

ĐỔI MỚI THỂ CHẾ VĂN HÓA TRONG LĨNH VỰC CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

NGUYỄN THỊ THU PHƯƠNG* - NGUYỄN THỊ NHÀN**

Toàn cầu hóa không chỉ tác động mạnh đến lĩnh vực kinh tế mà còn tác động tới mọi phương diện của đời sống văn hóa - xã hội của Việt Nam. Trong công cuộc đổi mới, những vấn đề về giao lưu, hội nhập, tiếp nhận văn hóa, hay chống đỡ, hóa giải các tác động tiêu cực của văn hóa ngoại lai có ảnh hưởng nhất định đến sự phát triển của nền văn hóa nước ta, đòi hỏi các nhà hoạch định chiến lược phải có những đổi mới về thể chế văn hóa để thích ứng với tình hình mới.

Đổi mới thể chế văn hóa là yêu cầu tất yếu

Với sự phát triển như vũ bão của các phương tiện truyền thông, thế giới giải trí (được coi là mũi nhọn của ngành công nghiệp văn hóa) đã và đang phát huy vai trò to lớn trên phạm vi toàn cầu; trong đó, các hình thức giải trí dựa trên phương tiện truyền thông ngày càng lấn át các hình thức giải trí truyền thống. Sự thành công của ngành công nghiệp giải trí Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc... là minh chứng cho thấy văn hóa đang ngày càng khẳng định thể mạnh khi nó trở thành thương phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng và hưởng thụ văn hóa ngày càng đa dạng trên thị trường quốc tế. Những kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa, đặc biệt là các loại hình giải trí mới đã cung cấp cho Việt Nam những cách tiếp cận mới về cải cách thể chế văn hóa trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa.

Trước đổi mới, điểm yếu nhất của mô hình quản lý văn hóa truyền thống là không phân tách rõ công tác quản lý hành chính và quản lý kinh doanh; không phân rõ vai trò,

chức năng của các đơn vị sự nghiệp văn hóa với các cơ quan hành chính, chính phủ; các tổ chức xã hội không có sự phân cấp rạch ròi; các ban, ngành quản lý văn hóa vừa quản lý, vừa thực hiện hoạt động văn hóa. Điều này đã làm giảm đi sức sống, thậm chí biến các đơn vị văn hóa trở thành “vật phụ thuộc” vào các cơ quan chủ quản văn hóa của Chính phủ. Thực tế trên đòi hỏi trọng tâm trong công tác đổi mới thể chế văn hóa phải tập trung vào việc thay đổi nhận thức của xã hội và chức năng quản lý văn hóa của Chính phủ. Chính vì vậy, Nghị quyết Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII (năm 1998) của Đảng đã đi đến nhận thức cần phải phát huy tiềm năng kinh tế trong phát triển văn hóa và đẩy mạnh sự sáng tạo, tăng cơ hội tiếp cận của người dân đối với các sản phẩm văn hoá. Ngày 16-6-2008, Bộ Chính trị ra Nghị quyết số 23-NQ/TW “Về tiếp tục xây dựng và phát triển văn học, nghệ thuật trong thời kỳ mới”, trong đó

