

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP QUẢNG NINH

TS. Nguyễn Thị Huệ (Chủ biên)
ThS. Nguyễn Thị Thu Hằng

GIÀO TRÌNH
VĂN HÓA KINH DOANH

(DÙNG CHO BẠC ĐẠI HỌC)

QUẢNG NINH - 2018

LỜI MỞ ĐẦU

Văn hóa, với tư cách là nền tảng tinh thần của xã hội, là động lực vô hạn thúc đẩy sự phát triển của sản xuất hàng hóa và nhờ sản xuất hàng hóa để phát triển, là mục tiêu cao cả của mọi hình thái xã hội. Văn hóa có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc bồi dưỡng và phát huy nhân tố con người xây dựng xã hội mới và con người mới trong tất cả các lĩnh vực hoạt động sản xuất – kinh doanh, hoạt động chính trị, hoạt động khoa học – công nghệ, hoạt động văn hóa – xã hội – nhân văn, vv ... Trong thời đại ngày nay kinh tế thị trường, kinh tế tri thức, toàn cầu hóa và cách mạng quản lý ngày càng ngày phát triển như vũ bão, các quốc gia xích lại gần nhau hơn, vì thế văn hóa dân tộc, bản sắc dân tộc ngày càng trở thành trung tâm của mọi sự chú ý. Văn hóa đã và đang trở thành một nhân tố có tác động tới mọi khía cạnh của hoạt động kinh doanh. Có thể nói văn hóa kinh doanh là phần hồn của một doanh nghiệp, bởi vì chính nó ảnh hưởng, thậm chí chi phối, các hoạt động sản xuất, quyết định kinh doanh, các mối quan hệ nội bộ và bên ngoài doanh nghiệp. Ở đây, có thể hiểu văn hóa kinh doanh của một doanh nghiệp như những quan niệm, những xác tín về mục đích và các giá trị văn hóa cần phải có trong mọi hoạt động.

Nghiên cứu, giảng dạy và học tập văn hóa kinh doanh là một biện pháp thiết thực để nâng cao nhận thức về vai trò của văn hóa trong hoạt động kinh tế, kinh doanh, tạo dựng kỹ năng cần thiết để vận dụng các nhân tố văn hóa trong hoạt động kinh tế và kinh doanh.

Cuốn giáo trình Văn hóa kinh doanh nhằm trang bị cho người học những kiến thức chung về văn hóa kinh doanh và những kỹ năng cần thiết để tổ chức, ứng dụng và phát triển các kiến thức về văn hóa kinh doanh trong hoạt động kinh tế, kinh doanh. Giáo trình *Văn hóa kinh doanh* được biên soạn thành 6 chương với nội dung chính như sau:

Chương 1: Trình bày kiến thức tổng quát về văn hóa kinh doanh như: khái niệm, đặc điểm, vai trò, các hình thức biểu hiện... làm nền tảng kiến thức cho các chương sau.

Chương 2: Trình bày tổng quát về triết lý kinh doanh như: khái niệm, nội dung và hình thức thể hiện, vai trò, những điều kiện, cách thức xây dựng và phát huy triết lý kinh doanh của doanh nghiệp đồng thời phân tích vấn đề xây dựng và phát huy triết lý kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam.

Chương 3: Trình bày tổng quan về đạo đức kinh doanh: Khái niệm, vai trò, các khía cạnh thể hiện của đạo đức kinh doanh, đồng thời trình bày phương pháp phân tích và xây dựng trong kinh doanh.

Chương 4: Trình bày những nội dung cơ bản về văn hóa doanh nhân: Khái niệm, các nhân tố tác động, các bộ phận cấu thành, vai trò của doanh nhân trong phát triển văn hóa doanh nghiệp và hệ thống tiêu chuẩn đánh giá văn hóa doanh nhân.

Chương 5: Trình bày chi tiết về văn hóa doanh nghiệp: Khái niệm, đặc điểm, hình thức biểu hiện, các nhân tố tác động, vai trò của văn hóa doanh nghiệp. Đồng thời phân tích vấn đề xây dựng và phát huy văn hóa doanh nghiệp Việt Nam.

Chương 6: Vận dụng kiến thức từ chương 1 đến chương 5 để phân tích vai trò, tác động của văn hóa kinh doanh trong mọi hoạt động của doanh nghiệp: Văn hóa ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp, văn hóa trong định hướng đến khách hàng, văn hóa trong đàm phán và thương lượng.

Các nội dung trên đều được phân tích kết hợp với ví dụ minh họa. Cuối mỗi chương đều có câu hỏi ôn tập và bài tập tình huống giúp người học củng cố kiến thức đã học.

Mặc dù, tập thể tác giả đã nỗ lực rất cao, dành nhiều thời gian và công sức để hoàn thành cuốn giáo trình nhưng không tránh khỏi những thiếu sót. Tập thể tác giả rất mong sự chỉ giáo, đóng góp, xây dựng của bạn đọc để cuốn giáo trình hoàn thiện hơn.

Xin trân trọng cảm ơn!

Tailieu.vn

Chương 1

TỔNG QUAN VỀ VĂN HÓA KINH DOANH

1.1. Khái quát chung về văn hóa

1.1.1. Khái luận về văn hóa

Văn hóa gắn liền với sự ra đời của nhân loại, nói một cách khác, văn hóa có từ thuở bình minh của xã hội loài người. Cùng với quá trình phát triển nhân loại, khái niệm văn hóa càng được bổ sung thêm những nội dung mới. Năm 1952 hai nhà nhân chủng học người Mỹ là A.L.Kroeber và K.Kluckolm đã sưu tầm được 164 định nghĩa khác nhau về văn hóa. Cho đến nay, con số định nghĩa chắc vẫn đang tiếp tục tăng lên. Tại hội nghị về văn hóa UNESCO tại Mexico năm 1982, người ta cũng đã đưa ra 200 định nghĩa về văn hóa. Hiện nay thì số lượng khái niệm về văn hóa ngày càng tăng thêm đến vô vàn, khó mà thống kê hết được. Văn hóa là một thuật ngữ đa nghĩa. Đó là do bản thân các vấn đề văn hóa rất phức tạp, đa dạng, do vậy, các nhà nghiên cứu có những cách tiếp cận khác nhau nên dẫn đến nhiều quan niệm khác nhau về khái niệm văn hóa.

a. Khái niệm

Theo nghĩa của gốc từ :

Văn hoá trong từ nguyên của cả phương Đông và phương Tây đều có một nghĩa chung căn bản là ***sự giáo hoá, vun trồng nhân cách con người*** (bao gồm cá nhân, cộng đồng và xã hội loài người), cũng có nghĩa là làm cho con người và cuộc sống trở lên tốt đẹp hơn. Như vậy, dù ở Phương Đông hay Phương Tây thì văn hóa đều được coi là hoạt động tinh thần hướng tới việc sản xuất ra các giá trị Chân, Thiện, Mỹ. Ở Việt Nam, văn hóa cũng được định nghĩa rất khác nhau. Hồ Chí Minh cho rằng “*Vì lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống, loài người mới sáng tạo và phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, văn học, nghệ thuật, những công cụ cho sinh hoạt hằng ngày về mặt ăn, ở và các phương thức sử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hóa*”[5]. Theo định nghĩa này thì văn hóa là những cái gì đối lập với thiên nhiên và do con người sáng tạo nên từ tư tưởng tình cảm đến ý thức tình cảm và sức đề kháng của mỗi người, mỗi dân tộc. Trong những năm gần đây, một số nhà nghiên cứu ở Việt Nam và kể cả ở nước ngoài khi đề cập đến văn hóa, họ thường vận dụng định nghĩa văn hóa do UNESCO đưa ra vào năm 1994. Theo UNESCO, văn hóa được hiểu theo hai nghĩa: nghĩa rộng và nghĩa hẹp. Theo nghĩa rộng thì “*Văn hóa là một phức hệ - tổng hợp các đặc trưng diện mạo về tinh thần, vật chất, tri thức và tình cảm... khắc họa nên bản sắc của một cộng đồng gia đình, xóm làng, vùng, miền, quốc gia, xã hội... Văn hóa không chỉ bao gồm nghệ thuật, văn chương mà còn cả lối sống, những quyền cơ bản của con người, những hệ thống giá trị, những truyền thống, tín ngưỡng...*”[8];

Nhìn chung, các định nghĩa về văn hóa hiện nay rất đa dạng. Mỗi định nghĩa đề cập đến những dạng thức hoặc những lĩnh vực khác nhau trong văn hóa. Nhờ có văn hóa mà con người trở nên khác biệt so với các loài động vật khác; và do được chi phối bởi môi trường xung quanh và tính cách tộc người nên văn hóa ở mỗi tộc người sẽ có những đặc trưng riêng. Với cách hiểu này cùng với những định nghĩa đã nêu thì văn hóa chính là nấc thang đưa con người vượt lên trên những loài động vật khác; và văn hóa là sản phẩm do con người tạo ra trong quá trình lao động nhằm mục đích sinh tồn.

Căn cứ theo hình thức biểu hiện: Văn hoá được phân loại thành văn hoá vật chất và văn hoá tinh thần, hay nói đúng hơn, theo cách phân loại này văn hoá bao gồm văn hoá vật thể (tangible) và văn hoá phi vật thể (intangible).

Con người có hai loại nhu cầu cơ bản là nhu cầu vật chất và nhu cầu tinh thần, do vậy, con người cũng có hai loại hoạt động cơ bản là sản xuất vật chất và sản xuất tinh thần. Từ đó, văn hoá như một hệ thống thường được chia làm hai dạng: văn hoá vật chất và văn hoá tinh thần. *Văn hoá vật chất* bao gồm toàn bộ những sản phẩm do hoạt động sản xuất vật chất của con người tạo ra: đồ ăn, đồ mặc, nhà cửa, đồ dùng sinh hoạt hàng ngày, công cụ sản xuất, phương tiện đi lại... *Văn hoá tinh thần* bao gồm toàn bộ những sản phẩm do hoạt động sản xuất tinh thần của con người tạo ra: tư tưởng, tín ngưỡng - tôn giáo, nghệ thuật, lễ hội, phong tục, đạo đức, ngôn ngữ, văn chương...

