



Hội diễn NTQC toàn quốc năm 2012 “Việt Nam quê hương tôi”

Ảnh: Hùng Thanh

Phát triển công nghiệp văn hóa YÊU CẦU CẤP THIẾT HIỆN NAY

NGUYỄN THỊ KIM LIÊN

Chiến lược phát triển văn hóa Việt Nam đến năm 2020 được Chính phủ phê duyệt ngày 6-5-2009 nhấn mạnh nhiệm vụ tập chung xây dựng cơ chế, chính sách và môi trường kinh doanh để phát triển ngành công nghiệp văn hóa, xác định từ nay đến năm 2015, một trong những đề án lớn được đề cập đến là xây dựng và tổ chức thực hiện đề án phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam. Đến nay, đã có nhiều công trình nghiên cứu về công nghiệp văn hóa (CNVH), phát triển CNVH ở nước ta với nhiều ý kiến tranh luận khác nhau.

Quan niệm CNVH

Thuật ngữ CNVH đã được gần 200 quốc gia thông qua từ năm 1998 trong Hội nghị thượng đỉnh về hoạt động văn hóa được tổ chức tại Stockholm (Thụy Điển). Mặc dầu còn có nhiều quan niệm khác nhau (UNESCO gọi đây là ngành CNVH, Tổ chức Sở hữu Trí tuệ thế giới gọi là công nghiệp bản quyền, người Mỹ coi đây là công nghiệp giải trí, Hội đồng Anh gọi là nền kinh tế sáng tạo...) nhưng tựu trung, nói đến CNVH là nói đến sự tập hợp các ngành kinh tế khai thác và sử dụng hiệu quả tính sáng tạo kỹ năng sở hữu trí tuệ; sản xuất các sản phẩm và dịch vụ có ý nghĩa văn hóa xã hội, nhấn mạnh đến hai yếu tố: công nghiệp và sáng tạo.

Theo quan niệm chung thì có thể tán đồng định nghĩa: CNVH là việc sản xuất và truyền bá các dịch vụ văn hóa và sản phẩm văn hóa được tạo ra bằng phương thức công nghiệp hóa, tin học hóa và thương phẩm hóa; là ngành nghề sản xuất sản phẩm văn hóa và cung cấp dịch vụ văn hóa; là sản phẩm kết hợp chặt chẽ giữa kỹ thuật ▶

► cao với sự nghiệp văn hóa, thể hiện xu thế kinh tế và văn hóa thâm sâu vào nhau. CNVH lấy sự thỏa mãn nhu cầu văn hóa của mọi người làm mục tiêu chủ yếu.

Ở Việt Nam, CNVH đang còn là một khái niệm khá mới mẻ. Thậm chí, có ý kiến cho rằng, ở Việt Nam đến nay vẫn chưa có ngành CNVH. Khái niệm và vai trò CNVH mới được bàn đến ở một số công trình nghiên cứu và một số hội thảo.

Cơ cấu của ngành CNVH cho đến nay vẫn có nhiều ý kiến trái ngược nhau. Trước đây, theo quan niệm phổ biến trên thế giới, những bộ môn nghệ thuật được đưa vào lĩnh vực CNVH gồm: quảng cáo, kiến trúc, thị trường đồ cổ và nghệ thuật, thủ công nghiệp, thiết kế, thời trang, giải trí kỹ thuật số, mỹ thuật đồ cổ và thủ công mỹ nghệ, thiết kế mỹ thuật, điện ảnh, video và nhiếp ảnh, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn và thị giác, xuất bản, phần mềm, trò chơi máy tính và xuất bản điện tử, vô tuyến truyền hình và đài phát thanh. Các nước châu Âu đưa ra 11 lĩnh vực thuộc ngành CNVH, đó là: quảng cáo, kiến trúc, giải trí kỹ thuật số, mỹ thuật đồ cổ và thủ công mỹ nghệ, thiết kế mỹ thuật, điện ảnh và video, in ấn, xuất bản, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, phát thanh truyền hình và phần mềm vi tính... Các nước châu Á thì chỉ đề cập đến 7 lĩnh vực đó là: điện ảnh, phát thanh truyền hình, báo chí, xuất bản, in và sản xuất băng đĩa, quảng cáo và dịch vụ giải trí, nghệ thuật biểu diễn. Theo định nghĩa mới đây của Hội đồng Anh, CNVH bao gồm 7 lĩnh vực chủ chốt: truyền thông, thiết kế thời trang, sản phẩm tương tác, nghệ thuật biểu diễn, xuất bản, phim ảnh và nghệ thuật thị giác.

