

# BÀN VỀ XÂY DỰNG VÀ ĐỔI MỚI CHÍNH SÁCH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

MAI HẢI OANH\*

*Sự phát triển mạnh mẽ của công nghiệp văn hóa là một xu thế mang tính thế giới của phát triển văn hóa ngày nay. Dựa vào thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại và quy luật vận động thị trường văn hóa, công nghiệp văn hóa đã tạo ra những ảnh hưởng to lớn, góp phần làm thay đổi cả phương thức tồn tại xã hội và phương thức sinh hoạt của con người. Nắm bắt được xu thế phát triển của thời đại, Hội nghị Trung ương 9 khóa XI của Đảng đã đưa phát triển công nghiệp văn hóa vào quyết sách phát triển đất nước thời kỳ mới. Đây là quyết định quan trọng trong chiến lược phát triển văn hóa Việt Nam trong bối cảnh đổi mới và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng.*

HAI THẬP NIÊN qua ở nước ta, vấn đề phát triển công nghiệp văn hóa có liên quan tới các quyết sách về xã hội hóa các hoạt động văn hóa, xây dựng và hoàn thiện chính sách công nghiệp văn hóa, tăng cường xây dựng và quản lý thị trường văn hóa, thúc đẩy sự phát triển công nghiệp văn hóa trên toàn quốc. Lần đầu tiên, chính sách kinh tế trong văn hóa đã được đưa vào Nghị quyết Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII (năm 1998) mà *cốt lõi của nó chính là phát triển công nghiệp văn hóa*. Ở tầng chiến lược, việc đặt ra vấn đề phát triển công nghiệp văn hóa hoàn toàn thống nhất với phương hướng xây dựng nền văn hóa Việt Nam, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước, với yêu cầu phát triển của sức sản xuất tiên tiến, với lợi ích căn bản của nhân dân. Thực tiễn sự nghiệp đổi mới đất nước cho thấy, cùng với sự phát triển toàn diện đất nước, vị trí của công nghiệp văn hóa trong toàn bộ nền kinh tế quốc dân ngày càng trở nên quan trọng.

**Phát triển công nghiệp văn hóa đòi hỏi sự nâng đỡ và điều hòa kiểm soát của chính sách hoàn thiện**

Kể từ Nghị quyết Hội nghị Trung ương

5 khóa VIII đến nay, nhiều luật mới có liên quan trực tiếp đến việc tạo dựng môi trường pháp lý thuận lợi và hiệu quả cho sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa đã được ban hành, sửa đổi, bổ sung, trong đó đáng chú ý là *Luật Sở hữu trí tuệ* được Quốc hội khóa XI thông qua ngày 29-11-2005; được sửa đổi, bổ sung ngày 19-06-2009 và có hiệu lực từ ngày 01-01-2010. Đây là luật thể hiện rõ chính sách của Nhà nước ta về vấn đề sở hữu trí tuệ, đồng thời là một quan điểm cốt lõi của chính sách kinh tế trong văn hóa, khai thác hiệu quả kinh tế trong các giá trị văn hóa và sáng tạo của người dân. Theo chủ trương của Nghị quyết Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII, các doanh nghiệp đặc thù của ngành văn hóa thông tin, như các hãng phim, rạp chiếu bóng, hiệu sách, khu vui chơi, giải trí, nhà xuất bản, trung tâm triển lãm, tu bổ di tích,... được hưởng thuế suất ưu đãi trong hoạt động kinh doanh. Đây là một chủ trương hoàn toàn đúng đắn và có giá trị thực tiễn sâu sắc với công cuộc xây dựng và phát triển văn hóa của đất nước từ những năm 90 của thế kỷ XX và đã được phần nào quy định rõ ràng trong Thông

\* PGS, TS, Tạp chí Cộng sản



tư số 130/2008/TT-BTC của Bộ Tài chính<sup>(1)</sup> về việc giảm và ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xã hội hóa.

