

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

K Ỗ Y Ế U

H Ộ I N G H Ị

ĐÁNH GIÁ 5 NĂM TRIỂN KHAI, THỰC HIỆN
QUYẾT ĐỊNH SỐ 1755/QĐ-TTG
“CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH
CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA VIỆT NAM
ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030”

Hà Nội, ngày 20 tháng 12 năm 2022

MỤC LỤC

STT	Đơn vị	Nội dung	Trang
1	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Báo cáo đánh giá 5 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 phê duyệt “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”	1
2	PGS.TS. Bùi Hoài Sơn - Ủy viên Thường trực, Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội	Một số điểm nghẽn trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam.	25
3	PGS.TS. Nguyễn Thị Thu Phương - Viện trưởng Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam	Phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam - Nhận diện sự chuyển động và khả năng phát triển.	35
4	Bộ Công thương	Tham luận tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030.	45
5	Tổng cục Thống kê	Tham luận tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.	48
6	Sở Văn hóa và Thể thao tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu	Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu.	53
7	UBND tỉnh Cà Mau	Giải pháp đối với các lĩnh vực công nghiệp văn hóa đặc thù ưu tiên đầu tư phát triển, phù hợp với điều kiện theo từng giai đoạn phát triển kinh tế-xã hội của tỉnh Cà Mau.	59
8	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Cần Thơ	Hoàn thiện cơ chế phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới, phù hợp với điều kiện thực tế nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa và nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ tại thành phố Cần Thơ hiện nay.	63

9	Sở Văn hoá và Thể thao thành phố Đà Nẵng	Phát triển văn hóa ngang tầm với phát triển kinh tế, gắn với phát triển công nghiệp văn hóa.	70
10	Ủy ban nhân dân tỉnh Hà Giang	Định hướng và giải pháp xây dựng các thiết chế văn hóa: Trung tâm văn hóa - nghệ thuật, bảo tàng, thư viện tỉnh Hà Giang.	74
11	Sở Văn hóa và Thể thao thành phố Hà Nội	Định hướng, chính sách và nguồn lực cho phát triển công nghiệp văn hóa, xây dựng thương hiệu “Thành phố sáng tạo”	80
12	UBND tỉnh Hòa Bình	Phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc trên địa bàn tỉnh Hòa Bình	89
13	Sở Văn hóa và Thể thao tỉnh Ninh Bình	Phát triển công nghiệp văn hóa gắn với phát huy giá trị di sản văn hóa trên địa bàn tỉnh – khu vực cố đô Hoa lư và vùng di sản Tràng An.	94
14	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Phú Thọ	Bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh Phú Thọ.	99
15	UBND tỉnh Quảng Ninh	Khai thác và phát huy các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.	107
16	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thanh Hóa	Cơ chế, chính sách đặc thù nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh dịch vụ, sản phẩm công nghiệp văn hóa, nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền tác giả, quyền liên quan, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh.	113
17	UBND thành phố Huế	Phát triển ngành công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo - Hướng đi mới để xây dựng thành phố Huế xứng tầm là trung tâm văn hóa, công nghiệp văn hóa đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch, ẩm thực.	119
18	Tổng cục Du lịch	Nhiệm vụ, giải pháp và các cơ chế, chính sách đặc thù phát triển du lịch văn hóa, sản phẩm du lịch công nghiệp văn hóa.	126
19	Cục Điện ảnh	Nhiệm vụ và giải pháp phát triển lĩnh vực điện ảnh - Cơ chế, chính sách đặc thù cho các doanh nghiệp, đơn vị sản xuất, phát hành, phổ biến phim.	130

20	Cục Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm	Tìm giải pháp phát triển thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh thực hiện nhiệm vụ phát triển công nghiệp văn hóa.	137
21	TS. KTS. Phan Đăng Sơn Chủ tịch hội KTS Việt Nam, Tổng Biên tập Tạp chí Kiến trúc	Bàn về công nghiệp văn hóa trong phát triển kiến trúc Việt Nam.	141
22	Hiệp hội Quảng cáo	Tham luận tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.	150
23	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Điện Biên	Tham luận tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.	155
24	UBND tỉnh Kiên Giang	Đẩy mạnh công tác phối hợp giữa các sở, ngành, địa phương trong việc thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa của xã hội tại tỉnh Kiên Giang.	160
25	UBND thành phố Hải Phòng	Đầu tư ứng dụng công nghệ mới trong một số ngành công nghiệp văn hóa mũi nhọn, nhằm tạo ra các sản phẩm văn hóa, nghệ thuật có chất lượng, tham gia vào thị trường quốc tế.	167
26	Đồng chí Võ Trọng Nam - Phó Giám đốc Sở Văn hóa và Thể thao TP. Hồ Chí Minh	Công nghiệp văn hóa thành phố Hồ Chí Minh - Tiềm năng, định hướng phát triển.	172

BÁO CÁO

Đánh giá 5 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 phê duyệt “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”

Phần thứ nhất

Tình hình triển khai các nhiệm vụ được giao

Thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 tại Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước; Nghị quyết số 102/NQ-CP ngày 31/12/2014 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 phê duyệt “***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***).

