

Thực trạng tiếp nhận các sản phẩm văn hóa giải trí xuyên quốc gia của giới trẻ Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay

Ngày nhận bài: 01/11/2023 | Ngày phản biện: 02/11/2023 | Ngày xuất bản: 10/11/2023

Tác giả: Đinh Thị Thanh Tâm (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: (LLCT&TTĐT) Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang là điều kiện, động lực thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa, các sản phẩm văn hóa giải trí xuyên quốc gia phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, việc tiếp xúc và giao lưu văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay mang đến nhiều thách thức và ảnh hưởng đến giá trị văn hóa dân tộc, đặc biệt đối với thế hệ trẻ Việt Nam. Đánh giá những mặt tích cực, hạn chế về thực trạng tiếp nhận các sản phẩm văn hóa xuyên quốc gia và định hướng một số giải pháp nhằm tạo môi trường cho các sản phẩm văn hóa truyền thống được giao thoa, ươm mầm và nảy nở là nội dung bài viết hướng tới.

Hòa mạng Internet toàn cầu vào năm 1997 và chỉ sau hơn 20 năm phát triển, đến nay Việt Nam đã thuộc top đầu các nước "có tương tác cao với Internet", là một trong 20 quốc gia "năng động nhất về Internet". Theo báo cáo toàn cảnh Digital Việt Nam của We Are Social và Hootsuite, tính đến đầu năm 2023, Việt Nam có 77,93 triệu người sử dụng Internet, tương đương 79,1% so với tổng dân số, tăng thêm 5,3 triệu người (+7,3%) so với đầu năm 2022. Điều này cho thấy vẫn còn khoảng 20,9% dân số Việt Nam (khoảng 20,6 triệu người) chưa tiếp cận được với Internet, mặc dù tỷ lệ này đã giảm đi gần 6% so với mức 26,8% của năm 2022⁽¹⁾.

Ở Việt Nam, các mạng xã hội như Facebook, Tiktok, YouTube, Instagram.. được sử dụng còn cao hơn các nước có công nghệ phát triển như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan. Cùng với sự phổ biến của điện thoại di động nhiều thói quen sinh hoạt đã trở nên phổ biến trên không gian mạng ở người dân từ các đô thị hiện đại đến các làng quê hẻo lánh. Một số thống kê khác về tình hình sử dụng mạng xã hội tại Việt Nam theo We Are Social như sau:

- 5 nền tảng mạng xã hội được sử dụng nhiều nhất Việt Nam gồm có: Facebook (91,6%), Zalo (90,1%), TikTok (77,5%), Facebook Messenger (77%) và Instagram (55,4%).
- 34,4% người dùng mạng xã hội nói rằng Facebook là nền tảng yêu thích nhất của mình, trong khi đó, tỷ lệ này là 21,3% đối với Zalo và 20,3% với Tiktok.
- 5 nền tảng MXH mang lại lưu lượng truy cập nhiều nhất cho website tại Việt Nam gồm có Facebook (66,79%), Twitter (9,52%), Youtube (9,08%), Instagram (5,02%) và Pinterest (4,58%)(2)

Hiện nay, chúng ta hoàn toàn có thể coi không gian mạng là một môi trường văn hóa, bởi ở đó các cá nhân thực hiện các giao tiếp xã hội, thiết lập các quan hệ xã hội, xây dựng các mạng lưới xã hội, tiến hành các tương tác xã hội.... Trên môi trường đó đang diễn ra những hoạt động văn hóa vô cùng sôi động, các tác phẩm văn hóa nghệ thuật được phổ biến nhanh chóng, các hình thức hưởng thụ văn hóa rất cởi mở, đa dạng. Đặc biệt các sản phẩm văn hóa giải trí có xu hướng phát triển mạnh mẽ, thu hút nhu cầu tiếp nhận của cộng đồng, trong đó giới trẻ là đối tượng tiếp nhận chủ yếu.

1. Văn hóa giải trí và tiếp nhận sản phẩm văn hóa giải trí xuyên quốc gia

Văn hóa là khái niệm xuất hiện từ rất lâu trong lịch sử nhân loại và không ngừng được mở rộng cả về nội hàm cũng như ngoại diên của nó. Đến nay, mặc dù có hàng trăm quan niệm về văn hóa nhưng hầu như tất cả đều thống nhất văn hóa gắn liền với bản chất, năng lực của con người, là hệ thống các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra - hướng tới những giá trị chân, thiện, mỹ và văn hóa trở thành một bộ phận cấu thành của đời sống xã hội.

