

ĐỔI MỚI TƯ DUY, ĐỊNH HÌNH QUAN NIỆM VỀ PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM

Nguyễn Ngọc Hà

Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

Phát triển ngành công nghiệp văn hóa (CNVH) ở nước ta hiện nay không chỉ là vấn đề kỹ thuật, công nghệ, mà thực chất sâu xa là quá trình văn hoá, quyết định đến sự phát triển nguồn nhân lực, nên phải có sự hài hoà giữa giá trị xã hội, văn hoá và giá trị thương mại. Phát triển CNVH là cơ sở vững chắc cho hội nhập quốc tế về văn hóa; khai thác, phát huy tiềm năng, giá trị đặc sắc của văn hóa Việt Nam; khắc phục những bất cập, hạn chế từ thực trạng phát triển của văn hóa Việt Nam hiện nay; tạo ra công cụ hữu hiệu cho tăng trưởng, đổi mới kinh tế; cung cấp những cơ hội để phát triển tài năng, tạo công ăn việc làm bền vững; là hướng đi quan trọng, tham gia tích cực vào quá trình tái cấu trúc nền kinh tế và đổi mới mô hình tăng trưởng...

Đổi mới tư duy về văn hóa

Ngay những năm đầu của công cuộc đổi mới toàn diện đất nước, cùng với quá trình hình thành nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, những nét phôi thai của thị trường văn hóa đã dần hình thành. Song, nhìn chung, chúng ta “Chưa xây dựng được chiến lược phát triển văn hóa song song với chiến lược phát triển kinh tế”, “Trong hoạt động kinh tế, chưa chú ý đến các yếu tố văn hóa, các yêu cầu phát triển văn hóa tương ứng” [1].

Hội nghị Trung ương 5, khóa VIII (1998) đã nêu lên những nội dung quan trọng và các giải pháp có ý nghĩa tiền đề cho sự phát triển ngành CNVH ở nước ta. Đó là sự nhấn mạnh tiềm năng kinh tế trong phát triển văn hoá, gắn kết kinh tế với văn hóa; xây dựng cơ chế kinh doanh, dịch vụ văn hóa theo hướng kinh tế thị trường; khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia các hoạt động văn hóa; đẩy mạnh sự sáng tạo, tăng

cơ hội tiếp cận của người dân đối với các sản phẩm văn hoá...

Hội nghị Trung ương 10, khóa IX (2004) tiếp tục đưa ra những điểm mới trong nhận thức của Đảng về vấn đề gắn kết giữa phát triển kinh tế và phát triển văn hoá. Hội nghị nhận định, các hoạt động văn hoá không chỉ mang tính chất sự nghiệp mà còn mang tính kinh doanh với sự tham gia của các doanh nghiệp văn hóa được khuyến khích phát triển; thị trường văn hóa bước đầu được thừa nhận với những sản phẩm văn hóa được lưu thông theo cơ chế thị trường. Cũng tại Hội nghị, thuật ngữ “doanh nghiệp văn hoá” được đưa ra, là nền móng định hình cho sự ra đời và phát triển của ngành “CNVH” ở Việt Nam giai đoạn tiếp theo với đầy đủ bản chất và trình độ của nó.

Nghị quyết số 23-NQ/TW của Bộ Chính trị (tháng 6.2008) “Về tiếp tục xây dựng và phát triển văn học, nghệ thuật trong thời kỳ mới” nhận định: “Đã hình thành

một thị trường hàng hoá và dịch vụ các sản phẩm văn học, nghệ thuật ở trong nước; đưa các sản phẩm văn học, nghệ thuật có chất lượng ra nước ngoài, góp phần khẳng định nước ta là địa chỉ giao lưu văn hoá quốc tế trong thời kỳ mới” [2].

