

TÌM HIỂU THÊM VỀ CÔNG NGHIỆP SÁNG TẠO VÀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

NGUYỄN VĂN HY

Tóm tắt

Qua khảo cứu một số công trình khoa học của Anh, Mỹ, Trung Quốc, Việt Nam - người viết giới thiệu sâu hơn các khái niệm "Công nghiệp văn hóa", "Công nghiệp sáng tạo", "Sản nghiệp văn hóa" và các khái niệm khác liên quan; qua đó, cũng tìm hiểu thêm về vai trò, phạm vi tác động, hiệu quả của chính sách phát triển các lĩnh vực "Công nghiệp sáng tạo" và "Công nghiệp văn hóa" trong điều kiện kinh tế hiện nay ở nước ta.

Từ khóa: Công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo, sản nghiệp văn hóa

Abstract

Through surveying a number of research works of the United Kingdom, the United States, China, Vietnam – the author introduces the concept of "Cultural industry", "Creative industry", "Cultural heritage" and other related concepts; thereby also learn more about the role and scope of the impact and effectiveness of development policy for "creative industry" and "cultural industry" in current economic condition in our country.

Keyword: Cultural industry, creative industry, cultural heritage

Xung quanh vấn đề này có liên quan đến hai khái niệm cốt lõi "sáng tạo" và "văn hóa", cũng như liên quan đến hai từ "kinh tế" và "công nghiệp". Ở đây khi nói đến khái niệm "công nghiệp" cũng nên phân biệt - nền công nghiệp (Industry) và các lĩnh vực (hay ngành) công nghiệp (Industries) (gọi tắt là "các công nghiệp") - các công nghiệp sáng tạo, các công nghiệp văn hóa. Đối với khái niệm "văn hóa" cũng vậy. Cần phân biệt "nền văn hóa" và "các lĩnh vực sự nghiệp văn hóa", trong đó, sự nghiệp văn hóa cũng cần được hiểu cả ở nghĩa rộng và nghĩa hẹp.

Các công nghiệp sáng tạo (The Creative Industries) và các công nghiệp văn hóa (The Cultural Industries) không đồng nghĩa với nhau, mặc dù có liên quan và cùng chung trong một phạm trù "sáng tạo" (Creativity). Sáng tạo được coi là sức mạnh cốt lõi của nền kinh tế nói chung và là trái tim của nền văn hóa. Trong lời tựa viết cho công trình "Creative Britain: New Talents for a New Economy. The Creative Economy Programme", Thủ tướng Anh Gordon Brown có ý nhấn mạnh: Sáng tạo được coi là trái tim của nền văn hóa Anh, một đặc điểm nổi bật của bản sắc văn hóa dân tộc. Đó cũng là sức mạnh của nền kinh tế chúng ta.

Sáng tạo cũng được coi là sức mạnh cốt lõi của nền kinh tế tri thức (Knowledge Economy), một nền kinh tế được vận hành bởi tri thức chiếm phần tỉ trọng lớn nhất. Và tri thức (hay kiến thức) vốn là năng lực sáng tạo của con người, là túi khôn của con người. Trong công trình "Kinh tế tri thức với công cuộc phát triển ở Việt Nam", tác giả Vương Liêm có dẫn ra một định nghĩa của tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) và của Ngân hàng thế giới (WB) về kinh tế tri thức: Kinh tế tri thức là nền kinh tế trong đó sự sáng tạo sản xuất, phổ biến và sử dụng tri thức giữ vai trò quyết định nhất đối với sự phát triển kinh tế, tạo ra của cải, nâng cao chất lượng cuộc sống... Ngày nay, các nền kinh tế tiên tiến nhất về công nghiệp đã hoàn toàn dựa trên tri thức.

Liên quan đến khái niệm "nền kinh tế tri thức" còn xuất hiện khái niệm "nền công nghiệp kiến thức" (Knowledge Industry). Trong công trình "Kinh tế tri thức - những khái niệm và vấn đề cơ bản", tác giả Đặng Mộng Lân có nêu lên khái niệm "công nghiệp kiến thức" do Frit3 Machlup (Mỹ) đề xướng năm 1962. Theo Machlup, công nghiệp kiến thức bao gồm mọi hoạt động có liên quan đến sáng tạo, sản xuất, phân phối và tiêu thụ kiến thức dưới mọi dạng:

- Hoạt động nghiên cứu khoa học, cả cơ bản và ứng dụng, triển khai.
- Hoạt động giáo dục và đào tạo, kể cả đào tạo lại.
- Hoạt động sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, thông tin đại chúng, xuất bản, báo chí...