Bên cạnh đó là các luật và văn bản dưới luật quy định, điều khoản khác nhằm cung cấp một khuôn khổ pháp lý phù hợp cho sự phát triển của các hoạt động sáng tạo văn hóa nghệ thuật, khai thác có hiệu quả giá trị văn hóa, xã hội và kinh tế của các hoạt động này, như *Luật Điện ảnh Việt Nam* (ban hành năm 2006, được sửa đổi và bổ sung vào năm 2009); *Luật Di sản văn hóa Việt Nam* (ban hành năm 2009); *Luật Xuất bản Việt Nam* (ban hành năm 2004, được sửa đổi và bổ sung vào năm 2008); *Luật Báo chí Việt Nam* (ban hành năm 1989, được sửa đổi và bổ sung năm 1999); *Luật Du lịch Việt Nam* (ban hành năm 2005); *Luật Quảng cáo Việt Nam* (ban hành năm 2012); *Nghị định số 32/2012/NĐ-CP về Quản lý xuất khẩu, nhập khẩu văn hóa phẩm không nhằm mục đích kinh doanh* (Thay thế cho Nghị định số 88/2002/NĐ-CP).

Ngoài ra chúng ta cũng chú trọng chính sách xã hội hóa các hoạt động văn hóa nghệ thuật nhằm thu hút mọi nguồn lực, thành phần kinh tế, các tầng lớp nhân dân tham gia các hoạt động và sáng tạo văn hóa với mục đích tạo ra nhiều công trình văn hóa có chất lượng mang tính dân tộc và hiện đại để nâng cao mức hưởng thụ văn hóa của nhân dân, như Nghị quyết số 90/CP, ngày 21-8-1997, về *Phương hướng và chủ trương xã hội hóa các hoạt động giáo dục, y tế, văn hóa*; Nghị định số 73/1999/NĐ-CP, ngày 19-8-1999, về *Chính sách khuyến khích xã hội hóa đối với các hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, y tế, văn hóa, thể thao*; Nghị định số 05/2005/NQ-CP, ngày 18-04-2005, về *Đẩy mạnh xã hội hóa các hoạt động giáo dục, y tế, văn hóa và thể dục thể thao*...

Năm 2007, Việt Nam thông qua Công ước 2005 của UNESCO về *Bảo tồn và phát huy sự đa dạng của các biểu đạt văn hóa*. Chương trình “*Hỗ trợ kỹ thuật nhằm củng cố hệ thống quản lý nhà nước về văn hóa ở các nước đang phát triển*” (2010 - 2012, do UNESCO thực hiện với sự hỗ trợ tài chính của Liên minh châu Âu) là một trong các chương trình được thực hiện nhằm triển khai Công ước 2005. Tại Việt Nam, chương trình Hỗ trợ kỹ thuật này

của UNESCO được triển khai cụ thể bằng việc thực hiện Dự án mang tên “*Phát triển cơ chế và khung luật tài chính thích hợp cho ngành công nghiệp văn hóa và khuyến khích đầu tư cho ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam*”. Chúng ta cũng đang thực hiện một dự án khác có mục tiêu nhằm triển khai việc thực hiện Công ước 2005 của UNESCO tại Việt Nam là Dự án “*Bộ chỉ số Văn hóa cho phát triển*” của UNESCO (2009 - 2013) nhằm thiết lập một bộ chỉ số nhân mạnh đóng góp của văn hóa cho sự phát triển đất nước, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, hỗ trợ cá nhân và cộng đồng mở rộng lựa chọn cuộc sống và thích nghi với sự thay đổi.

Chiến lược *Phát triển văn hóa đến năm 2020* (ban hành kèm theo Quyết định số 581/QĐ-TTg, ngày 06-5-2009, của Thủ tướng Chính phủ) cho thấy Chính phủ Việt Nam đã đặt ngành công nghiệp văn hóa là một phần quan trọng trong việc hoạch định chính sách kinh tế của đất nước. Trong năm 2013, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã được Chính phủ giao nhiệm vụ xây dựng Đề án *Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*. Nghị quyết Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI (năm 2014) về *Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước*, trong các nhiệm vụ xây dựng và phát triển văn hóa, đã nêu ra nhiệm vụ thứ 5 về *phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường văn hóa*, trong đó nhấn mạnh các yêu cầu về mục đích, cơ chế, thể chế và hành lang pháp lý để phát triển công nghiệp văn hóa. Tất cả những khuôn khổ pháp lý và định hướng chính sách nói trên nhằm phát triển ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta hiện nay.

