

Định vị giá trị văn hóa Việt Nam trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc

TS. NGÔ VĂN PHONG

Trường Đại học Văn hóa Hà Nội; Email: ngophongvhdn@gmail.com

Tóm tắt: Bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng và kỷ nguyên số hóa đang diễn ra đã đặt Việt Nam đứng trước những cơ hội lịch sử để vươn mình sánh vai với các cường quốc năm châu. Trong hành trình phát triển đầy tiềm năng ấy, việc xác định và bảo tồn những giá trị văn hóa cốt lõi của dân tộc trở nên vô cùng quan trọng.

□Định vị giá trị văn hóa Việt Nam trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc□không chỉ là một nhiệm vụ cấp thiết mà còn là chìa khóa then chốt để đảm bảo sự phát triển bền vững, giữ vững bản sắc và tạo dựng vị thế riêng biệt trên trường quốc tế.

Từ khóa: giá trị văn hóa Việt Nam; định vị giá trị văn hóa Việt Nam; kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.

1. Những giá trị cốt lõi của văn hóa Việt Nam

Văn hóa Việt Nam, một kho tàng vô giá được bồi đắp qua hàng ngàn năm lịch sử, không chỉ là những phong tục tập quán, lễ hội truyền thống hay những công trình kiến trúc cổ kính, mà còn là sự kết tinh của những giá trị cốt lõi, định hình nên bản sắc độc đáo và sức sống mãnh liệt của dân tộc, đồng thời là nguồn sức mạnh nội sinh giúp chúng ta vượt qua mọi khó khăn, thử thách.

Thứ nhất: Một trong những giá trị cốt lõi quan trọng nhất của văn hóa Việt Nam là lòng yêu nước nồng nàn. Lịch sử dựng nước và giữ nước đầy gian khổ và hy sinh đã hun đúc nên tinh thần yêu nước sâu sắc, ý thức độc lập tự chủ, và quyết tâm bảo vệ chủ quyền thiêng liêng của Tổ quốc. Tinh thần yêu nước không chỉ thể hiện qua những cuộc kháng chiến chống ngoại xâm mà còn được biểu lộ trong sự cần cù lao động, sáng tạo, và ý thức xây dựng đất nước ngày càng giàu mạnh.

Thứ hai: Tinh thần đoàn kết cộng đồng là một giá trị văn hóa vô cùng quý báu. Truyền thống □lá lành đùm lá rách□, □tương thân tương ái□đã trở thành đạo lý sống cao đẹp, gắn kết con người Việt Nam trong mọi hoàn cảnh. Tinh thần đoàn kết được thể hiện rõ nét trong những lúc hoạn nạn, thiên tai, khi cả nước chung tay giúp đỡ những người gặp khó khăn, thể hiện sức mạnh của một dân tộc biết sẻ chia và đùm bọc lẫn nhau.

Thứ ba, Ý chí tự lực tự cường cũng là một giá trị cốt lõi quan trọng của văn hóa Việt Nam. Với truyền thống □dám nghĩ, dám làm□, người Việt Nam luôn nỗ lực vươn lên, vượt qua mọi khó khăn để đạt được mục tiêu. Tinh thần tự lực tự cường được thể hiện trong sự sáng tạo, đổi mới, và khả năng thích ứng cao với những thay đổi của thời đại.

Thứ tư: Truyền thống hiếu học và tôn sư trọng đạo là một nét đẹp văn hóa được gìn giữ và phát huy qua nhiều thế hệ. Người Việt Nam luôn coi trọng việc học hành, xem đó là con đường duy nhất để thay đổi cuộc đời và đóng góp cho xã hội. Sự tôn trọng thầy cô giáo, những người truyền thụ kiến thức và đạo lý, là một biểu hiện của lòng biết ơn và sự đề cao trí tuệ.