Sau 5 năm triển khai, thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp được giao tại Chiến lược, 12 ngành công nghiệp văn hóa (*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*) đã đạt được một số thành tựu nhất định, đáng ghi nhận, góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Tuy nhiên, với nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan, kết quả triển khai, thực hiện Chiến lược vẫn còn tồn tại nhiều khó khăn, hạn chế cần giải pháp khắc phục trong thời gian tới.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch được Thủ tướng Chính phủ giao tổ chức thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp phát triển 5/12 ngành công nghiệp văn hóa gồm: *điện ảnh; nghệ thuật biểu diễn; mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; quảng cáo; du lịch văn hóa*. 7/12 ngành gồm: *kiến trúc; phần mềm và các trò chơi giải trí; thủ công mỹ nghệ; thiết kế; xuất bản; thời trang; truyền hình và phát thanh* giao cho các bộ, ngành liên quan phối hợp, triển khai, thực hiện.

Trên cơ sở tổng hợp Báo cáo đánh giá 5 năm triển khai, thực hiện Chiến lược của các bộ, ngành và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (*Phụ lục: Báo cáo đánh giá 5 năm triển khai, thực hiện Chiến lược của các đơn vị gửi kèm*), Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trân trọng báo cáo:

I. Kết quả triển khai, thực hiện Chiến lược

1. Một số kết quả nổi bật

Phát triển công nghiệp văn hóa đang trở thành xu hướng và được xác định là phần quan trọng, bền vững, thu hút nguồn lực, tạo công ăn việc làm, phát huy lợi thế cạnh tranh, thúc đẩy và đóng góp vào tăng trưởng của mỗi quốc gia. Đồng thời, công nghiệp văn hóa góp phần định vị thương hiệu quốc gia trên trường quốc tế. Theo số liệu thống kê và đánh giá của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tính đến năm 2018, 12

ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam đã đóng góp doanh thu khoảng 8,081 tỷ USD, tương đương **3,61%** tổng sản phẩm quốc nội (GDP).

1.1. Lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch

- *Điện ảnh*: năm 2019 tổng doanh thu đạt trên 4,1 nghìn tỷ đồng (tương ứng khoảng 178 triệu USD), trong đó, phim điện ảnh Việt Nam chiếm khoảng 29% doanh thu với khoảng 1,15 nghìn tỷ đồng (khoảng 50 triệu USD). Đây là năm doanh thu điện ảnh Việt Nam vượt mục tiêu đề ra trong Chiến lược (mục tiêu đề ra tại Chiến lược đến năm 2020 đạt khoảng 150 triệu USD; phim Việt Nam đạt khoảng 50 triệu USD). Năm 2021, số lượng phim Việt Nam sản xuất và chiếu rạp là 21 phim truyện; năm 2022 số lượng phim Việt Nam sản xuất và chiếu rạp là 27 phim truyện.

- *Du lịch văn hóa*: năm 2019, tổng thu từ khách du lịch đạt 720.000 tỷ đồng, năm 2021 là 180.000 tỷ đồng (doanh thu giảm do ảnh hưởng từ Đại dịch Covid-19). Năm 2022, doanh thu ước đạt 495.000 tỷ đồng.

- *Nghệ thuật biểu diễn*: năm 2021, các đoàn nghệ thuật trung ương đã dàn dựng 50 chương trình, 04 vở diễn, 56 tiết mục, nâng cao 03 chương trình, 382 buổi biểu diễn; các đoàn nghệ thuật địa phương tổ chức dàn dựng 250 chương trình, 191 tiết mục, 20 vở diễn mới, 1.589 buổi biểu diễn. Năm 2022, 12 đơn vị nghệ thuật Trung ương đã tổ chức dàn dựng 112 chương trình, 82 vở diễn, 1.682 buổi biểu diễn, 15.629.482 lượt xem; số kinh phí ước tính từ các buổi biểu diễn có bán vé đạt hơn 35 tỷ đồng.