* TS, Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam

** Cử nhân, Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam

khẳng định: Các phương tiện, phương thức sản xuất, trình diễn, sử dụng, truyền bá sản phẩm văn học, nghệ thuật phát triển mạnh đã đưa được nhiều tác phẩm đến với công chúng, góp phần đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của nhân dân. Sau 15 năm thực hiện Nghị quyết Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII, ngày 9-6-2014 tại Hội nghị Trung ương 9 khóa XI, Đảng đã ban hành Nghị quyết số 33-NQ/TW “Về xây dựng văn hóa và con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”, trong đó xác định phát triển công nghiệp văn hóa nhằm khai thác và phát huy những tiềm năng và giá trị đặc sắc của văn hóa Việt Nam; khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa, góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới. Từ đây, công nghiệp văn hóa chính thức được coi là một ngành công nghiệp thuộc nhóm ngành, nghề dịch vụ và để phát triển được ngành này, Nhà nước đã ban hành, sửa đổi, bổ sung nhiều bộ luật nhằm tạo dựng một môi trường pháp lý thuận lợi và hiệu quả cho sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa. Bên cạnh Luật Sở hữu trí tuệ và các chính sách ưu đãi thuế có vai trò bảo trợ, hỗ trợ pháp lý cho sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa, còn có các bộ luật và quy định pháp lý khác có liên quan chặt chẽ đến việc cung cấp một khuôn khổ pháp lý phù hợp cho sự phát triển của từng ngành, nghề, như Luật Điện ảnh (Công bố năm 2006, được sửa đổi, bổ sung năm 2009), Luật Báo chí (Công bố năm 1989, được sửa đổi, bổ sung năm 1999), Luật Xuất bản (Công bố năm 2004, sửa đổi, bổ sung năm 2013), Pháp lệnh Quảng cáo (Công bố năm 2001, được nâng lên thành Luật Quảng cáo năm 2012), Luật Di sản văn hoá (Công bố năm 2001, sửa đổi, bổ sung năm 2009), Nghị định số 79/2012/NĐ-CP, ngày 5-10-2012 của Chính phủ, “Quy định về biểu diễn nghệ thuật, trình diễn thời trang; thi người đẹp và người mẫu; lưu hành, kinh doanh bản ghi âm, ghi hình ca múa nhạc, sân khấu”;

Quy chế hoạt động văn hoá và kinh doanh dịch vụ văn hóa công cộng năm 2006... Đối với các ngành công nghiệp văn hóa khác, các cơ quan quản lý nhà nước theo thẩm quyền cũng đã xây dựng và ban hành nhiều văn bản tạo hành lang pháp lý và điều chỉnh hoạt động của ngành, như ngành phần mềm và trò chơi giải trí được hoạt động theo Luật Công nghệ thông tin cùng 11 văn bản quy định pháp luật khác; ngành phát thanh và truyền hình với 23 văn bản quy phạm pháp luật...

Căn cứ Nghị quyết số 31/NQ-CP, ngày 13-5-2014, của Chính phủ, về “Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 22-NQ/TW, ngày 10-4-2013, của Bộ Chính trị Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam về hội nhập quốc tế”, chúng ta đang tiến hành xây dựng “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” (gọi tắt là Chiến lược). Trong đó, khái niệm các ngành công nghiệp văn hóa được các nhà hoạch định chiến lược xác định: “Công nghiệp văn hóa là các ngành sáng tạo dựa trên nguồn lực văn hóa, ứng dụng những tiến bộ của khoa học, kỹ thuật và công nghệ để sản xuất ra các sản phẩm và dịch vụ văn hóa bằng phương thức sản xuất công nghiệp, được phân phối, trao đổi, tiêu dùng trên thị trường”⁽¹⁾.

Căn cứ kết quả nghiên cứu và dựa trên chức năng quản lý nhà nước của các bộ, ngành, Chiến lược xác lập cơ cấu công nghiệp văn hóa Việt Nam hiện nay gồm các ngành: quảng cáo, kiến trúc, phần mềm và các trò chơi giải trí, thủ công, mỹ nghệ, thiết kế, điện ảnh, xuất bản, thời trang, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm, truyền hình và phát thanh, du lịch văn hóa.

