

Chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số ở Việt Nam hiện nay

TS. PHAN THỊ THANH HẢI

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: phanthanhhai.hvbctt@gmail.com

Nhận ngày 15 tháng 4 năm 2024; chấp nhận đăng tháng 7 năm 2024.

Tóm tắt: Chuyển đổi số là yêu cầu của mọi lĩnh vực hoạt động. Trong lĩnh vực truyền thông, chuyển đổi số diễn ra nhanh hơn, toàn diện hơn. Truyền thông kỹ thuật số, truyền thông dựa trên công nghệ số hay truyền thông số có khả năng siêu kết nối trong không gian, thời gian và tác động mạnh mẽ nhận thức, thái độ và hành vi xã hội cả theo chiều hướng tích cực và tiêu cực. Chuẩn mực văn hóa là các tiêu chuẩn, quy tắc mà xã hội xác định và thừa nhận, định hướng cho hành vi của con người, đồng thời là cơ sở đánh giá của xã hội. Chuẩn mực văn hóa trong xã hội có tính ổn định tương đối, phản ánh những yêu cầu đặc trưng của xã hội cụ thể. Bài viết trình bày yêu cầu và giải pháp cơ bản nhằm xây dựng chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số hiện nay ở Việt Nam.

Từ khóa: chuẩn mực văn hóa, truyền thông số, giá trị văn hóa.

Abstract: Digital transformation is a requirement across all fields of activity. In the field of communication, digital transformation is happening faster and more comprehensively. Digital media, based on digital technology, has the ability to super-connect in space and time, strongly impacting social awareness, attitudes, and behaviors both positively and negatively. Cultural norms are the standards and rules that society identifies and acknowledges, guiding human behavior and serving as the basis for social evaluation. Cultural norms in society are relatively stable and reflect the specific requirements of that society. This article presents the fundamental requirements and solutions to build cultural norms in the current digital media environment in Vietnam.

Keywords: cultural norms, digital media, cultural values.

1. Chuẩn mực văn hóa và yêu cầu xây dựng chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số ở Việt Nam

Chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số

Chuyển đổi số là xu hướng của mọi lĩnh vực hoạt động, trên mọi quốc gia hiện nay. Trong lĩnh vực truyền thông, chuyển đổi số diễn ra nhanh hơn, toàn diện hơn. Truyền thông kỹ thuật số, truyền thông dựa trên công nghệ số hay truyền thông số là kết quả tất yếu của thời đại. Trên cơ sở công nghệ số, việc tạo ra sản phẩm truyền thông, quá trình truyền tải nội dung, thực hiện phương thức truyền thông trở nên dễ dàng, nhanh chóng và hiệu quả hơn bao giờ hết.

Truyền thông số đem lại những thuận lợi cơ bản trong hoạt động truyền thông. Theo đó, quá trình truyền tải thông tin, kết nối và giao tiếp được thực hiện nhanh chóng hơn. Các kênh truyền thông đa dạng và hiệu quả cao hơn. Loại hình sản phẩm phong phú hơn. Chủ thể truyền thông có điều kiện tối ưu trong sáng tạo sản phẩm. Internet, mạng xã hội cho phép lan tỏa nhanh chóng sản phẩm đến công chúng. Việc lưu giữ, sửa đổi sản phẩm cũng trở nên dễ dàng trong điều kiện truyền thông số.

Đối với công chúng, đối tượng thụ hưởng sản phẩm truyền thông cũng được hưởng lợi tối đa về thông tin trong môi trường truyền thông số. Thông tin đa dạng, đa chiều, tốc độ tiếp cận nhanh chóng,

phương thức tiếp cận linh hoạt□ là những ưu điểm cơ bản mà điều kiện công nghệ số trong hoạt động truyền thông đem lại.