Giải trí là một nhu cầu, một hoạt động văn hóa của con người. Giải trí thuộc về hoạt động đời sống văn hóa tinh thần mang ý nghĩa vui chơi, thưởng thức, thư giãn. Mục đích của giải trí là giải tỏa những căng thẳng về thể chất và tinh thần, đạt tới sự thư thái trong tâm hồn, và cao hơn nữa là những rung cảm thẩm mỹ. Giải trí là dạng hoạt động nhằm đáp ứng nhu cầu tinh thần lành mạnh và bổ ích của con người. Văn hóa giải trí vì thế trở thành một bộ phận của đời sống văn hóa xã hội, bao gồm toàn bộ

những hoạt động giải trí của các cá nhân, các cộng đồng diễn ra một cách tích cực, chủ động, lành mạnh và tiến bộ.

Ngày nay các hoạt động văn hóa giải trí rất phong phú, đa dạng và phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của giới trẻ. Hoạt động văn hóa giải trí không chỉ dừng lại ở trạng thái thụ động tiếp nhận mà phát triển đến trạng thái chủ động tham gia hoạt động sáng tạo. Có nhiều loại hình văn hóa giải trí như: Loại hình văn hóa giải trí gắn với trò chơi (lễ hội, hội thi...); Loại hình văn hóa giải trí gắn với sáng tạo và thưởng thức nghệ thuật (điện ảnh, âm nhạc...); Loại hình văn hóa giải trí gắn với thể dục thể thao (thi đấu, vận động...); Loại hình văn hóa giải trí gắn với ẩm thực; Loại hình văn hóa giải trí gắn với thông tin đại chúng (sách, báo, tranh, ảnh....); Loại hình văn hóa giải trí gắn với dịch vụ, du lịch (thời trang, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái....); Loại hình văn hóa giải trí gắn với lao động sản xuất (sáng tác thơ, vẽ tranh)... Trong xu thế toàn cầu hóa, với sự phát triển các nền tảng công nghệ, các giá trị văn hóa nói chung và văn hóa giải trí nói riêng có điều kiện phát triển, lan tỏa tới mọi quốc gia và xâm nhập vào đời sống của con người. Văn hóa giải trí xuyên quốc gia giúp cho cá nhân và cộng đồng xích lại gần nhau tạo nên sự đa dạng trong dòng chảy giao lưu và tiếp biến văn hóa.

Trong xu thế đó, việc tiếp nhận những sản phẩm văn hóa giải trí là nhu cầu nhằm thỏa mãn đời sống tinh thần của con người. Đó là hoạt động chiếm lĩnh những giá trị tư tưởng, thẩm mỹ của các sản phẩm văn hóa, bắt đầu từ sự cảm thụ về cái hay, cái đẹp của những hình tượng, quan niệm nghệ thuật, tài nghệ tác giả trong những sản phẩm khi được tiếp cận. Giới trẻ với đặc điểm tâm lý ưa thích cái mới, lại năng động và sáng tạo, đặc biệt trong xu thế toàn cầu hóa cùng môi trường phát triển của khoa học công nghệ nên việc tiếp nhận những sản phẩm văn hóa giải trí ngày càng rộng rãi, phong phú và cởi mở.

2. Thực trạng tiếp nhận những sản phẩm văn hóa giải trí xuyên quốc gia của giới trẻ

Bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế tác động không nhỏ tới việc tiếp cận các sản phẩm văn hóa giải trí của giới trẻ. Sự tác động đó ảnh hưởng cả mặt tích cực và tiêu cực đến việc tiếp nhận những sản phẩm văn hóa giải trí xuyên quốc gia của giới trẻ.