Sự phân chia này mới nhìn tưởng như khá rõ ràng và hiển nhiên, song nhìn kĩ sẽ thấy xuất hiện hàng loạt trường hợp phức tạp. Ví dụ: các dạng hoạt động, các quan hệ sản xuất... xếp vào dạng văn hoá vật chất hay tinh thần? Không ít các vật dụng sinh hoạt hàng ngày (= vật chất) lại có giá trị nghệ thuật rất cao (= tinh thần), ví dụ như cái muôi múc canh thời Đông Sơn có gắn tượng người ngồi thổi khèn, chiếc ngai vàng được chạm trổ công phu; ngược lại, các sản phẩm tinh thần thường tồn tại dưới dạng đã được vật chất hoá, ví dụ như pho tượng, quyền sách.

Trong thực tế, văn hoá vật chất và tinh thần luôn gắn bó mật thiết với nhau và có thể chuyển hoá cho nhau: không phải ngẫu nhiên mà K. Marx nói rằng “Tư tưởng sẽ trở thành những lực lượng vật chất khi nó được quần chúng hiểu rõ”. Bởi vậy mà tùy theo những mục đích khác nhau, việc phân biệt văn hoá vật chất và văn hoá tinh thần sẽ phải dựa vào những tiêu chí khác nhau.

Với mục đích thực tế là phân loại các đối tượng văn hoá thì việc phân biệt văn hoá vật chất và tinh thần chỉ có thể thực hiện một cách tương đối căn cứ vào “mức độ” vật chất/ tinh thần của đối tượng văn hoá. Trong trường hợp này, có thể dùng khái niệm “mục đích sử dụng” làm tiêu chí hỗ trợ: những sản phẩm làm ra trước hết để phục vụ cho các nhu cầu vật chất thì, dù có giá trị nghệ thuật cao đến mấy (như cái muôi thời Đông Sơn có gắn tượng người ngồi thổi khèn dùng để múc canh, chiếc ngai vàng được chạm trổ công phu dùng cho vua ngồi thiết triều) vẫn thuộc dạng văn hoá vật chất; còn những sản phẩm làm ra trước hết để phục vụ cho các nhu cầu tinh thần thì, dù được vật chất hoá (như pho tượng, quyền sách mua về để trưng, để đọc), chúng vẫn thuộc dạng văn hoá tinh thần.

Như vậy, khái niệm văn hoá rất rộng, trong đó những giá trị vật chất và tinh thần được sử dụng làm nền tảng định hướng cho lối sống, đạo đức, tâm hồn và hành động của mỗi dân tộc với các thành viên để vươn tới cái đúng, cái tốt, cái đẹp cái mỹ trong mối quan hệ giữa người và người, giữa người với tự nhiên và môi trường xã hội. Từ ý nghĩa đó, chúng ta rút ra được khái niệm về văn hoá như sau:

“Văn hoá là toàn bộ những giá trị vật chất và tinh thần mà loài người tạo ra trong quá trình lịch sử”.

b. Các yếu tố cấu thành văn hoá

Văn hoá là một đối tượng phức tạp và đa dạng. Để hiểu bản chất của văn hoá, cần xem xét các yếu tố cấu thành văn hoá. Dựa vào khái niệm về văn hoá, có thể phân văn hoá thành hai lĩnh vực cơ bản là văn hoá vật chất và văn hoá tinh thần

Văn hoá vật chất : Văn hoá vật chất là toàn bộ những giá trị sáng tạo được thể hiện trong các của cải vật chất do con người tạo ra. Văn hoá vật chất được thể hiện qua đời sống của quốc gia đó. Chính vì vậy văn hoá vật chất sẽ ảnh hưởng to lớn đến trình độ dân trí lối sống của các thành viên trong nền kinh tế đó.

Một điểm lưu ý là khi xem xét đến văn hoá vật chất, chúng ta xem xét cách con người làm ra những sản phẩm vật chất thể hiện rõ ở tiến bộ kỹ thuật và công nghệ, ai làm ra chúng và tại sao. Tiến bộ kỹ thuật và công nghệ ảnh hưởng đến mức sống và giúp giải thích những giá trị và niềm tin của xã hội đó. Ví dụ như nếu là một quốc gia tiến bộ về kỹ thuật, con người ít tin vào số mệnh và họ tin tưởng rằng có thể kiểm soát được những điều xảy ra với họ. Những giá trị của họ cũng thiên về vật chất bởi vì họ có mức sống cao hơn. Như vậy một nền văn hoá vật chất thường được coi là kết quả của công nghệ và liên hệ trực tiếp với việc xã hội đó tổ chức hoạt động kinh tế của mình như thế nào.

Văn hóa vật chất của người nhật bản

1. Ẩm thực

1.1. Nguyên liệu, cách thức chế biến, chế độ ăn

Nguồn nguyên liệu dùng để chế biến thành các món ăn của người Nhật Bản, hầu hết từ thực vật (cây trồng, cây bán hoang dại, hoang dại) và động vật (động vật nuôi, động vật hoang dã). Với người Nhật Bản, lương thực chính là mạch (*Mugi*), gạo (*Kome*) còn lương thực phụ là ngũ cốc và các loại khoai. Các món ăn chế biến từ mạch, gạo, chủ yếu là các món cơm, cháo, bánh còn từ lương thực phụ là khá nhiều các loại bánh, mì sợi. Tuy nhiên, xét đến cùng, để chế biến món ăn từ những nguồn nguyên liệu này, người ta sử dụng 3 phương thức chủ yếu là: chế biến qua lửa, chế biến không qua lửa và kết hợp giữa hai phương thức này. Chế biến qua lửa là phương pháp dùng nhiệt năng làm chín thức ăn được người Nhật Bản áp dụng nhiều cách thức như: nướng, luộc, hấp, đồ, nấu canh, xào, rán, rang... Chế biến không qua lửa là phương pháp làm sạch, muối hoặc làm lên men nguyên liệu với cách thức như: làm sống, làm gói, làm giấm, ủ lên men, làm chua... Kết hợp giữa chế biến qua lửa và không qua lửa gồm một số cách thức như: làm tái, làm ghém, làm tương...

Trong ẩm thực truyền thống, bánh kẹo cũng được xem là một món ăn khá quan trọng trong cuộc sống, sinh hoạt thường ngày và dịp đặc biệt (lễ hội, Tết) của người Nhật Bản. Tuy nhiên, phải từ nửa sau thế kỷ XVII, nghệ thuật làm bánh kẹo kiểu Nhật mới phát triển nhờ trong nước đã sản xuất được đường ngọt (phần nhiều vẫn phải nhập khẩu). Nguồn nguyên liệu chủ yếu là từ mạch, gạo và khoai với phương thức chế biến chính là chế biến qua lửa.

Trong ngày thường, bữa ăn của người Nhật thường có cơm và một vài món phụ khác có nguồn gốc thực vật (các loại rau, dưa muối, rong, tảo biển, đậu phụ, tương...), động vật (cá, các loài nhuyễn thể, tôm, cua...). Các món phụ có nguồn gốc động vật xưa kia chiếm tỷ lệ không nhiều trong bữa ăn, nếu có cũng chủ yếu là hải sản sông, biển. Nhưng từ thế kỷ XIX, thịt bò, thịt lợn, thịt gà mới trở nên phổ biến hơn trong các bữa ăn và cách thức chế biến. Trong ngày gồm có hai bữa chính (bữa trưa, bữa tối) và một đến ba bữa phụ (bữa sáng, bữa nửa buổi chiều hoặc bữa khuya). Trong các bữa ăn chính, về cơ bản gồm có món chính là cơm cùng một vài món phụ khác, mà tiêu biểu nhất là món canh tương (*Misoshiru*). Món phụ có nguồn gốc động vật thì thường là hải sản được chế biến theo nhiều cách nhưng đáng

chú ý là làm gỏi (*Sashimi*). Ngoài các món chính, phụ trên, không thể thiếu món dưa muối (*Tsukemono*) được chế biến từ các loại rau, củ, quả như: củ cải trắng, cà tím, dưa chuột, quả mơ, mận... Các phụ gia và gia vị như xì dầu (*Shoyu*), mù tạt (*Wasabi*) cũng thường thấy trong các bữa ăn. Chế độ ăn trong các bữa chính như vậy có thể được xem là tiêu chuẩn và áp dụng như một truyền thống từ xưa đến nay với người Nhật cho dù có thay đổi ít nhiều theo thời gian. Theo sử sách ghi lại, chế độ ăn uống này được gọi là *IchiJusansai* (một chính ba phụ) do tầng lớp võ sĩ (*Samurai*) lãnh đạo đất nước thời kỳ Muromachi (1338 - 1573) đặt ra. Ở các bữa phụ, cơm không phải lúc nào cũng có mà thay vào đó là các món làm từ lương thực phụ như: khoai, kê, ngô, đậu tương...

Trong chế độ ăn uống của người Nhật, ngoài hải sản thì rau, khoai chiếm vị trí đặc biệt trong bữa ăn hàng ngày. Càng lùi xa về quá khứ thì có lẽ là rau chứ không phải hải sản là món ăn chủ đạo sau cơm trong bữa ăn. Một món ăn khá đặc biệt thường được sử dụng từ xưa trong các bữa ăn đó là rong, tảo biển, song chế biến thành món ăn như thế nào còn phụ thuộc vào quan niệm, tập quán, thành phần mùi vị, chất lượng của chúng ở các vùng miền.

