

35 NĂM VĂN HÓA MỸ Ở VIỆT NAM

LÊ ĐÌNH CÚC*

“Duyên và nợ” văn hóa Mỹ - Việt đã có hơn 200 năm. Tháng 7 năm Quý sửu 1873, Bùi Viện (1839 - 1897) – sứ thần của vua Tự Đức – lên đường sang Hồng Kông, qua Nhật, sau đó sang San Francisco, đến Washington, gặp Tổng thống Grant tìm sự giúp đỡ để chống lại thực dân Pháp xâm lược. Vì không mang theo quốc thư nên Bùi Viện đã không kí kết được gì, mà phải tay trắng ra về. Hai năm sau ông lại sang Mỹ lần nữa, nhưng hoàn cảnh thế giới và nước Mỹ đã thay đổi. Tổng thống Grant đã không thực hiện những điều đã hứa với Bùi Viện¹. Quan hệ hai nước chấm dứt suốt thời gian thực dân Pháp đô hộ nước ta. Nhưng văn hóa có đường đi riêng của nó. Văn hóa Mỹ, trong đó chủ yếu là văn học đã đến Việt Nam gián tiếp qua con đường của văn học Pháp, Trung Quốc và Liên Xô - các nền văn hóa vốn có lịch sử và truyền thống với văn hóa Việt Nam. Đến đầu thế kỷ XX, Phan Bội Châu, nhà chí sĩ yêu nước vĩ đại của dân tộc Việt Nam đã gặp gỡ và tiếp nhận văn hóa Mỹ qua nẻo đường Trung Quốc “Phan Bội Châu niên biểu” cho ta biết điều đó. Đặc biệt Phan Bội Châu đã viết tác phẩm “Sùng bái giai nhân” (1907), trong đó ca ngợi Washington và thừa nhận tư tưởng cách mạng “dân trí, chấn dân khí” và “khai dân trí” là chịu ảnh hưởng của Washington.

Bác Hồ, trong những năm tháng hoạt động ở Pháp (1911 - 1923) đã từng đọc *Tuyên ngôn độc lập 1776* của Mỹ, từng đọc và yêu mến Jack London, đặc biệt là tiểu thuyết “Gót sắt”.

Văn học Việt Nam trước 1945 cũng in dấu ấn của văn học Mỹ. Hàn Mặc Tử chắc chắn đọc Emily Dickinson (1830 - 1886) bởi dấu vết của thơ bà in rõ nét trong thơ Hàn Mặc Tử. Thế Lữ, Phạm Cao Củng... những nhà văn viết truyện trinh thám đầu tiên của Việt Nam cũng thừa nhận chịu ảnh hưởng của Edga Poe (1808 - 1849)².

* PGS.TS. Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam

¹ *Từ điển Bách Khoa Việt Nam* (1995), Trung tâm biên soạn Từ điển Bách Khoa Việt Nam, tập 1, Hà Nội.

² Lê Đình Cúc (2001), *Văn học Mỹ những vấn đề và tác giả*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.

Văn học Mỹ qua con đường trung gian văn học Liên Xô, những bản dịch qua tiếng Nga, tác phẩm của Hemingway, John Reed, Michael Gold, Lanston Hughes đã đến Việt Nam trước các bản dịch tiếng Anh.

Rồi cuộc chiến tranh xâm lược Việt Nam (1954 - 1975) Mỹ đã gắn không chỉ là số phận nước Mỹ vào, mà riêng về vấn đề văn hóa đã có tác động và ảnh hưởng rất lớn đến Việt Nam. Ở miền Bắc, văn hóa, văn học Mỹ được chọn lọc và tiếp nhận theo một phương thức khác với miền Nam dưới ách nô dịch của Mỹ và các chính quyền tay sai. Nếu xác định thời gian đương đại có liên quan với văn hóa Mỹ ở Việt Nam thì phải tính từ năm 1975. Cái mốc sừng sững ghi nhận và đánh dấu sự thất bại cay đắng của chính quyền Mỹ trong cuộc chiến tranh xâm lược Việt Nam. Nhưng ngay sau đó, từ 1975 đến 1986 là thời gian Việt Nam gặp rất nhiều khó khăn: hậu quả nặng nề của chiến tranh, kinh tế bao cấp và kế hoạch hóa trì trệ níu kéo, xã hội nghèo đói và chiến tranh tiếp tục ở biên giới Tây Nam và phía Bắc, Mỹ áp dụng chính sách cấm vận với Việt Nam. Vấn đề di tản và thuyền nhân những năm 80 thế kỷ XX ở Việt Nam, Mỹ cũng có phần chịu trách nhiệm. Trong bối cảnh đó quan hệ văn hóa Việt – Mỹ hay cụ thể hơn là sự xâm nhập của văn hóa Mỹ là không nhiều. Có chăng là ở bộ phận những người Việt Nam di tản sang Mỹ, ở cộng đồng gần một triệu Việt kiều sinh sống ở Mỹ.