Ngày 6.5.2009, Chính phủ đã phê duyệt “Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020”, trong đó đánh giá: “Cơ chế thị trường huy động được sự tham gia của các thành phần kinh tế vào sản xuất, phổ biến các sản phẩm văn hóa, kích thích một số ngành sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực văn hóa xuất hiện, mở ra khả năng giải quyết việc làm, nâng cao thu nhập, tạo tiền đề cho việc phát triển “CNVH” ở nước ta” [3]. Đồng thời, Chiến lược nhận định: “Phát triển CNVH đang là xu thế lớn và quan trọng trong chính sách văn hóa của các nước trên thế giới” [3].

Hội nghị Trung ương 9, khóa XI (tháng 5.2014) đã ra Nghị



Sáng tạo và biểu diễn nghệ là một trong những yếu tố tạo nên ngành CNVH

CHÍNH SÁCH VÀ QUẢN LÝ

quyết về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước. Lần đầu tiên trong văn kiện của Đảng xuất hiện khái niệm “CNVH”. Một trong 5 mục tiêu cụ thể của Nghị quyết là: xây dựng thị trường văn hóa lành mạnh, đẩy mạnh phát triển CNVH, tăng cường quảng bá văn hóa Việt Nam. Một trong những nhiệm vụ quan trọng, được Nghị quyết nhấn mạnh là *phát triển CNVH đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường văn hóa*.

Chủ trương phát triển CNVH ở Việt Nam là kết quả một quá trình đổi mới tư duy của Đảng về văn hoá gắn với đổi mới tư duy kinh tế và xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Thống nhất về khái niệm và quan điểm phát triển CNVH

Để Nghị quyết của Đảng về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam nhanh chóng đi vào cuộc sống và phát huy tác dụng, qua kết quả nghiên cứu của Đề tài KX03.03/11-15, chúng tôi thấy cần thống nhất trong nhận thức của các cơ quan lãnh đạo, quản lý và toàn xã hội về CNVH, về chủ trương phát triển CNVH của Đảng.

Cần phải đưa ra khái niệm “CNVH” đầy đủ về nội hàm, chuẩn xác, gắn với những quan niệm phổ biến của các nước,

đồng thời phải sát với thực tiễn Việt Nam hiện nay. Cần làm rõ đặc trưng kinh tế và đặc trưng văn hóa trong các ngành CNVH, mục tiêu kinh tế và mục tiêu văn hóa trong phát triển CNVH; cơ cấu ngành CNVH ở Việt Nam gắn với quá trình tái cấu trúc nền kinh tế và đổi mới mô hình tăng trưởng. Một khái niệm chính xác sẽ là cơ sở vững chắc để tiếp tục nghiên cứu và thống nhất quan điểm, triển khai các chính sách phát triển CNVH.

Khái niệm “CNVH” xuất hiện đầu tiên ở Mỹ, sau đó là các nước tư bản phát triển khác. Những thập kỷ cuối của thế kỷ XX, CNVH được nhận thức ngày càng đầy đủ hơn từ lý thuyết đến thực tiễn. Đến Hội nghị Thượng đỉnh về hoạt động văn hóa được tổ chức tại Stockholm (Thụy Điển) tháng 4.1998, thuật ngữ *CNVH* đã được gần 200 quốc gia thông qua.

Tuỳ thuộc vào quan điểm của các học giả và bối cảnh cụ thể của mỗi quốc gia, mỗi vùng lãnh thổ, mỗi định chế kinh tế, văn hoá, các ngành CNVH có thể được đề cập đến như “Các ngành công nghiệp sáng tạo”, “Các ngành CNVH và sáng tạo”, “Các ngành công nghiệp tưởng tượng”, “Các ngành công nghiệp bản quyền”, “Các ngành công nghiệp mới phát triển”, “Kinh tế giải trí”, “Các ngành công nghiệp định hướng tương lai”, “Các ngành công

ngiệp nội dung”, “Các ngành công nghiệp giải trí”, “Các ngành công nghiệp thực nghiệm”... Nhưng dù nhìn ở góc độ nào thì các quan niệm về CNVH đều nhấn mạnh đến hai yếu tố: *công nghiệp* và *sáng tạo*. CNVH thực sự là các ngành sản xuất, kinh doanh các sản phẩm văn hóa dựa trên năng lực sáng tạo của các cá nhân thông qua các phương tiện công nghệ hiện đại; sáng tạo về nghệ thuật, năng động trong kinh doanh và cải tiến công nghệ để tạo nên và phổ biến các giá trị mới ra công chúng. Các ngành CNVH có sự kết hợp chặt chẽ giữa văn hoá, nghệ thuật với kinh tế và công nghệ; sáng tạo, sản xuất và phân phối các sản phẩm, dịch vụ sử dụng nguồn lực trí tuệ của con người như những nguyên vật liệu đầu vào then chốt.