(1) Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: Dự thảo “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, tháng 6-2016

Trên cơ sở xác định khái niệm và cơ cấu ngành, nghề, Chiến lược từng bước đi đến xác định mục tiêu phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, đến năm 2020 phấn đấu doanh thu của các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 3% GDP và tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội; đến năm 2030, các ngành công nghiệp văn hóa trở thành một bộ phận quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, đóng góp 7% GDP. Nhằm hiện thực hóa các mục tiêu trên, Dự thảo Chiến lược đã đề xuất giải pháp đổi mới tư duy, coi công nghiệp văn hóa ngành kinh tế tổng hợp, có khả năng tạo ra các sản phẩm tinh thần, đồng thời đóng góp GDP và tạo việc làm cho xã hội; hoàn thiện cơ chế phối hợp giữa các bộ, ngành cũng như các chính sách xây dựng và phát triển công nghiệp văn hóa gắn với phát triển mạnh thị trường tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ văn hóa trong và ngoài nước; phối hợp chặt chẽ giữa các bộ, ngành, địa phương và lĩnh vực trong việc xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, đề án, dự án phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

Một số đánh giá ban đầu

Thứ nhất, đổi mới thể chế văn hóa đã thúc đẩy chuyển đổi kết cấu sở hữu, xã hội hóa hoạt động sản xuất và dịch vụ văn hóa.

Đổi mới thể chế văn hóa của Việt Nam gắn liền với quá trình chuyển đổi từ hình thức sở hữu đơn nhất sang đa dạng hóa kết cấu sở hữu (sở hữu nhà nước, sở hữu tư nhân và sở hữu hỗn hợp) và đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng trong lĩnh vực phát triển văn hóa. Thị trường nội địa với hơn 90 triệu dân là một trong những thuận lợi mà ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam có được khi tiến hành xã hội hóa hoạt động sản xuất và dịch vụ văn hóa. Bên cạnh đó, thị trường khu vực châu Á đang mở rộng cũng là một cơ hội lớn mở ra cho các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam. Vì vậy, việc Việt Nam tiến

hành quá trình chuyển đổi cơ cấu sở hữu, xã hội hóa hoạt động sản xuất và dịch vụ văn hóa đã tạo ra các khuôn khổ thể chế thuận lợi để các thành phần sở hữu tham gia hoạt động sản xuất và dịch vụ văn hóa trên thị trường âm nhạc, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, thời trang, các trò chơi trực tuyến,...

Bên cạnh việc chuyển đổi kết cấu sở hữu, hằng năm, kinh phí của Việt Nam chi cho hoạt động văn hóa chiếm 1,8% tổng chi ngân sách nhà nước. Năm 2015, vốn đầu tư phát triển cho lĩnh vực văn hóa đạt 26,7 triệu USD và cho Chương trình mục tiêu quốc gia về văn hóa là 12,7 triệu USD⁽²⁾. Nhà nước đã hỗ trợ tài chính cho các hoạt động văn hóa - nghệ thuật bằng cách đầu tư từ nguồn ngân sách cho xây dựng những thiết chế văn hóa, gián tiếp hỗ trợ cho các hoạt động nghệ thuật thông qua chính sách về thuế. Luật thuế quy định những tổ chức xã hội, nghề nghiệp hay những cá nhân đóng góp tài chính cho các hoạt động văn hóa đều được khấu trừ thuế, miễn thuế tài sản và miễn thuế thu nhập. Việc đầu tư tài chính từ hình thức hỗ trợ gián tiếp này đã huy động được nguồn kinh phí đáng kể cho sự nghiệp phát triển văn hóa - nghệ thuật. Mặt khác, Nhà nước còn tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho việc hình thành các loại quỹ văn hóa với các thể chế tư nhân và kết hợp quỹ văn hóa tư nhân với Nhà nước. Loại quỹ văn hóa tư nhân thuần túy huy động sự đóng góp của các cá nhân, doanh nghiệp, các tổ chức xã hội trong và ngoài nước... để đầu tư cho các hoạt động văn theo nhu cầu của xã hội. Nhà nước còn cho vay vốn trung và dài hạn với các hình thức không lấy lãi hay với lãi suất thấp đối với các đầu tư cho các hoạt động văn hóa, hỗ trợ tài chính đối với các loại hình nghệ thuật truyền thống, khuyến khích các loại hình văn