- *Mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm*: năm 2019 cấp 323 giấy phép triển lãm, trong đó 146 giấy phép triển lãm mỹ thuật, nhiếp ảnh. Năm 2020, tổ chức 106 sự kiện mỹ thuật, 73 sự kiện nhiếp ảnh, 149 sự kiện triển lãm. Năm 2021, đã cấp phép 64 sự kiện mỹ thuật, 89 sự kiện nhiếp ảnh, 195 sự kiện triển lãm. Cả nước hiện nay có 2.669 nghệ sỹ mỹ thuật và 2.456 nghệ sỹ nhiếp ảnh.

- *Quảng cáo*: năm 2019 doanh thu quảng cáo trên truyền hình đạt 45 tỷ đồng, hoạt động quảng cáo ngoài trời là 1.445 tỷ đồng, internet là 16.662 tỷ đồng, tổng doanh thu quảng cáo trên các phương tiện là 65.408 tỷ đồng. Năm 2020, doanh thu từ hoạt động quảng cáo của các đài phát thanh, truyền hình đạt khoảng 7.250 tỷ đồng.

- *Nguồn nhân lực*: Tính đến 30/6/2021, tổng số nhân lực ngành văn hóa, thể thao và du lịch trong cả nước là 899.950 người, trong đó lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật là 19.751 người; lĩnh vực thể dục thể thao là 10.199 người; lĩnh vực du lịch là 870.000 người (trong đó 18.907 người phục vụ ở cả 03 lĩnh vực văn hóa nghệ thuật, thể dục thể thao và du lịch). Cả nước có 14.935 trí thức hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch.

1.2. Lĩnh vực tài chính, đầu tư

Các bộ, ngành, địa phương cân đối nguồn kinh phí hàng năm trên cơ sở kế hoạch đầu tư công trung hạn 2016-2020, 2021-2025 để thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, trong đó bao gồm đầu tư phát triển công nghiệp văn hóa. Đồng thời, các bộ, ngành, địa phương có chính sách, hỗ trợ và khuyến khích các tổ chức, doanh

ngành làm công nghiệp văn hóa được tiếp cận, sử dụng nguồn vốn của Nhà nước, kết hợp với nguồn vốn huy động xã hội hóa.

Kế hoạch đầu tư công trung hạn 2021-2025 nguồn ngân sách Nhà nước với số vốn ngân sách trung ương đầu tư cho phát triển văn hóa, trong đó có phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, là 9.466 tỷ đồng, bao gồm 4.445 tỷ đồng cho các bộ, cơ quan trung ương, 5.021 tỷ đồng cho địa phương, gấp 2,26 lần so với kế hoạch đầu tư công trung hạn 2016-2020. Năm 2022, bên cạnh ngân sách được cấp hàng năm, bổ sung 2.728 tỷ đồng vốn ngân sách trung ương đầu tư một số công trình văn hóa, trong đó bổ sung 1.428 tỉ đồng cho các địa phương để thực hiện Chương trình bảo tồn và phát huy bền vững giá trị di sản văn hóa giai đoạn 2021-2025 (Quyết định số 1230/QĐ-TTg ngày 15/7/2021 của Thủ tướng Chính phủ), bổ sung 1.300 tỉ đồng cho các bộ, cơ quan trung ương để đầu tư xây dựng một số công trình văn hóa trọng điểm. Nguồn chi thường xuyên của ngân sách trung ương và ngân sách địa phương trong lĩnh vực văn hóa, trong đó có các ngành công nghiệp văn hóa, có xu hướng tăng trong những năm gần đây, cụ thể là giai đoạn 2018-2022: tổng chi thường xuyên ngân sách Nhà nước cho lĩnh vực văn hóa - thông tin là 52.428 tỉ đồng, gồm 13.522 tỉ đồng ngân sách trung ương, 38.960 tỉ đồng ngân sách địa phương.

1.3. Lĩnh vực thương mại

Nhà nước hỗ trợ các doanh nghiệp quảng bá sản phẩm tới người tiêu dùng, phát triển hệ thống phân phối sản phẩm trong nước và quốc tế. Triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm quảng bá sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu, có lợi thế cạnh tranh đến các khách hàng quốc tế; lựa chọn các sự kiện xúc tiến thương mại có uy tín, những ngành hàng trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa (thủ công mỹ nghệ, phần mềm, dệt may...) có thể cạnh tranh để quảng bá tiềm năng, tìm kiếm đối tác, tận dụng cơ hội tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. Xây dựng các thương hiệu Việt Nam có uy tín trong nước và quốc tế. Thực hiện các hoạt động phát triển thị trường nội địa trong khuôn khổ Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia thông qua các hội chợ, triển lãm thương mại (trung bình hàng năm triển khai khoảng 20 hội chợ cấp vùng và hơn 150 phiên chợ). Các hoạt động đã góp phần hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá sản phẩm tới người tiêu dùng, đồng thời phát triển hệ thống phân phối sản phẩm.