Để phát triển công nghiệp văn hóa đòi hỏi chính phủ phải định ra và hoàn thiện chính

(1) Tại khoản 3, mục II, phần H Thông tư số 130/2008/TT-BTC, ngày 26-12-2008, của Bộ Tài chính hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp quy định thuế suất ưu đãi: “*Thuế suất 10% trong suốt thời gian hoạt động đối với phần thu nhập của doanh nghiệp có được từ hoạt động trong lĩnh vực giáo dục - đào tạo, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao và môi trường (sau đây gọi chung là lĩnh vực xã hội hóa)*”.



sách tương ứng, tiến hành điều khiển kiểm soát đối với việc phát triển công nghiệp văn hóa. Chính sách công nghiệp văn hóa hoàn thiện là một nhân tố ràng buộc đối với sự phát triển lành mạnh, liên tục của công nghiệp văn hóa. Căn cứ vào nhu cầu phát triển ngành, nghề và biến đổi của thực tiễn để kịp thời xây dựng một hệ thống chính sách kinh tế ngành, nghề hoàn thiện và hiệu quả nhằm thúc đẩy sự lớn mạnh của công nghiệp văn hóa là một yêu cầu cấp bách, cực kỳ quan trọng.

Từ những năm 70 của thế kỷ XX, các quốc gia phát triển phương Tây đã tiến vào tiến trình hiện đại hóa đợt 2, yếu tố văn hóa dần đi vào lĩnh vực hoạt động kinh tế, thị trường văn hóa toàn cầu từng bước được thiết lập và không ngừng mở rộng. Sự nhay bén của các quốc gia phát triển phương Tây là họ đã nhanh chóng nhận thức được đầy đủ ý nghĩa quan trọng của công nghiệp văn hóa và trong cạnh tranh quốc tế, luôn định ra chính sách văn hóa đa dạng, linh hoạt. Trong quá trình gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) và hội nhập quốc tế, Việt Nam phải biết học tập kinh nghiệm của nước ngoài để thúc đẩy toàn diện việc chuyển loại hình văn hóa kinh tế xã hội đồng thời với việc tiếp tục hoàn thành hiện đại hóa đợt 1, nghiên cứu tình hình mới của hiện đại hóa đợt 2.

Chính sách phát triển công nghiệp văn hóa liên quan đến nhiều phương diện, như điều chỉnh hợp lý pháp luật pháp quy, chuyển đổi cơ chế phù hợp, chính sách đầu tư quay vòng vốn công nghiệp văn hóa, mô hình quản lý công nghiệp văn hóa, giám sát quản lý an toàn văn hóa.

Sự đổi mới thể chế, cơ chế công nghiệp văn hóa bao gồm các nội dung chủ yếu như sau: quan hệ giữa công nghiệp văn hóa với sự nghiệp văn hóa, vai trò của chính phủ trong phát triển công nghiệp văn hóa, bố trí cơ cấu công nghiệp văn hóa toàn quốc, quan hệ thị trường và mô hình thúc đẩy lẫn nhau của các chủ thể doanh nghiệp văn hóa, các loại chế độ sở hữu, quy phạm giao lưu và hợp tác của doanh nghiệp hoặc công nghiệp văn hóa trong và ngoài nước.

Khi hoạch định chính sách, Nhà nước phải đặc biệt coi trọng kết hợp hai nguyên tắc:

*một là*, nguyên tắc về giá trị hàng hóa, *hai là*, nguyên tắc về giá trị xã hội. Không coi trọng giá trị hàng hóa thì phát triển của công nghiệp văn hóa sẽ bị chèn ép, không thể có tốc độ phát triển tốt nhất. Không coi trọng giá trị xã hội thì trong quá trình phát triển công nghiệp văn hóa sẽ có thể xuất hiện “dị hình” đem lại hậu quả xã hội không tốt. Vì vậy, Chính phủ, *một mặt*, cần tạo điều kiện cho quy luật giá trị hàng hóa phát huy tác dụng, quản lý văn hóa bằng các công cụ luật pháp, chính sách, giải phóng ra khỏi mô hình trực tiếp “làm văn hóa”, trực tiếp “quản văn hóa” như trong thời kỳ kinh tế kế hoạch hóa tập trung, chú trọng giải quyết những vấn đề thị trường không quyết định được, khắc phục những mặt hạn chế trong phát triển công nghiệp văn hóa. Thí dụ, những môi trường bên ngoài như quy hoạch chiến lược, định hướng chính sách, cân đối hài hòa ngành, nghề, phục vụ đồng bộ, bảo đảm chắc chắn cho thị trường văn hóa phát triển.