(2) Xem: Dự thảo "Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030" đã dẫn.

hóa nghệ thuật tìm kiếm các nguồn tài trợ khác và mở rộng phạm vi đào tạo văn hóa nghệ thuật cho mọi đối tượng xã hội. Nhà nước cho phép tư nhân tham gia các hoạt động xuất bản, thư viện; thành lập các hãng phim tư nhân, rạp chiếu phim; tổ chức các hoạt động biểu diễn... Với sự hỗ trợ về cơ chế chính sách như vậy, cho đến năm 2015, về cơ bản, Việt Nam đã hình thành bước đầu thị trường văn hóa và các kết cấu hạ tầng có khả năng thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa phát triển. Tính đến cuối năm 2015, hệ thống các thiết chế văn hóa của cả nước đã và đang được hình thành với thành phần sở hữu đa dạng. Theo các số liệu cụ thể, tổng số rạp chiếu phim và phòng chiếu tại Việt Nam tính đến cuối năm 2015 là 156 rạp/cụm rạp, với tổng số 561 phòng chiếu⁽³⁾. Trên 80% số rạp chiếu phim do nước ngoài đầu tư, đây là điều hoàn toàn mới so với trước thời kỳ đổi mới. Hệ thống bảo tàng Việt Nam tiếp tục được mở rộng với 149 bảo tàng (gồm 124 bảo tàng công lập, 25 bảo tàng ngoài công lập), lưu giữ gần 3 triệu tài liệu, hiện vật. Ngoài ra, hiện có khoảng 300 cửa hàng mua bán tranh, tượng, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Lĩnh vực xuất bản có 63 nhà xuất bản thuộc sở hữu của Nhà nước, được tổ chức hoạt động với nhiều loại hình khác nhau, 44 nhà xuất bản tổ chức hoạt động theo loại hình sự nghiệp, 19 nhà xuất bản hoạt động theo loại hình công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên 100% vốn nhà nước. Tốc độ tăng trưởng bình quân hằng năm về số bản sách đạt khoảng 15% - 20%, về số đầu sách: 8% - 10%, về trang in: 10% - 15%⁽⁴⁾. Những nỗ lực thay đổi về thể chế văn hóa đã giúp Việt Nam từng bước hoàn thành chuyển đổi cơ chế ở các đơn vị sự nghiệp văn hóa sang đơn vị kinh doanh văn hóa thuộc Nhà nước quản lý, như sản xuất, phát hành phim, các đoàn nghệ thuật biểu diễn. Đồng thời, cấp phép đăng ký mới các đơn vị văn hóa mang tính kinh doanh, nỗ lực tạo lập chủ thể của

thị trường công nghiệp văn hóa, tăng cường sức cạnh tranh và thực lực của doanh nghiệp văn hóa nhà nước hoặc doanh nghiệp có cổ phần nhà nước. Đây chính là thay đổi mang tính đột phá mà Việt Nam đã làm được khi phá vỡ trật tự sở hữu đơn nhất, khuyến khích xã hội hóa và triển khai các chính sách ưu đãi hỗ trợ hoạt động sản xuất và dịch vụ văn hóa để hướng tới một cấu trúc sở hữu đa dạng, hình thành các ngành, nghề công nghiệp văn hóa mới, mở rộng thị trường và tăng cường khả năng hội nhập quốc tế của các ngành công nghiệp văn hóa.