Tác giả Tô Huy Rứa và một số tác giả khác quan niệm cơ cấu của CNVH nếu xét theo phạm vi ngành nghề, bao 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, video, quảng cáo⁽¹⁾.

Phát triển CNVH, yêu cầu cấp thiết hiện nay

Phát triển CNVH để giải quyết mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế trong phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Trong Nghị quyết Trung ương 5 (khóa VIII), Đảng ta đã nhấn mạnh đến vai trò của văn hóa đối với sự phát triển kinh tế - xã hội. Mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa là mối quan hệ biện chứng. Kinh tế là điều kiện, là cơ sở để phát triển văn hóa, đồng thời văn hóa là mục tiêu, là động lực để phát triển kinh tế, xã hội. Văn hóa không chỉ là nguồn cung cấp sản phẩm hàng hóa cho kinh tế thị trường mà còn giữ vai trò định hướng giá trị cho hoạt động của kinh tế thị trường. Hoạt động kinh tế thị trường càng hướng tới mục tiêu

văn hóa thì càng mang tính xã hội chủ nghĩa vì sự phát triển của con người, của xã hội. Sản phẩm văn hóa không thuần túy về lợi nhuận kinh tế mà còn bao gồm cả lợi ích tinh thần, thỏa mãn nhu cầu nâng cao năng lực tinh thần của con người. Như vậy, mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa không chỉ thúc đẩy nền kinh tế thị trường phát triển về lượng "giá trị kinh tế" mà cả về chất "giá trị cao đẹp". Phát triển trên cơ sở kết hợp hài hòa kinh tế và văn hóa là sự phát triển năng động có hiệu quả và vững chắc nhất⁽²⁾.

Vấn đề quan trọng là phải làm cho tài nguyên văn hóa trở thành loại tài nguyên đầy sức sống phục vụ cho sự phát triển kinh tế, xã hội. Kinh nghiệm của Trung Quốc trong lĩnh vực này cho thấy: văn hóa phải trở thành ngành kinh tế trụ cột - không thể để văn hóa nằm yên. Tái hiện sản phẩm văn hóa mà Trung Quốc dùng chính là ở nghĩa đó. Muốn vậy, phải phát triển thị trường, phải xây dựng và phát triển các doanh nghiệp văn hóa, huy động và tổ chức các doanh nghiệp văn hóa không ngừng sản xuất, thúc đẩy lưu thông, liên tiếp sản sinh giá trị mới, tạo sự tăng trưởng mạnh mẽ.

Phát triển CNVH nhằm đáp ứng nhu cầu sáng tạo và hưởng thụ ngày càng cao trong các tầng lớp nhân dân.

Hiện nay, sức mạnh tổng hợp của đất nước đang tăng lên, nhu cầu sáng tạo và hưởng thụ văn hóa của các tầng lớp nhân dân ngày càng được nâng cao. Vì vậy, việc phát triển CNVH càng trở nên cấp thiết. Có thể khẳng định rằng, xây dựng và phát triển CNVH là tiến hành xây dựng văn hóa theo tình hình mới, lấy phương thức sản xuất hiện đại hóa làm đặc trưng, sử dụng điều kiện thuận lợi của cơ chế thị trường và kỹ thuật cao tạo nên sự phát triển mạnh mẽ sự nghiệp văn hóa nghệ thuật để không ngừng thỏa mãn nhu cầu văn hóa ngày càng cao, đa dạng của quần chúng nhân dân, là tiền đề quan trọng để xây dựng một nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Cùng với sự phát triển của kinh tế, đời sống vật chất của nhân dân ngày càng được nâng cao thì nhu cầu về đời sống tinh thần của người dân cũng ngày càng tăng lên rõ rệt. Tỷ trọng chi cho vui chơi văn hóa và sự gia tăng thời gian tiêu dùng văn hóa khiến tổng lượng tiêu dùng văn hóa tăng lên nhanh chóng thì tính chọn lựa của mọi người đối với các sản phẩm văn hóa cũng ngày một đa dạng, phong phú. Để đáp ứng được những nhu cầu chính đáng đó cho mọi tầng lớp nhân dân, chỉ có thể trông chờ vào sự phát triển mạnh mẽ của CNVH. Vì chỉ có CNVH mới có khả năng tạo nên hệ thống sản xuất và phục vụ văn hóa nhiều chủng loại, nhiều cấp độ, nhiều loại hình; mới có thể đáp ứng các yêu cầu về số lượng, chất lượng đa dạng hóa, đẩy mạnh việc phổ cập văn hóa thâm sâu vào mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. ►

► Phát triển CNVH còn là con đường để thúc đẩy sự tiến bộ và phồn vinh của văn hóa dân tộc, để văn hóa Việt Nam tham gia cạnh tranh trên thị trường văn hóa quốc tế.