Với việc số hóa truyền thông, các chức năng cơ bản từ truyền tải thông tin, giao tiếp, giáo dục, giải trí, kết nối xã hội đều được đẩy mạnh. Truyền thông số tăng cường hiệu quả tương tác. Với khả năng siêu kết nối trong không gian, thời gian, truyền thông số lan tỏa nhanh và tác động mạnh mẽ, làm chuyển biến nhanh chóng nhận thức, thái độ và hành vi xã hội cả theo chiều hướng tích cực và tiêu cực.

Khả năng tác động của truyền thông số đến công chúng, đến xã hội đặt ra yêu cầu xây dựng chuẩn mực văn hóa chặt chẽ.

Văn hóa là tổng thể sống động các hoạt động sáng tạo của con người. Văn hóa hình thành trong suốt tiến trình lịch sử. Văn hóa là sản phẩm vật chất, tinh thần do con người sáng tạo ra. Về cơ bản, văn hóa biểu hiện giá trị tốt đẹp mà xã hội gìn giữ và tiếp nối. *Chuẩn mực văn hóa là các tiêu chuẩn mà xã hội thừa nhận, nó định hướng cho hành vi của con người trong xã hội cụ thể và là cơ sở đánh giá của xã hội. Chuẩn mực văn hóa là những yêu cầu và quy tắc của xã hội, do xã hội thống nhất đề ra và coi đó là định chuẩn của xã hội.* Chuẩn mực văn hóa phản ánh những mong đợi về những giá trị tốt đẹp mà xã hội cần có. Chuẩn mực văn hóa và giá trị văn hóa là những khái niệm có nội hàm đan nhau. Trong đó, giá trị là tất cả những thứ được xem là có ý nghĩa đối với sự tồn tại, vận động và phát triển của con người, xã hội. Giá trị phản ánh điều xã hội coi là đáng có, là cần, là quan trọng. Giá trị là sự đánh giá trên quan điểm văn hóa và có thể thay đổi. Giá trị văn hóa do con người sáng tạo, xác lập trong quá khứ và hiện tại. Giá trị là khái niệm rộng, trong đó chỉ có các giá trị định hướng mới gần với chuẩn mực. Chuẩn mực văn hóa là những giá trị mà xã hội hướng tới trong hiện tại và tương lai.

Chuẩn mực văn hóa là những yếu tố, những phẩm chất, đặc tính, nội dung, yêu cầu trong các quan hệ xã hội của con người hay quan hệ của con người với tự nhiên, với cộng đồng. Chuẩn mực văn hóa là hệ thống quy tắc ứng xử của con người trong đời sống xã hội. Chuẩn mực là thước đo đúng/sai, tốt/xấu... Chuẩn mực cũng có thể thay đổi theo thời

gian, trong từng hoàn cảnh lịch sử, kinh tế, văn hóa cụ thể.

Chuẩn mực văn hóa có nhiều cấp độ. Chuẩn mực văn hóa có thể thành văn hoặc bất thành văn. Chuẩn mực văn hóa thành văn thể hiện trên những quy định, quy ước được ban hành trong cộng đồng người, quốc gia dân tộc. Trong quá trình xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay, chuẩn mực văn hóa được luật hóa. Ý thức thượng tôn Hiến pháp và pháp luật, sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật trở thành định chuẩn cao nhất, rõ rệt nhất trong xã hội. Ở đây, văn hóa và pháp luật có mối quan hệ hữu cơ. Văn hóa được đảm bảo bằng pháp luật và pháp luật thể hiện cụ thể nhất định chuẩn văn hóa của mỗi quốc gia.

Chuẩn mực văn hóa biểu hiện tập trung ở hệ giá trị đạo đức trong xã hội. Chuẩn mực đạo đức là hệ thống nguyên tắc chi phối hành vi đạo đức được xã hội chấp nhận, điều chỉnh hành vi xã hội của cá nhân, nhóm hay cộng đồng. Chuẩn mực đạo đức biểu hiện thành những quy tắc hay chuẩn mực hành vi các thành viên của xã hội hay nhóm cá nhân, tổ chức, nghề nghiệp□ Khi đó, chuẩn mực đạo đức chính là tiêu chuẩn hành vi đạo đức của tổ chức ấy, là sự vận dụng những giá trị đạo đức chung trong phạm vi và hoàn cảnh cụ thể của tổ chức nghề nghiệp hay tổ chức xã hội.