Thứ hai, đổi mới thể chế văn hóa góp phần giải phóng lực lượng sản xuất của một số ngành công nghiệp văn hóa

Đối với ngành điện ảnh:

Thời kỳ trước đổi mới, mặc dù số lượng phim ít nhưng nền điện ảnh Việt Nam đã có những tác phẩm để lại ấn tượng mạnh trong tâm trí, tình cảm người xem. Sau năm 1986, kinh phí làm phim bị cắt giảm do Nhà nước chủ trương xóa bỏ bao cấp đối với ngành điện ảnh để chuyển sang chế độ hạch toán kinh tế. Đây là thời điểm các nhà làm phim tư nhân liên kết với các hãng phim của Nhà nước để sản xuất những bộ phim thương mại được gọi là phim “mỳ ăn liền” để thu hút khán giả tới rạp. Dạng phim này và các hãng phim vi-đê-ô được coi là chủ thể đầu tiên cho sự hình thành và phát triển của ngành công nghiệp điện ảnh Việt Nam thời kỳ đổi mới. Việc phim “mỳ ăn liền” và doanh thu kỷ lục mà dòng phim này mang lại vào thời điểm những năm 90 của thế kỷ XX đã đặt ra các yêu cầu thực tế khiến Chính phủ điều chỉnh chính sách phát triển điện ảnh. Năm 1993, chương trình chấn hưng điện ảnh cấp Nhà

(3) Số liệu thống kê của Công ty Thiên Ngân - Galaxy, 2015

(4) Xem: Dự thảo “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” đã dẫn

nước được phê duyệt và triển khai, xuất hiện một số bộ phim có chất lượng và giành được giải thưởng quốc tế, tiêu biểu là bộ phim Đồi cát của đạo diễn Nguyễn Thanh Vân. Tuy nhiên, thị trường điện ảnh Việt Nam thời kỳ này bị xâm lấn bởi làn sóng phim Mỹ tràn ngập các rạp chiếu của Việt Nam và phim truyền hình Trung Quốc, Hàn Quốc lấn át thời lượng phát sóng trên các kênh truyền hình. Qua nhiều lần điều chỉnh chính sách và chiến lược phát triển ngành điện ảnh, dường như chúng ta đã tìm ra được những giải pháp thể chế có tác động tích cực tới sự phát triển của ngành công nghiệp điện ảnh. Năm 2015 đánh dấu bước chuyển biến tích cực và có tính đột phá trong định hướng khi các bộ phim được đặt hàng sản xuất bằng nguồn ngân sách nhà nước, đó là mô hình nhà nước đầu tư, tư nhân sản xuất. Sự thay đổi này đã chứng minh hiệu quả kinh tế - xã hội của phim do Nhà nước đặt hàng; đồng thời khẳng định được tài năng, sự sáng tạo của thể hệ các nhà làm phim trẻ; cũng như phát huy được xu hướng sáng tác vừa thể hiện được bản sắc dân tộc, vừa thể hiện được tính nhân văn và năng lực hội nhập quốc tế. Theo thống kê năm 2015, phim do Nhà nước đặt hàng và sản xuất là 8 phim truyện chiếu rạp, 36 phim tài liệu, 10 phim hoạt hình. Phim do cơ sở tư nhân sản xuất là 32 phim truyện chiếu rạp, 17 phim tài liệu, 30 phim hoạt hình. Điện ảnh nước ta năm vừa qua cũng ghi nhận một trường hợp đặc biệt, bộ phim *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* - phim Nhà nước đặt hàng, tư nhân cùng góp vốn sản xuất, tiếp thị, phát hành đã thu hút được sự quan tâm của khán giả và giới truyền thông, tạo nên “con sốt” phim Việt Nam tại các rạp trên toàn quốc. Năm 2015 được coi là năm thị trường điện ảnh Việt Nam phát triển mạnh mẽ nhất so với các năm gần đây. Việc phân tích số liệu thống kê năm 2015 cho thấy, số lượng phim Việt Nam được sản xuất và phát hành chiếm 18% tổng số phim được

phát hành trên toàn bộ thị trường. Doanh thu chiếu phim Việt Nam chiếm 30%. Trong đó, doanh thu của 1 phim Việt Nam gấp hơn 2 lần so với 1 phim nước ngoài.