Nhìn chung thành phần thức ăn phụ thuộc nhiều vào mùa vụ, do đó yếu tố mùa vụ hay sự chuyển mùa, giao mùa cũng ảnh hưởng nhiều đến cơ cấu món ăn và bữa ăn. Tập quán ăn uống theo mùa không chỉ bởi thực phẩm ngon nhất khi chúng được thu hoạch đúng mùa vụ mà đã trở thành phong tục, yếu tố tâm lý của người dân. Qua bữa ăn, người ta vừa có thể thưởng thức những gì tinh túy nhất của món ăn vừa cảm nhận sâu sắc sự đổi thay rõ ràng của thời tiết trong năm.

Bữa ăn của người Nhật Bản, về cơ bản có hai hình thức là mọi người ăn cùng mâm hoặc không ăn cùng mâm. Hình thức thứ nhất, các món bày chung không phân biệt quá cụ thể từng món cho mỗi cá nhân. Bữa ăn như vậy thường thấy ở các gia đình nhất là trong hai bữa chính. Hình thức thứ hai, thức ăn được bày biện cho mỗi người trong một mâm riêng và cách thức này thường thấy trong các dịp lễ hội, cưới xin, tang ma. Điểm tương đồng của cả hai hình thức là các món ăn không bố trí theo cách món này tiếp món khác mà ăn các món cùng lúc. Ẩm thực trong các dịp đặc biệt có những điểm khác với ngày thường biểu hiện qua các món ăn đặc trưng, cách bày biện món ăn, nghi thức trước, trong và sau khi ăn. Tuy nhiên, có những món là một phần không thể thiếu trong bữa ăn hàng ngày cũng như các dịp đặc biệt của người Nhật Bản, chẳng hạn như cá phơi khô (*Himono*) và cá gỏi. Những món ăn này đã có từ lâu rồi dần trở thành món ăn truyền thống quan trọng trong ẩm thực của người Nhật Bản cho đến ngày nay

1.2. Thức uống và đồ hút

Xưa kia, nước lã cùng với một số nước cây quả được xem là đồ uống tự nhiên của người dân như một thói quen trong điều kiện cuộc sống còn rất thấp. Nhật Bản là quốc gia có nguồn suối nước nóng (*Onsen*) rất phong phú và cũng được sử dụng song chủ yếu vì mục đích trị bệnh, dưỡng sức khỏe hơn là vì giải khát.

Trong các đồ uống đã chế biến có vị trí rất quan trọng trong đời sống là rượu (*Sake*) và trà (*Ocha*). *Sake* là từ được sử dụng theo thói quen nhằm chỉ các đồ uống có cồn, song thực chất *Sake* là một loại rượu Nhật cất từ gạo, có màu trắng. Loại rượu này ủ với men, mạch nha và nước để tạo thành nhưng về sau còn được chưng cất thành rượu trong vắt không màu. *Sake* được sử dụng trong hầu hết các dịp đặc biệt cũng như ngày thường bởi không chỉ là đồ uống thông thường mà còn bao hàm ý nghĩa xã hội, tín ngưỡng, tôn giáo. Do rượu được sử dụng phổ biến, với những mục đích khác nhau nên cách thức uống rượu cũng

không giống nhau. Song, một cách thức uống rượu được xem là tập quán truyền thống đó là *Sake* phải được hâm nóng trong lúc uống. Hầu hết *Sake* được hâm nóng đựng trong các bình nhỏ bằng gốm, sứ gọi là *Tokkuri* cùng số lượng chén tùy thuộc vào số lượng người uống.

Ngoài *Sake*, một loại đồ uống có cồn khác là bia (*Biru*) tuy mới xuất hiện ở Nhật Bản từ thời kỳ Minh Trị (1868 - 1912), nhưng cũng mau chóng trở thành thức uống khá phổ biến, được sử dụng trong ngày thường và dịp đặc biệt theo thời gian trở thành một bộ phận trong ẩm thực truyền thống của người Nhật Bản.

Cùng với rượu thì trà cũng là đồ uống truyền thống không thể thiếu đối với người Nhật Bản trong ngày thường và dịp đặc biệt. Có khá nhiều loại trà nhưng cách chế biến truyền thống là hấp lá búp chè non, chà lại rồi phơi khô. Tên các loại trà căn cứ vào chất lượng, tính chất, hình thức, thành phần, mục đích sử dụng, chẳng hạn như *Matcha* là trà bột, không uống hàng ngày mà chủ yếu dùng trong nghi lễ Trà đạo (*Chado*). Một số loại trà có thêm phụ gia như: gạo rang thành *Genmaicha* để uống hàng ngày hay lúa mạch rang thành *Mugicha* để uống vào mùa hạ...

Đồ hút truyền thống ở Nhật Bản là khá ít, còn thuốc lá là sản phẩm du nhập từ phương Tây. Người sử dụng đồ hút cũng không nhiều, chỉ tập trung ở tầng lớp giàu sang xưa kia. Thuốc lá thường chỉ có nam giới sử dụng như thứ kích thích hơn là vai trò trong giao tiếp, ứng xử xã hội.

2. Trang phục

2.1. Quá trình tạo ra trang phục

Để tạo ra trang phục, người Nhật Bản từ xưa đã sử dụng nhiều loại nguyên liệu khác nhau từ thực vật và động vật. Nguyên liệu từ thực vật khá đa dạng nhưng phổ biến là sợi của cây gai (*Asa*), đậu tía (*Fuji*), sắn dây (*Kuzu*), cây thân leo (*Tsuru*), rơm rạ (*Wara*), bông (*Wata*). Ngoài những loại nguyên liệu dệt thu được từ thực vật và động vật hoang dã thì nguồn nguyên liệu chủ yếu là sợi gai, bông và sợi tơ tằm. Nhìn chung, nữ giới trước kia đảm nhận vai trò là người làm ra đồ mặc cho gia đình cho nên họ đồng thời sử dụng và “cai quản” công cụ quan trọng bậc nhất tạo ra trang phục đó là cái khung cửi. Qua đó, họ khẳng định vai trò, trách nhiệm của mình với gia đình và cộng đồng. Nghề dệt, cụ thể hơn là kỹ thuật dệt còn được xem là thước đo, là tiêu chuẩn đánh giá tài năng và đức hạnh của nữ giới trong quan niệm xã hội truyền thống.

Người Nhật từ xưa đã hiểu biết rất rõ việc khai thác cây cỏ trong thiên nhiên để tạo ra thuốc nhuộm cho trang phục của mình. Ngoài ra, người ta còn trồng những loại cây cho nguồn nguyên liệu làm thuốc nhuộm trang phục với nhiều màu khác nhau. Cũng như kỹ thuật dệt, cách pha màu, cách nhuộm cùng các công đoạn xử lý đối với mỗi loại sản phẩm còn phụ thuộc vào từng nơi, thậm chí với mỗi gia đình bởi còn có yếu tố bí truyền trong đó nữa. Tuy vậy, đối với tầng lớp bình dân thì nguyên liệu để mang trang phục cho đến trước năm 1945, nhìn chung vẫn mang tính tự cấp, tự túc.

2.2. Các loại hình trang phục

Về trang phục khi làm việc, có xu hướng chung là che kín hầu hết thân thể, nhất là nông dân phải lao động nhiều ở ngoài trời. Trang phục của nam giới, nhìn chung là mặc áo lót (*Juban*), ngoài mặc áo dài tay hoặc áo khoác. Khi làm đồng mặc quần ống hơi ngắn, còn đi làm nương mặc quần bó, thắt dây lưng vải là chỗ gài dao và dụng cụ lao động liên quan.

Đồ đội đầu khá đa dạng như cuộn khăn đầu rìu, trùm kín đầu, quần quanh đầu hoặc

đội nón (*Kasa*) trong những ngày nắng, mưa. Các nơi đều sử dụng thường xuyên bao tay (*Teko*) và giày vải (*Kyakuhan*) khi làm việc. Giày vải chỉ là một cách gọi bởi trên thực tế chúng không phải như giày thông thường vì ống giày cao đến gần đầu gối, đế mỏng và khi đi chỉ xỏ ngón chân cái. Ngoài giày vải, người ta còn đi dép rơm (*WaraJa*), dép cỏ (*Tabigutsu*) nhưng dép rơm thường được sử dụng nhiều hơn vì nguồn nguyên liệu sẵn có. Không có sự khác biệt lớn về đồ đi ở chân đối với nông dân và ngư dân khi làm việc vì chúng đều là vật thường dụng. Cũng như vậy, áo toi (*Semino*) là vật dụng thiết yếu của họ khi làm việc dưới thời tiết nắng nóng.

Trang phục của nữ giới khi làm việc là mặc quần áo lao động, thắt dây lưng. Đồ đội đầu chủ yếu là khăn, mũ vải, nón. Họ cũng sử dụng bao tay, giày vải xỏ ngón và áo toi như nam giới.

Trang phục khi làm việc của tầng lớp bình dân với những nét chung nhất như trên thì trang phục của các tầng lớp khác như quan chức, chiến binh, tăng lữ, học sinh... là những bộ trang phục đặc trưng nghề nghiệp, chức năng xã hội của họ.

Về trang phục ngày thường cũng có sự khác biệt giữa các giai tầng trong xã hội. Với tầng lớp bình dân, y phục ngày thường của nam giới gồm áo cánh (tương tự áo sơ mi), hoặc áo khoác ngoài quần, chân đi dép rơm, guốc gỗ (*Geta*). Nữ giới mặc áo cánh bó sát người, bên ngoài thắt lưng, chân đi guốc gỗ, đôi khi dùng đồ đội đầu như nón, khăn.