Như vậy, văn hóa Mỹ xâm nhập vào Việt Nam với quy mô lớn và tạo nên ảnh hưởng rộng rãi là từ cuối những năm 80, nhất là sau khi Mỹ và Việt Nam tuyên bố bình thường hóa quan hệ ngoại giao (năm 1995). Đặc biệt là từ khi Nhà nước Việt Nam thực hiện Nghị quyết Đại hội VI của Đảng Cộng sản Việt Nam về Đổi mới, Mở cửa và từ khi Việt Nam tham gia WTO.

Chính sách Mở cửa và Hội nhập, xây dựng một nền kinh tế thị trường đã là điều kiện quan trọng để cho văn hóa thế giới, trong đó có văn hóa Mỹ xâm nhập vào Việt Nam. Các sản phẩm văn hóa của Mỹ trong một thời gian ngắn đã ồ ạt chiếm lĩnh thị trường Việt Nam. Phim ảnh, băng đĩa, sách báo, áo quần, thức ăn nhanh, đồ uống đóng hộp, hàng hóa tiêu dùng... Riêng về văn học, đã có hàng trăm đầu sách của các nhà văn Mỹ được dịch và xuất bản với số lượng hàng vạn bản. Không chỉ tác phẩm của các nhà văn danh tiếng và đoạt giải Nobel đã có mặt gần hết mà cả các nhà văn thế kỷ XVIII – XIX (H.Melville, Hawthorne, Longfellow, Edga Poe) cũng được dịch rất nhiều. Chưa kể đầu sách trinh thám, sách vụ án, hồi ký...

Cũng khoảng thời gian 20 năm trở lại đây thế giới đã có những tiến bộ và thay đổi ghê gớm về công nghệ giải trí qua phương tiện truyền thông đại chúng và khoa học kỹ thuật – công nghệ. Truyền hình số và truyền hình cáp, vệ tinh truyền thông cho phép mọi người Việt Nam trên khắp mọi miền đất nước từ thành phố đến nông thôn, từ làng bản heo hút xa xôi đến hải đảo ngoài biển Thái Bình Dương đều bắt được nhiều kênh của các Đài Truyền hình. Mạng Internet đã phủ kín 64 tỉnh thành của Việt Nam. Điện thoại di động đã có mặt tận hang cùng ngõ hẻm. Mọi công dân Việt Nam từ trí thức đến công nhân, nông dân, người lao động giản đơn đều bình đẳng trong hưởng thụ văn hóa và thông tin...

Nước Mỹ rất nhạy bén trước những phát triển vượt bậc của công nghệ nghe – nhìn với sự thay đổi triệt để các phương tiện sáng tạo và phân phối văn hóa. Bên cạnh đó WTO cùng với những thay đổi về pháp luật và thể chế đã tạo nên “Cái chết trong khoảng cách” trong thương mại văn hóa. Với văn hóa Mỹ, trong điều kiện nước Mỹ đã trở thành siêu cường về kinh tế, quân sự (có lúc muốn trở thành đơn cực của thế giới) đã tạo nên sự có mặt của nước Mỹ ở khắp nơi trên thế giới và văn hóa Mỹ trở thành một thứ “quyền lực mềm” góp phần tăng cường ảnh hưởng của Mỹ. Với sự ủng hộ của Chính phủ Mỹ các chương trình nghe nhìn đã quảng bá văn hóa Mỹ, trong đó có lối sống Mỹ đã xâm nhập vào Việt Nam.