So với pháp luật, chuẩn mực đạo đức không bắt buộc một cách nghiêm ngặt và chi tiết. Song chuẩn mực đạo đức vẫn chứa đựng yếu tố bắt buộc mà thành viên của tổ chức hay cộng đồng tuân theo. Biểu hiện và cụ thể hóa chuẩn mực đạo đức có thể khác nhau với nhiều cấp độ và nhiều đối tượng. Chẳng hạn, có tiêu chuẩn đạo đức áp dụng cho người đại diện hay toàn bộ tổ chức; có quy tắc ứng xử áp dụng cho các thành viên của tổ chức; có tiêu chuẩn hành nghề áp dụng cho một tổ chức nghề nghiệp□

Chuẩn mực có thể do toàn xã hội hay nhóm người, cộng đồng người quy ước, thừa nhận. Chuẩn mực có thể tồn tại ở những tập tục, lễ thói truyền thống. Tập tục, lễ thói là biểu hiện tập trung nhất yếu tố truyền thống của văn hóa. Tập tục là chuẩn mực hành vi của con người trong cộng đồng người theo phạm vi làng xóm, dòng họ□ được hình thành, kế tục và bồi đắp trong nhiều thế hệ. Tập tục là sản

phẩm của lịch sử và có giá trị như những chuẩn mực mang tính thông lệ phản ánh nếp sống văn hóa của con người. Đến lượt mình, tập tục lại trở thành chuẩn mực hành vi trong quan hệ thuộc phạm vi đó. Hình thành lâu đời và mang tính truyền thống, tập tục có tốt, có xấu, có những tập tục được phát triển và luật hóa hay trở thành quy ước đạo đức mang tính phổ biến. Song phần nhiều tập tục chỉ còn điều chỉnh trong phạm vi nhóm xã hội nhỏ và có những tập tục trở nên lạc hậu, thiếu tính tích cực trong bối cảnh xã hội mở, hội nhập hiện nay.

Chuẩn mực văn hóa bắt thành văn thể hiện ở phương diện đời sống tinh thần xã hội, rất đa dạng về mức độ và hình thức biểu hiện. Trong đó, có chuẩn mực văn hóa cá nhân và chuẩn mực văn hóa xã hội. Mỗi cá nhân là chủ thể xây dựng định chuẩn giá trị của bản thân, thể hiện bản chất xã hội của mình thông qua chuẩn mực văn hóa trong tổng hòa các quan hệ xã hội của họ. Hệ giá trị văn hóa đó chỉ tồn tại khi hướng đến những giá trị chung của xã hội. Chuẩn mực văn hóa xã hội trong một xã hội cụ thể không biểu hiện ở đâu khác ngoài những giá trị văn hóa cá nhân của xã hội đó.

Xã hội trải qua lịch sử phát triển lâu dài. Mỗi giai đoạn, thời kỳ có những yêu cầu khác nhau về phẩm chất, mô hình nhân cách con người cũng như những định chuẩn khác nhau. Hệ giá trị văn hóa của mỗi dân tộc bởi vậy mang tính lịch sử cụ thể. Nội dung các định chuẩn giá trị cũng như thứ bậc các giá trị trong thang bảng chuẩn mực có thể thay đổi trong từng thời kỳ. Chuẩn mực văn hóa không nhất thành bất biến mà phụ thuộc nhiều vào quan hệ lợi ích trong xã hội, điều kiện và bối cảnh lịch sử của nó.

Thực tế phát triển xã hội cho thấy có những chuẩn mực văn hóa lạc hậu, và gây cản trở cho sự phát triển (như hủ tục, lễ thói...) song nhìn chung, qua thời gian, các tập tục, lễ thói hay những chuẩn mực không thúc đẩy sự phát triển thường được lọc bỏ. Chuẩn mực văn hóa hướng con người và xã hội đến giá trị chân, thiện, mỹ được khẳng định. Vì vậy, khi nói đến chuẩn mực văn hóa, người ta thường nói đến giá trị tích cực của nó cho sự phát triển con người và xã hội.

Chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số ở Việt Nam hiện nay cần đáp ứng các yêu

cầu sau.

Thứ nhất, chuẩn mực văn hóa được xây dựng không trái với chủ trương của Đảng, chính sách và quy định của Nhà nước. Theo đó, sự phát triển Việt Nam, trong đó có phát triển văn hóa dưới sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước. Nội dung truyền thông số, phương thức truyền thông số mang theo giá trị văn hóa được quy chuẩn cần tuân thủ những quy định của pháp luật, các chủ trương, đường lối và sự quản lý nhà nước Việt Nam. Điều này được xác định rõ qua Chiến lược phát triển thông tin quốc gia đến năm 2025, tầm nhìn 2030: "Hoạt động thông tin và các loại hình thông tin ở nước ta đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp và toàn diện của Đảng, sự quản lý của Nhà nước theo quy định của pháp luật"⁽¹⁾.

Thứ hai, chuẩn mực văn hóa được xây dựng trên cơ sở phát huy những giá trị văn hóa truyền thống có tác động tích cực đến sự phát triển xã hội, phát triển con người Việt Nam.

Hệ giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam được hình thành trên nền tảng điều kiện lịch sử - tự nhiên. Trải qua quá trình phát triển, hệ giá trị truyền thống đã được sàng lọc, bổ sung, tiếp biến các giá trị tích cực của nhân loại. Hệ giá trị truyền thống được lưu giữ, truyền bá từ thế hệ này sang thế hệ khác, trở thành tài sản tinh thần vô giá của dân tộc Việt Nam. Nhiều giá trị trường tồn, làm nên bản sắc văn hóa Việt Nam được khẳng định, trở thành thước đo và định chuẩn tinh thần văn hóa, định hướng và chi phối suy nghĩ, hành động của mỗi người trong xã hội. Có thể kể đến những chuẩn mực văn hóa còn nguyên giá trị qua suốt chiều dài lịch sử như yêu nước, nhân ái, cần cù trong lao động... Những giá trị văn hóa truyền thống ấy là xương sống, là rường cột của hệ chuẩn mực văn hóa mà chúng ta xây dựng hôm nay. Những giá trị truyền thống này cần tiếp tục là khuôn mẫu, chuẩn mực văn hóa dân tộc trong môi trường truyền thông số.

Thứ ba, trong quá trình toàn cầu hóa, hội nhập văn hóa và truyền thông số, chuẩn mực văn hóa cần được xây dựng trên cơ sở tiếp thu có chọn lọc, bổ sung giá trị văn hóa thời đại của nhân loại.

Toàn cầu hóa làm thay đổi căn bản mọi lĩnh vực hoạt động của mỗi quốc gia. Văn hóa trước đây được xem là lĩnh vực mang tính cát cứ nhất đã chuyển biến

theo hướng mở, hình thành bối cảnh đa dạng văn hóa, đan xen văn hóa. Cùng với sự phát triển của môi trường truyền thông số, sự lan tỏa văn hóa của các quốc gia càng rõ ràng, nhanh chóng và phức tạp. Sự hỗ trợ và thúc đẩy của truyền thông số càng làm cho môi trường văn hóa của mỗi quốc gia thay đổi. Trong đó, có cả những giá trị và phản giá trị trong biểu hiện văn hóa. Mỗi quốc gia đều tiếp nhận (tự phát hoặc tự giác) những biểu hiện văn hóa của quốc gia khác, bổ sung vào hệ giá trị văn hóa của mình. Quá trình tiếp - biến văn hóa là quy luật văn hóa tất yếu. Việc tiếp thu có chọn lọc giá trị văn hóa thời đại, việc lọc bỏ có ý thức những biểu hiện văn hóa không tích cực là yêu cầu cấp thiết trong giai đoạn hiện nay.

