn là sự nhùng nhàm của các cán bộ quản lý các cấp và điều này làm các doanh nghiệp tốn kém một lượng tiền không nhỏ vào việc “bôi trơn”, “làm luật” (thực chất là chống luật, lách luật). Ở lĩnh vực quản lý thị trường, sự yếu kém về năng lực quản lý lại dẫn đến hiện tượng hoặc phó mặc cho thị trường tự phát hoặc cái gì không quản lý được thì cấm; sự yếu kém về đạo đức lại dẫn đến việc thất thoát thuế, “cưa đôi thuế”, thuế chống thuế. Sự thừa quyền lực mà

thiếu đạo đức và năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý kinh tế chính là biểu hiện rõ nét của việc suy giảm hàm lượng văn hóa trong kinh tế ở nước ta hiện nay.

+ *Trong lĩnh vực tiêu dùng* thì sự yếu kém về văn hóa thể hiện ở sự hoang phí, phô trương, chạy theo ham muốn của “xã hội tiêu dùng”, tâm lý sùng ngoại quá mức, chạy theo thị hiếu tầm thường, a dua theo phong trào và thiếu thông thái khi lựa chọn các sản phẩm tiêu dùng của một bộ phận không nhỏ dân chúng. Đó là còn chưa nói đến thị hiếu thấp kém, ấu trĩ của một số người mắc bệnh “thừa tiền nhưng thiếu văn hóa”. Hồ Chí Minh hết sức sâu sắc khi cho rằng “phương thức sử dụng” các công cụ sinh hoạt hàng ngày cũng chính là văn hóa. Cái ăn, cái mặc, phương tiện giao thông là văn minh vật chất nhưng ăn mặc thế nào, đi lại ra sao lại là văn hóa. Vì thế, cách thức tiêu dùng chưa hợp lý, khôn ngoan cũng thể hiện sự thiếu hụt của hàm lượng văn hóa trong đời sống kinh tế ở nước ta.

+ *Trong hợp tác quốc tế về kinh tế*: Do sự non yếu trong kinh nghiệm cũng như sự kém am hiểu luật pháp quốc tế, các doanh nghiệp của ta khi tham gia thị trường quốc tế thường bị thua thiệt. Vô tình, nhiều doanh nghiệp trở thành kẻ đi vay nặng lãi, dần dần mất hết cả vốn đối ứng và bị doanh nghiệp nước ngoài thâm tóm. Đó còn chưa nói đến sự tham nhũng, lợi ích nhóm, vị kỷ và sự kém hiểu biết của một số người đứng đầu doanh nghiệp đã biến Việt Nam trở thành nơi tiêu thụ hàng hóa ế thừa, hàng quá hạn sử dụng và nơi tiếp nhận những công nghệ lạc hậu. Sự lo ngại Việt Nam trở thành “bãi rác của thế giới” không phải là không có cơ sở.

Nhìn chung, sự thiếu hụt hàm lượng đạo đức trong kinh tế vào lúc kinh tế vẫn tạm thời tăng trưởng đã làm nhiều người cho rằng chúng ta

đang thừa văn minh vật chất mà thiếu văn hóa. Điều này lý giải vì sao mô hình tăng trưởng kinh tế của nước ta trong nhiều năm qua chủ yếu là theo chiều rộng, tức là dựa vào nguồn tài nguyên thiên nhiên và vốn đầu tư lớn chứ chưa phải là đầu tư theo chiều sâu, do phát huy nguồn lực con người - một sản phẩm đặc biệt của văn hóa.

- *Về sự hiện hữu không đồng đều của các thành tố văn hóa trong kinh tế*

Trong văn hóa có 2 thành tố chủ đạo là tri thức khoa học và đạo đức nhưng sự tham gia của chúng vào sự phát triển kinh tế hiện không nhất loạt như nhau. Trong nền kinh tế thị trường, khoa học - công nghệ, đặc biệt là khoa học ứng dụng đã phát triển khá nhanh để phục vụ cho sản xuất và đây là một nhân tố dẫn đến sự tăng trưởng kinh tế. Trong khi đó, đạo đức, lối sống lại giảm sút và đó chính là nguyên nhân của việc tăng trưởng thiếu bền vững. Thực tế cho thấy, nếu thiếu “vốn đạo đức” thì tiền vốn vay của nước ngoài và của việc huy động trong dân cũng sẽ bị thất thoát, mọi thành tựu của khoa học - công nghệ sẽ không được phát huy, mọi quy chế vận hành của nền kinh tế cũng bị làm méo mó. Nếu sự thiếu hụt này cứ duy trì thì sớm muộn đất nước sẽ rơi vào sự suy thoái toàn diện. Thực tế đã kiểm nghiệm chân lý mà Hồ Chí Minh đã đúc kết, rằng đạo đức là tiền đề để vươn tới tri thức, thực sự có đức thì cái tài sẽ đến. Vì thế, nâng cao nhân tố đạo đức trong mỗi con người với tư cách là chủ thể của hoạt động kinh tế đang là điều hết sức cấp bách của nền kinh tế Việt Nam.