Do đó, không phải ngẫu nhiên hay lẫn lộn mà trong các công trình ở Anh hay Trung Quốc đã nêu lên 3 khái niệm khác nhau: Các công nghiệp sáng tạo (The Creative Industries), nền kinh tế sáng tạo (The Creative Economy), các Công nghiệp văn hóa (The Cultural Industries). Chẳng hạn, Bộ Văn hóa, Công nghiệp sáng tạo và Du lịch ở Anh đã nêu lên ba vấn đề lớn có liên quan: Vai trò của các Công nghiệp sáng

tạo trong nền kinh tế Vương quốc Anh, chiến lược phát triển các công nghiệp sáng tạo vì một nước Anh sáng tạo, và chương trình phát triển nền kinh tế sáng tạo. Trung tâm Kho tàng nguồn lực sáng tạo của nước Anh đã quy tụ toàn diện các ý tưởng tài năng sáng tạo cá nhân, các nguồn lực thông tin liên quan đến cả 3 lĩnh vực: các công nghiệp sáng tạo, các công nghiệp văn hóa và nền kinh tế sáng tạo.

Hiện nay ở Trung Quốc cũng có những quan niệm tương tự, nhưng với cách lý giải khác. Họ không dùng các khái niệm "công nghiệp sáng tạo" và "công nghiệp văn hóa", mà chỉ dùng hai khái niệm "sáng tạo văn hóa" và "sản nghiệp văn hóa". Trong công trình "Xây dựng nền văn hóa tiên tiến ở Trung Quốc", xuất bản 2010, do PGS.TS.Đỗ Tiến Sâm chủ biên, đã trình bày khá rõ ràng, cụ thể về hai khái niệm này.

Nói đến khái niệm "sáng tạo văn hóa" (Cultural Creativity), người ta bắt đầu từ việc xác định khái niệm văn hóa và văn minh. Văn hóa là cơ sở sản sinh ra văn minh, còn văn minh là biểu hiện của văn hóa đã phát triển cao. Nền văn minh lại gồm 3 loại: văn minh chính trị, văn minh tinh thần, văn minh vật chất. Ở đây khi nói đến sáng tạo văn hóa, chỉ nói sáng tạo trong lĩnh vực văn minh tinh thần. Diện mạo của văn minh tinh thần chủ yếu được biểu hiện qua trình độ tri thức, trí tuệ của xã hội, qua qui mô phát triển và trình độ phát triển của các sự nghiệp giáo dục, khoa học, văn hóa, nghệ thuật, y tế, thể thao, thông tin đại chúng, giải trí, xuất bản, báo chí..., đồng thời biểu hiện qua cả phương diện đạo đức, lối sống, lý tưởng, niềm tin, kỷ cương...

Từ những nội dung trên, có thể xác định rằng, trong thời đại kinh tế tri thức và thông tin phát triển mạnh mẽ như ngày nay, sáng tạo văn hóa là nguồn gốc chủ yếu của sức mạnh mềm văn hóa (hay quyền lực mềm văn hóa), thúc đẩy sáng tạo văn hóa là con đường chủ yếu để nâng cao sức cạnh tranh của đất nước. Để thực hiện phương hướng tiến lên của nền văn hóa tiên tiến theo tinh thần Nghị quyết Đại hội 17, Đảng Cộng sản Trung Quốc đề ra nhiệm

vụ: tích cực thúc đẩy sáng tạo văn hóa, xây dựng tốt văn hóa xã hội chủ nghĩa mang đặc sắc Trung Quốc. Đó là yêu cầu nội tại để duy trì kinh tế tăng trưởng vững chắc, nâng cao quốc lực tổng hợp.