Hiện nay cả nước có khoảng 1.926 làng nghề đã được công nhận đang hoạt động. Mức độ tăng trưởng xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trong những năm qua khá cao, đạt bình quân khoảng 10%/năm. Năm 2020, kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ đạt trên 2,35 tỷ USD, trong đó có một số mặt hàng có giá trị kim ngạch xuất khẩu lớn như: các sản phẩm gốm sứ đạt 539 triệu USD; sản phẩm mây tre cói thảm đạt 484 triệu USD; sản phẩm thêu, dệt thủ công đạt 139 triệu USD. Hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam đã có mặt tại 163 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó thị trường xuất khẩu chính là Mỹ, Nhật Bản và Châu Âu.

1.4. Lĩnh vực ngoại giao văn hóa

Từ năm 2016 đến nay, các hoạt động ngoại giao văn hóa được triển khai đa dạng có trọng tâm, trọng điểm tại các nước là đối tác chiến lược của Việt Nam nhân chuyến

thăm của Lãnh đạo Đảng, Nhà nước. Hoạt động hợp tác để gắn kết các lĩnh vực chính trị - kinh tế với phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nhằm hướng tới công chúng và cộng đồng người Việt Nam như: tổ chức 09 Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài; triển lãm tranh, ảnh giới thiệu không gian Việt Nam; biểu diễn văn hóa nghệ thuật, chiếu phim Việt Nam; xây dựng tượng đài, xuất bản, phát hành các ấn phẩm, sách báo, phim để tôn vinh hình ảnh con người Việt Nam tiêu biểu, các giá trị cao đẹp của dân tộc Việt Nam, góp phần quảng bá các ngành công nghiệp văn hóa như mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm, điện ảnh, xuất bản, nghệ thuật biểu diễn, hội họa, điêu khắc.

Hoạt động ngoại giao văn hóa thực hiện cùng với sự ủng hộ của các bộ, ngành, địa phương đã xây dựng và vận động thành công việc ghi danh các danh hiệu di sản của UNESCO. Tính đến tháng 11/2022, Việt Nam đã có 48 danh hiệu các loại được UNESCO ghi danh. Các danh hiệu đã góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam, khẳng định kho tàng di sản văn hóa chung của nhân loại. Đồng thời, thu hút đầu tư và phát triển ngành du lịch văn hóa, đóng góp đáng kể vào tăng trưởng và phát triển bền vững đất nước.

1.5. Lĩnh vực thông tin và truyền thông

Hoạt động báo chí - xuất bản đã có những bước phát triển mới, tiếp tục khẳng định vị trí, vai trò của hoạt động xuất bản trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, đóng góp tích cực vào thành tựu chung của sự nghiệp đổi mới, giữ vững định hướng chính trị và ổn định xã hội, đáp ứng nhu cầu văn hóa đọc của nhân dân, góp phần phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Hoạt động xuất bản đóng góp trực tiếp vào sự phát triển kinh tế - xã hội. Đối với lĩnh vực xuất bản, đã có bước phát triển đáng kể về cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ, nguồn nhân lực, cơ chế hoạt động, huy động mọi nguồn lực của xã hội để phát triển; tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm từ 15-20% về số bản sách, 8-10% về số đầu sách, 10-15% về trang in. Đối với phát thanh, truyền hình, trong những năm qua hệ thống phát thanh, truyền hình trên toàn quốc đã có sự phát triển nhanh cả về số lượng, nội dung và chất lượng chương trình. Đến năm 2021, cả nước có 816 cơ quan báo chí in và điện tử, 72 cơ quan báo chí có giấy phép hoạt động phát thanh, truyền hình, 280 kênh chương trình phát thanh, truyền hình trong nước (87 kênh phát thanh, 193 kênh truyền hình).

Những "tác phẩm game", trò chơi điện tử "Made in Việt Nam" thời gian qua đã để lại dấu ấn đáng nể, gây ấn tượng bởi nội dung, câu chuyện mà các nhà thiết kế dàn dựng đưa vào game. Năm 2019, số lượng trò chơi điện tử ra mắt là 171, năm 2020 đã phát triển tới 212 trò chơi. Tương tự, lượt tải game di động năm 2019 là 1,38 tỷ lượt, năm 2021 là 1,55 tỷ lượt. Giai đoạn 2015-2019, doanh thu từ hoạt động cung cấp trò chơi điện tử trên mạng đã tăng trưởng gấp đôi, có sự ổn định về các khoản thuế thu nhập nộp ngân sách Nhà nước, đồng thời nhân lực hoạt động trong ngành game cũng được bổ sung.