Việt Nam trong quá trình hiện đại hóa và công nghiệp hóa, phát triển kinh tế đã và đang tiến hành những cải cách kinh tế. Quá trình này cũng đồng thời xảy ra với quá trình đô thị hóa. Điều kiện sống của con người đang có những thay đổi quan trọng kéo theo nhu cầu thưởng thức văn hóa cũng thay đổi. Người Việt Nam đã có lịch sử hàng nghìn năm sống trong văn hóa làng xã, văn minh lúa nước, khép kín và ổn định. Nay đối mặt với một điều kiện mới lạ của thế giới do công nghệ thông tin mang lại qua Mở cửa và Hội nhập, họ vừa có nhu cầu hưởng thụ những giá trị văn hóa truyền thống, vừa muốn tiếp thu văn hóa hiện đại, thì văn hóa Mỹ chiếm ưu thế tuyệt đối. Các kênh truyền hình truyền thanh MTV, CNN, ABC, CBS, NBS, Max, HBO đã sử dụng công nghệ nghe nhìn để tác động vào khán giả từ cách tiếp cận thính giác đến thị giác làm tăng thêm mức lôi cuốn và ảnh hưởng đến hàng chục triệu khán giả, phát liên tục 24/24h mỗi ngày. Chương trình ca nhạc và thời trang được giới trẻ quan tâm. Những Blue, Hiphop và Rock, Pop của Mỹ được thế hệ trẻ hò hét đón nhận và say sưa bắt chước. Các băng đĩa, hàng chục vạn bản, (bản gốc và sao chép, in lậu) nhạc Rock, nhạc Pop và những băng đĩa

của Britney, Christina Aguilera, Madonna, Michael Jackson, Ricky Martin có mặt mọi nơi ở nước ta. Âm nhạc Mỹ, nhất là nhạc đại chúng ảnh hưởng rất lớn đến âm nhạc Việt Nam. Không kể đến trường hợp nhiều nhạc sĩ “cop” lại, sao chép lời và nhạc Mỹ, mà nhiều “ngôi sao” Việt Nam đã ăn theo trào lưu âm nhạc này và cũng thu hút được nhiều khán giả trẻ. Nhiều ngôi sao âm nhạc và điện ảnh Mỹ là thần tượng của giới trẻ Việt Nam, rất quen thuộc gần gũi với họ. Văn hóa và thường thức văn hóa là một nhu cầu và bao giờ cũng mang đậm dấu ấn của thời đại. Dù là Việt Nam mới hội nhập toàn cầu, kinh tế chưa phải là đã phát triển cao, nhưng hoàn cảnh thế giới ngày nay đã cho phép nước ta tiếp cận với xã hội tiêu dùng. Xã hội tiêu dùng với đặc điểm của nó là luôn luôn thay đổi mode và sản xuất để sản xuất. Thời gian của xã hội tiêu dùng là ngắn lại, nhịp độ nhanh với sự hỗ trợ của công nghiệp quảng cáo. Nhịp sống của xã hội này đòi hỏi con người phải thích nghi. Công nghiệp nghe nhìn với sản phẩm nhanh, nhiều và rẻ lại được phổ biến nhanh và rộng khắp, nên tạo điều kiện cho giới trẻ tiếp cận nhanh chóng. Giới trẻ với đặc điểm tâm lý của họ là: muốn khẳng định mình, háo hức tìm tới cái mới, dễ thay đổi và thích nghi nhanh chóng với những điều mới lạ, nên họ nhanh chóng tiếp thu và chuyển tải vì văn hóa Mỹ là mới, là lạ so với văn hóa truyền thống. Họ tiếp thu văn hóa Mỹ qua thời trang, quần bò, giày Adidas, áo phông, Fast Food (thức ăn nhanh) đến ca nhạc, phim ảnh và sách báo... Mặt khác những thành tựu của khoa học và công nghệ hiện đại của Mỹ và thế giới có khả năng đổi mới không ngừng, tiên tục và nhanh chóng nên nền văn hóa Mỹ rất hấp dẫn, lôi cuốn. Phim Mỹ tràn lan không chỉ ở truyền hình, mà ngay ở các rạp chiếu phim cũng chiếm tỷ lệ rất lớn. Đặc biệt là phim Hollywood với kỹ xảo điện ảnh hiện đại hấp dẫn. Những phim như Titanic, Forest Gump, Công viên kỷ Jura, Vua sư tử, Avatar... nhiều bộ phim Hãng Walt Disney thu hút khán giả Việt Nam. Những phim của Mỹ hấp dẫn lôi cuốn người xem vì diễn xuất của các diễn viên chuyên nghiệp, tài năng, kịch bản hay và đạo diễn tài ba đáp ứng được nhu cầu thẩm mỹ của giới trẻ ... dễ dàng đến với phim Mỹ. Những đổi mới không ngừng của nền văn hóa Mỹ hàng ngày xâm nhập vào Việt Nam tạo ra nguy cơ làm cho giới trẻ ít quan tâm đến văn hóa truyền thống Việt Nam. Chưa nói đến văn hóa Mỹ tràn ngập thị trường Việt Nam và thế giới được sự bảo trợ của chính sách, cơ chế do Nhà nước Mỹ chủ trương: “Văn hóa Mỹ đồng cảm với chủ trương của những nhà hoạch định chính sách Mỹ, là khuyến khích và khuếch trương một số khía cạnh văn hóa Mỹ, lối sống Mỹ ở các khu vực khác trên thế