Nội dung của sáng tạo văn hóa cũng được nêu ra cụ thể:

- Cần phải sáng tạo cả về nội dung, hình thức, thể chế, cơ chế, phương thức truyền bá của các tổ chức sự nghiệp trên lĩnh vực văn minh tinh thần.

- Cần phải đặt văn hóa dưới góc độ là những ngành nghề có sức truyền bá, tác động mạnh mẽ đến đông đảo quần chúng nhất.

- Cần phải coi văn hóa là một "NGÀNH" nằm trong nhóm các ngành nghề thứ ba (dịch vụ), ứng xử với văn hóa ngang như với các nhóm ngành nghề thứ nhất (nông lâm ngư nghiệp) và các nhóm ngành nghề thứ hai (công nghiệp và xây dựng).

- Cần phải sáng tạo để nâng cao sức cạnh tranh của các sản phẩm văn hóa, dịch vụ văn hóa.

- Cần phải sử dụng khoa học công nghệ cao để đổi mới phương thức sáng tạo văn hóa, tạo ra hình thái những ngành nghề văn hóa mới.

- Cần phải đẩy mạnh việc xây dựng hệ thống truyền bá văn hóa hiện đại, liên kết, tổng hợp rộng lớn nhiều lĩnh vực.

Chủ trương và phương hướng thúc đẩy sáng tạo văn hóa thời gian qua ở Trung Quốc đã khơi dậy sức sống sáng tạo, bồi dưỡng ý thức ý tưởng sáng tạo, nâng cao bầu không khí tinh thần sáng tạo, xây dựng đội ngũ sáng tạo trong các lĩnh vực sự nghiệp văn hóa (theo nghĩa rộng) của Trung Quốc. Và như vậy, xem ra khái niệm "sáng tạo văn hóa" (Cultural Creativity) của Trung Quốc có vẻ rộng hơn khái niệm "các công nghiệp sáng tạo" (The Creative Industries) ở Anh, và cũng rộng hơn cả khái niệm "các ngành công nghiệp văn hóa" (The Cultural Industries).

Cụ thể, theo công trình "Creative Britain: New Talents for New Economy" đã nêu trên thì các lĩnh vực công nghiệp sáng tạo trong nền kinh tế Vương quốc Anh gồm 13 thành phần công nghiệp sáng tạo bộ phận, với tỉ trọng việc làm và doanh thu cụ thể như sau:

Nếu đem so sánh diện mạo 13 ngành công nghiệp sáng tạo này ở Anh thì rõ ràng là nó không bao gồm rộng lớn như diện mạo của lĩnh vực "sáng tạo văn hóa" của nền văn minh tinh thần như đã nêu trên ở Trung quốc (mặc dù doanh thu của nó cao hơn ở Trung Quốc).

Lại nói đến khái niệm "sản nghiệp văn hóa", cũng cùng chung một thuật ngữ tiếng Anh (Cultural Industries) nhưng ở Trung Quốc

không gọi đó là "những ngành công nghiệp văn hóa" mà họ quan niệm đó là "Những sản nghiệp văn hóa" - tức là những sản phẩm văn hóa và dịch vụ văn hóa được sáng tạo, sản xuất và phân phối theo phương pháp, phương thức công nghệ cao.

Viện dẫn từ UNESCO, công nghiệp văn hóa là công nghiệp sáng tạo, sản xuất và thương mại hóa nội dung văn hóa, bao gồm hàng hóa văn hóa và dịch vụ văn hóa. Các nhà khoa học Trung Quốc cho rằng, sản nghiệp văn hóa khác với công nghiệp văn hóa và kinh tế văn hóa. "Công nghiệp văn hóa" (Cultural Industry) chỉ nói đến việc sản xuất và công nghiệp hóa văn hóa đại chúng. Còn "Kinh tế văn hóa" là bộ môn kinh tế ứng dụng vào việc sản xuất và phân phối hàng hóa và dịch vụ văn hóa. Nội hàm và ý nghĩa của khái niệm "Sản nghiệp văn hóa" ở đây rộng hơn. Các sản nghiệp văn hóa cần được sáng tạo, sản xuất, phân phối trong tất cả các tổ chức sự nghiệp thuộc lĩnh vực văn hóa tinh thần (như Thư viện, Bảo tàng, Nhà văn hóa, Công viên văn hóa, các tổ chức văn hóa nghệ thuật, các tổ chức xuất bản, báo chí, các tổ chức thông tin đại chúng, các tổ chức văn hóa giải trí...).