Thứ năm: Đạo lý nhân nghĩa, với tinh thần □thương người như thể thương thân□ là một giá trị nhân văn sâu sắc, chi phối cách ứng xử và suy nghĩ của người Việt Nam. Lòng nhân ái, sự khoan dung, và tinh thần hòa hiếu là những phẩm chất cao đẹp được đề cao và khuyến khích trong xã hội.

Thứ sáu: Sự tôn trọng các giá trị gia đình và cộng đồng là một yếu tố không thể thiếu trong văn hóa Việt Nam. Gia đình là tế bào của xã hội, là nơi nuôi dưỡng và hình thành nhân cách con người. Các giá trị truyền thống như kính trọng ông bà cha mẹ, yêu thương anh chị em, và giữ gìn nề nếp gia phong luôn được coi trọng. Bên cạnh đó, cộng

đồng, làng xóm cũng đóng vai trò quan trọng trong việc định hình bản sắc và lối sống của mỗi người.

2. Những thách thức trong việc định vị giá trị văn hóa Việt Nam hiện nay

Thứ nhất: Toàn cầu hóa và nguy cơ đồng hóa văn hóa: Toàn cầu hóa, xét về bản chất, là quá trình tăng cường sự tương tác và phụ thuộc lẫn nhau giữa các quốc gia trên phạm vi toàn cầu. Nó thúc đẩy sự phát triển kinh tế, tạo ra cơ hội tiếp cận với những tiến bộ khoa học kỹ thuật, và mở rộng không gian giao lưu văn hóa. Tuy nhiên, quá trình này cũng đồng thời tạo ra một sức ép lớn đối với các nền văn hóa nhỏ, yếu thế, khi chúng phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các nền văn hóa lớn, có sức ảnh hưởng mạnh mẽ. Nguy cơ đồng hóa văn hóa thể hiện ở nhiều khía cạnh khác nhau: (1) Đó là sự lan tỏa của văn hóa đại chúng phương Tây. (2) Sự phát triển của công nghệ thông tin và mạng xã hội đã tạo ra một không gian ảo, nơi mà các nền văn hóa khác nhau giao thoa và cạnh tranh lẫn nhau. Trong không gian này, các giá trị văn hóa truyền thống dễ bị xói mòn bởi những trào lưu mới, những thông tin sai lệch, và những nội dung độc hại. (3) Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế cũng tạo ra áp lực đối với các quốc gia trong việc điều chỉnh và thay đổi các chính sách văn hóa để phù hợp với các tiêu chuẩn và quy định quốc tế.

Thứ hai: Giới trẻ thiếu hiểu biết, thiếu quan tâm đến di sản dân tộc. Khi mà thế giới phẳng mở ra vô vàn cơ hội tiếp cận thông tin và giao lưu văn hóa, một thực trạng đáng buồn đang diễn ra: một bộ phận không nhỏ giới trẻ Việt Nam đang dần trở nên thờ ơ, thiếu hiểu biết về những di sản văn hóa của dân tộc. Sự thiếu hụt này không chỉ là một lỗ hổng kiến thức mà còn là một dấu hiệu cảnh báo về sự đứt gãy trong dòng chảy văn hóa, đe dọa đến bản sắc và tương lai của đất nước. Giới trẻ ngày nay dễ dàng tiếp cận với vô vàn thông tin trên mạng, nhưng lại thiếu kỹ năng chọn lọc và đánh giá thông tin. Nhiều bạn trẻ bị cuốn hút vào những nội dung giải trí vô bổ, thậm chí là độc hại, mà quên đi việc tìm hiểu và khám phá những giá trị văn hóa truyền thống. Ngoài ra, áp lực học tập, thi cử, và tìm kiếm việc làm cũng khiến nhiều bạn trẻ không

có thời gian và tâm trí để quan tâm đến di sản dân tộc. Hậu quả của sự thiếu hiểu biết và thiếu quan tâm đến di sản dân tộc ở giới trẻ là vô cùng nghiêm trọng. Mất đi sự kết nối với quá khứ, họ sẽ khó có thể định hình được bản sắc cá nhân và bản sắc dân tộc. Hơn thế nữa, những giá trị văn hóa quý báu của dân tộc sẽ dần bị mai một, thậm chí là biến mất, gây ra những tổn thất không thể bù đắp cho tương lai.