Đối với ngành nghệ thuật biểu diễn:

Việt Nam sở hữu số lượng lớn các loại hình nghệ thuật biểu diễn. Bên cạnh các loại hình nghệ thuật truyền thống và các loại hình nghệ thuật biểu diễn hiện đại thì những thay đổi về thể chế văn hóa thời gian gần đây đã tạo điều kiện cho sự xuất hiện của các loại hình nghệ thuật biểu diễn mới mang tính giải trí cao tại Việt Nam. Một số sản phẩm, dịch vụ nổi bật đã hình thành, tạo được thương hiệu quốc tế, như vở xiếc hiện đại “Làng tôi”, “À ó Show”, chương trình múa rối “Nhịp điệu quê hương”, vở múa đương đại “Hạn hán và cơn mưa”... Gần đây, “Jonah” show là một chương trình nghệ thuật giải trí tổng hợp với sự kết hợp giữa nhiều loại hình nghệ thuật khác nhau, như múa, kịch, xiếc mới, hip hop, nghệ thuật thị giác, âm nhạc, kỹ xảo, ánh sáng... và các công nghệ hiện đại khác, tạo ra những màn biểu diễn đặc sắc, mới lạ trong không gian nhà hát. Sự ra đời của loại hình nghệ thuật giải trí tổng hợp này gây ấn tượng mạnh và thu hút người xem thuộc các thể hệ khác nhau tại Hà Nội cũng như khách du lịch nước ngoài. Các chương trình này đã đáp ứng nhu cầu của các phân đoạn thị trường/các nhóm công chúng khác nhau, chứ không chỉ đơn thuần là những sản phẩm, dịch vụ do Nhà nước bao cấp, đặt hàng theo chỉ tiêu, kế hoạch như trước đây. Đặc biệt, các phân đoạn công chúng tiềm năng mới, như khách du lịch quốc tế, khán giả trẻ em, công chúng trí thức... đã bước đầu được chú ý trong việc xây dựng các sản phẩm, dịch vụ nghệ thuật biểu diễn. Ngoài ra, hoạt động sản xuất, lưu hành, kinh doanh bản ghi âm, ghi hình ca múa nhạc, sân khấu cũng đã hình thành; số lượng chương trình băng, đĩa ca múa nhạc, sân khấu được đầu tư, sản xuất. Trung bình mỗi năm có khoảng 300 chương

trình được sản xuất mới và cấp khoảng 2 đến 4 triệu nhân kiểm soát. Theo thống kê của Cục Nghệ thuật biểu diễn, doanh thu năm 2015 của ngành ước đạt 5,2 triệu USD, tăng trưởng doanh thu ước đạt khoảng 5% mỗi năm⁽⁵⁾. Bên cạnh đó, hoạt động của các ban, nhóm tư nhân, câu lạc bộ biểu diễn nghệ thuật đã góp phần bảo tồn một số di sản nghệ thuật truyền thống và phát huy các nguồn lực xã hội tự nguyện tham gia lĩnh vực này.

Mặt khác, quá trình hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng tạo ra các cơ hội thuận lợi để tiếp cận, chuyển giao, ứng dụng các thành tựu khoa học - công nghệ hiện đại vào quá trình sáng tạo, sản xuất các sản phẩm công nghiệp văn hóa. Trong đó, một số ngành đã có những bước tiến nhất định trên thị trường trong và ngoài nước. Trong năm 2014, đã có trên 500 doanh nghiệp tham gia kinh doanh trong lĩnh vực phần mềm và trò chơi giải trí, với tổng doanh thu đạt trên 1,407 tỷ USD, thu hút trên 60.000 lao động, đạt tỷ lệ doanh thu trên lao động ở mức hơn 19.000 USD/1 lao động/năm. Một số doanh nghiệp chiếm lĩnh được thị trường nội địa và bước đầu đầu tư, cung cấp dịch vụ ra thị trường nước ngoài⁽⁶⁾.