Về trang phục của trẻ em, hầu như quanh năm chỉ mặc y phục cũ, chỉ những dịp đặc biệt được mặc trang phục mới gọi là *Yukata* với tay áo dài, gấu trùm cổ chân, thắt dây lưng, chân đi guốc gỗ.

Trang phục trong các dịp đặc biệt như cưới xin, tang ma, lễ hội, lễ chúc mừng... có những nét chung và riêng phù hợp với từng đối tượng, thành phần xã hội.

Trong lễ kết hôn, cô dâu mặc trang phục sáng màu, đặc biệt là màu trắng luôn được chú trọng hàng đầu bởi theo quan niệm điều đó nhằm biểu hiện sự thanh khiết của cơ thể và tâm hồn. Trang phục truyền thống của cô dâu rất cầu kỳ về kiểu dáng từ đồ đội đầu, *Kimono*, kiểu tóc, đồ trang sức, đồ đi ở chân v.v... Mặc dù vậy, trang phục cưới không chỉ một bộ và kiểu trang điểm duy nhất mà phải thay đổi tùy theo trình tự trong lễ cưới.

Trang phục lễ hội rất phong phú và đa dạng về hình thức, kiểu dáng vì còn phụ thuộc vào tính chất, mục đích của mỗi lễ hội ở các vùng miền.

Trang phục trong tang ma cơ bản là màu trắng, biểu hiện ở những người thân thuộc và cả người đã khuất mặc khi tiến hành nghi lễ. Những người đến phúng viếng không nhất thiết phải mặc tang phục.

3. Nhà cửa

3.1. Chuẩn bị dựng nhà

Đề dựng nhà cửa cần rất nhiều loại nguyên vật liệu, nhưng chủ yếu là: gỗ, tre, đất, đá, lá... Cùng với việc xây dựng nhà cửa cũng đồng thời là quá trình chuẩn bị nguyên vật liệu liên quan tùy thuộc vào điều kiện, hoàn cảnh, phong tục tập quán mỗi nơi. Dựng nhà luôn gắn với chọn đất, xem hướng nhà và theo quan niệm, hướng lý tưởng nhất là hướng Đông - Nam, hướng tốt là hướng Nam. Trên thực tế, việc chọn đất, xem hướng nhà cũng có đôi chút khác biệt trong quan niệm, tập quán giữa các vùng miền. Những hướng cần tránh thường là hướng Bắc hoặc ngay trước nhà có vật chắn như núi cao hiểm trở. Tuy nhiên, thực tế còn phụ thuộc vào yếu tố khách quan (điều kiện địa lý tự nhiên) nên không phải ai cũng chọn được hướng như mong muốn. Song, xu hướng dựng nhà phổ biến vẫn là hướng nhìn ra nơi

thoáng dăng, mặt tiền ngôi nhà không bị che khuất. Việc chọn đất, xem hướng nhà rất được coi trọng cùng với những nghi lễ liên quan đến công việc này bởi ai cũng mong muốn có được cuộc sống bình an trong mỗi ngôi nhà. Trước khi dựng nhà, một nghi thức quan trọng bậc nhất liên quan đến ngày khởi công đó là lễ động thổ. Nghi lễ này thể hiện sự mong muốn của chủ nhà tiến hành dựng nhà suôn sẻ từ khởi đầu đến khi hoàn thành ngôi nhà. Cách thức tiến hành nghi lễ có sự khác nhau giữa các vùng miền nhưng điểm chung là người ta thường chọn ngày tốt, tránh ngày xấu rồi cầu xin các thần linh, đặc biệt là thần Đất phù hộ cho mảnh đất yên ổn khi dựng nhà, gia đình phát đạt sau khi hoàn thành ngôi nhà.

3.2. Các loại hình nhà cửa

Về ngôi nhà truyền thống ở Nhật Bản, nhìn chung có hai loại hình nhà cơ bản là nhà một tầng và nhà hai tầng. Quá trình xây dựng bắt đầu với việc dựng các cột rồi lắp ghép các bộ phận chính của ngôi nhà theo một trình tự đã tính toán trước để dựng lên bộ khung nhà lên tới tận xà nóc. Mỗi liên kết kỹ thuật được người ta sử dụng để tạo bộ khung nhà chủ yếu dựa vào kỹ thuật ghép mộng (mộng trơn, mộng thắt, mộng xuyên) và ngoãm nhân tạo.

Khung mái nhà một tầng với đòn nóc, đòn tay, xà đỡ mái thường được làm từ gỗ, chúng được liên kết với các cột chính, cột trôn bằng kỹ thuật mộng xuyên, mộng trơn, ngoãm nhân tạo. Từ đó tạo nên các dạng mái nhà khác nhau của nhà một tầng là nhà hai mái, bốn mái, bốn mái hờ đầu hồi, bốn mái bằng nhau. Tường, vách ở ngôi nhà một tầng hầu hết được thưng ván, trát đất trộn rơm, hoặc nguyên vật liệu tổng hợp. Ở miền núi và ven biển, nhiều khi tường nhà được làm từ gỗ tròn hoặc kê đỡ một phần đá phía dưới. Mái nhà xưa kia được lợp bằng nhiều loại chất liệu khác nhau là gỗ ván, cỏ, rơm rạ, ngói đều có ở các vùng miền. Mái nhà lợp bằng ván gỗ khá phổ biến ở vùng miền núi, nông thôn và một phần ở đô thị.

Cửa ra vào nhà một tầng được làm khá đơn giản từ nguyên liệu gỗ (một hoặc hai cánh) được bố trí mặt trước ngôi nhà, ngoài ra còn có thêm cửa hậu ở những ngôi nhà lớn. Cửa kéo là loại cửa được sử dụng phổ biến ở các loại hình nhà, song hình thức, chất lượng của nó còn phản ánh vị trí các giai tầng xã hội trước kia.

Nhà hai tầng hầu hết có bộ khung nhà, tường nhà được làm từ gỗ, với cột chôn hoặc kê đá. Kết cấu mái nhà hai tầng phổ biến kiểu nhà có hai mái, nhà có bốn mái, mái có chái hồi và mái không có chái hồi. Nhà có hai mái hầu hết cả hai tầng có diện tích như nhau, nếu thêm hai mái phụ để làm tường có bốn mái nhưng thực chất phần che vươn ra ngoài tường tương tự như mái nhà. Nhà hai tầng bốn mái thường có diện tích mặt bằng tầng một lớn hơn tầng hai cho nên mỗi tầng có hai mái riêng biệt tạo cảm giác như hai nhà chồng xếp lên nhau.

3.3. Cấu trúc bên trong ngôi nhà

Nhìn chung, ngôi nhà truyền thống của người Nhật Bản được làm bằng gỗ nhưng với mỗi loại hình nhà cửa lại có những điểm tương đồng và sự khác biệt về cấu trúc khuôn viên cùng các chi tiết liên quan đến từng ngôi nhà. Nhà một tầng thường được người ta căn cứ vào số phòng (trừ phần không lát ván sàn) để phân ra làm nhà 2 phòng đến nhà 6 phòng. Nhà 2 phòng không nhiều, thường chỉ có ở vùng ven biển, chưa có sự phân biệt rõ chức năng của các phòng cũng như nơi thờ thần, Phật. Nhà 3 phòng khá phổ biến ở vùng miền núi và ven biển nhưng có điểm khác trong cách bố trí phòng và mặt bằng sinh hoạt. Dạng nhà 4 phòng rất phổ biến ở các vùng miền, còn ở đồng bằng nhà dạng này xây dựng theo qui chuẩn thông thường là hình vuông, đã phân biệt không gian sinh hoạt riêng và chung.

Nhà 5 phòng, 6 phòng đã có sự chuyên biệt rõ về vị trí, chức năng của không gian sinh hoạt trong ngôi nhà. Về loại hình nhà hai tầng, phổ biến nhất là dạng nhà mà tầng một có 4 phòng đến 6 phòng. Cấu trúc mặt bằng sinh hoạt ở tầng một đã có sự chuyên biệt về chức năng của mỗi phòng. Ở tầng 2, người ta thường chia làm 3 hoặc 4 phòng có cửa mở ra hành lang trước và sau. Các phòng này chủ yếu được sử dụng làm phòng ngủ, để đồ dùng của gia đình và nuôi tằm.

Như vậy, không gian sinh hoạt của mỗi ngôi nhà truyền thống của người Nhật Bản thường là hai phần chính: phần lát sàn và phần không lát sàn. Mặt bằng sinh hoạt được phân chia một cách tương đối thành hai khu vực phía trong và phía ngoài (phần không lát sàn) được ngăn cách bằng bậc lên xuống sàn nhà. Nơi thờ thần, Phật thường được đặt ở phòng chính, song việc bàn thờ thần, Phật có thể đặt riêng hoặc thờ chung một nơi.

Xưa kia, bếp thường đặt ở gian chính giữa nhà hoặc cạnh gian chính. Có hai loại bếp là bếp sưởi (*Irori*) và bếp lò (*Kamado*). Bếp sưởi hầu hết đặt ở phòng chính, còn nếu có hai bếp thì một bếp đặt ở phòng khách. Bếp sưởi có kích thước khác nhau nhưng thường là hình vuông, được đặt thấp hơn so với mặt sàn nhà, giữa bếp đặt những tảng đá để đun nấu. Phía trên bếp sưởi thường có một sợi dây (từ xà nhà xuống giữa bếp) có móc treo (có thể tự do di động) nồi đun nấu.

Bếp lò cũng có vị trí quan trọng và hầu hết được đặt ở phần không lát ván sàn trong ngôi nhà. Bếp lò làm từ nhiều chất liệu khác nhau như: đất, đá, gỗ, gạch. Về chức năng, bếp sưởi đảm trách việc nấu nướng những đồ ăn đơn giản như: cháo, canh, nướng bánh, khoai, nước sôi... bếp lò là nơi nấu cơm cùng các món hấp, chưng, đồ, ninh và cả thức ăn cho gia súc nữa.