Từ kết quả nghiên cứu bước đầu, Đề tài KX03.03/11-15 đưa ra định nghĩa: *CNVH là ngành công nghiệp sáng tạo, sản xuất, tái sản xuất, phổ biến, tiêu dùng các sản phẩm và các dịch vụ văn hoá bằng phương thức công nghiệp hoá, tin học hoá, thương phẩm hoá, nhằm đáp ứng nhu cầu văn hóa đa dạng của xã hội, các hoạt động đó được bảo vệ bởi bản quyền*.

Cơ cấu của CNVH ở Việt Nam hiện nay gồm: ngành sáng tạo và biểu diễn nghệ thuật, dịch vụ tin tức, vui chơi giải trí, đào tạo văn nghệ sỹ và kinh doanh tác phẩm nghệ thuật, ngành phát hành, xuất bản, ngành phát thanh truyền hình, điện ảnh, video, quảng cáo...

Về quan điểm, phát triển ngành CNVH ở nước ta hiện nay không chỉ là vấn đề kỹ thuật, công nghệ, mà thực chất sâu xa là quá trình văn hoá, quyết định

đến phát triển nguồn nhân lực, nên phải có sự hài hoà giữa giá trị xã hội, văn hoá và giá trị thương mại. Phát triển CNVH để hiện đại hoá nền văn hoá dân tộc, mục đích cuối cùng phải nhằm xây dựng, phát triển toàn diện con người Việt Nam; xây dựng môi trường văn hoá lành mạnh trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

CNVH, công nghiệp sáng tạo có thể phát triển nhanh hơn công nghiệp chế tạo vì đầu tư cho công nghiệp sáng tạo không quá lớn, chủ yếu là đầu tư chất xám và quảng bá sản phẩm nhưng lại đem lại hiệu quả kinh tế cao và lâu dài (đặc biệt là khi đã xây dựng được thương hiệu). Trong điều kiện ở nước ta hiện nay, đầu tư cho phát triển CNVH là đúng hướng và phù hợp, nhất là khi tiềm năng chất xám của Việt Nam rất dồi dào và việc quảng bá sản phẩm vẫn là một không gian rộng lớn.

Vai trò, tác động của phát triển CNVH

Phát triển CNVH là cơ sở vững chắc cho hội nhập quốc tế về văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển của các quốc gia ngày càng ảnh hưởng lẫn nhau. Phát triển CNVH sẽ góp phần tạo ra môi trường tốt để chủ động chọn lọc, tiếp thu, phổ biến một cách hiệu quả các sản phẩm văn hóa nước ngoài tại thị trường trong nước. Các ngành CNVH chính là một tài sản chiến lược trong chính sách ngoại giao, hợp tác quốc tế và giúp củng cố tính độc đáo của quốc gia. CNVH đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy bản sắc văn hóa và hiện đại hóa đất nước.