giới, làm cho văn hóa Mỹ chiếm vị trí thượng phong, được hoan nghênh và hỗ trợ cho kỳ vọng nước Mỹ luôn luôn mạnh nhất thế giới, chỉ huy được các quốc gia khác: Mọi quyền lợi (kể cả văn hóa) của họ phải ít nhiều phục vụ cho chủ nghĩa thực dụng của Mỹ”³. Bởi họ nhận thức được rằng: “Ai kiểm soát công nghiệp điện ảnh sẽ kiểm soát phương tiện mạnh mẽ nhất ảnh hưởng tới người dân”⁴.

Với những ưu thế đó, phim ảnh, âm nhạc và truyền hình Mỹ gặp được điều kiện thuận lợi ở Việt Nam, nên càng phát huy tác dụng. Thời lượng phim Mỹ chiếm 50% trên màn ảnh Việt Nam. Giám đốc cơ quan thông tin chiến tranh của Mỹ, ông Elmar David nói: “Chưa bao giờ có một kẻ chào hàng nào cho các sản phẩm của Mỹ ở nước ngoài có hiệu quả hơn là phim của Mỹ” (dẫn theo Lê Thế Quế “*Đặc trưng văn hóa Mỹ*”. Đề tài khoa học Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn Quốc gia. 2006).

Phim ảnh Mỹ, băng đĩa ca nhạc, đĩa Video, Games và phim Sitcom (Situation Comedy – kịch tình huống) vào Việt Nam bằng nhiều nguồn. Phim nhựa, màn ảnh rộng được nhập vào với giá rẻ thừa sức cạnh tranh ở các rạp chiếu phim của Việt Nam. Màn ảnh nhỏ và các phương tiện nghe nhìn khác như Video, điện thoại di động 3G cũng tạo điều kiện cho khán giả Việt Nam tiếp cận với đủ loại hình văn hóa Mỹ. Năm 1988, mạng toàn cầu Worldnet được chuyển tiếp bằng ba vệ tinh liên lục địa, trở thành mạng lưới truyền hình toàn cầu. Các chương trình ca nhạc, phim ảnh của Mỹ nhanh chóng đổ vào Việt Nam. Nguồn phim ảnh, ca nhạc của Mỹ được khai thác tối đa vì không phải trả tiền. Truyền hình cáp, truyền hình kỹ thuật số của Việt Nam đang truyền khắp đất nước nhiều chương trình truyền hình của Mỹ phát qua vệ tinh và mạng truyền thông Worldnet. Điều đáng lưu ý là trong từng chương trình truyền hình của Mỹ, trong từng bộ phim riêng lẻ, dù là phim nhựa hay đĩa Video, bao giờ họ cũng rất chú ý trong từng chi tiết cho việc quảng bá văn hóa Mỹ, từ thời trang, ngôn ngữ, lối sống, sở thích, tâm lý của người Mỹ đến cả truyền bá tôn giáo - một phạm trù văn hóa đặc trưng của Mỹ.

Thử lấy kênh MTV làm ví dụ. Kênh truyền hình này xuất hiện ở Mỹ đầu những năm 80 thế kỷ XX, nó nhanh chóng phủ sóng khắp thế giới và là kênh được rất nhiều người Việt Nam, nhất là lớp trẻ quan tâm theo dõi nhiều nhất. Các phiên bản của nó đã có ở Đài Truyền hình Việt Nam. Nội

³ Lê Thanh Bình (1998), “*Các xu hướng chính của văn hóa Mỹ và ảnh hưởng...*”, Tạp chí Châu Mỹ ngày nay, số 2.tr52.