Thứ ba: Thương mại hóa, làm sai lệch giá trị văn hóa trong du lịch, truyền thông. Thương mại hóa là quá trình biến những hoạt động, sản phẩm, dịch vụ mang tính phi lợi nhuận thành những đối tượng kinh doanh, hướng tới mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Trong du lịch, thương mại hóa thể hiện ở việc khai thác quá mức các di sản văn hóa, biến chúng thành những "cỗ máy in tiền" mà bỏ qua việc bảo tồn, tôn trọng giá trị thực sự. Các lễ hội truyền thống bị biến tướng thành những sự kiện thương mại, với những trò chơi phản cảm, những màn biểu diễn lai căng, và những hàng quán xô bồ, ồn ào, làm mất đi sự trang nghiêm, thiêng liêng vốn có. Trong truyền thông, thương mại hóa thể hiện ở việc ưu tiên những nội dung giật gân, câu khách, chạy theo thị hiếu tầm thường của công chúng, mà bỏ qua những giá trị văn hóa cao đẹp, những thông điệp ý nghĩa. Hậu quả của thương mại hóa văn hóa là vô cùng nghiêm trọng: (1) nó làm suy giảm giá trị của các di sản văn hóa, biến chúng thành những sản phẩm rẻ tiền, mất đi sự tôn nghiêm và ý nghĩa lịch sử. (2) Thương mại hóa văn hóa làm xói mòn các giá trị đạo đức truyền thống, cổ vũ lối sống thực dụng, và làm gia tăng sự phân hóa xã hội. (3) Thương mại hóa văn hóa làm mất đi sự đa dạng và phong phú của văn hóa, khi các nền văn hóa nhỏ, yếu thế bị "đồng hóa" bởi những trào lưu văn hóa đại chúng, mang tính toàn cầu. Điều này dẫn đến sự suy giảm bản sắc dân tộc, khiến chúng ta trở thành những bản sao nhợt nhạt của các quốc gia khác. Chắc chắn, thương mại hóa là một xu thế không thể tránh khỏi trong xã hội hiện đại, nhưng không có nghĩa là chúng ta phải chấp nhận nó một cách thụ động.

Thứ tư: Hiện đại hóa mà không "Ây hóa" bảo

tồn mà không □đóng khung□ Đây không chỉ là câu chuyện của chính sách, của quản lý, mà còn là trần trổ của mỗi cá nhân trên con đường phát triển, hội nhập và khẳng định bản sắc dân tộc. Hiện đại hóa là xu thế tất yếu của xã hội, thể hiện ở ứng dụng công nghệ mới, đổi mới cách quản lý, nâng cao chất lượng giáo dục, cải thiện đời sống vật chất và tinh thần. Nhờ quá trình hiện đại hóa, đất nước có cơ hội phát triển, nâng cao vị thế quốc tế, và đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của người dân. Tuy nhiên, không thể đồng nghĩa hiện đại hóa với □Tây hóa□ tức là sao chép, chạy theo một cách máy móc các mô hình, giá trị phương Tây mà quên đi cội nguồn văn hóa, truyền thống, bản sắc riêng của dân tộc mình. Chúng ta không □đóng hộp□ các làn điệu dân ca, không giới hạn lễ hội, nghệ thuật chỉ trong khuôn phép cũ kỹ, mà phải dám phối hợp, sáng tạo, đưa chúng hòa vào đời sống hiện đại - như những chương trình nghệ thuật kết hợp giữa nhạc dân tộc và pop, thể hệ trẻ mặc áo dài, áo tứ thân với phụ kiện thời trang hiện đại, kiến trúc truyền thống được chuyển hóa trong không gian đô thị... Bài toán hiện đại hóa mà không □Tây hóa□ bảo tồn mà không □đóng khung□ đòi hỏi mỗi người Việt phải có bản lĩnh văn hóa, chủ động tiếp thu sáng tạo, đồng thời giữ vững tâm thế chọn lọc.