*Mặt khác*, Chính phủ cần chú ý phát huy ưu thế tính tự giác của quy luật giá trị xã hội, dùng để bù đắp vào những khiếm khuyết tính tự phát của quy luật giá trị hàng hóa. Trong thực tế, bên cạnh một số sản phẩm văn hóa có ưu thế trong cạnh tranh trên thị trường là những sản phẩm văn hóa tuy rất có giá trị xã hội nhưng lại ở vào thế yếu trong cạnh tranh trên thị trường. Vì vậy, Chính phủ phải định ra chính sách hợp lý nhằm nâng đỡ đối với khu vực yếu thế trong cạnh tranh văn hóa, như các hoạt động nghệ thuật chủ yếu mang tính biểu diễn, nặng về giá trị công ích, như múa ba lê, nhạc giao hưởng, ca kịch, kịch nói,... Để thể hiện được đầy đủ giá trị xã hội, Chính phủ cũng cần định ra chính sách nâng đỡ một loại sức mạnh xã hội, như bình luận, phân tích văn hóa, dùng nó để giữ được lý tính nghệ thuật và định hướng giá trị tốt đẹp của hoạt động văn hóa.

### **Ưu thế phát triển sau và chính sách công nghiệp văn hóa**

Sự phát triển của ngành, nghề trong thời đại toàn cầu hóa ngày nay có hai đặc trưng ngày càng nổi bật: *một là*, chồng lấn các tầng văn hóa về không gian và *hai là*, tăng tốc độ về thời gian. Đặc trưng thứ nhất do quy định của lô-gic



phát triển, sức ép của toàn cầu hóa khiến cho một số quốc gia rơi vào tình trạng giai đoạn phát triển trước chưa hoàn thiện đầy đủ thì giai đoạn phát triển sau đã xuất hiện chồng lên. Chẳng hạn, một số quốc gia mới bắt đầu giai đoạn công nghiệp hóa thì nhiều nước thế giới đã chuyển sang giai đoạn hậu công nghiệp. Tương tự như thế, khi in-tơ-nét xuất hiện thì tầm quan trọng của báo chí truyền thống bị lấn át, và bị chi phối. Tại đó, hiện tượng cộng sinh văn hóa, cùng tồn tại nhiều loại hình văn hóa là một thực tế phổ biến. Đặc trưng thứ hai liên quan đến tốc độ phát minh và truyền bá kỹ thuật mới ngày càng nhanh. Nhờ thế, trong bối cảnh toàn cầu hóa kinh tế, các quốc gia phát triển sau có thể trực tiếp sử dụng thành quả kỹ thuật mới nhất, khiến cho tốc độ nâng cấp ngành, nghề của họ càng nhanh hơn. Đây chính là căn cứ lý luận và thực tiễn cho chiến lược “đi tắt đón đầu” mà nhiều quốc gia đang phát triển áp dụng.

Chính sự chi phối của hai đặc trưng này làm xuất hiện một loại khả năng mới: các quốc gia đang phát triển có thể thông qua điều chỉnh chính sách ngành, nghề mà khởi điểm giống như các quốc gia tiên tiến. Đây là một ưu thế của các nước phát triển sau. Việt Nam có thể căn cứ vào đặc điểm này để tiến hành điều chỉnh chính sách ngành, nghề, định vị chuẩn xác phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam, bố trí hợp lý tài nguyên kinh tế - xã hội cho phù hợp với lô-gic phát triển của nền kinh tế tri thức. Cũng phải ý thức một cách sâu sắc rằng việc gia nhập WTO không đồng nghĩa với việc Việt Nam tiếp thu văn hóa thế giới một cách bị động mà là trải qua, phải coi đó là một cơ hội cho chúng ta suy tính, cân nhắc kỹ lưỡng để xây dựng chiến lược phát triển đúng đắn, chính xác, không chỉ phục vụ cho lợi ích ngắn hạn mà phải đáp ứng được mục tiêu dài hạn, mang tầm hiện đại.

Là thành viên của WTO, Chính phủ Việt Nam phải làm việc theo quy tắc, chuẩn mực quốc tế, tuân thủ nguyên tắc mậu dịch đa biên, thực hiện những điều kiện của kinh tế thị trường, bảo đảm tính minh bạch trong giao thương, trao đổi hàng hóa, không kỳ thị... Điều đó đòi hỏi Việt Nam phải biết điều chỉnh hợp

lý, loại bỏ những quy tắc, chế độ và ý tưởng giao lưu không thích ứng với nguyên tắc của WTO, đồng thời, bảo đảm cho sự phát triển văn hóa của Việt Nam được thuận lợi.