3. Một số giải pháp nâng cao hàm lượng văn hóa trong kinh tế ở nước ta hiện nay

Ngày nay, trong thời đại của kinh tế tri thức, yếu tố chính mang lại sự tăng trưởng kinh tế là trí tuệ, tri thức, năng lực sáng tạo và đạo đức, ý thức trách nhiệm của người làm kinh tế, mà tất

cả những năng lực này đều nằm trong các yếu tố cấu thành văn hóa. Vì thế, Hội nghị Trung ương 9 khóa XI đã xác định phải “thường xuyên quan tâm xây dựng văn hóa trong kinh tế”, làm cho các yếu tố cấu thành văn hóa thấm sâu vào tất cả các khía cạnh của đời sống kinh tế, làm cho mọi hoạt động kinh tế đều dựa trên động lực văn hóa và hướng tới mục tiêu văn hóa. Muốn vậy thì các chủ thể hoạt động kinh tế phải chú trọng một số giải pháp sau đây:

- Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN theo hướng gắn kết phát triển kinh tế với phát triển văn hóa và thay đổi phương thức quản lý văn hóa của nhà nước.

Thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN là tổng thể các bộ quy tắc, luật lệ và hệ thống các thực thể, các tổ chức kinh tế nhằm điều chỉnh hoạt động kinh tế trên thị trường với mục đích phát triển lực lượng sản xuất, cải thiện đời sống nhân dân, vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh. Xây dựng thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN là vấn đề mới, phức tạp và để đạt mục đích đó thì Nhà nước phải tiến hành đồng bộ nhiều giải pháp nhưng nhất thiết phải tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật về kinh tế theo hướng bảo đảm sự công bằng giữa các thành phần kinh tế, khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ phát triển. Việc hoàn thiện thể chế phải theo hướng gắn tăng trưởng kinh tế với phát triển văn hóa, thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội trong từng bước phát triển, gắn phát triển kinh tế với bảo vệ môi trường. Phải có cơ chế và nhất là các chế tài để ngăn chặn sự nhũng lạm, gây khó dễ của các cán bộ quản lý đối với các doanh nghiệp, phải tránh hiện tượng “trên rài thăm, dưới rài đình”.

Để nâng cao trình độ văn hóa cho nhân dân và qua đó dần dần làm cho văn hóa ngày càng

thấm sâu vào hoạt động kinh tế, nhà nước cũng phải thay đổi cách quản lý lĩnh vực văn hóa. Từ chỗ quản lý trực tiếp các đơn vị văn hóa và hoạt động văn hóa như trước đây, giờ nhà nước phải kiểm soát và điều chỉnh ở tầm vĩ mô bằng việc đề ra hệ thống luật pháp, pháp quy và sau đó giám sát việc thực hiện. Với các hoạt động văn hóa công ích như thư viện, bảo tàng và các loại hình nghệ thuật bậc cao như văn học, nhạc giao hưởng, vũ ba lê... - những loại hình văn hóa khó thu được lợi nhuận trong cơ chế thị trường thì nhà nước phải bảo vệ và nâng đỡ. Với một số lĩnh vực văn hóa liên quan đến hệ tư tưởng và chủ quyền văn hóa quốc gia như báo chí, xuất bản, đài phát thanh, đài truyền hình thì chủ yếu vẫn phải do nhà nước điều hành. Dân chủ, kỷ cương, minh bạch là những tiêu chí trong văn hóa quản lý mà Nhà nước phải hướng tới.

- Tiếp tục xây dựng văn hóa doanh nghiệp, đạo đức doanh nhân với triết lý kinh doanh văn minh, lành mạnh.