Phát triển CNVH tạo ra cơ sở to lớn và bền vững cho phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Phát



Phát triển CNVH sẽ tạo ra cơ sở to lớn và bền vững cho phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc

triển CNVH nhằm khai thác và phát huy những tiềm năng và giá trị đặc sắc của văn hóa Việt Nam. Việt Nam có nguồn tài nguyên văn hóa vô cùng phong phú, đặc sắc, rất có giá trị. Đảng, Nhà nước và cả xã hội đã có nhiều cố gắng trong giữ gìn, bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa, chuyển hóa các giá trị văn hóa vào đời sống đương đại. Song việc đầu tư cho văn hóa là có giới hạn, nhất là khi vẫn thực hiện theo lối bao cấp, dựa chủ yếu vào nguồn đầu tư của Nhà nước và một phần xã hội hóa. Mặt khác, nguồn tài nguyên văn hóa chưa được phát huy cao độ, trực tiếp cho sự nghiệp phát triển đất nước, cũng có thể hiểu là nguồn tài nguyên văn hóa vẫn đang bị lãng phí. Mặc dù dân tộc ta có lịch sử văn hóa lâu đời, phong phú nhưng rõ ràng tài nguyên văn hóa của chúng ta vẫn chưa chuyển hóa thành thế mạnh cạnh tranh văn hóa. Xuất nhập khẩu sản phẩm văn hóa vẫn đang ở tình trạng nhập siêu nghiêm trọng. Phát

triển CNVH, các giá trị văn hóa sẽ được khai thác hiệu quả trong cơ chế thị trường, tạo ra chất liệu và môi trường văn hóa phục vụ trực tiếp cho mục tiêu phát triển kinh tế, khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa, đóng góp ngày càng cao vào tổng sản phẩm nội địa (GDP). Cũng nhờ vậy, CNVH sẽ tạo thêm nguồn lực cho tái đầu tư phát triển văn hóa. Nhờ các thành tựu khoa học, công nghệ (phương tiện vật chất, kỹ thuật, máy móc, thiết bị...), các phương thức sáng tạo mới và nhờ sự sáng tạo, các giá trị văn hóa ở trong nước sẽ được tiếp biến, hiện đại hóa và phổ biến hiệu quả.

Phát triển CNVH sẽ góp phần khắc phục nhiều bất cập, hạn chế từ thực trạng phát triển văn hóa Việt Nam hiện nay: hoạt động văn hóa còn phụ thuộc vào bao cấp của Nhà nước, chưa huy động tốt các nguồn lực trong xã hội; các kỹ năng quản lý và kinh doanh trong lĩnh vực văn hóa còn yếu; chưa quan tâm đúng mức tới thị trường/công chúng; đội ngũ

văn nghệ sĩ còn thiếu sức sáng tạo... Đặc biệt, có thể kìm chế sự tụt hậu của Việt Nam về hệ thống quản trị, công nghệ mới, nguồn lực tài chính, nguồn nhân lực và môi trường hỗ trợ nói chung cho các ngành CNVH.

Với thành tố then chốt là vốn văn hóa vững chắc và tinh thần doanh nghiệp, các ngành CNVH chính là công cụ hữu hiệu cho tăng trưởng, đổi mới kinh tế, biến văn hóa trở thành một thành tố quan trọng của thương mại và cạnh tranh quốc tế, giúp xây dựng được nền kinh tế sáng tạo mạnh mẽ, bao gồm các lĩnh vực có giá trị kinh tế cao. Với CNVH, sự sáng tạo là tài nguyên vô hạn để phát triển đất nước. CNVH sẽ giúp có nhiều hơn các sản phẩm văn hóa Việt Nam với giá thành rẻ hơn, gần gũi hơn đối với quần chúng nhân dân. Đồng thời, sự phát triển của CNVH ở trong nước sẽ góp phần giảm bớt những sản phẩm CNVH nước ngoài đang tràn lan trong thị trường văn hóa và đời sống xã hội. Dưới góc nhìn văn hóa, CNVH giúp khai thác tốt những giá trị văn hóa, nhất là những giá trị văn hóa Việt Nam phục vụ cho phát triển kinh tế và văn hóa, phát triển xã hội, ổn định chính trị. CNVH đưa giá trị văn hóa đến với quảng đại quần chúng trong nước cũng như tới nhân dân thế giới nhanh và hiệu quả; giúp quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam.