Phần không lát ván sàn trong ngôi nhà (*Niwa*) có tên gọi khá thống nhất ở các vùng miền. Đây thường là nơi để lương thực và làm các công việc liên quan đến sản xuất nông, ngư nghiệp. Trong ngôi nhà truyền thống, giữa các phòng được ngăn bởi tường (hay vách ngăn), chia làm hai loại. Một loại dùng để ngăn các phòng trong nhà được bồi từ giấy và vải tốt gọi là *Fusuma*, một loại để ngăn phòng che bộ khung nhà được dán hay bồi giấy gọi là *Shoji*. Điểm chung của các bức tường này có thể kéo sang hai bên, tháo ra hoặc thay thế bằng các tấm khác tùy thuộc vào yêu cầu của gia đình.

Như vậy, về mặt bằng sinh hoạt, cho thấy ngôi nhà truyền thống ở Nhật Bản thường lấy phòng chính giữa (*Nakanoma*) thuộc phần lát sàn làm trung tâm của ngôi nhà. Đây cũng thường là nơi đặt bếp sưởi và do đó, *Nakanoma* trở thành trung tâm diễn ra sinh hoạt hàng ngày của gia đình, còn các phòng khác có chức năng chuyên biệt bởi có tính chất cá nhân hơn.

3.4. Các công trình phụ

Xung quanh ngôi nhà chính là một hệ thống các công trình phụ liên quan đến mọi mặt cuộc sống của một gia đình. Những khuôn viên lớn còn có cả rừng cây, hàng rào cây cối, ruộng vườn bao quanh để tạo nên cơ sở sinh hoạt có tính độc lập cao, tạo mối quan hệ thiết yếu giữa sản xuất và sinh hoạt của ngôi nhà truyền thống. Với cư dân làm nông nghiệp thì sân rộng phía trước nhà là yêu cầu tối thiểu cần có và gắn liền với ngôi nhà. Ao và giếng cũng có vị trí tương tự như vậy.

Các công trình như nhà tế lễ thần (*Kamiya*), nhà kho (*Kura*) nhà phụ (*Wakiya*), nhà để công cụ (*Nagaya*), chuồng chăn nuôi, nhà vệ sinh (*BenJo*), nhà chứa nước v.v... là một hệ thống trong khuôn viên của mỗi gia đình. Nhà phụ (một hoặc hai tầng) ở nhiều vùng miền

được xây cất cạnh nhà chính, là nơi để công cụ sản xuất, nơi làm việc. Ngoài những công trình phụ trên, nhiều nơi còn có thêm công trình phụ phục vụ cho những công việc đặc trưng của vùng đó như nhà làm gạch ngói, nhà sấy thuốc lá, nhà cúng thần Đất, nghĩa địa, nhà nuôi tằm, nhà làm tương, xì dầu, nhà làm giấy, nhà chế biến chè, nhà dành cho sinh đẻ... Nhìn chung, nhà cửa của người Nhật Bản phản ánh diện mạo và tinh thần của nghệ thuật kiến trúc truyền thống mà đặc trưng nổi bật là nhằm đạt tới sự hòa hợp tốt nhất với môi trường xung quanh.

3.5. Kiến trúc công cộng

Các loại hình kiến trúc công cộng truyền thống ở Nhật Bản gồm có đền (*Jinja*), chùa (*Tera*), miếu (*Shoreihaido*) thành lũy (*Shiro*), nhà hội họp (*Yoriauya*).

Về đền, chùa, miếu, nhìn chung rất đa dạng và phong phú trong cấu trúc loại hình, kiểu dáng, nguyên vật liệu xây dựng. Các công trình này có mặt ở hầu khắp các vùng miền của Nhật Bản nhưng phổ biến hơn cả là đền. Thần đạo (*Shinto*) là tôn giáo bản địa của người Nhật Bản. Ở các làng hầu như đều có miếu thờ thần với kiến trúc nhỏ được dựng bằng gỗ, tre, đá. Lớn hơn miếu là những ngôi đền. Nhiều ngôi đền chỉ được dựng đơn giản từ gỗ, mái lợp rơm rạ, tường thung ván. Những ngôi đền như thế thường có kiến trúc đơn giản, qui mô nhỏ thuộc sở hữu của một hay vài làng. Ở đô thị, những ngôi đền lại có kiến trúc cầu kỳ hơn thể hiện qua sự đa dạng về kiểu dáng cùng sự kết hợp của nhiều loại nguyên vật liệu như gỗ, đá, gạch, ngói, sơn màu... Sự cầu kỳ còn được thể hiện qua các họa tiết trang trí phức tạp và ấn tượng dễ nhận thấy nhất như mái, đỉnh nóc, đầu hồi, mặt tường... Nhìn chung, sự khác nhau trong kiến trúc đền, chùa dễ nhận thấy nhất lại ở các hình dáng của cổng đền. Hầu như các đền đều có cổng (làm bằng đá) và to hay nhỏ thường tỷ lệ thuận với qui mô của từng ngôi đền.

Thành lũy ở Nhật Bản phần lớn được xây dựng từ thế kỷ XVI khi tinh thần võ sĩ đạo (*Bushido*) ngự trị trong xã hội. Nguyên liệu để xây dựng là các đá tảng và gỗ lớn nên thành lũy thường cao 4 đến 5 tầng, không kê chân móng cũng vài mét. Chúng được thiết kế không chỉ với mục đích quân sự mà còn với vẻ đẹp tinh tế đến mức được gọi là những lâu đài. Đặc trưng của những tòa thành này gồm nhiều tầng với mái cong cùng màu trắng nổi bật khác biệt với các công trình kiến trúc thường thấy khác ở Nhật Bản.

Nhà hội họp được dựng lên từ những nguyên vật liệu chủ yếu là gỗ, tre với kết cấu một tầng lợp rơm rạ hoặc ngói. Hình dáng, qui mô có thể khác nhau ít nhiều nhưng để xây dựng nhà hội họp cũng phải tuân thủ các qui trình, nghi lễ truyền thống từ khởi công đến khi hoàn thành. Nhà hội họp là nơi tổ chức giải quyết những vấn đề liên quan đến cuộc sống của người dân ở các làng xã xưa kia. Song, về sau mở rộng, phát triển ở các đơn vị hành chính lớn hơn ở phố và đô thị. Nhà hội họp được xây dựng trên cơ sở đóng góp của toàn thể người dân trong đơn vị cư trú và qui mô của công trình phụ thuộc vào điều kiện kinh tế - xã hội nơi ấy. Theo thời gian, nhà hội họp không mất đi mà ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong sinh hoạt cộng đồng của người dân ở khắp các vùng miền. Có thể nói, nhà công cộng hay nhà “công dân” (*Kominkan*) trong các thời kỳ sau này, trên thực tế chính là sự tiếp nối và phát triển từ nhà hội họp.

3.6. Những phong tục, tập quán liên quan

Trong lễ động thổ, người ta phải làm lễ cúng nhằm mong muốn sự phù hộ của các thần, đặc biệt là thần Đất (*Chinokami*). Điều đó cho thấy vị trí của thần Đất vô cùng quan trọng đối với nhà cửa của người Nhật Bản. Bởi vậy, nghi lễ cúng thần Đất là nghi thức bắt

buộc đối với việc khởi công dựng nhà.

Trong quá trình xây dựng nhà cửa, nghi lễ cất nóc (*Kenmae*) có vị trí vô cùng quan trọng, ở đâu cũng vậy, người ta phải chọn ngày lành tháng tốt để tiến hành nghi lễ này. Ở các vùng miền tuy có những điểm khác biệt nhất định trong quá trình thực hiện, song điểm tương đồng lớn nhất thể hiện rất rõ trong nghi thức ném, rải bánh giầy (hoặc cơm nắm) và kiêng ném bánh giầy đỏ vì nếu không sẽ bị hỏa hoạn.

Cũng như nghi lễ cất nóc, nghi lễ vào nhà mới (*Yautsuri*) phải chọn ngày tốt mới có thể tiến hành được. Một trong những nghi thức quan trọng trong dịp vào nhà mới là nhóm lửa lần đầu tiên ở bếp sưởi trong nhà, cùng với những yêu cầu, kiêng kỵ khá chặt chẽ. Theo quan niệm xưa, nếu không tuân theo, gia đình sẽ không vượt qua được những khó khăn, trở ngại trong cuộc sống.

Liên quan đến bếp, người xưa tin rằng có thần Bếp (*Kamadonokami*) và thần Lửa (*Kagutsuchi*) cùng trú ngụ ở đây. Đặc biệt, bếp sưởi luôn chiếm một vị trí quan trọng bậc nhất ở gian giữa ngôi nhà cho nên việc giữ gìn, bảo vệ sự thanh khiết của bếp luôn được đề cao. Nếu ai vi phạm sẽ làm thần Bếp, thần Lửa nổi giận và sẽ gặp điều không may như bệnh tật, hỏa hoạn... Vị trí ngồi quanh bếp sưởi cũng có những quy định theo phong tục tập quán từ lâu đời nhưng luôn được mọi người bảo vệ và tuân thủ. Ngoài bếp sưởi thì bàn thờ và gian thờ là những chỗ linh thiêng nên có những kiêng kỵ khá nghiêm ngặt, bởi vậy, nếu người nào vi phạm sẽ bị quở trách, thậm chí chuốc lấy tai họa, theo quan niệm dân gian.