Nội dung của điều chỉnh hợp lý bao gồm điều chỉnh hợp lý về xã hội và điều chỉnh hợp lý về văn hóa. Điều chỉnh hợp lý về xã hội nhấn mạnh tính thống nhất giữa vai trò xã hội, kết cấu xã hội, trật tự xã hội. Điều chỉnh hợp lý về văn hóa nhấn mạnh sự phát triển hài hòa giữa các quan niệm về giá trị khác nhau, phương thức sinh hoạt khác nhau. Việc gia nhập WTO cho thấy Việt Nam chấp thuận những nguyên tắc phát triển mang tính toàn cầu, coi đó là một trong những căn cứ quan trọng để xây dựng hình thái chế độ văn hóa pháp luật, hệ thống chính sách văn hóa, đường lối phát triển công nghiệp văn hóa của mình. Thông qua chiến lược phát triển văn hóa đúng đắn, phương thức công nghiệp văn hóa chính xác, hiệu quả, Việt Nam sẽ hiện thực hóa được cái gọi là ưu thế phát triển sau.

Hiệu quả mà công nghiệp văn hóa đem lại cho nền kinh tế quốc dân đòi hỏi chúng ta phải thay đổi nhận thức, khi mà một bộ phim của Hô-li-út có thể mang lại doanh thu ngang bằng với số tiền lãi từ mấy chục vạn chiếc ô-tô được bán trên thị trường. Đó chính là bằng chứng về kì tích của công nghiệp văn hóa. Một số quốc gia như Hàn Quốc, Trung Quốc bắt đầu thu được những thành công quan trọng chính trên ý tưởng kết hợp kinh tế và văn hóa thông qua công nghiệp văn hóa. Các sản phẩm điện thoại thông minh, như Iphone, Samsung... có khả năng tạo “sốt” nhờ vào sự kết hợp hoàn hảo giữa trình độ công nghệ cao và ấn tượng của nghệ thuật. Đây là những tham khảo và là những kinh nghiệm hữu ích để Việt Nam có chính sách bố trí, tổ chức lại ngành nghề, tài nguyên, đầu tư công nghiệp văn hóa, tăng cường khả năng cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp văn hóa nhằm tạo ra sự đột phá thực sự.

Với tư cách là thành viên của WTO, Việt Nam phải lấy nguyên tắc của WTO và cam kết quốc tế của mình để điều chỉnh chính sách, quan hệ văn hóa quốc tế cho phù hợp. Đó cũng là nội dung cải cách quan trọng trong quan hệ văn hóa đối ngoại của Chính phủ Việt Nam.



Tuy nhiên, hệ thống văn bản chính sách văn hóa hiện thời của nước ta về cơ bản được định ra trong quá trình chuyển đổi thể chế kinh tế nên dấu ấn của thể chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung vẫn còn mức độ rất lớn, nhiều chỗ không phù hợp với thực tiễn và yêu cầu của kinh tế và văn hóa thế giới đương đại. Vị trí, tầm quan trọng của công nghiệp văn hóa chưa thật sự nổi bật trong cấu trúc kinh tế - xã hội nước ta một phần cũng do sự hạn hẹp của tầm nhìn cũ. Hệ thống chính sách cũng chưa chú ý thích đáng đến tính minh bạch và tính công bằng trong phân phối. Vì vậy, kịp thời điều chỉnh chính sách công nghiệp văn hóa, đẩy nhanh bước đi cải cách thể chế văn hóa, xây dựng hệ thống đổi mới công nghiệp văn hóa là vấn đề phải được nghiên cứu kỹ lưỡng và có những quyết sách chính xác, táo bạo để tiếp tục phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam.

### **Chủ đề mới mang ý nghĩa chiến lược mới**

Phát triển công nghiệp văn hóa có ý nghĩa chiến lược đối với việc “xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”. Đó là một chủ đề mang ý nghĩa chiến lược quan trọng. Việc nghiên cứu và xây dựng chính sách công nghiệp văn hóa đòi hỏi tri thức tổng hợp, liên ngành vì bản thân công nghiệp văn hóa là ngành công nghiệp đa ngành, đa nghề. Mặt khác, bản thân sự phát triển của công nghiệp văn hóa ở Việt Nam cũng đồng thời thúc đẩy một cách có hiệu quả việc nghiên cứu lý luận và xây dựng ngành khoa học về công nghiệp văn hóa.