***Mặt tích cực**

- Giới trẻ tiếp thu và kế thừa những giá trị văn hóa giải trí của các dân tộc, làm phong phú và sâu sắc hơn văn hóa giải trí của Việt Nam

Hội nhập và xu hướng toàn cầu hóa là cơ hội để giới trẻ Việt Nam hình thành thêm những yếu tố mới tích cực trong mọi hoạt động đời sống xã hội của dân tộc. Sự tiếp thu các giá trị văn minh hiện đại, tiến bộ của thế giới bổ sung vào hệ giá trị truyền thống của dân tộc sẽ tạo cho các giá trị văn hóa truyền thống dân tộc không những tiếp tục tồn tại mà ngày càng phát triển, thích ứng với xu thế vận động của thời đại. Sự phong phú, đa dạng, sâu sắc trong văn hóa của mỗi quốc gia chính là nguồn lực nội sinh quan trọng để khẳng định vị thế và sức mạnh của quốc gia đó trên trường quốc tế. Nhiều bạn trẻ với tri thức và niềm đam mê đã tiếp thu những giá trị văn hóa của các quốc gia và bổ sung, phát triển, làm giàu giá trị văn hóa dân tộc. Một minh chứng cho việc tiếp thu giá trị văn hóa của các quốc gia phải kể tới đó là ảnh hưởng của văn hóa giải trí Hàn Quốc tới giới trẻ Việt Nam. Theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu Về sự tiếp nhận văn hóa Hàn Quốc của các bạn trẻ Việt Nam hiện nay, do TS. Hà Thanh Vân- Khoa Khoa học xã hội và Nhân văn- Đại học Thủ Dầu Một khảo sát, kết quả cho thấy 78% số người được hỏi cho thấy phim truyền hình có sức ảnh hưởng mạnh mẽ nhất. Xếp sau ảnh hưởng phim truyền hình là khuynh hướng thời trang theo kiểu Hàn Quốc (chiếm tỷ lệ 40 %), trò chơi game (chiếm 35%), âm nhạc (chiếm 27 %), thể thao (chiếm 5%) và thấp nhất là văn học (chiếm 2%)⁽³⁾. Gần đây, nhóm nhạc Hàn Quốc Blackpink có chuyến công diễn tại Việt Nam và sức hút đối với ban nhạc này thể hiện ở doanh thu kỷ lục mà như một Đại biểu Quốc hội đã so sánh: "Chỉ 2 đêm diễn của Blackpink đã đạt non nửa tổng thu nghệ thuật biểu diễn phấn đấu đến 2030". Điều này cũng đặt ra câu hỏi: Phải chăng những giá trị văn hóa Hàn Quốc ảnh hưởng ở Việt Nam là những giá trị phổ thông, đại chúng, mang tính giải trí cao phù hợp với đông đảo thị hiếu thẩm mỹ của các bạn trẻ? .

Khảo sát của nhóm nghiên cứu Về sự tiếp nhận văn hóa Hàn Quốc của các bạn trẻ Việt Nam hiện nay

Với sự gần gũi về mặt địa lí và văn hóa, làn sóng Hallyu đã được đón nhận và thu hút được sự quan tâm của giới trẻ Việt Nam. Từ phim ảnh, trò chơi, ẩm thực đến thời

trang, phong cách, ngôn ngữ... làn sóng Hallyu trở thành “món ăn tinh thần” được giới trẻ lựa chọn trong xu hướng giải trí của mình. Chính ảnh hưởng của làn sóng này cũng khiến cho văn hóa giải trí của giới trẻ phong phú, đa dạng, nhiều màu sắc, có cơ hội được giao lưu, tiếp xúc với công nghiệp văn hóa giải trí chuyên nghiệp bậc nhất trong khu vực và trên thế giới.