Như vậy, với những thay đổi tích cực về thể chế, chính sách, đặc biệt là các chính sách kinh tế trong văn hóa và khuyến khích sự tham gia của các thành phần sở hữu, sự đầu tư nguồn vốn trong và ngoài nước vào các ngành công nghiệp văn hóa đã thúc đẩy thị trường công nghiệp văn hóa Việt Nam có những bước tiến mới và mang lại những đóng góp nhất định vào tăng trưởng GDP của cả nước. Theo thống kê chưa đầy đủ, các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam trong năm 2015 đã đóng góp ước đạt 8.039 tỷ USD, chiếm gần 2,68% GDP của cả nước⁽⁷⁾.

Một số hạn chế cần khắc phục

Thứ nhất, môi trường thể chế chưa phát huy được tiềm năng, thế mạnh của các ngành công nghiệp văn hóa.

Mặc dù Đảng và Nhà nước đã triển khai nhiều bước đổi mới thể chế trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa, tuy nhiên, cho đến nay, ngành công nghiệp văn hóa vẫn chưa có những bước tiến đáng kể xứng với tiềm năng. Số lượng các dự án liên quan đến công nghiệp văn hóa còn ít, chưa đủ sức thâm nhập vào hoạt động thực tiễn và tác động sâu rộng tới nhận thức của những người tham gia hoạt động quản lý, sản xuất và dịch vụ văn hóa cũng như với toàn xã hội. Hiện vẫn chưa có sự thống nhất về khái niệm và cơ cấu ngành, nghề công nghiệp văn hóa. Các ngành sản xuất, kinh doanh các sản phẩm văn hóa ở Việt Nam hiện nay mới chủ yếu là các cơ sở sản xuất, kinh doanh với quy mô nhỏ, chưa xuất hiện các tập đoàn lớn, các tổ hợp đa chức năng. Các chủ thể tham gia hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa còn chưa nhanh nhạy cả trong nhận thức cũng như trong thực tiễn. Khối các doanh nghiệp nhà nước thì trì trệ, trông chờ vào Nhà nước. Khối các doanh nghiệp ngoài nhà nước thiếu cơ chế, nguồn lực để phát triển. Về cơ bản, quá trình sản xuất, phân phối và phổ biến các sản phẩm văn hóa hiện nay vẫn chủ yếu là do các đơn vị nhà nước đảm nhiệm, các đơn vị tư nhân chủ yếu tham gia nhiều ở khâu lưu thông trên thị trường. Nếu xét theo nghĩa chuẩn về nền công nghiệp văn hóa của các nước phát triển, thì các hoạt động đang diễn ra ở một số lĩnh vực này của Việt Nam còn một khoảng cách khá xa so với quy mô và trình độ phát triển của thế giới. Nhìn vào bức tranh tổng thể, thị trường âm nhạc, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, thời trang, các trò chơi trực tuyến... đang rất mạnh mẽ, tự phát, không chuyên nghiệp và

(5) Báo cáo tổng kết của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2015

(6), (7) Xem: Dự thảo "Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030" đã dẫn

có những lĩnh vực thiếu vắng vai trò quản lý của Nhà nước.

Thị trường các sản phẩm công nghiệp văn hóa đang tồn tại tình trạng vi phạm bản quyền ở phạm vi rộng trong hầu hết các lĩnh vực thuộc các ngành công nghiệp văn hóa, như âm nhạc, điện ảnh, trò chơi trực tuyến, thời trang, thiết kế,... Vi phạm bản quyền khiến người sáng tạo, các nhà sản xuất sản phẩm và dịch vụ ít có cơ hội thu được lợi nhuận từ việc sản xuất và phân phối sản phẩm; phá hỏng các mô hình kinh doanh và gây khó khăn cho sự phát triển các doanh nghiệp. Sự thiếu hiểu biết nghiêm trọng về các quy định pháp lý của các doanh nghiệp khiến họ thiếu tự tin trong việc phát triển các mô hình doanh nghiệp. Việc vi phạm bản quyền được coi là những nguy cơ nhìn thấy được về sự thất bại của thị trường công nghiệp văn hóa ở Việt Nam nếu không đưa ra những giải pháp khắc phục kịp thời.