⁴ Edison (2003), “*Mỹ, Âu, Nhật: Văn hóa và phát triển*”, Nxb. Khoa học xã hội, tr.191.

dung chủ yếu của kênh này là ca nhạc. Nhạc Pop, Rock, Hip – hop, Swing, Blues, Jazz đủ loại. Nó lôi cuốn hấp dẫn công chúng không chỉ *nghe nhạc* mà quan trọng hơn là “*nhìn*” nhạc, với những điệu bộ, động tác nhảy nhót, giật cục. Thời trang, tóc tai, mỹ phẩm, quần mặc trẻ rồn, phơi bày từng phần cơ thể, rồi các kiểu loại xe ô tô đắt tiền, đồng hồ trị giá hàng chục nghìn đô la đến vòng đeo cổ, nhẫn đeo tay bằng kim cương, bằng titan, nước hoa thượng hạng và nhạc cụ đắt tiền... đều được quảng cáo trên sàn diễn, trên người các ca sĩ, các ngôi sao, các Idol (thần tượng) biểu diễn trên sân nhảy và sân khấu. Lớp người trẻ tuổi Việt Nam ngay lập tức hấp thụ và biến tất cả thành thần tượng của họ. Chỉ riêng trường hợp ca sĩ Michael Jackson hay B. Spears cũng hấp hồn nhiều nam nữ thanh niên Việt Nam, qua hình ảnh của họ trên MTV không phải chỉ là âm nhạc, mà qua cách ăn mặc, lối sống. Những vụ Scandal do chính các ca sĩ tạo nên bởi lối sống thác loạn, nghiện ngập ma túy, những vụ tình ái úp mở của họ nhanh chóng được nhiều người trẻ tuổi Việt Nam bắt chước, nhất là những “ca sĩ” trẻ của Việt Nam, tài thì ít, nhưng tiếng thì nhiều. Không được trang bị văn hóa và tri thức, nhưng muốn nhanh chóng nổi tiếng để hốt bạc, nhiều người đã học cách nổi tiếng bằng Scandal, thậm chí tự tạo tai tiếng cho mình bằng ảnh sex, bằng những pha trụy lạc trai gái rồi tung lên mạng để gây sự chú ý của công chúng và dư luận. Một số người coi những thứ vớ vẩn ấy là mode, là hiện đại, là tay chơi. Và rất tiếc là hiện tượng này đang đầy rẫy ngoài xã hội, trong trường học. Ngay cả phần âm nhạc của MTV cũng có nhiều điều phải bàn. Nhạc Pop, nhạc Rock với những giai điệu đẹp, cuốn hút lòng người đem lại sự phấn khích cho người nghe phù hợp với nhịp sống nhanh của xã hội Việt Nam đang được công nghiệp hóa, hiện đại hóa, thì tính cực đoan của nó được nhiều người lớp trẻ khai thác, đẩy nó lên cực đoan. Hip – hop cũng lôi kéo thế hệ trẻ vào phá phách, quậy phá... đưa đến tâm lý sống gấp, sống vội. Những năm gần đây đã xuất hiện những tụ điểm ăn chơi, nhảy múa thác loạn trong ma túy, xập xình giống như lối sống được quảng cáo trên MTV. Dục vọng, bạo lực, sống vội của phim ảnh Mỹ, của âm nhạc Mỹ hàng ngày hàng giờ được phát trên màn ảnh truyền hình, trên màn ảnh điện thoại di động, trên Walkman, Ipod, Iphone... tạo nên tâm lý bình thường, rất dễ du nhập vào tâm hồn thế hệ trẻ. Những tệ nạn cờ bạc, mại dâm, ma túy, dâm chém nhau, xã hội đen, tống tiền, vi phạm pháp luật... theo kiểu trong xã hội Mỹ cũng được du nhập vào Việt Nam. Đó là mặt trái của văn hóa Mỹ.

Không chỉ có kênh truyền hình MTV, mà kênh truyền hình nào cũng có nội dung tương tự, nhưng MTV là điển hình vì chương trình của nó

“đi tiên phong trong mỹ học về quảng cáo” văn hóa Mỹ. Như Mark Crispin Miller ở đại học New York đánh giá: “Từ lâu nó (MTV) không chỉ bán âm nhạc, mà còn bán áo quần, đủ thứ. Âm nhạc trở thành thứ yếu so với cảnh tượng được trình diễn, và đó là bước thay đổi thực sự trong tính cách của nhạc Rock”⁵. Ông còn tặng thêm cho chương trình này một nhận xét thú vị: “MTV là tốt đối với kinh doanh, nhưng tồi đối với âm nhạc”.