Phát triển "sản nghiệp văn hóa" không phải chỉ để nhằm một mục đích thương mại hóa hay kinh doanh văn hóa, mà chủ yếu còn phải nhằm mục đích xây dựng và phát triển nền văn hóa tiên tiến xã hội chủ nghĩa mang đặc sắc Trung Quốc. Phát triển "sản nghiệp văn hóa" phải nhằm đạt hiệu quả cao, cả về hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế, khả dĩ góp phần quan trọng vào công cuộc xây dựng toàn diện xã hội khá giả. Sản nghiệp văn hóa là "cánh" để nền kinh tế "bay lên", là một sản nghiệp "hạt nhân" của nền kinh tế tri thức. Trong xã hội với nền kinh tế tri thức, "giá trị văn hóa" và "giá trị sáng tạo" của mọi sản phẩm văn hóa và dịch vụ văn hóa ngày càng thêm quan trọng.

Đại hội 17 Đảng Cộng sản Trung Quốc nhiều lần nhấn mạnh tầm quan trọng của phát triển "sản nghiệp văn hóa". Quốc vụ Viện Trung Quốc cũng đã thông qua *Bản quy hoạch phát triển văn hóa 5 năm lần thứ XI (2006-2010)*, trong đó đã trình bày rất sâu sắc về chiến lược

quốc gia phát triển "sản nghiệp văn hóa". Như vậy, từ khi cải cách mở cửa đến nay, "phát triển sản nghiệp văn hóa" đã trở thành một trong ba chiến lược quan trọng quốc gia của Trung Quốc: chiến lược "làm giàu kinh tế"; chiến lược "sáng tạo khoa học kỹ thuật"; chiến lược "phát triển sản nghiệp văn hóa".

Ngay từ năm 1998, Bộ Văn hóa Trung Quốc đã thành lập "Cục Sản nghiệp văn hóa" (năm trong 11 Vụ, Cục, Văn phòng của Bộ văn hóa Trung Quốc) phụ trách việc xây dựng chính sách và chỉ đạo các ngành nghề của "sản nghiệp văn hóa" (Cultural Industries). Còn ở nước Anh, từ lâu đã thành lập một cơ cấu quản lý "các công nghiệp sáng tạo" (Creative Industries) nằm trong "Bộ Văn hóa, Công nghiệp sáng tạo và Du lịch". Đối tượng quản lý của cơ quan này bao gồm 13 lĩnh vực ngành nghề công nghiệp sáng tạo như đã trình bày ở trên. Đối tượng quản lý của "Cục Sản nghiệp văn hóa" trong Bộ Văn hóa Trung Quốc thì lại bao gồm nhiều ngành nghề văn hóa: các tổ chức văn học, các tổ chức nghệ thuật, các tổ chức văn hóa - giáo dục, các tổ chức văn hóa giải trí, các tổ chức thông tin đại chúng, xuất bản báo chí...

Chưa vội bàn đến hiệu quả xã hội, ở đây chỉ muốn nói riêng đến phương diện hiệu quả kinh tế của "các công nghiệp sáng tạo" (ở Anh) cũng như của "các sản nghiệp văn hóa" (ở Trung Quốc).

Trong công trình "Creative Britain: New Talents for New Economy" hiệu quả kinh tế của khu vực "các công nghiệp sáng tạo" ở Anh đã được nêu tóm tắt như sau: Anh quốc là một đất nước sáng tạo. Các lĩnh vực công nghiệp sáng tạo của chúng tôi là sức sống ngày càng tăng cho Vương quốc Anh. Hai triệu người dân đã được sử dụng sản phẩm của các ngành và các trung tâm làm công nghiệp sáng tạo. Mỗi năm đã đóng góp khoảng 60 tỉ USD, chiếm 7,3% tổng giá trị nền kinh tế nước Anh. Giá trị xuất khẩu năm 2005 của khu vực công nghiệp sáng tạo đạt khoảng 14,6 tỉ USD. Trong các năm 1997-2005, kết quả doanh thu của khu vực này đã tăng khoảng 50% và đã nộp thuế tăng gấp đôi so với trước. Năm 2006 đã gia tăng 120.700 người làm công việc trong khu vực công nghiệp sáng tạo ở Vương quốc Anh.