1.6. Lĩnh vực kiến trúc, di sản

Việc bảo tồn các di sản kiến trúc, các công trình kiến trúc có giá trị đã được quan tâm và trở thành một trong những yếu tố quan trọng để tạo ra bản sắc dân tộc,

góp phần phát triển văn hóa nói chung, phát triển công nghiệp văn hóa nói riêng. Tại các khu đô thị mới, đặc biệt là tại các thành phố lớn, các công trình kiến trúc cao tầng đang phát triển mạnh, tạo ra các tổng thể hoàn chỉnh từ kiến trúc đến hạ tầng kỹ thuật. Sau khi Luật Kiến trúc có hiệu lực từ ngày 01/7/2020, các địa phương đang tích cực triển khai lập quy chế quản lý kiến trúc, trong đó dành nhiều không gian, cảnh quan của các khu đô thị cũ và đô thị mới để tập trung phát triển các ngành công nghiệp văn hóa có lợi thế, tiềm năng.

Luật Di sản văn hóa 2009 (sửa đổi) đã quy định một số nội dung mới để thu hút nguồn lực tổng hợp của toàn xã hội cho các hoạt động bảo tồn di sản văn hóa. Tính đến tháng 6/2022, Việt Nam có trên 10.000 di tích được xếp hạng cấp tỉnh, 3.581 di tích quốc gia, 119 di tích quốc gia đặc biệt, 396 di sản văn hóa phi vật thể ghi danh trong danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, 08 di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới, 14 di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO ghi danh, 3 di sản tư liệu thế giới và 4 di sản tư liệu khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Các di tích lịch sử, di sản văn hóa là nguồn tài sản quý giá, tiềm năng, thế mạnh, nguồn lực để phát triển kinh tế - xã hội, nền tảng để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

Với những kết quả bước đầu đạt được, mục tiêu đến năm 2030, các ngành công nghiệp văn hóa sẽ đóng góp 7% GDP, phát triển đa dạng, đồng bộ và hiện đại tất cả các ngành công nghiệp văn hóa một cách bền vững, ứng dụng công nghệ tiên tiến; các sản phẩm, dịch vụ văn hóa có thương hiệu uy tín trong khu vực và quốc tế, đạt tiêu chuẩn của các nước phát triển và tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị sản phẩm, dịch vụ văn hóa toàn cầu. Các ngành công nghiệp văn hóa sẽ tăng trưởng mạnh, tạo ra hiệu quả kinh tế, thúc đẩy, quảng bá các giá trị văn hóa của Việt Nam ra toàn thế giới.

Một số thành tựu phát triển các ngành công nghiệp văn hoá Việt Nam

Tốc độ tăng trưởng GDP hàng năm đạt trung bình 6,81% từ 2016 đến 2019. GDP bình quân đầu người: 2.786 USD , thuộc nhóm thu nhập thấp.	Đóng góp GDP của các ngành CNVH: 2010: 2,44% GDP; 2015: 3,5% GDP; 2018: 3,61% GDP (8.081 tỷ USD)	Tỷ lệ lao động làm việc trong lĩnh vực văn hoá: 1.72% (2009); 3,45% (2015); 3,5% (2018); 5,0% (2019)
Số lượng doanh nghiệp văn hoá năm 2019 là 97.167 doanh nghiệp	Không gian văn hoá sáng tạo ngoài công lập: 40 không gian (2017); 195 không gian (2021)	Cả nước hiện có: 115 đơn vị văn hóa nghệ thuật công lập (12 TƯ' và 103 địa phương); 108 cơ sở đào tạo tham gia đào tạo văn hóa - nghệ thuật...
Xuất khẩu sản phẩm văn hoá: 2019: 2.494.075.077,00 (USD)	Tốc độ tăng trưởng xuất nhập khẩu hàng hoá sáng tạo thường niên 2003-2015: 17,9%	Giá trị xuất khẩu hàng hoá sáng tạo Việt Nam: 2015: 837.014,65 triệu USD

Tổng hợp từ các nguồn: Tổng cục Thống kê; Báo cáo định kỳ 2016-2019 Công ước UNESCO; Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam

1.7. Một số kết quả đạt được ở địa phương

Giai đoạn 2016-2022, với những thay đổi tích cực về cơ chế, chính sách, sự chỉ đạo quyết liệt của chính quyền các cấp, sự quan tâm đặc biệt của toàn xã hội, các ngành công nghiệp văn hóa tại địa phương đã đạt được nhiều kết quả đáng khích lệ. Các ngành công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo đã được đầu tư và đóng góp cụ thể vào sự phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương (xem Phụ lục: Báo cáo đánh giá 5 năm triển khai, thực hiện Chiến lược).