Trong xu thế toàn cầu hóa, mở cửa, giao lưu hội nhập ngày càng diễn ra mạnh mẽ hiện nay, văn hóa trở thành quyền lực mềm có vai trò không thể thiếu trong các bộ phận hợp thành sức mạnh tổng hợp của mọi đất nước. Trình độ phát triển văn hóa trở thành tiêu chí quan trọng để xác định trình độ phát triển. Phát triển CNVH sẽ giúp cho chúng ta dễ dàng tiếp thu, tiếp biến những tinh hoa văn hóa, văn minh nhân loại. Đó là những thành tựu về khoa học công nghệ (phương tiện vật chất, kỹ thuật, máy móc, thiết bị...), nâng cao năng lực sáng tạo, sản xuất các sản phẩm văn hóa. Chúng ta tiếp nhận các phương thức sáng tạo mới như: kỹ năng, phương thức biểu diễn, thông qua công chúng, CNVH, cơ chế sản xuất, phân phối, trao đổi sản phẩm văn hóa của thị trường để thúc đẩy văn hóa dân tộc phát triển. Với ngành CNVH, chúng ta có thể tiếp nhận được các sản phẩm văn hóa có chất lượng công nghệ cao của thế giới để đáp ứng nhu cầu hưởng thụ và giao lưu văn hóa của công chúng trong nước.

Hơn nữa, trong bối cảnh Việt Nam hiện nay, muốn chống lại những ảnh hưởng tiêu cực từ bên ngoài, nhất là những xâm thực của các hiện tượng phản văn hóa thì cần phải phát triển CNVH để phát huy tối đa sức mạnh văn hóa dân tộc, từng bước chiếm lĩnh thị phần văn hóa quốc tế, góp phần bảo vệ chủ quyền và an ninh văn hóa của đất nước, thúc đẩy sự tiến bộ và phồn vinh của văn hóa dân tộc. Trong một thế giới rộng lớn và phẳng

như hiện nay, sức mạnh của văn hóa cần được nhìn nhận nghiêm túc hơn. Những sản phẩm, dịch vụ văn hóa có thể giúp tăng nhu cầu tìm hiểu những giá trị văn hóa đặc thù của mỗi vùng, quốc gia. Vì thế, nếu có những chính sách hợp lý và hiệu quả, chúng ta có thể thúc đẩy những ngành công nghiệp khác như: du lịch, giáo dục, văn hóa ẩm thực, thời trang... cùng phát triển.

Như vậy, có thể nói rằng, trong xu thế hiện nay, xây dựng và phát triển CNVH là việc làm hết sức cần thiết, đóng vai trò, ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển văn hóa dân tộc. Phát triển CNVH sẽ góp phần đổi mới phương thức quản lý văn hóa, tăng cường khả năng tiếp nhận văn hóa của người dân và hỗ trợ việc giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ sự đa dạng văn hóa trên thế giới, đồng thời, giải quyết mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế trong phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Đảng và Nhà nước coi trọng xây dựng văn hóa phải đồng bộ và tương xứng với tăng trưởng kinh tế. Hai việc này phải nâng đỡ, bổ sung cho nhau. Việt Nam muốn hiện đại hóa không những phải có sự phồn vinh về kinh tế mà còn phải có sự phồn vinh về văn hóa. Cho nên, CNVH lấy phương thức sản xuất hiện đại làm đặc trưng là vấn đề quan trọng trong quá trình thực hiện mục tiêu này. ■

(1). Tô Huy Rúa, Xây dựng và phát triển ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta. Tạp chí Cộng sản, số 1-2006.

(2). Mai Hải Oanh, Xây dựng ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta. Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, số 6-2006.



Quảng cáo ở Việt Nam ngày càng phát triển Ảnh: Bá Ngọc