3. Cơ hội và chiến lược định vị giá trị văn hóa Việt Nam trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc

Thứ nhất: phát triển công nghiệp văn hóa: Đây là một giải pháp quan trọng để định vị giá trị văn hóa Việt Nam. Công nghiệp văn hóa đang nổi lên như một xu thế tất yếu của thời đại, đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển bền vững của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Nhìn lại thực tiễn Việt Nam những năm gần đây, công nghiệp văn hóa đã có những bước tiến rõ rệt. Theo báo cáo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, trong giai đoạn từ năm 2018 - 2022, giá trị sản xuất của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đóng góp ước đạt 1,059 triệu tỷ đồng (44 tỷ USD), chỉ tính riêng năm 2022, thống kê có khoảng 70.321 cơ sở đang hoạt động có liên quan đến ngành công nghiệp văn hóa và bình quân lực lượng lao động

thu hút khoảng 1,7 triệu đến 2,3 triệu người, tăng 7,44%/năm⁽¹⁾. Phần đầu đến năm 2030 doanh thu từ các ngành công nghiệp văn hóa chiếm 7% GDP của cả nước, trong đó ngành điện ảnh đạt 250 triệu USD, ngành nghệ thuật biểu diễn đạt 125 triệu USD, ngành quảng cáo đạt 3.200 triệu USD và ngành du lịch văn hóa chiếm 15-20% trong tổng số 40.000 triệu USD doanh thu từ khách du lịch⁽²⁾. Để phát triển công nghiệp văn hóa thành một ngành kinh tế mũi nhọn, Việt Nam cần có những giải pháp thiết thực. *Một là*, cần hoàn thiện khung pháp lý phù hợp, tạo □hành lang xanh□ cho doanh nghiệp sáng tạo phát triển. *Hai là*, Chính phủ và các địa phương phải tăng cường đầu tư cho hạ tầng, công nghệ, xây dựng cơ sở dữ liệu, trung tâm sáng tạo văn hóa quy mô lớn. Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao qua đào tạo, hợp tác quốc tế cũng là mấu chốt. *Ba là*, đẩy mạnh quảng bá, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và tạo điều kiện để sản phẩm văn hóa Việt Nam tiếp cận thị trường toàn cầu là nhiệm vụ không thể thiếu. Phát triển công nghiệp văn hóa không chỉ mang lại giá trị kinh tế, tạo việc làm, mà quan trọng hơn còn góp phần gìn giữ, lan tỏa bản sắc dân tộc, nâng cao vị thế văn hóa Việt Nam trên bản đồ thế giới. Mỗi người dân, đặc biệt là thế hệ trẻ, cần nhận thức rõ vai trò tiên phong của mình trong việc sáng tạo, tiêu thụ và quảng bá các sản phẩm văn hóa mang □hồn Việt□ Đó chính là cách để Việt Nam tự tin hội nhập, phát triển, thực hiện khát vọng xây dựng đất nước hùng cường, thịnh vượng, đậm đà bản sắc.

Thứ hai: Số hóa và truyền thông giá trị văn hóa: Hoạt động số hóa và truyền thông giá trị văn hóa đã trở thành một xu thế tất yếu, góp phần quan trọng vào việc giữ gìn, lan tỏa và phát huy bản sắc dân tộc. Số hóa không chỉ là quá trình chuyển đổi các giá trị, sản phẩm văn hóa thành dữ liệu số mà còn mở ra cơ hội truyền thông, quảng bá rộng rãi văn hóa đến mọi tầng lớp xã hội, vượt qua mọi giới hạn về không gian và thời gian. Trước hết, số hóa giá trị văn hóa mang lại nhiều lợi ích rõ rệt. Nhờ công nghệ số, các di sản văn hóa vật thể lẫn phi vật thể đều có thể được lưu trữ, bảo quản, phục dựng, đồng thời phổ biến rộng rãi tới cộng đồng trong và