Theo thống kê bước đầu, kết quả đạt được ở một số tỉnh, thành phố được thể hiện sau đây (việc thống kê mang tính minh họa nhằm làm rõ hơn các thành tựu của các địa phương). Thành phố Hà Nội, ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 1,49 tỉ USD vào tổng sản phẩm của thành phố, chiếm tỷ trọng 3,7% GDP (năm 2018). Thành phố Hồ Chí Minh, đóng góp của sản xuất công nghiệp văn hóa vào GDP năm 2010 chiếm tỷ lệ 3,77%, đến năm 2019 chiếm tỷ lệ 3,88%; Năm 2020, do ảnh hưởng của Đại dịch Covid-19 nên đóng góp có sụt giảm đạt 3,54% tổng GDP của Thành phố. Thành phố Đà Nẵng, ngân sách đầu tư cho hệ thống thiết chế văn hóa cơ sở là 247,9 tỷ đồng, trong đó: năm 2019 là 20,9 tỉ đồng, 2020 là 49,3 tỷ đồng, 2021 là 38,4 tỉ đồng. Tỉnh Ninh Bình, lượng khách thăm quan trong khu vực Quần thể danh thắng Tràng An trong những năm qua có sự tăng trưởng rõ rệt, năm 2016 đạt 2.457.798 lượt khách, năm 2019 đạt 3.103.093 lượt khách. Tỉnh Thừa Thiên Huế, kinh phí dự kiến thực hiện chính sách hỗ trợ đầu tư tu bổ, tôn tạo, bảo quản các di tích, di sản của tỉnh đến năm 2030 là 267,827 tỷ đồng, trong đó trung ương hỗ trợ là 25,7 tỷ đồng, nguồn vốn đầu tư công trung hạn là 186,137 tỷ đồng, ngân sách của huyện, xã quản lý là 5,147 tỷ đồng, nguồn vốn huy động ngoài ngân sách là 51,143 tỷ đồng. Tỉnh Quảng Ninh đầu tư theo hình thức đối tác công - tư cho văn hóa từ năm 2014 đến nay thu hút được 7 dự án với tổng mức đầu tư là 1.494,76 tỷ đồng.

Nhận thức được tầm quan trọng của công nghiệp văn hóa, các địa phương đã tập trung thực hiện các nhiệm vụ văn hóa, thể thao và du lịch theo kế hoạch được phê duyệt; đồng thời kết hợp, lồng ghép các nhiệm vụ được giao tại Chiến lược với một số kết quả nổi bật, đóng góp chung vào thành tích của các địa phương. Thành phố Hà Nội: được lựa chọn là thành viên “Mạng lưới thành phố sáng tạo của UNESCO” với mục tiêu lấy nguồn lực văn hóa và sáng tạo văn hóa làm nền tảng cho quá trình phát triển đô thị một cách bền vững. Thành phố Hồ Chí Minh: công nghiệp văn hóa phát triển mạnh ở lĩnh vực âm nhạc và điện ảnh; nhiều dự án, chương trình âm nhạc đi vào đời sống không chỉ là hoạt động nghệ thuật mà còn thông qua các hoạt động dịch vụ, thương mại, kinh doanh với nhiều mô hình đa dạng. Thành phố Đà Nẵng: trong những năm qua, nhiều đề án, chương trình, kế hoạch đã được ban hành để hỗ trợ, thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, như Đề án phát triển thiết chế văn hóa đến năm 2025, Đề án bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa giai đoạn 2016-2020 và giai đoạn 2021-2025. Tỉnh Ninh Bình: các giá trị di sản được tôn trọng và giữ gìn, nhận thức của chính quyền địa phương và cộng đồng về vai trò và tầm quan trọng của di sản được nâng lên rõ rệt; các khu, điểm du lịch Quần thể danh thắng Tràng An đóng

vai trò là trung tâm thúc đẩy phát triển du lịch và các ngành công nghiệp văn hóa. Tỉnh Thừa Thiên Huế, thành lập Quỹ bảo tồn di sản Huế để huy động hiệu quả các nguồn lực bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa Huế, bảo vệ văn hóa dân tộc; xây dựng chính sách hỗ trợ đầu tư bảo quản, tu bổ, phục hồi các di tích đã được xếp hạng, các bảo tàng ngoài công lập. Tỉnh Quảng Ninh, đạt được những thành tựu trong công tác thu hút các dự án đầu tư theo hình thức đối tác công - tư, đặc biệt trong lĩnh vực văn hóa nói chung, công nghiệp văn hóa nói riêng bằng cách cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, vận dụng sáng tạo hình thức đối tác công - tư cho phép huy động nguồn vốn hợp pháp.