- Các giá trị văn hóa giải trí được tiếp thu có chọn lọc và lan tỏa nhanh hơn

Trước dòng chảy xâm nhập ào ạt của nền văn hóa ngoại lai từ các nền văn minh trên thế giới, một bộ phận giới trẻ Việt Nam đã biết nắm bắt lấy thời cơ, tiếp thu có chọn lọc góp phần phát triển nền văn hóa dân tộc vốn đã giàu đẹp ngày càng văn minh và tiến bộ hơn. Việc tiếp thu này thể hiện ở việc, các bạn trẻ bằng hành động thiết thực của mình đã quảng bá, giới thiệu những nét đẹp trong văn hóa giải trí của Việt Nam đến với mọi đất nước trên khắp toàn cầu. Ngày nay, thông qua sự phát triển của khoa học công nghệ, những sản phẩm văn hóa như âm nhạc, điện ảnh, thời trang, ẩm thực, sách truyện... có cơ hội và điều kiện lan tỏa đến bạn bè thế giới. Không ít những dự án của các bạn trẻ đã thành công và có sức lan tỏa mạnh mẽ tới cộng đồng, mang lại những giá trị văn hóa sâu sắc. Trong lĩnh vực âm nhạc, không ít những dự án của nhạc sĩ, ca sĩ trẻ lấy ý tưởng kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, giữa dân gian và cách tân để sản xuất những sản phẩm âm nhạc của mình. Có thể kể tới MV “Thị Mầu” của ca sĩ Hòa Minzy chỉ sau 5 ngày ra mắt đã đạt được 4,9 triệu lượt xem trên youtube ; MV âm nhạc lấy cảm hứng từ chuyện cổ tích Tấm - Cám của cô ca sĩ trẻ Phương Mỹ Chi cũng đạt 2,9 triệu lượt xem khi mới ra mắt hay những dự án âm nhạc mang đậm nét dân gian của nhạc sĩ Lê Minh Sơn, nhạc sĩ OnlyC cũng thu hút được sự quan tâm của hàng triệu khán giả trẻ. Trong lĩnh vực mỹ thuật, phải kể tới dự án “Đồng bào Việt phục” - một dự án sách kết hợp với công nghệ thực tế ảo minh họa trang phục truyền thống của 54 dân tộc Việt Nam do nhóm các bạn sinh viên Đại học FPT thực hiện. Dự án “Trường Ca Kịch Viện” - khai thác các đề tài ẩm thực, xã hội, thời trang, lịch sử, văn hóa- nghệ thuật ở Việt Nam thông qua các nền tảng trực tuyến của nhóm các bạn sinh viên nhiều trường đại học trong và ngoài nước. Không chỉ có các bạn trẻ trong nước, nhiều bạn trẻ dù đang sinh sống, học tập ở nước ngoài nhưng vẫn tâm huyết, triển khai những ý tưởng, dự án, hoặc việc làm nhằm giới thiệu, quảng bá văn hóa Việt với bạn bè các nước. Phải kể tới Dự án “Dệt nên triều đại” - cuốn sách song ngữ Anh-Việt đầu tiên khái quát về cổ phục Việt thời Lê sơ. Cuốn sách được nhóm Vietnam

Centre (Trung tâm Việt Nam-VNC) thực hiện - một tổ chức phi lợi nhuận, hoạt động độc lập, do ba bạn trẻ người Việt sống tại Australia là Nguyễn Ngọc Phương Đông, Nguyễn Anh Vũ, Lê Ngọc Linh thành lập tháng 3/2017. Và còn rất nhiều những dự án, những hoạt động quảng bá, giới thiệu, "làm mới" nghệ thuật truyền thống bằng tinh thần của tuổi trẻ, bằng trí tuệ của những người đam mê tìm tòi, sáng tạo, bằng trách nhiệm đối với văn hóa dân tộc.

- Giới trẻ lên án, đấu tranh mạnh mẽ trước những trào lưu văn hóa giải trí lệch chuẩn

Hiện nay, không ít những trào lưu văn hóa lệch chuẩn đang xuất hiện và tác động không nhỏ tới giới trẻ. Trong văn hóa giải trí có thể kể tới các lĩnh vực như điện ảnh, âm nhạc, thời trang- những lĩnh vực được các bạn trẻ quan tâm nhiều nhất, nhưng từ đó cũng xuất hiện những xu hướng và hành vi lệch chuẩn trong các lĩnh vực này. Với âm nhạc, có không ít những "tác phẩm" mà mục đích chỉ là "câu view, câu like" với ca từ tục tĩu, phản cảm. Với điện ảnh, xuất hiện những phim ngắn khai thác cảnh nóng, bạo lực, giang hồ. Với thời trang, những trào lưu độc dị, quái đản cũng được du nhập và biến tướng ở Việt Nam.