Các ngành CNVH có thể tạo ra “tác động lan tỏa” trong đời sống kinh tế - xã hội của đất nước. Các ngành CNVH cung cấp những cơ hội để phát triển tài năng và tạo công ăn việc làm bền vững; thúc đẩy cố kết xã hội thông qua sự tham gia tích cực của các cộng đồng, các nhóm, cá nhân khác nhau vào hoạt động văn hóa, và thông qua việc nâng cao chất

lượng, tính chuyên nghiệp của cơ sở vật chất và các tổ chức hoạt động trong lĩnh vực văn hóa. Về văn hóa, CNVH có thể tạo ra giá trị phổ biến, lan tỏa, thậm chí có thể tạo nên những mẫu hình, chuẩn mực trong đời sống văn hóa - xã hội theo tinh thần Nghị quyết Trung ương 5, khóa VIII và Kết luận Hội nghị Trung ương 10, khóa IX của Đảng. Sự phát triển của CNVH giúp cho nhu cầu giải trí của công chúng được đáp ứng một cách dễ dàng, sẵn có, thông qua việc tiêu dùng những sản phẩm văn hoá đại chúng. Ngành CNVH có khả năng tác động mạnh mẽ vào đời sống của quảng đại quần chúng nhân dân, đáp ứng nhu cầu văn hoá đa dạng và phức tạp của xã hội. Sự phát triển của ngành CNVH góp phần tạo nên quá trình đa dạng hoá và dân chủ hoá về tri thức cho xã hội.

Phát triển CNVH là hướng đi quan trọng, tham gia tích cực vào quá trình tái cấu trúc nền kinh tế và đổi mới mô hình tăng trưởng ở Việt Nam hiện nay. CNVH sẽ khai thác tốt hơn một nguồn tài nguyên không có giới hạn, đó là nguồn tài nguyên văn hóa phục vụ cho phát triển kinh tế. Với đặc trưng sự sáng tạo và công nghệ, CNVH là hướng đi mới, thậm chí tạo nên hướng đột phá trong phát triển kinh tế tri thức, góp phần phát triển kinh tế theo chiều sâu. CNVH sẽ đưa đến sự thay đổi cơ cấu các ngành có liên quan, tiếp đó là sự thay đổi cơ cấu ngành kinh tế. Sự xuất hiện các “thành phố sáng tạo”, các trung tâm điện ảnh, các trung tâm sản xuất CNVH... sẽ làm thay đổi cơ cấu vùng kinh tế. Cơ cấu thành phần kinh tế cũng sẽ có sự chuyển dịch thích hợp gắn với quá trình chuyển đổi mô hình các đơn vị sự nghiệp văn hóa cũng như sự xuất hiện ngày càng nhiều hơn các

doanh nghiệp văn hóa, bao gồm cả các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực này.

*
* *

Với chủ trương phát triển CNVH, văn hóa không đơn thuần chỉ là mục tiêu, là động lực phát triển kinh tế mà đã được coi là một ngành sản xuất, có khả năng tạo ra các sản phẩm tinh thần cao đẹp cho xã hội, đồng thời mang lại hiệu quả kinh tế thiết thực. Phát triển CNVH chính là mô hình phát triển văn hóa trong bối cảnh mới, gắn với những thay đổi của mô hình tăng trưởng. Chủ trương xây dựng và phát triển CNVH là một biến đổi quan trọng trong nhận thức và hành động của Đảng, Nhà nước cùng các cơ quan quản lý. Điều này làm sâu sắc hơn mối quan hệ xây dựng Đảng là then chốt, phát triển kinh tế là trọng tâm, phát triển văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội; đồng thời tạo ra lực đẩy quan trọng trong việc giải quyết vấn đề phát triển văn hoá bền vững, hài hoà với phát triển kinh tế ✍

Tài liệu tham khảo

[1] Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khoá VIII, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr 52-53.

[2] Nghị quyết về phát triển văn học, nghệ thuật trong thời kỳ mới, Tạp chí Thông tin Văn hóa và Phát triển, số 17.

[3] Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020, ban hành kèm theo Quyết định số 581/QĐ-TTg ngày 6.5.2009 của Thủ tướng Chính phủ.