ngoài nước. Ví dụ, nhiều bảo tàng tại Việt Nam đã triển khai mô hình bảo tàng số, cho phép người tham quan khám phá hiện vật, không gian lịch sử thông qua công nghệ thực tế ảo, thực tế tăng cường. Các làn điệu dân ca, múa rối nước, nghi lễ truyền thống đã được số hóa dưới dạng video, hình ảnh, âm thanh số, dễ dàng giới thiệu cho cộng đồng quốc tế và thế hệ trẻ trên nền tảng số như YouTube, Facebook, các ứng dụng di động, hay qua hệ thống website chuyên ngành. Bên cạnh đó, số hóa còn góp phần bảo tồn các giá trị văn hóa có nguy cơ mai một. Việc số hóa những giá trị này giúp lưu giữ trọn vẹn nội dung, hình thức, góp phần □giữ lửa□ cho văn hóa Việt Nam đa dạng, giàu bản sắc, là nguồn dữ liệu quý báu cho nghiên cứu, giảng dạy văn hóa trong các nhà trường, tổ chức nghiên cứu một cách thuận lợi, toàn diện. Do đó, để số hóa và truyền thông giá trị văn hóa đạt hiệu quả: (1) cần sự phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức văn hóa nghệ thuật, cộng đồng doanh nghiệp và người dân. (2) Đầu tư cho hạ tầng số, bảo hộ bản quyền, kiểm soát thông tin, đào tạo đội ngũ chuyên sâu về số hóa di sản là những yếu tố cần thiết. (3) Phải xây dựng chiến lược truyền thông sáng tạo, tận dụng các mạng xã hội, nền tảng số, chuyển tải các giá trị văn hóa một cách hấp dẫn, gần gũi với giới trẻ và bạn bè quốc tế, giúp văn hóa Việt □sống□ giữa thời đại hiện đại mà không bị hòa tan.

Thứ ba: Giáo dục bản sắc văn hóa cho thế hệ trẻ: Tổng bí thư Tô Lâm đã khẳng định: □Văn hóa đóng vai trò là nền tảng tinh thần quan trọng trong quá trình phát triển toàn diện của thanh niên Việt Nam□⁽³⁾. Do đó, giáo dục bản sắc văn hóa cho thế hệ trẻ là nền tảng bền vững để mỗi người con đất Việt lớn lên đều biết yêu quý, tự hào và sẵn sàng quảng bá những giá trị tốt đẹp của quê hương mình. Giải pháp này không chỉ giúp thế hệ trẻ hiểu rõ cội nguồn, mà còn hình thành ý thức gìn giữ và phát huy những truyền thống tốt đẹp, từ đó xây dựng bản lĩnh vững vàng giữa muôn vàn ảnh hưởng của thế giới hiện đại. Chính vì vậy, gia đình, nhà trường và toàn xã hội cần chung tay góp sức trong việc giáo dục bản sắc văn hóa cho thế hệ trẻ. Gia đình