Trước những xu hướng đó, đa số các bạn trẻ không cổ xúy hay thờ ơ, mà bằng những hành động thiết thực, ý nghĩa của mình để góp phần lên án, đẩy lùi những hiện tượng văn hóa "lệch chuẩn". Có thể kể tới Cuộc vận động "Mỗi ngày một tin tốt - Mỗi tuần một câu chuyện đẹp trên mạng xã hội" do Trung ương Đoàn triển khai, nhằm lan tỏa những giá trị văn hóa tốt đẹp, đồng thời cũng nêu gương để góp phần lên án, đẩy lùi những hành vi thiếu văn hóa trong giới trẻ. Với phương châm "Lấy cái đẹp - dẹp cái xấu"; "Lấy cái tích cực - đẩy lùi cái tiêu cực", đến nay, trải qua 5 năm triển khai thực hiện cuộc vận động, đã có hàng triệu câu chuyện đẹp của thanh niên được chia sẻ trên nền tảng mạng xã hội.

Hay trong hoạt động du lịch, nhận thức của giới trẻ đối với các yếu tố văn hóa của khách du lịch quốc tế khi đến Việt Nam, một kết quả khảo sát cho thấy thanh niên sinh viên đánh giá cao các đặc điểm văn hóa, những hành vi ứng xử có văn hóa đối với môi trường, ý thức bảo vệ môi trường, bảo vệ di sản tại điểm du lịch và việc tiêu dùng sản phẩm ăn uống của khách du lịch. Tuy vậy, họ có những đánh giá không tích cực đối với trang phục của khách du lịch vì chưa phù hợp với thuần phong mỹ tục ở Việt Nam.

Về mong muốn của giới trẻ đối với việc tiếp thu các yếu tố văn hóa nước ngoài, kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố như hành vi ứng xử của khách du lịch đối với môi trường, hành vi ứng xử của khách du lịch đối với xã hội và hành vi ứng xử của khách du lịch đối với di sản và tài nguyên du lịch được giới trẻ đánh giá rất cao và thể hiện mong muốn được học theo. Có 79,1% số người được hỏi cho rằng “muốn có điều kiện tiếp cận” và “rất muốn học theo các hành vi ứng xử đối với môi trường”. Đối với trang phục của khách du lịch, có 31,5 % “muốn và rất muốn tiếp thu nếu có điều kiện tiếp cận”, còn lại “hoàn toàn không muốn” bất chước với những trang phục không phù hợp, thậm chí phản cảm ⁽⁴⁾.

*** Mặt hạn chế**

- Một bộ phận giới trẻ có xu hướng xem nhẹ các giá trị văn hóa truyền thống

Xu hướng hội nhập và mở cửa, giao lưu văn hóa xuyên quốc gia làm cho các sản phẩm văn hóa giải trí tiếp cận nhanh và đa dạng về nội dung. Song cũng đặt ra những thách thức lớn trong việc tiếp nhận các sản phẩm văn hóa giải trí, nhất là những trào lưu văn hóa “lệch chuẩn” ảnh hưởng không nhỏ tới giới trẻ. Đó chính là xu hướng xem nhẹ các giá trị truyền thống của một bộ phận giới trẻ Việt Nam.

Thực trạng báo động là một bộ phận giới trẻ hấp thụ lối sống phương Tây một cách thái quá, xa rời những chuẩn mực văn hóa, quay lưng lại với những giá trị truyền thống của dân tộc. Những sân khấu truyền thống đang ngày càng vắng bóng những khán giả trẻ, những dòng văn hóa nghệ thuật dân gian đang nhường chỗ cho những xu hướng hiện đại, thậm chí bị “biến tướng”. Bên cạnh đó, không ít thanh niên sống theo kiểu hưởng thụ, sống gấp, không muốn cống hiến lao động nhưng lại đòi hỏi để thỏa mãn những nhu cầu vật chất. Nguy hại hơn, nhiều giá trị văn hóa truyền thống bị coi thường, thậm chí bị chế giễu, thuần phong mỹ tục đứng trước nguy cơ bị chà đạp, đạo đức có nguy cơ băng hoại, tệ nạn xã hội gia tăng ⁽⁵⁾.