Số TT	Tên bộ phận công nghiệp sáng tạo	Việc làm	Doanh thu
1	Quảng cáo	10%	16% (3*)
2	Kiến trúc	6%	3%
3	Mỹ thuật và đồ cổ		
4	Thủ công mỹ nghệ		
5	Nghệ thuật tạo dáng công nghiệp	3%	3%
6	Thiết kế thời trang	3%	2%
7	Phiên bản, Sản bản, nháp bản	0%	2% (2*)
8	Âm nhạc	10%	6%
9	Nghệ thuật biểu diễn		
10	Xuất bản, báo chí	2%	1%
11	Dịch vụ phần mềm và máy tính	49%	44% (1*)
12	Điện hình, video, trò chơi điện tử		
13	Truyền hình và phát thanh		

Còn ở Trung Quốc, công trình "Xây dựng nền văn hóa tiên tiến ở Trung Quốc" cũng cho biết: Theo thống kê, năm 2006, giá trị gia tăng của khu vực các "sản nghiệp văn hóa" đã thực hiện được là 512,3 tỉ nhân dân tệ (tương đương 78,8 tỉ USD), tăng 17,1% so với năm 2005, tốc độ gia tăng của khu vực này cao hơn tốc độ tăng trưởng của GDP đến 6,4%. Như vậy khu vực các "sản nghiệp văn hóa" đã đóng góp 3,41% doanh thu của mình vào sự tăng trưởng của GDP, chiếm 2,45% tổng giá trị của GDP năm 2006 (tức khoảng gần 30 tỉ USD). Đồng thời đã giải quyết việc làm cho 11,32 triệu người, chiếm 1,48% tổng số việc làm của cả nước, chiếm 4% tổng số việc làm ở các thành phố và thị trấn của Trung Quốc.

Những điều trên cho thấy, trong thời đại văn minh ngày nay, mọi lĩnh vực kinh tế, văn hóa, xã hội, khoa học, nghệ thuật, giáo dục, thông tin đại chúng, xuất bản báo chí,... đều cần phải dùng tri thức khoa học và phương pháp, phương tiện công nghệ cao để sáng tạo, sản xuất, phân phối những sản phẩm và dịch vụ tới tận tay mọi tầng lớp nhân dân nhằm đáp ứng, thỏa mãn nhu cầu tiêu thụ ngày càng cao của đông đảo công chúng; nhờ đó sẽ làm tăng thêm ngành nghề, tăng thêm việc làm, người làm công việc sáng tạo, tăng thêm doanh thu nhờ sáng tạo, đóng góp được ngày càng nhiều vào nền kinh tế quốc dân.

Nhưng ở đây, khi đi vào tìm hiểu kỹ các khái niệm "công nghiệp sáng tạo" (Creative Industries) và "công nghiệp văn hóa" (Cultural Industries), chúng ta vẫn thấy còn có sự chênh nhau, kể cả về mặt ngữ nghĩa và nội hàm. Câu hỏi đặt ra là "các công nghiệp sáng tạo" có đồng nghĩa, đồng nhất với "các công nghiệp văn hóa"? Nội hàm, nội dung của khu vực "các công nghiệp sáng tạo" (viết tắt Cis) có trùng hợp (giống nhau) với khu vực "các công nghiệp văn hóa" (viết tắt: Cul.Is).? - Theo chúng tôi, hai khái niệm này không đồng nghĩa, đồng nhất. Nội hàm, nội dung của hai khu vực "công nghiệp" này không hoàn toàn giống nhau, trùng hợp nhau. Chỉ lấy một ví dụ đơn giản để chứng minh: Khái niệm "sáng tạo" (Creativity) không đồng nghĩa với khái niệm "văn hóa" (Culture); còn về nội hàm, nội dung thì trong 13 lĩnh vực của khu vực Cis (ở Anh), ít nhất có 5/13 lĩnh vực (kiến trúc, tạo dáng công nghiệp, xuất bản

báo chí, truyền hình, phát thanh, dịch vụ phần mềm và máy tính) không thuộc ngành văn hóa (hiểu theo nghĩa hẹp và theo hiện thực ở nước ta). Cho nên cần lý giải rõ ràng hợp lý cụ thể những câu hỏi này mới có thể đưa ra được chủ trương, chiến lược phát triển "công nghiệp văn hóa" đúng hướng trong điều kiện từng nước.