Trong quá trình toàn cầu hóa và truyền thông số, phương thức sinh tồn, sinh hoạt của con người thay đổi đã kéo theo sự thay đổi trong cả tư duy văn hóa và hành vi văn hóa. Quá trình đó tất yếu xác lập những giá trị mang tính toàn cầu. Từ đó, chuẩn mực văn hóa được cộng đồng quốc tế chấp nhận được hình thành, chi phối, định hướng và quy chuẩn trong nhận thức, thái độ và hành vi văn hóa của con người. Không những thế, những chuẩn mực văn hóa này còn là giá trị cốt lõi kết nối mọi người trong khu vực, trong thế giới để cùng nhau giải quyết các vấn đề chung (như vấn đề môi trường, dịch bệnh...) Bên cạnh đó, chuẩn mực giá trị văn hóa của dân tộc vừa phản phản ánh tính đa dạng văn hóa của nhân loại. Tôn trọng và hội nhập là những yêu cầu khách quan trong quan điểm xây dựng chuẩn mực văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay.

Thứ tư, truyền thông số là bối cảnh xây dựng chuẩn mực văn hóa. Đồng thời, truyền thông số là môi trường, là công cụ lan tỏa nhanh và rộng các định chuẩn văn hóa Việt Nam.

Xây dựng chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số là quá trình xác định những quy ước, quy tắc mà các đối tượng tham gia vào quá trình truyền thông trong môi trường số hóa phải tuân thủ. Mỗi đối tượng tham gia đồng thời là chủ thể truyền thông về chuẩn mực xã hội. Chính đặc điểm này làm cho mức độ lan tỏa các chuẩn mực văn hóa tăng theo cấp số nhân. Trong bối cảnh công nghệ số hiện nay, tận dụng được truyền thông số trong lan tỏa, xác lập chuẩn mực văn hóa mới là yêu cầu thiết thực. Coi

truyền thông số vừa là bối cảnh, môi trường xây dựng và lan tỏa chuẩn mực văn hóa, đồng thời cần coi truyền thông số là công cụ, là phương tiện hữu hiệu nhằm lan tỏa các giá trị văn hóa nước ta hiện nay không chỉ trong phạm vi xã hội Việt Nam mà trong khu vực và thế giới là quan điểm phát triển trong lĩnh vực truyền thông, lĩnh vực văn hóa.

2. Phương hướng xây dựng chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số ở Việt nam hiện nay

Xây dựng chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số đòi hỏi chúng ta nhận thức, định hướng và có những giải pháp cụ thể cho quá trình này. Xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, phù hợp với bối cảnh phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế đòi hỏi nhận thức và triển khai xây dựng chuẩn mực văn hóa trên định hướng mà Đảng đã chỉ ra.

Một là, quán triệt quan điểm của Đảng, của Nhà nước về văn hóa và truyền thông văn hóa ở nước ta giai đoạn hiện nay. Nhiệm vụ cấp bách đặt ra trong bối cảnh hiện nay là "xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, phù hợp với bối cảnh phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế"⁽²⁾. Thực hiện nhiệm vụ đó, việc xây dựng chuẩn mực văn hóa là trọng tâm, cơ bản trong phát triển văn hóa, xây dựng con người Việt Nam thời kỳ mới.

Theo đó, chuẩn mực văn hóa hiện nay thống nhất trong mối quan hệ thống nhất hữu cơ giữa bốn hệ chuẩn giá trị: giá trị con người, giá trị gia đình, giá trị văn hóa và giá trị quốc gia. Hệ giá trị con người là phức hợp các giá trị chủ thể văn hóa. Hệ giá trị con người phản ánh những đặc trưng cá nhân cụ thể song cũng phản ánh khái quát giá trị chung của cộng đồng người, giai cấp và dân tộc cũng như những giá trị Người - viết hoa. Hệ giá trị gia đình phản ánh đơn vị xã hội nhỏ nhất - tế bào của xã hội. Hệ giá trị văn hóa theo nghĩa rộng, phản ánh toàn bộ giá trị vật chất và tinh thần của một dân tộc. Hệ giá trị quốc gia bao gồm các giá trị hiện tồn và giá trị mục tiêu, khát vọng hướng tới của một quốc gia trong quá trình phát triển. Xuất phát từ nội hàm của các hệ giá trị nêu trên, chuẩn mực văn hóa Việt Nam hiện nay thống nhất giữa hệ giá trị quốc gia với hệ giá trị con người và hệ giá trị văn hóa và hệ giá trị xã hội. Hệ giá trị Việt