Văn hóa doanh nghiệp là những giá trị của doanh nghiệp được các thành viên trong cộng đồng doanh nghiệp chấp nhận mà điểm mấu chốt chính là đạo đức kinh doanh. Văn hóa doanh nhân là biểu hiện nhân cách của doanh nhân trong sản xuất kinh doanh mà điểm nổi trội là sự ý thức của họ về trách nhiệm đối với cộng đồng, đất nước. Hai thành tố trên đã hiện hữu trong đời sống văn hóa ở nước ta nhưng vẫn cần tiếp tục đẩy mạnh và củng cố để những nét đẹp đó trở thành nền tảng của mọi doanh nghiệp, lẽ sống của mọi doanh nhân. Một điều cần lưu ý là kinh doanh trong thời kỳ hội nhập cao độ, các doanh nhân Việt Nam phải nâng cao sự hiểu biết và kỹ năng giao tiếp trong môi trường xuyên văn hóa, đa văn hóa để có sự ứng xử phù hợp. Thực tế cho thấy, nhiều khi chỉ vì sự thiếu hiểu biết về văn hóa của các đối tác mà

các doanh nghiệp Việt Nam mất đi những cơ hội quý báu.

- *Tiếp tục đẩy mạnh ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta.*

Trong những năm Đổi mới, thị trường văn hóa nghệ thuật đang từng bước được hình thành và ngành công nghiệp văn hóa đã ra đời ở Việt Nam. Tuy nhiên, sự phát triển của ngành công nghiệp mới này còn gặp nhiều khó khăn như cơ chế quản lý chưa đồng bộ, quy mô hoạt động của các doanh nghiệp văn hóa còn nhỏ. Ngày nay, phát triển công nghiệp văn hóa là xu thế của thế giới hiện đại và cũng là biện pháp để tối ưu hóa cơ cấu nền công nghiệp nước nhà, nâng cao văn hóa quốc dân, quảng bá văn hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế. Muốn vậy, Nhà nước phải có sự quan tâm và ưu tiên đặc biệt cho ngành công nghiệp văn hóa và phải hoàn thiện hơn nữa luật về quyền sở hữu trí tuệ để bảo vệ giá trị của các sản phẩm văn hóa và khuyến khích sự sáng tạo của các nhà sản xuất văn hóa.

- *Nâng cao văn hóa tiêu dùng của nhân dân.*

Trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều khó khăn, sự cạnh tranh thị phần đang diễn ra gay gắt giữa các doanh nghiệp trong nước và thế giới, cần phát động phong trào “người Việt dùng hàng Việt” để tiếp sức, động viên các doanh nghiệp Việt Nam. Mỗi cá nhân, gia đình và cộng đồng xã hội phải trở thành người tiêu dùng thông thái, có ý thức tiết kiệm để tái đầu tư cho sản xuất.

- *Tiến hành cải cách mạnh mẽ nền giáo dục để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao tố chất “người” trong mỗi chủ thể hoạt động kinh tế.*

Sự ra đời của kinh tế tri thức đã chuyển nền văn minh công nghiệp sang văn minh trí tuệ. Tuy nhiên, tri thức con người không tự nhiên có được mà phải là sản phẩm của hoạt động

giáo dục, đào tạo. Trong những năm qua, nền giáo dục Việt Nam đã nhiều lần cải cách nhưng chất lượng đào tạo nhìn chung vẫn chưa đáp ứng yêu cầu của hoạt động kinh tế hiện đại khi tính độc lập, sáng tạo trong tư duy và kỹ năng thực hành của học sinh, sinh viên còn yếu, sự ý thức về bốn phận và trách nhiệm công dân của họ chưa cao. Hội nghị Trung ương 8 khóa XI (năm 2013) đã ban hành nghị quyết số 29 về *Đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo* với mục đích nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của đất nước. Nhiệm vụ đã đặt ra và phải được thực hiện với quyết tâm cao độ và sự thận trọng cần thiết.

Trong lịch sử dân tộc Việt Nam, nhờ nội lực văn hóa mà dân tộc ta đã làm nên nhiều kỳ tích và ngày nay, cái bẫy thu nhập trung bình vốn rất khó vượt sẽ chỉ bị khuất phục bởi sức mạnh của văn hóa. Với sức mạnh cứng đang đầy triển vọng là ngành công nghiệp văn hóa, với sức mạnh mềm là tri thức, đạo đức, nhân văn, tính thẩm mỹ..., văn hóa sẽ thúc đẩy sản xuất và ngăn chặn những hiện tượng phản văn hóa trong đời sống kinh tế đất nước. Văn hóa mang trong mình cả sức mạnh thúc đẩy cái đẹp lẫn sức mạnh đẩy lùi cái xấu nên *gia tăng hàm lượng văn hóa* trong các lĩnh vực của đời sống để đất nước phát triển bền vững là yêu cầu vừa cấp bách, vừa lâu dài của nước ta hiện nay □

(1) Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, t.12, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2011, tr.470.

(2) Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.7, tr.246.

(3) Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.10, tr.458-459.

(4) ĐCSVN: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2011, tr.169.