4. Nhận xét chung

Việc sử dụng và chế biến nguồn lương thực, thực phẩm của người Nhật Bản rất phong phú và đa dạng nhưng không chỉ là đáp ứng cho nhu cầu cuộc sống mà còn thể hiện sự ứng xử của con người với tự nhiên. Chính vì vậy, những đồ ăn, thức uống còn bao hàm ý nghĩa tinh thần thông qua những phong tục, tập quán phong phú, đặc sắc liên quan. Chế độ ẩm thực của người Nhật Bản thể hiện khá rõ sự khác nhau giữa các vùng miền, theo từng mùa và qua thời gian đã trở thành tập quán, song về cơ cấu bữa ăn trước kia có điểm chung là hầu như rất ít có thịt, do vậy bữa ăn chỉ gồm cơm + rau + cá hoặc cơm + cá + rau. Nhằm bù đắp cho sự thiếu hụt về “món rau” người dân vùng ven biển có tập quán sử dụng nguồn rong, tảo biển để chế biến thành nhiều món ăn đặc sắc để rồi trở thành thành tố quan trọng trong cơ cấu bữa ăn.

Thành tố quan trọng nhất trong cơ cấu bữa ăn là cơm (cơm gạo, cơm độn mạch hay cơm mạch tùy theo điều kiện của vùng miền). Ẩm thực truyền thống của người Nhật Bản, nhìn chúng tạo ra sự chú ý, quan tâm về thị giác qua cách trình bày các món ăn hơn là chú trọng đến khứu giác bởi mùi vị khá đơn giản. Khi nói tới các phụ gia thì đồ tương là nguyên liệu chủ yếu và quan trọng nhất để chế biến thành tương và xì dầu là những loại phụ gia chính không thể thiếu trong hầu hết các món ăn của người Nhật Bản.

Quá trình tạo ra trang phục truyền thống của người Nhật Bản không chỉ là nguồn nguyên liệu và cái khung dệt mà là truyền thống kỹ thuật, sự sáng tạo, đặc biệt là vị trí vô cùng quan trọng của nghề dệt trong đời sống xã hội Nhật Bản. Sự phong phú, đa dạng của sản phẩm dệt đồng thời khẳng định vị trí “độc tôn” của nữ giới trong lĩnh vực này.

Trang phục truyền thống của người Nhật Bản, dù xét dưới bất kỳ góc độ nào như: theo lớp tuổi, nghề nghiệp, giới tính, chức năng xã hội... đều bao hàm ý nghĩa trang phục chính là sự thích ứng của con người với điều kiện môi trường, hoàn cảnh lịch sử - xã hội, văn hóa. Nhìn chung, không có sự khác biệt lớn về các loại hình trang phục giữa các vùng

miền, ngoại trừ số ít kiểu trang phục có tính chất đặc thù nghề nghiệp hay trong dịp đặc biệt.

Trang phục truyền thống của người Nhật Bản khá đa dạng về kiểu dáng và họa tiết hoa văn, song những hoa văn cầu kỳ thường chỉ có ở bộ *Kimono* của nữ giới còn hầu hết là họa tiết đơn giản. Các phụ kiện tạo nên bộ trang phục hoàn chỉnh rất phong phú, đa dạng, nhất là bộ trang phục khi làm việc hay *Kimono* của nữ giới, song nhìn chung ít sử dụng đồ trang sức. Điều đó dường như là một đặc điểm trong trang phục truyền thống của người Nhật Bản.

Ngoài một số loại hình kiến trúc công cộng đặc biệt như đền, chùa, thành lũy thì về cơ bản nhà cửa truyền thống của người Nhật Bản đều sử dụng gỗ làm nguyên vật liệu chính và đây là đặc điểm khá tương đồng ở hầu hết các vùng miền. Với một số loại nguyên vật liệu nhằm thích ứng với điều kiện môi trường, tự nhiên có thể làm đa dạng thêm kiểu dáng và sự khác biệt giữa các vùng miền song không vì thế “lấn át” được nguyên vật liệu gỗ vốn được coi là “xương sống” của ngôi nhà.

Nhà cửa truyền thống ở Nhật Bản và các phong tục, tập quán liên quan hầu hết đều nhằm nâng cao vị thế của nam giới cùng quan niệm “gia trưởng” trong gia đình. Điều đó thể hiện rất rõ qua cấu trúc mặt bằng sinh hoạt, chẳng hạn như vị trí ngôi quanh bếp sưởi, phòng chủ nhà ở giữa... Trong khi đó, nữ giới luôn ở vị trí “thấp hơn” biểu hiện qua nhiều phong tục, tập quán với vai trò “thứ yếu” của họ.

Văn hoá tinh thần: Là toàn bộ những hoạt động của con người và xã hội bao gồm kiến thức, các phong tục, tập quán, thói quen và cách ứng xử ngôn ngữ (bao gồm cả ngôn ngữ có lời và ngôn ngữ không lời); Các giá trị và thái độ, các hoạt động văn học nghệ thuật; tôn giáo; giáo dục; các phương thức giao tiếp cách tổ chức xã hội. Ở đây nổi lên ba đặc điểm quan trọng giúp ta phân biệt sự khác nhau giữa các nền văn hoá: *Thứ nhất*, sự đối lập giữa chủ nghĩa cá nhân với chủ nghĩa tập thể. *Thứ hai*, sự phân cấp trong xã hội. *Thứ ba*, tính đối lập giữa tính nữ quyền hay nam quyền. *Thứ tư*, bản chất rủi ro.

Sự phân chia văn hóa vật chất và văn hóa tinh thần mang tính quy ước, bởi trong đời sống không có cái gì là thuần túy Vật chất hoặc Tinh thần. Thật khó, và ngày càng khó phân biệt rạch ròi đâu là sản phẩm vật chất, đâu là sản phẩm tinh thần. Mặt khác, không có sản phẩm tinh thần nào lại không được thể hiện dưới một hình thức vật chất nhất định và cũng như không có một sản phẩm vật chất nào lại không mang trong nó những giá trị tinh thần. Thật vậy, những nhà cửa, đường phố, cầu cống, và ngay cả những vật dụng tầm thường nhất, kể cả những sản phẩm công nghiệp sản xuất hàng loạt, cũng là hiện thân của những giá trị văn hóa, thể hiện bản sắc dân tộc, trí tuệ và tài năng của những người làm ra chúng. Hiểu được mối liên hệ mật thiết không thể tách rời của những giá trị văn hóa tinh thần và vật chất là điều vô cùng quan trọng.

c. Những nét đặc trưng của văn hoá

Văn hóa mang tính tập quán: Văn hóa quy định những hành vi được chấp nhận hay không chấp nhận trong một xã hội cụ thể. Có những tập quán đẹp, tồn tại lâu đời như một sự khẳng định về nét độc đáo của một nền văn hoá này so với nền văn hoá khác, như tập quán “mời trầu” của người Việt Nam, tập quán các thiếu nữ Nga mời khách bánh mì và muối. Song cũng có những tập quán không dễ gì cảm thông ngay như tập quán “cà răng căng tai” ở một số dân tộc thiểu số ở Việt Nam.

Văn hoá mang tính cộng đồng: văn hoá không thể tồn tại do chính bản thân nó mà phải dựa vào sự tạo dựng, tác động qua lại và củng cố của mọi thành viên trong xã hội. Văn

hoá như là một qui ước chung cho các thành viên trong cộng đồng. Đó là những lễ lới, những tập tục mà một cộng đồng người cùng tuân theo một cách rất tự nhiên, không cần ép buộc. Một người nào đó làm khác đi sẽ bị cộng đồng lên án hoặc xa lánh tuy rằng xét về mặt pháp lý những việc làm của anh ta không có gì là phi pháp.

Văn hoá mang tính dân tộc: văn hoá tạo nên nếp suy nghĩ và cảm nhận chung của từng dân tộc mà người dân tộc khác không dễ gì hiểu được. Vì thế mà một câu chuyện cười có thể làm cho người dân các nước Phương Tây cười chảy nước mắt mà người dân Châu Á chẳng thấy có gì hài hước ở đó cả. Vì vậy cùng một thông điệp mà ở những nước khác nhau có thể mang ý nghĩa hoàn toàn khác nhau.

Lễ cầu mùa của người Sán Chay

Lễ cầu mùa được tiến hành tại khu vực miếu thờ của thôn Phài Giác, xã Đại Dực.



Các thầy phụ vừa múa vừa hát cho các thần nghe.

Trong lễ thầy cả hành lễ và xem các thầy phụ vừa múa vừa hát cho các thần nghe các điệu múa chim câu, múa trâu đập lúa, múa tra hạt, múa ôn lại khi thần Lý Hoàng trên đường đi lấy hào quang. Rồi thầy cả nhảy múa và hát mở đường đi lấy hào quang, hát gieo hạt vùng, hát khai đặng. Nội dung thầy kể về tích công trạng các thần, từ việc chế tác công cụ lao động, phát mở đường đi đến khu vực làm lễ hội, lấy bảo vật, lấy hạt giống, rồi đến việc thầy dạy

cách gieo trồng, thu hoạch mùa vụ như thế nào. Sau đó thầy cả làm lễ giao phong hàm cho thần xin thần ban phúc lộc cho dân làng...

Lễ cầu mùa mang đậm bản sắc của người Sán Chay, ngoài việc liên quan đến tâm linh, tín ngưỡng của đồng bào dân tộc, thông qua lễ này còn khích lệ tinh thần người dân tích cực sản xuất, đoàn kết làng bản để chống chọi lại thiên tai, địch họa, cùng nhau phát triển sản xuất, xây dựng cuộc sống ấm no.

Văn hóa mang tính chủ quan: con người ở các nền văn hóa khác nhau có suy nghĩ, đánh giá khác nhau về cùng một sự việc. Một cử chỉ thọc tay vào túi quần và ngồi ghếch chân lên bàn để giảng bài của một thầy giáo có thể được coi là rất bình thường ở nước Mỹ, trái lại là không thể chấp nhận được ở nhiều nước Châu Á.