cần trở thành môi trường đầu tiên ươm mầm giá trị truyền thống; các bậc cha mẹ nên thường xuyên kể chuyện, hướng dẫn con tham gia vào các hoạt động lễ hội truyền thống, dạy con biết kính trọng tổ tiên, giữ gìn tiếng Việt... Nhà trường cần lồng ghép giáo dục văn hóa dân tộc qua các môn học, tổ chức sinh hoạt ngoại khóa, tham quan di tích, khuyến khích học sinh sáng tạo các sản phẩm nghệ thuật mang nét Việt. Xã hội cần tạo điều kiện để các chương trình nghệ thuật dân gian, lễ hội truyền thống, các không gian văn hóa phát triển, đặc biệt cần ứng dụng mạnh mẽ công nghệ hiện đại để số hóa, truyền thông các giá trị văn hóa đến gần hơn với giới trẻ. Ngoài ra, bản thân mỗi bạn trẻ cũng phải chủ động tìm hiểu, trải nghiệm, gìn giữ giá trị văn hóa cha ông. Giáo dục bản sắc văn hóa không chỉ là gìn giữ những giá trị xưa cũ, mà còn là nền tảng để thế hệ trẻ tự tin hội nhập, tiếp thu chọn lọc các thành tựu nhân loại mà vẫn giữ vững nét riêng Việt Nam. Đó là đường hướng quan trọng để xây dựng đất nước phát triển bền vững, giàu bản sắc và hội nhập thành công trong tương lai.

Thứ tư: ngoại giao văn hóa: Ngoại giao văn hóa ngày càng khẳng định vị trí quan trọng trong chiến lược phát triển bền vững của mỗi quốc gia, trong đó có Việt Nam. Nếu ngoại giao truyền thống chú trọng đến các vấn đề chính trị, kinh tế, an ninh, thì ngoại giao văn hóa lại tiếp cận bằng một con đường mềm mại mà hiệu quả - thông qua giao lưu, chia sẻ, quảng bá các giá trị văn hóa dân tộc, nhằm tăng cường sự hiểu biết, xây dựng niềm tin và tạo thiện cảm với cộng đồng quốc tế. Bản chất của ngoại giao văn hóa là kết nối con người bằng chính những nét đẹp riêng biệt, độc đáo của mỗi nền văn hóa. Từ các hoạt động như tổ chức tuần lễ văn hóa, trình diễn nghệ thuật truyền thống, hội thảo văn hóa - giáo dục, triển lãm sản phẩm thủ công, ẩm thực, điện ảnh cho tới trao đổi sinh viên, học giả, nghệ sĩ... tất cả đều góp phần lan tỏa hình ảnh đất nước tới bạn bè bốn phương. Ngoại giao văn hóa không chỉ phát huy hiệu quả trong việc quảng bá hình ảnh quốc gia mà còn là □chiếc cầu nối□ tăng cường sự hợp tác về nhiều mặt: giáo dục, kinh tế, du lịch, khoa học công nghệ. Để phát huy sức mạnh ngoại

giao văn hóa, Việt Nam cần hoạch định chiến lược dài hạn, đẩy mạnh hợp tác công - tư, tận dụng các phương tiện truyền thông, nền tảng kỹ thuật số để lan tỏa giá trị văn hóa ra thế giới. Đồng thời, mỗi người dân, mỗi bạn trẻ cũng cần ý thức vai trò "sứ giả văn hóa", chủ động tìm hiểu, gìn giữ và tự tin giới thiệu những nét đẹp Việt Nam đến với người nước ngoài.