Nam được xây dựng dựa trên khát vọng và mong muốn của của dân tộc, phản ánh trong Cương lĩnh của Đảng và hiến pháp của Nhà nước Việt Nam. Đó là dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh, hạnh phúc.

Bên cạnh các hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị xã hội, hệ giá trị gia đình và hệ giá trị cá nhân, với mỗi nhóm ngành nghề trong xã hội, mỗi nhóm tuổi cũng cần có chuẩn mực giá trị. Do đó, xây dựng chuẩn mực văn hóa trong bối cảnh truyền thông số hiện nay cần cụ thể hóa, đa dạng hóa cho phù hợp. Các chuẩn mực văn hóa cần xây dựng sao cho phong phú nhưng thống nhất trong mục tiêu chung: sự phát triển con người và đất nước Việt Nam.

Hai là, trong môi trường truyền thông số, cần phát huy cao nhất vai trò của từng chủ thể, đồng thời phát huy tính thống nhất của các chủ thể trong xây dựng chuẩn mực văn hóa ở nước ta hiện nay.

Chủ thể xây dựng chuẩn mực văn hóa Việt Nam hiện nay trong bối cảnh truyền thông số, trước hết, các cơ quan quản lý nhà nước về truyền thông, các cơ quan truyền thông, các cơ quan quản lý văn hóa đóng vai trò quan trọng trong xây dựng hệ chuẩn mực văn hóa xã hội trong môi trường truyền thông số hiện nay. Vai trò cơ bản của các cơ quan này là đảm bảo cho hoạt động truyền thông nói chung, các chuẩn mực văn hóa trong truyền thông nói riêng được xây dựng đúng chủ trương của Đảng, chính sách, quy định của Nhà nước. Vai trò của các cơ quan này là nâng cao hiệu quả quản lý của Nhà nước đối với toàn bộ hoạt động văn hóa của quốc gia bằng quyền lực của nhà nước thông qua Hiến pháp, pháp luật và cơ chế chính sách nhằm đảm bảo cho sự phát triển của văn hóa Việt Nam nói chung và chuẩn mực văn hóa Việt Nam nói riêng.

Việc thể chế hóa quan điểm, chính sách thông qua việc ban hành các văn bản quy định chuẩn mực văn hóa trong bối cảnh truyền thông số hiện nay là vô cùng cấp bách. Hiệu quả hoạt động của chủ thể này phụ thuộc rất nhiều vào năng lực, ý chí của các cơ quan quản lý truyền thông, quản lý xã hội.

Các cơ quan truyền thông trực tiếp xây dựng, lan tỏa chuẩn mực văn hóa. Truyền thông, báo chí tạo ra và định hướng dư luận xã hội. Trong bối cảnh hiện nay, một mặt, các cơ quan truyền thông cần nhận