Văn hóa Mỹ đã xâm nhập vào Việt Nam với tất cả những đặc trưng và nội dung của nó. Đối với văn hóa Việt Nam khi tiếp nhận văn hóa Mỹ và ảnh hưởng của nó cũng có những điểm phù hợp và tích cực, nhưng cũng có những điểm chưa phù hợp. Nước Mỹ có chiến lược của một siêu cường, họ có chính sách xâm lăng văn hóa công khai rất cụ thể và linh hoạt. Trong quan hệ với Việt Nam, Mỹ tỏ ra quan tâm trước hết tới thương mại và đầu tư. Những giao lưu, hợp tác trên các lĩnh vực khác như giáo dục, y tế, chống HIV và AIDS, khoa học kỹ thuật (chống biến đổi khí hậu, phát triển năng lượng hạt nhân vì mục đích hòa bình), tức là các lĩnh vực khác ngoài kinh tế, thuộc lĩnh vực văn hóa cũng được chú ý, nhưng không rầm rộ.

Mấy con số ví dụ: Buôn bán hai chiều giữa hai nước trong 5 năm (1995 - 2000) là 3,6 tỷ đôla, thì 5 năm tiếp theo (2001 - 2005) đã được tăng lên 23,5 tỷ đôla. Mỹ đã trở thành thị trường xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam. Đầu tư của Mỹ năm 2009 lên đến 9,8 tỷ đôla, chiếm vị trí số 1 (46% tổng số vốn đầu tư trong năm). Tính chung nguồn đầu tư là 495 dự án với giá trị 14,5 tỷ đôla. Quá trình này cũng tạo điều kiện thuận lợi cho văn hóa Mỹ đổ bộ vào Việt Nam. Theo thời gian, quá trình giao lưu văn hóa Mỹ – Việt cũng được thể hiện qua quan hệ hai nước.

Ngày 30/4/1975 cuộc chiến tranh xâm lược Việt Nam của Mỹ hoàn toàn chấm dứt với sự rút chạy của Đại sứ Martin (những lính Mỹ đã rút về nước trước đó hai năm (1973)), nhưng mãi đến ngày 29/9/1990 mới có cuộc gặp giữa Bộ trưởng Bộ ngoại giao Mỹ James Baker và Bộ trưởng Bộ ngoại giao Việt Nam Nguyễn Cơ Thạch ở New York, nhưng cũng chỉ mới bàn đến vấn đề nhân đạo – Tù binh chiến tranh (POW) và quân nhân Mỹ mất tích trong khi làm nhiệm vụ (MIA). Sau 4 năm, ngày 3/2/1994 Tổng thống Mỹ Bill Clinton tuyên bố dỡ bỏ lệnh cấm vận thương mại đối với Việt Nam. Cũng từ đây, quan hệ kinh tế, văn hóa Mỹ – Việt mới có điều kiện tiếp xúc, giao lưu với nhau nhiều hơn. Tháng

⁵ Daydream. *US News and World Report*. July 8 – 12/2002, p.64.

1/1995 hai nước mở Văn phòng liên lạc tại Washington và Hà Nội. Ngày 11/7/1995 tổng thống Bill Clinton tuyên bố thiết lập quan hệ ngoại giao giữa Mỹ và Việt Nam. Thủ tướng Võ Văn Kiệt tuyên bố “hoan nghênh quyết định ngày 11/7/1995 của Tổng thống Bill Clinton và sẵn sàng cùng Chính phủ Hoa Kỳ thỏa thuận một khuôn khổ mới giữa hai nước trên cơ sở bình đẳng, tôn trọng độc lập, chủ quyền, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau, cùng có lợi và phù hợp với các nguyên tắc phổ biến của luật pháp quốc tế”.

Từ đây quan hệ giữa hai nước Việt – Mỹ, trong đó có quan hệ văn hóa bước sang một thời kỳ mới. *Hiệp định thương mại song phương Việt Nam – Mỹ* (BTA) được ký tại Washington 13/7/2000.