Vào đầu năm 2011, Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ở nước ta có nêu lên 7 giải pháp để phát triển văn hóa, trong đó có một giải pháp là "cần phát triển ngành công nghiệp văn hóa" theo định hướng của Đảng và phù hợp với nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa... Chủ trương này phù hợp với điều kiện hiện nay ở nước ta (phát triển công nghiệp hóa theo hướng hiện đại, đang hội nhập quốc tế rộng lớn, đang có phương hướng hình thành và phát triển thị trường văn hóa theo định hướng xã hội chủ nghĩa).

Song để thực hiện thành công và có hiệu quả cao, cả về hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế, về chủ trương này, người viết muốn bàn thêm một số vấn đề xét thấy rất cơ bản khả dĩ giúp tham khảo để thực thi:

1/ Nên nghiên cứu xác định rõ ràng, cụ thể mô hình của cái gọi là "ngành công nghiệp văn hóa" mà nước ta cần phát triển trong thời gian tới nó như thế nào? Sẽ phát triển theo mô hình "các công nghiệp sáng tạo" (The Creative Industries - Cis) như ở Anh quốc? Hay theo mô hình phát triển "các sản nghiệp văn hóa" như ở Trung Quốc? Hoặc theo một mô hình khác do chính nước ta vạch ra cho phù hợp với công cuộc xây dựng nền văn hóa tiên tiến xã hội chủ nghĩa mang đậm bản sắc dân tộc Việt Nam? Thêm nữa, có nên phát triển "ngành công nghiệp văn hóa" với tính cách như một ngành văn hóa riêng, độc lập song song cùng phát triển với "các ngành sự nghiệp vốn có lâu nay của ngành văn hóa"?

Góp bàn vấn đề này, chúng tôi thiết nghĩ nên đưa ra chủ trương (hay giải pháp) là: Cần phát triển công nghệ "sáng tạo văn hóa" trong tất cả các lĩnh vực sự nghiệp văn hóa (như: bảo tàng, di tích, thư viện, nhà văn hóa, công viên văn hóa, giải trí, điện ảnh, nhiếp ảnh, mỹ thuật, triển lãm, nghệ thuật biểu diễn, xuất bản, báo chí, phát thanh truyền hình...), nhằm sáng tạo, làm cho sản xuất, bảo tồn và phân phối những

sản phẩm văn hóa, dịch vụ văn hóa ngày càng đổi mới, đáp ứng nhu cầu tiêu thụ văn hóa ngày càng cao của mọi tầng lớp nhân dân cả ở nông thôn và thành thị, cả ở trong nước và ngoài nước.

2/ Cơ quan Quản lý văn hóa cao nhất cần xây dựng một ĐỀ ÁN CHIẾN LƯỢC tổng thể phát triển "công nghệ sáng tạo" trong tất cả các lĩnh vực sự nghiệp văn hóa (gọi tắt là: CNSTVH – thay vì gọi phát triển "Ngành công nghiệp văn hóa").

Cũng như việc xây dựng mọi đề án khác, đề án CNSTVH phải vạch ra đầy đủ, cụ thể các vấn đề cơ bản: Mục tiêu và mục đích phát triển; nội dung, chỉ số và hiệu quả phát triển ở từng lĩnh vực, từng vùng; lộ trình thực hiện đề án phát triển CNSTVH; những giải pháp và điều kiện đảm bảo cho phát triển CNSTVH: cơ chế, chính sách, đào tạo lại, đào tạo mới và tôn vinh những tài năng sáng tạo văn hóa, xác lập rõ ràng chủ thể quản lý và đối tượng quản lý lĩnh vực phát triển CNSTVH, tạo lập những tổ chức và hình thức liên kết phát triển CNSTVH...