thức rõ xu hướng tác động khách quan của quá trình chuyển đổi số, giải quyết cấp bách các yêu cầu chuyển đổi số như nhân lực truyền thông số, phương tiện truyền thông số để thúc đẩy nhanh chóng số hóa truyền thông... Mặt khác, các cơ quan truyền thông cũng cần xác định rõ tác động mạnh mẽ và nhanh chóng của nội dung truyền thông số đến xã hội. Từ đó phát huy cao nhất vai trò của mình trong quá trình xây dựng chuẩn mực văn hóa của xã hội. Ở vai trò của mình, các cơ quan truyền thông, người làm truyền thông cần cụ thể hóa các chuẩn mực văn hóa trong mỗi sản phẩm truyền thông chuyển tải tới công chúng, tới xã hội. Theo đó, thực hiện nhiệm vụ xây dựng chuẩn mực truyền thông không tách rời nhiệm vụ đấu tranh, chống lại các biểu hiện phi chuẩn mực văn hóa, lệch chuẩn văn hóa hướng dư luận xã hội theo hướng tích cực. Muốn làm tốt vai trò của mình, các cơ quan truyền thông số, người làm truyền thông số cần xây dựng hệ chuẩn mực văn hóa truyền thông số của mình, sớm ban hành chuẩn mực truyền thông số. Đồng thời, các cơ quan truyền thông và người làm truyền thông số cần gương mẫu, đi đầu trong thực hiện văn hóa truyền thông.

Xây dựng chuẩn mực văn hóa trong bối cảnh truyền thông số không chỉ là nhiệm vụ của các cơ quan quản lý xã hội, quản lý truyền thông, cơ quan truyền thông hay người làm truyền thông mà là nhiệm vụ của công chúng, của mỗi thành viên xã hội. Văn hóa là sản phẩm của quần chúng nhân dân, được hình thành trong quá trình lịch sử. Quần chúng nhân dân vừa là đối tượng thụ hưởng văn hóa vừa là chủ thể tích cực trong kiến tạo văn hóa. Chuẩn mực văn hóa, suy đến cùng là do nhân dân xây dựng, thừa nhận và là định chuẩn của chính họ. Trong bối cảnh truyền thông số, quần chúng nhân dân có nhiều điều kiện để trở thành chủ thể truyền thông. Thông qua Internet, mạng xã hội, các phương tiện truyền thông cá nhân, mỗi công chúng thực sự trở thành chủ thể truyền thông có sức lan tỏa mạnh mẽ. Cảm xúc, bình luận, đánh giá được chia sẻ bởi công chúng có thể trở thành trào lưu xã hội, tạo nên sức mạnh xã hội cả theo khuynh hướng tích cực hoặc tiêu cực, cả sức mạnh tinh thần và sức mạnh vật chất, làm thay đổi xã hội. Nâng cao ý thức của người dân, của công chúng về giá trị, chuẩn mực văn hóa là điều kiện cơ

bản nhất, quyết định nhất đến quá trình xây dựng chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số hiện nay. Muốn vậy, bên cạnh các biện pháp tăng cường tuyên truyền, giáo dục cho công chúng cần có những biện pháp pháp chế đủ mạnh để hướng công chúng vào quỹ đạo của các chuẩn mực tích cực và tiên bộ của văn hóa trong bối cảnh hiện nay.

Về nội dung, xây dựng chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số cần hướng đến những giá trị vừa truyền thống nhưng đảm bảo tính phù hợp với xã hội hiện đại, vừa mang tính dân tộc vừa mang tính thời đại. Theo đó, các chuẩn mực văn hóa được xác định vừa mang tính cụ thể vừa có tính hệ thống. Các giá trị cần được sắp xếp thống nhất trong thang bảng chuẩn mực văn hóa.

Thứ nhất, tinh thần thượng tôn pháp luật. Tinh thần thượng tôn pháp luật, tôn trọng và tuân thủ pháp luật, tôn trọng quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức, cá nhân cần trở thành chuẩn mực văn hóa trong xã hội. Khi tinh thần thượng tôn pháp luật trở thành tôn chỉ trong nhận thức hành động của mọi người, trật tự xã hội mới được đảm bảo. Tinh thần thượng tôn pháp luật giúp cho quyền lợi và lợi ích hợp pháp của mỗi người được bảo vệ, duy trì. Đây vừa là chuẩn mực văn hóa, vừa là nền tảng, giá đỡ quan trọng cho các giá trị chuẩn mực khác được đảm bảo.