Trước đây, vào những năm 90 của thế kỷ XX, trước sự lớn mạnh của công nghiệp văn hóa thế giới, nhất là sự mở rộng vùng phủ sóng của văn hóa đại chúng, không ít người lo ngại về sự biến mất của văn hóa tinh hoa, rằng số phận của văn hóa đang bị lâm nguy. Tâm thái “quý tộc” của giới nghiên cứu văn hóa đã khiến cho nghiên cứu lý luận và xây dựng ngành khoa học về công nghiệp văn hóa của Việt Nam bị tụt hậu so với thế giới và so với chính thực tiễn phát triển văn hóa trong nước đã kéo dẫn khoảng cách với thực tế. Chính sự mở rộng và phát triển với tốc độ nhanh của công nghiệp

văn hóa cũng như hiệu quả to lớn mà nó đã đem đến cho kinh tế quốc dân, phát triển xã hội và đời sống tinh thần của con người đòi hỏi phải có những nghiên cứu tương xứng. Mặt khác, để phát triển công nghiệp văn hóa, cần đến sự nghiên cứu và tổng kết về mặt lý luận, hệ thống chính sách của Nhà nước về công nghiệp văn hóa phải gắn liền với thành quả nghiên cứu về công nghiệp văn hóa, những luận chứng kinh tế mang tính khả thi tạo ra sự đồng thuận trong chiến lược phát triển văn hóa hài hòa với phát triển kinh tế, phát triển kinh tế trong văn hóa. Khoa học về công nghiệp văn hóa ở Việt Nam, đến thời điểm này, đã đủ điều kiện để xác lập và đưa vào thực tiễn đào tạo. Sự ra đời của nó không những đáp ứng được đòi hỏi nghiên cứu khoa học xã hội ở Việt Nam mà còn làm cho mọi người nhận thức được những vấn đề mới nảy sinh trong thực tiễn của nền kinh tế tri thức và kết cấu mới của xã hội hiện đại.

Mấy năm gần đây, tuy các trường cao đẳng, đại học nước ta đua nhau mở ra ngành khoa học liên quan đến công nghiệp văn hóa, thí dụ như báo chí, phát thanh truyền hình, thiết kế nghệ thuật, phim hoạt hình, trò chơi... nhưng đều chưa thoát khỏi mô hình tư duy môn học truyền thống. Nó chưa được đặt trong tầm nhìn tổng thể của một ngành khoa học về công nghiệp văn hóa được nhìn nhận theo tinh thần của kinh tế tri thức. Thực tế đào tạo tách rời như hiện đang tồn tại vô hình trung đã tước mất mối liên kết liên ngành trong tư duy nghiên cứu hiện đại, chưa nắm bắt được tính phức hợp của kết cấu văn hóa đương đại, hạn chế năng lực sáng tạo và những ý tưởng khoa học mới của khoa học xã hội nước ta.

Do thiếu thực tiễn chuẩn bị, công nghiệp văn hóa Việt Nam dù là về hình thái, kết cấu hay là về mặt thể chế, chính sách ngành, nghề đều chưa triển khai đầy đủ tính mâu thuẫn và tính phong phú, đa dạng của nó. Nắm bắt và giới định một cách khoa học như thế nào nội hàm và phạm vi của công nghiệp văn hóa, phân tích và nắm bắt đặc điểm vận động của công nghiệp văn hóa hiện đại, tổ chức công nghiệp văn hóa và quy luật đặc thù của vận động kết cấu đã vạch ra vị trí và tác dụng của vận động công nghiệp văn hóa trong toàn bộ



phát triển xã hội và kinh tế hiện đại? Định ra như thế nào chiến lược công nghiệp văn hóa có thể phát triển liên tục, hoàn thiện chính sách công nghiệp văn hóa, xây dựng hệ thống thị trường văn hóa lành mạnh có trật tự, thúc đẩy toàn diện xây dựng thể chế công nghiệp văn hóa nhà nước?... Những vấn đề này đều phải nghiên cứu một cách nghiêm túc và đưa ra những giải pháp phù hợp với thực tế phát triển công nghiệp văn hóa hiện đại. Đây là sứ mệnh lịch sử của nghiên cứu lý luận công nghiệp văn hóa Việt Nam và cũng là nhu cầu chiến lược của phát triển văn hóa quốc gia, từ đó hình thành ngành khoa học công nghiệp văn hóa.