Văn hóa mang tính khách quan: văn hóa thể hiện quan điểm chủ quan của từng dân tộc, nhưng lại có cả một quá trình hình thành mang tính lịch sử, xã hội, được chia sẻ và truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác, không phụ thuộc vào ý muốn chủ quan của mỗi người. Văn hóa tồn tại khách quan kể cả với các thành viên trong cộng đồng.

Văn hóa mang tính kế thừa: văn hóa là sự tích tụ hàng trăm năm, hàng ngàn năm của tất cả các hoàn cảnh, mỗi thế hệ đều cộng thêm những nét đặc trưng riêng biệt của mình vào nền văn hóa dân tộc trước khi truyền lại cho thế hệ sau. Ở mỗi thế hệ thời gian qua đi, những cái cũ có thể bị loại trừ và tạo nên văn hóa quảng đại. Sự sàng lọc và tích tụ qua thời gian đã làm cho vốn văn hóa dân tộc trở nên giàu có, phong phú và tinh khiết hơn.

Văn hóa có thể học hỏi được: văn hóa không chỉ được truyền lại từ đời này sang đời khác, mà nó còn phải do học hỏi mới có. Đa số những kiến thức (một biểu hiện của văn hóa) mà một người có được là do học mà có hơn là bẩm sinh đã có. Do vậy, con người ngoài vốn văn hóa có được từ nơi sinh ra và lớn lên, có thể còn học được từ những nơi khác, những nền văn hóa khác.

Văn hóa luôn phát triển: một nền văn hóa không bao giờ tĩnh lại và bất biến. Ngược lại văn hóa luôn luôn thay đổi và rất năng động. Nó luôn tự điều chỉnh cho phù hợp với trình độ và tình hình mới. Trong quá trình hội nhập và giao thoa với nền văn hóa khác, nó có thể tiếp thu những giá trị tiên bộ, hoặc tích cực của các nền văn hóa khác. Ngược lại nó cũng có tác động ảnh hưởng tới các nền văn hóa khác.

1.1.2. Chức năng của văn hoá

Có rất nhiều ý kiến khác nhau trong việc xác định các chức năng văn hoá. Xét từ góc độ bản chất của văn hoá, coi văn hoá là tổng thể của các hoạt động phong phú và đa dạng sản xuất để sáng tạo ra những sản phẩm văn hoá vật chất và tinh thần với mục tiêu cơ bản là hướng đến sự hoàn thiện và phát triển loài người thì văn hoá có các chức năng sau đây:

Chức năng giáo dục là bao trùm và quan trọng. Đây là chức năng mà văn hoá thông qua các hoạt động, các sản phẩm của mình tác động có hệ thống tới sự phát triển tinh thần, thể chất của con người, làm cho con người dần dần có những phẩm chất và năng lực theo những chuẩn mực đề ra. Văn hoá thực hiện chức năng xã hội không chỉ bằng những giá trị đã ổn định là truyền thống văn hoá mà còn bằng cả những giá trị đang hình thành. Các giá trị này tạo thành một hệ thống chuẩn mực mà con người hướng tới. Nhờ vậy mà văn hoá đóng vai trò quyết định trong việc hình thành nhân cách ở con người – trong việc trồng người. Một đứa trẻ sau khi chào đời sẽ được giáo dục theo truyền thống văn hoá nơi nó sinh ra. Với chức năng giáo dục, văn hoá tạo nên sự phát triển liên tục của lịch sử mỗi dân tộc cũng như

lịch sử nhân loại. Văn hoá duy trì và phát triển bản sắc dân tộc và là cầu nối hữu nghị gắn bó các dân tộc, gắn kết các thế hệ trong mục tiêu hướng đến các giá trị Chân- Thiện- Mỹ. Văn hoá là bộ “gen” của xã hội duy trì phẩm chất cộng đồng người lại cho thế hệ sau. Đồng thời, thông qua sự “vun trồng”- chức năng giáo dục mà văn hoá thực hiện được các chức năng phát sinh khác như giao tiếp, điều chỉnh xã hội, định hướng các chuẩn mực, các cách ứng xử của con người.

Chức năng thứ hai là chức năng nhận thức, đây là chức năng cơ bản, tồn tại trong mọi hoạt động văn hoá. Bởi vì con người không có nhận thức thì không thể có bất kỳ một hành động văn hoá nào. Do đó, nâng cao nhận thức của con người chính là phát huy những tiềm năng của con người và qua đó góp phần nâng cao các giá trị của văn hoá.

Chức năng thứ ba là chức năng thẩm mỹ, văn hoá là sự sáng tạo của con người theo quy luật của cái đẹp, nói cách khác con người nhào nặn hiện thực hướng tới cái đẹp, trong đó văn học nghệ thuật là biểu hiện tập trung nhất của sự sáng tạo ấy. Đồng thời, với tư cách là khách thể của văn hoá, con người tiếp nhận chức năng này của văn hoá và tự thanh lọc mình theo hướng vươn tới cái đẹp khắc phục cái xấu trong mỗi con người.

Chức năng giải trí. Chức năng này không tách khỏi chức năng giáo dục và mục tiêu hoàn thiện con người bởi vì trong cuộc sống, con người luôn luôn có nhu cầu giải trí bên cạnh lao động và các hoạt động sáng tạo. Các hoạt động văn hoá như câu lạc bộ, ca nhạc, lễ hội... sẽ đáp ứng các nhu cầu ấy, Thông qua sự giả trí bằng văn hoá sẽ giúp con người lao động sáng tạo có hiệu quả hơn và giúp con người phát triển toàn diện.

Như vậy, thông qua các chức năng của văn hoá có thể nhận diện rõ hơn bản chất của văn hoá đó là tính nhân văn, tức là làm cho con người và cuộc sống trở nên tốt đẹp hơn.

1.1.3. Vai trò của văn hoá đối với sự phát triển của xã hội

Lịch sử phát triển kinh tế và văn hóa cho thấy mỗi hình thái kinh tế - xã hội đều gắn liền với một nền văn hóa, khi diễn ra sự chuyển đổi về hình thái kinh tế - xã hội thì cũng kéo theo sự chuyển đổi về văn hóa, trong đó có sự kế thừa, lựa chọn những giá trị tích cực của hình thái trước. Biết lựa chọn những giá trị bền vững của văn hóa dân tộc và những giá trị văn hóa tiên tiến của thế giới vận dụng vào phát triển kinh tế - xã hội, cũng có nghĩa là biết đi theo con đường rút ngắn để theo kịp thời đại. Vậy, đối với sự phát triển của kinh tế - xã hội, văn hóa có vai trò gì?

Văn hoá là mục tiêu của sự phát triển xã hội

Nói văn hoá là mục tiêu của phát triển kinh tế - xã hội có nghĩa là phát triển kinh tế phải hướng vào phát triển và hoàn thiện con người, hướng vào phát triển và hoàn thiện xã hội. Nói văn hóa là động lực của sự phát triển, bởi lẽ mọi sự phát triển đều do con người quyết định chi phối, văn hóa khơi dậy và nhân lên mọi tiềm năng sáng tạo của con người, huy động sức mạnh nội sinh to lớn trong con người đóng góp vào sự phát triển xã hội. Phải coi văn hoá là mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội thì mới có thể khắc phục được tình trạng mâu thuẫn giữa đời sống vật chất và đời sống tinh thần. Thực tế cho thấy không phải bao giờ giữa đời sống vật chất và đời sống tinh thần của xã hội cũng tỉ lệ thuận với nhau. Rất có thể xảy ra trường hợp kinh tế phát triển, đời sống vật chất được nâng lên song xã hội lại có sự gia tăng các tệ nạn xã hội; văn hoá, đạo đức xuống cấp. Giải quyết mâu thuẫn này đòi hỏi chúng ta phải khắc phục khoảng cách giữa văn hoá và văn minh kỹ thuật. Trước đây, để phát triển kinh tế, người ta thường nhấn mạnh và khai thác yếu tố lao động của con người cho sự

phát triển. Ngày nay, trong điều kiện của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ hiện đại, yếu tố quyết định cho sự phát triển là trí tuệ, là thông tin, là sáng tạo và đổi mới không ngừng nhằm tạo ra những giá trị vật chất và tinh thần ngày càng cao, đáp ứng nhu cầu đa dạng và phong phú của mỗi người cũng như của toàn xã hội. Tuy nhiên, sự phát triển của trí tuệ, của khoa học – kỹ thuật dẫn đến tăng trưởng kinh tế cũng có khả năng gây ảnh hưởng xấu đến lối sống, đạo đức xã hội nói riêng và văn hoá nói chung. Nếu chỉ chú trọng nâng cao trình độ khoa học kỹ thuật mà không chú trọng các yếu tố đạo đức, lối sống... thì không thể có được một xã hội phồn vinh và hạnh phúc. Phát triển kinh tế phải hướng vào mục tiêu văn hoá, hướng vào sự hoàn thiện con người, hoàn thiện xã hội. Đó là sự phát triển hiện đại. Một chính sách phát triển đúng đắn là chính sách làm cho các yếu tố cấu thành văn hóa thấm sâu vào tất cả các lĩnh vực sáng tạo của con người: văn hóa trong sản xuất, văn hóa trong quản lý, văn hóa trong lối sống, văn hóa trong giao tiếp, văn hóa trong sinh hoạt gia đình, ngoài xã hội, văn hóa trong giao lưu và hợp tác quốc tế... Nói cách khác, hàm lượng trí tuệ, hàm lượng văn hóa trong các lĩnh vực của đời sống con người càng cao bao nhiêu thì khả năng phát triển kinh tế - xã hội càng trở nên hiện thực bấy nhiêu.