2. Kết quả thực hiện theo nhiệm vụ được giao tại Chiến lược

2.1. Hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách

Các bộ, ngành đã và đang rà soát, bổ sung, hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển từng giai đoạn, góp phần cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa, thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam. Trong giai đoạn 2016-2022, các bộ, ngành đã phối hợp triển khai xây dựng, đề xuất trình Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ ban hành các văn bản quy phạm pháp luật nhằm tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong quá trình quản lý các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam, cụ thể như:

- *Trong lĩnh vực điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm:* Luật Điện ảnh (sửa đổi) số 05/2022/QH15 được Quốc hội khóa XV thông qua tại Kỳ họp thứ 3, có sửa đổi, bổ sung nhiều quy định mới so với Luật Điện ảnh năm 2006. Trong đó, chính sách của Nhà nước về phát triển điện ảnh được luật quy định rõ việc đầu tư và hỗ trợ nhằm tạo sự linh hoạt trong chính sách của Nhà nước; thể hiện rõ hơn cơ chế, biện pháp của Nhà nước để huy động mọi nguồn lực đầu tư phát triển công nghiệp điện ảnh, tăng cường xã hội hóa hoạt động điện ảnh. Chính phủ ban hành Nghị định 23/2019/NĐ-CP ngày 26/02/2019 quy định hoạt động triển lãm nhằm tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước đối với hoạt động tổ chức, phối hợp tổ chức triển lãm không vì mục đích thương mại thực hiện tại Việt Nam và đưa ra nước ngoài. Chính phủ ban hành Nghị định số 144/2020/NĐ-CP ngày 14/12/2020 quy định về hoạt động biểu diễn với nhiều nội dung định hướng phát triển nghệ thuật, tạo điều kiện cho sự sáng tạo của văn nghệ sĩ để tạo ra những tác phẩm có giá trị tư tưởng và nghệ thuật; tạo hành lang pháp lý cho hoạt động đầu tư kinh doanh, mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường nghệ thuật biểu diễn trong và ngoài nước.

- *Trong lĩnh vực quảng cáo,* Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông trong công tác xây dựng và tham mưu trình Chính phủ ban hành Nghị định số 70/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 181/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo. Nghị định được ban hành giải quyết những khó khăn, vướng mắc trong thời gian qua, đảm bảo việc xây dựng và thực thi chính sách quản lý về quảng cáo xuyên biên giới thống nhất, đồng bộ, hiệu quả cao. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã tham mưu Chính phủ ban hành Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 quy định xử phạt vi phạm

hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo. Nghị định đã góp phần nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về văn hóa.

- *Trong lĩnh vực xuất bản, phát thanh, truyền hình*, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 119/2020/NĐ-CP ngày 07/10/2020 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động báo chí, hoạt động xuất bản. Nghị định số 15/2020/NĐ-CP ngày 03/02/2020 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử. Nghị định số 14/2022/NĐ-CP ngày 27/01/2022 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 15/2020/NĐ-CP ngày 03/02/2020 và Nghị định số 119/2020/NĐ-CP ngày 07/10/2020. Nghị định số 71/2022/NĐ-CP ngày 01/10/2022 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 06/2016/NĐ-CP ngày 18/01/2016 quy định về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ phát thanh - truyền hình. Nghị định số 72/2022/NĐ-CP ngày 04/10/2022 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 60/2014/NĐ-CP ngày 19/6/2014 quy định về hoạt động in và Nghị định số 25/2018/NĐ-CP ngày 28/02/2018 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 60/2014/NĐ-CP ngày 19/6/2014 quy định về hoạt động in.

- *Đối với bảo hộ và thực thi quyền tác giả, quyền liên quan*, Quốc hội đã thông qua và ban hành Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ ngày 16/6/2022, có hiệu lực chính thức từ 01/01/2023, tạo cơ sở pháp lý để bảo hộ có hiệu quả các sáng tạo văn học, nghệ thuật và khoa học; phù hợp các cam kết quốc tế về quyền tác giả, quyền liên quan mà Việt Nam là thành viên. Việt Nam cũng đã gia nhập các điều ước quốc tế của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), đó là Hiệp ước về quyền tác giả của (Hiệp ước WCT) có hiệu lực từ ngày 17/2/2022, Hiệp ước về biểu diễn và bản ghi âm (Hiệp ước WPPT) có hiệu lực từ ngày 01/7/2022. Ngày 06/12/2022, Việt Nam đã nộp văn kiện gia nhập Hiệp ước Marrakesh về tạo điều kiện cho người khiếm thị, người khuyết tật về thị giác và người khuyết tật khác không có khả năng đọc tiếp cận với các tác phẩm đã công bố.