Thứ năm: Kết hợp "cái cũ" và "cái mới"
Trong dòng chảy không ngừng của xã hội hiện đại, khái niệm về "cái cũ" và "cái mới" luôn song hành, tác động qua lại, bổ sung và tạo tiền đề phát triển cho nhau. Nếu "cái cũ" là những giá trị truyền thống, những tinh hoa văn hóa dân tộc được gìn giữ qua bao thế hệ, thì "cái mới" lại là sự sáng tạo, đổi mới, tiếp nhận tinh hoa nhân loại. Việc kết hợp hài hòa giữa hai yếu tố này không chỉ giúp xã hội phát triển bền vững mà còn tạo nên một bản sắc riêng biệt, giàu sức sống cho mỗi cá nhân, mỗi cộng đồng và cho cả đất nước. "Cái cũ" chính là những giá trị bền vững mà cha ông ta đã hun đúc nên qua hàng ngàn năm lịch sử. Đó là truyền thống "uống nước nhớ nguồn", lòng nhân ái, tinh thần tương thân tương ái, những giá trị đạo đức, hay những di sản nghệ thuật, kiến trúc, văn hóa dân gian độc đáo. Những giá trị ấy không chỉ là nền tảng vững chắc tạo dựng nên nhân cách con người mà còn là chất keo gắn kết cộng đồng, làm nên linh hồn của dân tộc Việt Nam. "Cái mới" ở đây là những thành tựu của khoa học - kỹ thuật, tư duy đổi mới trong quản lý, sản xuất, giáo dục; là sự hội nhập văn hóa, tiếp thu các giá trị tiến bộ của nhân loại. Nhờ tinh thần tiếp nhận, sáng tạo, đất nước ta mới có thể phát triển, sánh vai cùng các cường quốc năm châu. Kết hợp "cái cũ" và "cái mới" không có nghĩa là bảo thủ, níu kéo quá khứ hay cuồng nhiệt chạy theo thời thượng một cách rời rạc. Đó là quá trình chọn lọc, kế thừa những giá trị tốt đẹp của truyền thống, đồng thời mạnh dạn đổi mới, sáng tạo cho phù hợp với hoàn cảnh hiện đại. Kết hợp "cái cũ" và "cái mới" là con đường đúng đắn để phát triển xã hội bền vững và xây dựng con người hiện đại mà vẫn giàu truyền thống. Đó là cách để Việt Nam vững vàng hội nhập mà không hòa tan, để mỗi người trưởng

thành cả về trí tuệ lẫn tâm hồn, tự hào là con cháu Lạc Hồng tiếp nối xứng đáng chặng đường cha ông đi trước.

Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên mới - kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, việc định vị được và đúng giá trị văn hóa không chỉ là sợi chỉ đỏ xuyên suốt mà còn là yếu tố tất yếu giúp đất nước khẳng định vị trí, nâng tầm bản sắc, tạo sức mạnh mềm trên trường quốc tế. Định vị giá trị văn hóa là một phần tất yếu trong chiến lược phát triển không đơn thuần là khẩu hiệu mà đã được khẳng định trong các văn kiện, nghị quyết lớn của Đảng và Nhà nước. Yêu cầu đặt ra là mỗi cá nhân, mỗi tổ chức, mỗi doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu, gìn giữ, phát huy giá trị văn hóa trong từng hành động, sản phẩm, công trình, để văn hóa thực sự trở thành sức mạnh nội sinh to lớn, nâng bước Việt Nam vững vàng hội nhập, phát triển bền vững, khẳng định vị thế trên trường quốc tế. Có thể nói, khẳng định vai trò và định vị giá trị văn hóa Việt Nam là mệnh lệnh của thời kỳ mới. Đó không chỉ là trách nhiệm của Nhà nước, mà còn là sứ mệnh, niềm tự hào, lời cam kết của từng người Việt hôm nay và mai sau để đất nước phồn vinh, trường tồn cùng thời gian.

Chắc chắn tương lai tươi sáng sẽ mở ra khi chúng ta lan tỏa mạnh mẽ giá trị văn hóa Việt Nam, biến nó thành "cầu nối" hội nhập và phát triển bền vững. Đó là con đường đúng đắn để Việt Nam không chỉ được biết đến như một quốc gia phát triển về kinh tế, mà còn là một đất nước giàu truyền thống, bản sắc và chiều sâu văn hóa, xứng đáng với vị thế ngày càng lớn mạnh trên bản đồ thế giới./.

(1) Thế Công (2024), *Để văn hóa thực sự trở thành ngành công nghiệp phát triển*, Cổng thông tin điện tử, Bộ văn hóa, thể thao và du lịch.

(2) Quyết định số 1755/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: *Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*;

(3) Trung Đức, Thái Sơn, 26/6/2025, *Từ bản sắc đến toàn cầu - khát vọng vươn tầm của người Việt trẻ*, báo điện tử Tuổi trẻ thủ đô