Tháng 5/2006 Việt Nam và Mỹ ký kết Hiệp định về việc Việt Nam gia nhập WTO. Trong đó cần đặc biệt nhấn mạnh tới vấn đề “*Quyền miễn trừ văn hóa*”, mà nhiều nước trên thế giới đòi hỏi phải thực hiện có liên quan đến Hiệp định này. Thực chất là chống lại sự xâm lăng của văn hóa Mỹ, chống lại việc Mỹ hóa toàn cầu văn hóa của Mỹ. Văn hóa Việt Nam cần chú ý và kiên quyết thực hiện “*Quyền miễn trừ văn hóa*” thì mới giữ được bản sắc văn hóa dân tộc như Nghị quyết V (Đại hội Đại biểu lần thứ VIII) của Đảng Cộng sản Việt Nam đã đề ra.

Cùng với lộ trình phát triển quan hệ về mọi mặt của hai nước Việt – Mỹ, các Tổng thống Mỹ đã đến Việt Nam và các nhà lãnh đạo Việt Nam đã đến thăm Mỹ. Ngày 16/11/2000 Tổng thống Bill Clinton đến thăm Việt Nam. Tháng 6/2005 Thủ tướng Phan Văn Khải chính thức thăm Mỹ. Ngày 17/11/2006. Tổng thống George W. Bush đến Việt Nam, tháng 6/2007 Chủ tịch Nguyễn Minh Triết thăm Mỹ chính thức. Tháng 6/2008, Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm Mỹ...

Quan hệ văn hóa giữa hai nước Mỹ – Việt còn được thể hiện ở giáo dục là rõ rệt. Nhiều Trường Đại học trao đổi học giả, tham gia chung các hoạt động khoa học. Viện Khoa học xã hội Việt Nam, Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học Quốc gia Hồ Chí Minh tổ chức các Hội thảo: “Việt Nam học” và có nhiều Đề tài nghiên cứu khoa học có các nhà nghiên cứu Mỹ tham gia. Học bổng Fullbright, học bổng Havard Yenching và nhiều Trường Đại học Mỹ tiếp nhận hàng nghìn sinh viên Việt Nam tới Mỹ học các ngành văn hóa. Các hội viên tình nguyện hòa bình (Pace Corps) của Mỹ đến Việt Nam dạy tiếng Anh miễn phí và tham gia xóa đói giảm nghèo. Nhiều nhà văn, nhà thơ Mỹ đã đến thăm và làm việc tại Việt Nam và ngược lại. Nhiều ấn phẩm của Việt Nam đã được dịch và xuất bản ở

Mỹ (dù rất khiêm tốn). Vấn đề chất độc màu da cam đang được giải quyết. “Năm 2007 Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết và Tổng thống Mỹ G. W. Bush đã có những thỏa thuận khắc phục hậu quả môi trường, và khi đó đã có một khoản tiền 3 triệu USD được cấp để thực hiện các hoạt động về môi trường và giúp đỡ về y tế. Hiện nay phía Mỹ bổ sung thêm 3 triệu USD nữa để thực hiện các hoạt động trên”. (Đại sứ Hoa Kỳ tại Việt Nam Michael Michalak. Tạp chí *Việt – Mỹ* số 30 năm 2009).

Trên tất cả các mặt quan hệ với Mỹ, thì quan hệ văn hóa là Việt Nam bị yếu thế hơn. Sức mạnh văn hóa Mỹ, đặc biệt là những mặt tiêu cực của nó không thể xem thường. Vấn đề đặt ra là văn hóa Việt Nam phải làm gì, như thế nào để chống lại cuộc xâm lăng của văn hóa Mỹ, để bảo tồn văn hóa dân tộc và tiếp thu được những tinh hoa văn hóa của nhân loại trong đó có văn hóa Mỹ.

Tài liệu tham khảo

1. Hữu Ngọc (1993), *Hồ sơ văn hóa Mỹ*, Nxb. Thế giới, Hà Nội.
2. Nguyễn Đình Chú, mục Phan Bội Châu, *Từ điển Văn học* (Bộ mới), Nxb. Thế giới, Hà Nội. 2004.
3. Lê Thế Quế, *Đặc trưng của văn hóa Mỹ*, Đề tài khoa học, Đại học Quốc gia, Hà Nội 2006.
4. *Từ điển Bách Khoa Việt Nam*, Trung tâm từ điển Bách Khoa, Hà Nội 1995.
5. Phạm Viết Lãm, *Quan hệ Việt Mỹ 35 năm sau*, Tạp chí Truyền hình. Số 17 (667), ngày 29 /04 /2010.