Công nghiệp văn hóa Việt Nam đang đứng trước những cơ hội phát triển to lớn, và sự phát triển của thực tiễn đang đòi hỏi có sự định hướng về lý luận.

Phát triển công nghiệp văn hóa là một yêu cầu mới mẻ đang đặt ra trong thực tiễn của công cuộc đổi mới toàn diện đất nước. Nó thực sự là một lĩnh vực có ý nghĩa chiến lược, có khả năng tạo nên sự đột phá trong sự nghiệp xây dựng nền văn hóa mới hiện đại, có khả năng cạnh tranh quốc tế. Vì thế, song song với thực tiễn phát triển công nghiệp văn hóa, nhất thiết phải hình thành ngành khoa học nghiên cứu về công nghiệp văn hóa. Đây là một yêu cầu mang tính khách quan mà nếu bỏ lỡ, chúng ta lại càng làm nổi rõ khoảng cách tụt hậu so với thế giới.

### **Tăng cường nghiên cứu lý luận chính sách công nghiệp văn hóa**

Gần đây, Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch đã định ra chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa, đề ra chiến lược và nhiệm vụ cơ bản cho phát triển công nghiệp văn hóa những năm tới, để chỉ đạo sự phát triển công nghiệp văn hóa của hệ thống văn hóa toàn quốc. Hiện nay, nghiên cứu về công nghiệp văn hóa đang phát triển rầm rộ và nhận được sự quan tâm của đông đảo giới trí thức hoạt động trong lĩnh vực văn hóa. Một số hội thảo và đề tài khoa học cấp nhà nước về công nghiệp văn hóa cũng đã được triển khai. Rõ ràng, sự thừa mùng trong nghiên cứu về công nghiệp văn

hóa chưa xứng tầm với những đóng góp và bản thân sự phát triển của chính ngành công nghiệp mới mẻ này.

Công nghiệp văn hóa là một lĩnh vực đặc thù, hiện đang ở vào giai đoạn chuyển đổi loại hình và phát triển, vì vậy vấn đề căn bản nhất vẫn là vấn đề đổi mới thể chế. Nền tảng để xây dựng chính sách ngành, nghề của bất cứ quốc gia nào cũng phải xuất phát từ hai điểm mấu chốt: lấy thị trường làm cơ sở và lấy chính sách làm chỉ dẫn.

Then chốt của phát triển công nghiệp văn hóa là thực hiện đổi mới thể chế và biến động hữu cơ với đổi mới chính sách. Nếu ở tầng thể chế và chính sách không được đổi mới thì công nghiệp văn hóa không thể phát triển. Phát triển công nghiệp văn hóa đã trở thành nhận thức chung, nhưng việc xây dựng hệ thống chính sách ngành, nghề thật sự hợp lý thì mới chỉ được bắt đầu. Điều đó đòi hỏi chúng ta phải nắm chắc thực tiễn, học hỏi kinh nghiệm các nước tiên tiến, nhất quán trong tư tưởng đổi mới để tìm ra những giải pháp thích hợp, khả thi.

Tăng cường cải thiện hơn nữa môi trường đổi mới chính sách đối với công nghiệp văn hóa nước ta, đẩy mạnh nghiên cứu lý luận về công nghiệp văn hóa theo phương châm xây dựng nền văn hóa Việt Nam, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước chính là con đường quan trọng nâng cao trình độ phát triển công nghiệp văn hóa nước ta.

So với công nghiệp văn hóa của các nước phát triển phương Tây thì công nghiệp văn hóa nước ta vẫn ở giai đoạn ban đầu. Quy mô công nghiệp nhỏ, cơ sở, trang thiết bị kém, chủng loại nhiều, phân bố manh mún, đầu tư vốn không đủ, nhân tài kinh doanh ít, nặng về tâm lý “ăn xổi ở thì”... Giải quyết thực trạng trên đây đòi hỏi, *một mặt*, tăng cường nghiên cứu lý luận, đúc rút kinh nghiệm, khái quát quy luật, đưa ra những dự báo khoa học, lựa chọn xu thế phát triển hợp lý; *mặt khác*, tạo điều kiện cho công nghiệp văn hóa phát triển, các ngành, nghề văn hóa hoạt động hiệu quả, từng bước bố trí cơ cấu hợp lý, tích cực áp dụng khoa học công nghệ vào sản xuất... □