Trong lĩnh vực giải trí, giới trẻ đang bị cuốn hút và mê mải chạy theo những trào lưu du nhập từ nước ngoài, thậm chí vấn đề đã lên đến mức báo động. Sức trẻ cộng với tâm lý thích khám phá những điều mới lạ, bắt kịp các trào lưu đang thịnh hành trên thế giới, như: manga (truyện tranh Nhật Bản), anime (phim hoạt hình Nhật Bản), thời trang Kawaii (Nhật Bản), thời trang Hàn Quốc... Trẻ em thì tìm cảm hứng và định hướng lối

sống trên mạng qua các video của Khá Bảnh, Thơ Nguyễn hay bà Tân Vlog... Trong điện ảnh, xuất hiện những xu hướng "bắt chước" những biểu hiện bề nổi, những cách làm nghệ thuật dễ dãi, khai thác quá mức những cảnh nóng, cảnh bạo lực. Có những bộ phim chiếu mạng xuyên tạc sự thật lịch sử, tuyên truyền xâm phạm chủ quyền lãnh thổ quốc gia, song chỉ cần có thần tượng của mình đóng vai chính thì một số bạn trẻ vẫn tung hô, hâm mộ. Thậm chí, có những bạn trẻ bàng quan với những sự kiện chính trị, văn hóa, xã hội của đất nước, nhưng lại sẵn sàng chi số tiền không nhỏ và dãi nắng dầm mưa để góp mặt ở chương trình có "idol" quốc tế của mình xuất hiện.

Xét cho cùng, một sản phẩm nghệ thuật phải luôn hướng người xem tới cái đẹp, cái cao cả, đến giá trị sau cùng là chân-thiện-mỹ, giúp con người sống tử tế, nhân văn hơn chứ không phải chiều theo thị hiếu nhất thời của một bộ phận công chúng, đến mức phản văn hóa, phản nghệ thuật.

- Một bộ phận giới trẻ có xu hướng tiếp thu thiếu sự "lọc bỏ" những giá trị không phù hợp với văn hóa dân tộc.

Trong xu thế hội nhập quốc tế, giới trẻ chủ động lựa chọn, tiếp thu tinh hoa văn hóa của các nước trên thế giới để làm giàu thêm bản sắc văn hóa dân tộc. Tuy vậy trong quá trình đó vẫn còn tồn tại hiện tượng tiếp nhận xô bồ mọi thứ gọi là "tân kỳ" của văn hóa ngoại lai mà không phân biệt hay dờ, tốt xấu để đi đến chỗ lai căng, mất gốc về văn hóa. Trong bài phát biểu của Tổng bí thư Nguyễn Phú Trọng tại Hội nghị Văn hóa toàn quốc đã nêu rõ "...tiếp nhận tinh hoa văn hóa nhân loại còn hạn chế; chưa coi trọng đúng mức và có biện pháp tích cực để giữ gìn, bảo vệ và phát huy những giá trị văn hóa tốt đẹp, đặc sắc của dân tộc; nhiều khi bắt chước nước ngoài một cách nhố nhăng, phản cảm, không có chọn lọc (nói nặng ra là "vô văn hóa", "phản văn hóa")."⁽⁶⁾

Sự thiếu "lọc bỏ" thể hiện ở khía cạnh lạm dụng trong việc tiếp thu các sản phẩm văn hóa giải trí. Đó là sự lạm dụng trong các chương trình giải trí và quảng cáo trên các phương tiện truyền thông đại chúng; lạm dụng hình thức biểu diễn của một số loại hình văn hóa đại chúng; lạm dụng việc tổ chức lễ hội; lạm dụng ca từ, hình ảnh trong những bài hát một cách sống sượng, phản cảm...Lo ngại hơn, làn sóng lai căng ngôn ngữ được cổ súy và nhân rộng bởi những người được coi là có ảnh hưởng đến phần đông cộng đồng, nhất là giới trẻ. Hàng loạt ca sĩ, diễn viên có nghệ danh nửa tây nửa

ta xuất hiện như: Hamlet Trương, Elly Trần, Reno Bình...Nhiều ca khúc cũng trộn ngôn ngữ đến lạ lùng như: Why it's me? Làm sao đây? Trước mắt tôi là...Tell me...

Như vậy, trong quá trình hội nhập quốc tế chúng ta đứng trước thách thức không nhỏ về kinh tế, chính trị đặc biệt là văn hóa. Điều này đặt ra vấn đề làm thế nào để giới trẻ vừa tiếp thu những tinh hoa văn hóa nhân loại nhưng phải “gạn đục khơi trong” để bảo tồn, giữ gìn giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc.