Văn hoá là động lực của sự phát triển xã hội

Văn hóa trở thành động lực của phát triển kinh tế là kết quả tất nhiên khi kinh tế phát triển tới một trình độ nhất định. Cùng với sự phát triển kinh tế và mức thu nhập bình quân đầu người tăng cao, sức lao động và giá trị sản xuất đã chuyển dịch từ nông nghiệp sang công nghiệp, rồi từ công nghiệp sang dịch vụ. Động lực chủ yếu thúc đẩy phát triển kinh tế giờ đây không chỉ còn là sức lao động và tư bản nữa, mà bao gồm cả tri thức, khoa học, kỹ thuật, công nghệ... Những tri thức đó mang sức mạnh của nguồn lực trí tuệ, do đó không tách rời mà gắn liền với con người, với năng lực và trình độ của chủ thể người - chủ thể sáng tạo văn hóa. Con người là nhân tố quyết định sự hưng, suy của một dân tộc, con người tạo ra của cải vật chất và tinh thần cho xã hội, quyết định sự phát triển của kinh tế - xã hội. Nói đến con người cũng là nói đến văn hoá bởi con người là sản phẩm của văn hoá. Toàn bộ những giá trị văn hoá làm nên những phẩm chất tinh thần của con người. Phẩm chất tinh thần của con người sẽ được vật chất hoá trong quá trình lao động sản xuất của cải vật chất và tinh thần cho xã hội. Nguyên nhân trực tiếp khiến văn hóa trở thành động lực của phát triển kinh tế là sự thay đổi của kết cấu kinh tế. Nhưng nguyên nhân chủ yếu lại là sự biến đổi của nhu cầu. Nhu cầu của con người phát triển từ thấp đến cao mà văn hóa chính là nhu cầu cao cấp nhất của con người. Sản xuất vật chất ngày nay vừa phải tạo ra sản phẩm đáp ứng các nhu cầu kinh tế của xã hội, trong đó có nhu cầu của chính nền sản xuất; đồng thời phải tạo ra sản phẩm đáp ứng các nhu cầu tinh thần của từng cá nhân người và toàn xã hội. Logic tồn tại và vận động của sản xuất và kinh tế hiện đại đang tạo ra tiền đề và điều kiện làm gia tăng vai trò của yếu tố văn hóa nói chung và nhu cầu tinh thần nói riêng. Chúng ta thừa nhận vai trò của khoa học kỹ thuật đối với phát triển kinh tế - xã hội. Nếu khoa học kỹ thuật tiên tiến, hiện đại sẽ thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển, ngược lại nếu khoa học kỹ thuật thấp kém, lạc hậu sẽ kìm hãm sự phát triển của kinh tế - xã hội nhưng khoa học kỹ thuật là kết tinh của trí tuệ, kinh nghiệm và sức sáng tạo của con người. Điều đó có nghĩa là khoa học kỹ thuật là sản phẩm của con người, của văn hoá. Khoa học kỹ thuật là một nội dung của văn hoá. Cùng với trình độ khoa học kỹ thuật thì những yếu tố lương tâm, tinh thần trách nhiệm, ý thức giác ngộ xã hội của người lao động là những yếu tố quyết định chất lượng và hiệu quả lao động. Như vậy, văn hoá là động lực để thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển. Nói văn hoá là động lực

phát triển kinh tế - xã hội không phải chỉ nói đến các yếu tố như trình độ học vấn, trình độ khoa học - kỹ thuật mà còn phải nói đến các yếu tố khác như lương tâm, đạo đức, lối sống... Nhận thức được điều đó, hầu hết các quốc gia trên thế giới đều xác định muốn đất nước giàu mạnh phải nâng cao dân trí và đều có chiến lược đầu tư cho giáo dục đào tạo.

Văn hoá là linh hồn và hệ điều tiết của phát triển

Nói văn hóa là hệ điều tiết của sự phát triển, bởi lẽ, văn hóa phát huy mặt tích cực, hạn chế mặt tiêu cực của các nhân tố khách quan và chủ quan, của các điều kiện bên trong và bên ngoài, bảo đảm cho sự phát triển được hài hòa, cân đối, lâu bền. Trong nền kinh tế thị trường, một mặt văn hóa dựa vào chuẩn mực của nó là chân, thiện, mỹ để hướng dẫn và thúc đẩy người lao động không ngừng phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, nâng cao tay nghề, nâng cao năng suất lao động, đáp ứng nhu cầu không ngừng tăng lên của xã hội; mặt khác, văn hóa sử dụng sức mạnh của các giá trị truyền thống, của đạo lý, dân tộc để hạn chế những mặt tiêu cực của nền kinh tế thị trường. Toàn cầu hóa kinh tế quốc tế là một xu thế, đòi hỏi chúng ta phải chủ động và tích cực hội nhập. Đây là cơ hội để chúng ta phát triển nhanh có hiệu quả, nhưng cũng là thách thức rất lớn với nước ta trên nhiều mặt, trong đó có cả văn hóa. Lúc này, nền văn hóa dân tộc sẽ đóng vai trò định hướng và điều tiết để hội nhập và phát triển bền vững, hội nhập để phát triển nhưng vẫn giữ vững được độc lập, tự chủ. Do đó, chúng ta cần giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình hội nhập, phát triển.

Nhìn nhận vai trò của văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội là đặt văn hoá trong mối quan hệ biện chứng với phát triển kinh tế - xã hội và thừa nhận sự tác động qua lại giữa văn hoá và kinh tế. Trong quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế hàng hoá, văn hoá phải giữ vai trò là động lực, là mục tiêu của phát triển kinh tế - xã hội nhằm khắc phục những mâu thuẫn vốn có của nền kinh tế thị trường. Sự tác động của văn hoá đối với phát triển kinh tế nói riêng và phát triển xã hội nói chung được thực hiện thông qua việc thiết lập và ứng dụng những khuôn mẫu, giá trị đạo đức, giá trị tinh thần được xã hội thừa nhận, từ đó định hướng cho kinh tế - xã hội phát triển theo cái đúng, cái tốt, cái đẹp.

Ở Việt Nam, văn hóa cũng tham gia vào việc lựa chọn con đường phát triển lâu dài của đất nước. Nhận thức sâu sắc giá trị của văn hóa trong quá trình phát triển, Đảng ta xác định tiến hành đồng bộ và gắn kết chặt chẽ ba lĩnh vực: Phát triển kinh tế là nhiệm vụ trọng tâm, xây dựng, chỉnh đốn Đảng là nhiệm vụ then chốt cùng với việc xây dựng văn hóa, nền tảng tinh thần của xã hội nhằm tạo nên sự phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững của đất nước. Trong đó, nội dung xây dựng văn hóa được xác định: “Xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”, một định hướng quan trọng để đất nước phát triển bền vững.

1.2. Khái quát chung về văn hoá kinh doanh

1.2.1. Định nghĩa văn hoá kinh doanh

Càng ngày con người càng nhận thấy rằng văn hoá tham gia vào mọi quá trình hoạt động của con người và sự tham gia đó ngày càng được thể hiện rõ nét và tạo thành các lĩnh vực văn hoá đặc thù như văn hoá chính trị, văn hoá pháp luật, văn hoá giáo dục, văn hoá gia đình ... và văn hoá kinh doanh. Văn hoá kinh doanh là một phương diện của văn hoá xã hội, được thể hiện trong lĩnh vực kinh doanh. Văn hoá kinh doanh được cấu thành từ nhiều yếu tố và đóng vai trò rất quan trọng trong các hoạt động sản xuất, kinh doanh. Dù xét từ góc độ

nào thì mục đích chính của kinh doanh là đem lại lợi nhuận cho chủ thể kinh doanh nên bản chất của kinh doanh là để kiếm lời. Trong nền kinh tế thị trường, kinh doanh là một nghề chính đáng xuất phát từ nhu cầu phát triển của xã hội, do sự phân công xã hội tạo ra. Còn việc kinh doanh như thế nào kinh doanh đem lại lợi ích và giá trị cho ai thì đó chính là vấn đề của văn hoá kinh doanh.

Văn hoá kinh doanh biểu hiện qua mọi khía cạnh, mọi quan hệ của hoạt động kinh doanh. Trong tổ chức, quản lý kinh doanh, văn hoá thể hiện ở sự lựa chọn phương hướng kinh doanh, sự hiểu biết về sản phẩm, dịch vụ, về những mối quan hệ giữa người và người trong cộng đồng doanh nghiệp; ở việc biết tuân theo các quy tắc và quy luật của thị trường; ở việc phát triển và bảo hộ những hàng hoá có bản sắc văn hoá dân tộc; ở việc hướng dẫn và định hướng tiêu dùng; ở việc chỉ đạo, tổ chức, hướng dẫn một phong cách văn hoá trong doanh nghiệp...

Văn hoá kinh doanh còn thể hiện ở sự giao lưu, giao tiếp trong kinh doanh. Đó là mối quan hệ giữa người bán và người mua, là văn hoá trong giao tiếp với khách hàng để tạo ra sự thích thú đối với họ; đó là thái độ với đối tác làm ăn, với đối thủ cạnh tranh (cạnh tranh để cùng tồn tại và phát triển); là văn hoá trong đàm phán, ký kết các hợp đồng thương mại, là văn hoá trong soạn thảo các thông điệp quảng cáo... Đó còn là sự giao lưu văn hoá giữa các vùng, miền của mỗi quốc gia và giữa các quốc gia.



Bản chất của văn hoá kinh doanh là làm cho cái lợi gắn bó chặt chẽ với cái đúng, cái tốt và cái đẹp. Từ đó, khái niệm về văn hoá kinh doanh được trình bày như sau: “ ***Văn hoá kinh doanh là toàn bộ các nhân tố văn hoá được chủ thể kinh doanh chọn lọc, tạo ra, sử***