Thứ hai, giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của dân tộc cần được coi là cốt lõi của hệ giá trị thời đại, không ngừng làm giàu hệ chuẩn mực văn hóa trên cơ sở tiếp biến giá trị văn hóa nhân loại. Giá trị truyền thống là tinh hoa hồn cốt của dân tộc, được hình thành và vun đắp trong suốt chiều dài lịch sử. Đó là lòng yêu nước, nhân ái, hiếu học, là sự sẻ chia, tương thân tương ái, là tinh thần cần cù sáng tạo trong lao động. Những giá trị văn hóa này đã làm nên sức mạnh tinh thần vô giá để có được Việt Nam hôm nay. Những truyền thống ấy tiếp tục là chuẩn mực, là căn cốt của nền văn hóa Việt Nam trong bối cảnh mới. Một số giá trị vốn có trong thang giá trị cần được đẩy lên giữ vị trí cao hơn, thậm chí xếp đầu bảng trong hệ giá trị văn hóa. Chẳng hạn như tinh thần tự lực tự cường, tính kỷ luật và trách nhiệm cho phù hợp với sự vận động xã hội Việt Nam ngày nay.

Thứ ba, trong bối cảnh truyền thông số, sự tham

gia của số lượng lớn chủ thể truyền thông, sự phong phú của nội dung truyền thông và tính đa dạng của kênh truyền thông đòi hỏi xây dựng chuẩn mực văn hóa trên tinh thần tôn trọng giá trị, hệ giá trị của cá nhân, nhóm, cộng đồng khác nhau. Tính tôn trọng cần trở thành chuẩn mực trong nhận thức, đánh giá và hành vi ứng xử của mọi người. Trong bối cảnh hiện nay, tôn trọng lẫn nhau cần trở thành chuẩn mực văn hóa chung cũng như chuẩn mực trong nhìn nhận và giải quyết các vấn đề phức tạp và đa dạng của xã hội.

Thứ tư, truyền thông số đòi hỏi sự quan tâm đúng mực tới giá trị an ninh, an toàn thông tin của cá nhân và tổ chức. Tham gia vào môi trường truyền thông số, mỗi chủ thể truyền thông, đối tượng truyền thông cần ý thức rõ về tính bảo mật thông tin và tôn trọng tính bảo mật thông tin của mọi thành viên xã hội. Đồng thời, cần coi đây là chuẩn mực của các cơ quan thông tin, các cơ quan quản lý truyền thông và quản lý xã hội để đảm bảo một xã hội an ninh, an toàn và tôn trọng quyền con người trong một xã hội phát triển.

Về phương thức, xây dựng chuẩn mực văn hóa trong môi trường truyền thông số cần phát huy thế mạnh của từng phương thức và tổng hợp sức mạnh của tất cả các phương thức xây dựng và phát triển văn hóa hiện nay. Một mặt, cần nghiên cứu một cách công phu về văn hóa, giá trị văn hóa và yêu cầu phát triển để xác định cơ sở khoa học của chuẩn mực văn hóa Việt Nam trong bối cảnh truyền thông số hiện nay. Mặt khác, tăng cường các biện pháp tuyên truyền, giáo dục trong các cấp, ngành và xã hội về vị trí vai trò của văn hóa, xây dựng chuẩn mực văn hóa hiện nay ở Việt Nam. Đồng thời, nghiêm ngặt trong xây dựng và thực thi chuẩn mực văn hóa trong các cấp, ngành quản lý xã hội, quản lý truyền thông, các cơ quan truyền thông cũng như có pháp chế đủ mạnh để duy trì thực thi theo chuẩn mực văn hóa đảm bảo cho sự vận hành của xã hội trong bối cảnh truyền thông số hiện nay./.

(1) Khoản 1, 2 Điều 1 Quyết định số 1497/2018/QĐ-TTg ngày 08/11/2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển thông tin quốc gia đến năm 2025, tầm nhìn 2030.

(2) Đảng Cộng sản Việt Nam, văn kiện đại hội XII, H. 2016 tr 127.