Đề án "Chiến lược phát triển công nghệ sáng tạo văn hóa" này chắc hẳn cần được Chính phủ phê duyệt, hơn nữa cần được đưa vào trong chỉ thị, nghị quyết của Đảng. Đề án này cũng cần được triển khai thông suốt và được kế hoạch hóa cụ thể trong tất cả các tổ chức sự nghiệp văn hóa. Ngoài ra, nên chăng, cần thành lập một cơ quan quản lý nhà nước tập trung lĩnh vực phát triển CNSTVH này ở cấp Bộ (kiểu như "Cục Sản nghiệp văn hóa" ở Trung Quốc, hay kiểu cơ quan quản lý khu vực "các công nghiệp sáng tạo" ở Anh quốc). Còn ở cấp tỉnh, thành phố thì nên chăng cần đổi "Phòng Nghiệp vụ văn hóa" thành "Phòng Công nghiệp sáng tạo văn hóa".

3/ Đi cùng đề án phát triển CNSTVH, thấy cần thiết phải xây dựng và thực hiện 3 đề án khác có liên quan: đề án chuyển các tổ chức sự nghiệp văn hóa công lập sang hoạt động theo phương thức DỊCH VỤ sự nghiệp công cộng, đề án phát triển xã hội hóa các cơ sở văn hóa, đề án phát triển thị trường văn hóa.

Đây là những vấn đề có liên quan trực tiếp đến chủ trương (hay giải pháp) phát triển công nghiệp sáng tạo văn hóa ở nước ta. Từ Đại hội X tiếp đến Đại hội XI, Đảng ta đã luôn

luôn nêu lên những định hướng và chủ trương về ba vấn đề này, coi đây như là khâu đột phá quan trọng để phát triển nhanh và bền vững các lĩnh vực sự nghiệp văn hóa - xã hội, trong điều kiện nước ta đang phát triển công nghiệp hóa theo hướng hiện đại, hội nhập quốc tế và phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Thiết thực hơn nữa, chỉ có chuyển mạnh các cơ sở công lập sang hoạt động theo phương thức DỊCH VỤ, đẩy mạnh xã hội hóa, hình thành và phát triển thị trường văn hóa... thì mới có "đất", có môi trường và có điều kiện để phát triển "công nghệ sáng tạo văn hóa", mới khơi dậy và gia tăng được những tài năng sáng tạo văn hóa mới, trẻ, hiện đại, mới tăng thêm ngành nghề văn hóa, việc làm mới, nhân lực văn hóa mới. Đồng thời qua đó sẽ tăng doanh thu, lợi nhuận cho sự nghiệp văn hóa, và có cơ hội đóng góp ngày càng nhiều vào nền kinh tế xã hội.

N.V.H

(Nguyên giảng viên
Khoa Quản lý Văn hóa Nghệ thuật)

Tài liệu tham khảo

1. *Creative Britain: New Talents for a New Economy* (2008), The Creative Economy Programme, Department for Culture, Media and Sport.
2. PGS.TS. Đỗ Tiến Sâm (chủ biên) (2010), *Xây dựng nền văn hóa tiên tiến ở Trung Quốc*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
3. *Cộng hòa nhân dân Trung Hoa – 60 năm xây dựng và phát triển* (2010), Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
4. *Pháp quy và cơ cấu văn hóa Trung Quốc* (Bản dịch) (2002), Nxb Thế giới, Hà Nội.
5. Đặng Mộng Lân (2001), *Kinh tế tri thức. Những khái niệm và vấn đề cơ bản*, Nxb Thanh niên, Hà Nội.
6. Vương Liêm (2004), *Kinh tế tri thức với công cuộc phát triển ở Việt Nam*, Nxb Thanh niên, Hà Nội.
7. *Văn kiện nghị quyết Đại hội Đảng CSVN lần X.*
8. *Văn kiện Đại hội Đảng XI về Chiến lược phát triển kinh tế – xã hội 2011-2020.*

Ngày nhận bài: 19 /1/2013

Ngày phản biện, đánh giá: 27/2/2013

Ngày chấp nhận đăng: 8/3/2013