Thứ hai, chức năng quản lý văn hóa của Nhà nước chưa theo kịp các yêu cầu đặt ra từ công cuộc đổi mới.

Từ thể chế kinh tế kế hoạch tập trung quan liêu, bao cấp chuyển sang thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, sự vận hành của cơ chế thị trường đã tạo ra hình thức kinh doanh và sản xuất các sản phẩm văn hóa mới (phòng trà, quán bar, câu lạc bộ bi-a, thu băng vi-đê-ô...). Những hình thức kinh doanh ở những mức độ khác nhau đã đặt ra các vấn đề về việc chấp nhận sự xuất hiện của các chủ thể tư nhân kinh doanh văn hóa cũng như các sản phẩm văn hóa mang tính đại chúng cần được coi là một lực lượng sản xuất trong lĩnh vực văn hóa. Sự thay đổi của nền kinh tế thị trường đòi hỏi Nhà nước phải cải cách phương thức quản lý văn hóa. Thế nhưng, động thái chuyển đổi trong quản lý văn hóa dường như chưa theo kịp những thay đổi phức tạp của phát triển văn hóa dưới các tác động đa chiều từ cải cách kinh tế, chính trị, xã hội. Sự chậm thích ứng này

một phần là do các cơ quan nhà nước khó thoát khỏi thói quen sử dụng phương thức quản lý văn hóa truyền thống, một phần là do trong quá trình chuyển đổi về thể chế quản lý văn hóa đã thể hiện một số bất cập trước thực tiễn.

Thứ ba, cơ chế đầu tư tài chính trong lĩnh vực văn hóa còn xem nhẹ vấn đề thu hút vốn.

Đầu tư tài chính trong lĩnh vực văn hóa, thực chất bao gồm hai khái niệm là đầu tư và thu hút vốn. Là một nước có nguồn lao động dồi dào nhưng nguồn vốn đầu tư phát triển lại tương đối eo hẹp nên Việt Nam cần phải đổi mới cơ chế đầu tư tài chính trong lĩnh vực văn hóa. Trong khi đó, cơ chế đầu tư tài chính đối với lĩnh vực văn hóa ở nước ta vẫn luôn là một khâu tương đối lạc hậu. Sự đầu tư tài chính thường được tập trung cho các hoạt động thuộc về các đơn vị làm văn hóa, trong khi vấn đề thu hút vốn lại bị xem nhẹ. Vì vậy, muốn đổi mới cơ chế đầu tư cho văn hóa, xây dựng một cơ chế đầu tư tương xứng với nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, chúng ta phải giải quyết tình trạng thiếu vốn đầu tư. Ngoài ra, đổi mới cơ chế đầu tư còn có lợi rất lớn trong việc thúc đẩy quá trình điều chỉnh kết cấu trong chế độ sở hữu và kết cấu ngành công nghiệp văn hóa thông qua việc “tăng lượng” thu hút vốn trong đầu tư. Việc này đồng thời cũng có thể kích hoạt được nguồn vốn tồn đọng của Nhà nước, ưu việt hóa cơ cấu vốn trong các doanh nghiệp văn hóa của Nhà nước, có lợi cho việc bố trí sắp xếp nhân lực thông qua nguồn vốn văn hóa, giải quyết mối quan hệ hữu cơ giữa hai yếu tố của sản xuất là nguồn vốn và nhân lực trong quá trình phát triển sự nghiệp văn hóa, có lợi cho việc bồi dưỡng chủ thể vận hành nguồn vốn đầu tư, thúc đẩy quá trình khai thác các ngành văn hóa trong khu vực, cơ cấu, điều chỉnh lại nguồn vốn, giúp các tập đoàn đơn vị trở nên lớn mạnh. □