3. Định hướng sự tiếp nhận sản phẩm văn hóa giải trí xuyên quốc gia của giới trẻ Việt Nam hiện nay

* Tăng cường hơn nữa việc giáo dục truyền thống lịch sử và những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc

Tăng cường giáo dục truyền thống giúp cho đoàn viên, thanh niên thấy được những cái hay, cái đẹp, những giá trị nhân văn sâu sắc của văn hóa truyền thống trên cơ sở khoa học. Khi niềm tự hào dân tộc được đặt trên cơ sở khoa học, nó sẽ làm cho các bạn trẻ có trách nhiệm, hành động trong việc bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa đó cũng như xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Tổ chức Đoàn trong các trường đại học phải phát huy vai trò xung kích, thực sự là lực lượng nòng cốt để định hướng, dẫn dắt sinh viên tiếp nhận và tiếp biến văn hóa nước ngoài thông qua nhiều phương tiện, hình thức, kênh khác nhau, thông qua các kỳ sinh hoạt đoàn, các hoạt động tham quan, dã ngoại, về nguồn, hành trình đến với những bảo tàng, địa danh lịch sử, thi viết, thi sân khấu hóa...

* Lên án, phê phán các hành vi xem nhẹ các giá trị văn hóa truyền thống, hành vi vi phạm chuẩn mực văn hóa của dân tộc

Thông qua nhiều kênh, nhiều phương tiện, trong đó đặc biệt là tận dụng ưu thế của các phương tiện truyền thông mới, tạo dư luận xã hội lên án những hành vi xem nhẹ, phủ nhận, quay lưng với những giá trị văn hóa truyền thống. Lên án, phê phán là cách thức giúp giới trẻ có thể nhận thức được những cái xấu, cái chưa phù hợp để thay đổi thái độ và điều chỉnh hành vi. Sinh viên, thanh niên- đối tượng sẽ tiếp nhận và trao truyền mạnh mẽ nhất những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc trong dòng chảy của văn hóa xuyên quốc gia, vì thế tiếng nói và sự quyết liệt trong đấu tranh lên án

những hành vi xem nhẹ giá trị văn hóa truyền thống, những chuẩn mực văn hóa dân tộc của các bạn trẻ là nhân tố quan trọng trước sự “xâm lăng văn hóa”.

* Tạo dựng môi trường văn hóa lành mạnh để giới trẻ có điều kiện tiếp thu những giá trị văn hóa của nhân loại

Để giải quyết vấn nạn “xâm lăng” văn hóa hiện nay, ý thức của mỗi bạn trẻ là yếu tố quan trọng nhất để bảo vệ văn hóa truyền thống của mỗi quốc gia. Tuy nhiên để mỗi bạn trẻ có ý thức thì cần xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, trong đó bao gồm cả môi trường gia đình, nhà trường và xã hội. Sự gắn kết của 3 môi trường này cùng với sự tự giáo dục của mỗi cá nhân sẽ góp phần nâng cao nhận thức, hình thành thái độ và hành vi trong việc tiếp thu, chọn lọc và sử dụng những sản phẩm văn hóa giải trí có giá trị và sức ảnh hưởng rộng rãi.

Có thể nói, xu hướng tiếp nhận văn hóa giải trí xuyên quốc gia của giới trẻ Việt Nam hiện nay có nhiều biến đổi. Việc định hướng để giới trẻ nhận thức đúng từ đó hình thành hành vi chuẩn mực góp phần phát huy, bảo tồn và gìn giữ những giá trị văn hóa truyền thống là nhiệm vụ trọng tâm và cấp bách hiện nay./.

Tài liệu tham khảo

- (1), (2) Báo cáo toàn cảnh Digital Việt Nam của We Are Social và Hootsuite 2023.
- (3) Hà Thanh Vân (2018), Sự tiếp nhận văn hóa Hàn Quốc của các bạn trẻ Việt Nam hiện nay- Những điểm nhìn từ một cuộc khảo sát xã hội học văn hóa.
- (4) Lê Anh Tuấn, Nguyễn Thị Hồng Tâm (2013), Nhận thức của giới trẻ về tiếp biến văn hóa trong bối cảnh phát triển du lịch quốc tế hiện nay.
- (5) British Council (2020), Báo cáo nghiên cứu thế hệ trẻ Việt Nam.
- (6) Bài phát biểu của Tổng bí thư Nguyễn Phú Trọng tại Hội nghị Văn hóa toàn quốc tháng 11/2021.