- *Một số cơ chế, chính sách khác có liên quan*: Chính phủ đã ban hành, sửa đổi, bổ sung nhiều nội dung về chính sách khuyến khích xã hội hóa đối với các hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao, môi trường quy định các cơ sở thực hiện xã hội hóa được hưởng các chính sách khuyến khích phát triển xã hội hóa. Chính phủ đã ban hành Nghị định số 40/2021/NĐ-CP ngày 30/3/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 89/2014/NĐ-CP ngày 29/9/2014 quy định về xét tặng danh hiệu “Nghệ sĩ nhân dân”, “Nghệ sĩ ưu tú”. Chính phủ đã ban hành một số quy định về đối tượng được hưởng ưu đãi đầu tư (Nghị định số 31/2021/NĐ-CP ngày 26/3/2021). Quy định mức thuế suất giá trị gia tăng (VAT) 5% đối với hoạt động văn hóa, triển lãm, thể dục, thể thao; biểu diễn nghệ thuật; sản xuất phim; nhập khẩu, phát hành và chiếu phim; hoạt động văn hóa, triển lãm và thể dục, thể thao (Thông tư số 43/2021/TT-BTC sửa đổi, bổ sung Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2019).

- *Xây dựng chương trình, đề án*: Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030 (Quyết định số 1909/QĐ-TTg ngày 12/11/2021); Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2030 (Quyết định số 2013/QĐ-TTg ngày

30/11/2021). Chỉ thị số 25/CT-TTg ngày 10/9/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc đẩy mạnh triển khai Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam giai đoạn 2022-2026. Nhiều tỉnh thành đã ban hành Chỉ thị, Nghị quyết riêng về phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn thành phố, như TP. Hà Nội ban hành Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/02/2022 về “Phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn Thủ đô giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”. TP. Hồ Chí Minh ban hành Quyết định số 982/QĐ-UBND ngày 22/3/2021 phê duyệt Đề án “Chiến lược phát triển ngành văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2020-2035”. TP. Đà Nẵng phê duyệt, chỉ đạo triển khai các chương trình, đề án, kế hoạch liên quan đến phát triển du lịch tại Đề án định hướng phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

2.2. Đẩy mạnh truyền thông, nâng cao nhận thức

Các bộ, ngành và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương triển khai phổ biến, hướng dẫn, tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho cán bộ, công chức, viên chức và người lao động về Chiến lược và các văn bản liên quan. Các cơ quan, đơn vị đã xây dựng hàng loạt phóng sự chuyên đề, tin ngắn, tọa đàm tuyên truyền đến người dân về chính sách, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, giải pháp phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam và cập nhật mới nhất để quảng cáo trên các phương tiện truyền thông đại chúng. Các cơ quan truyền thông, báo chí như Đài Truyền hình Việt Nam, Đài tiếng nói Việt Nam, Đài truyền hình Quốc hội, Truyền hình Thông tấn xã Việt Nam... đã đưa tin thường xuyên hơn về các nội dung liên quan đến các lĩnh vực của công nghiệp văn hóa, góp phần thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0. Đồng thời, mở các chuyên mục, chuyên trang về công nghiệp văn hóa trên các kênh phù hợp của đài truyền hình, đài phát thanh trung ương và địa phương. Xây dựng các chương trình truyền hình giới thiệu các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp và các không gian sáng tạo hoạt động hiệu quả trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Kế hoạch Truyền thông nâng cao nhận thức xã hội, phát triển công chúng đối với các ngành công nghiệp văn hóa (Quyết định số 928/QĐ-BVHTTDL ngày 18/3/2019). Để nâng cao nhận thức của toàn dân và đặc biệt là giới trẻ về công nghiệp văn hóa, các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ đã phối hợp với các tổ chức trong nước và quốc tế để tổ chức thường niên các sự kiện lớn về sáng tạo văn hóa, như Liên hoan Sáng tạo và Thiết kế Việt Nam, Diễn đàn Sáng tạo Việt Nam. Việt Nam đã đăng cai tổ chức “Diễn đàn Sáng tạo Đông Nam Á” tại Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hội An và một số địa phương khác. Những hoạt động liên hoan, diễn đàn... là cơ hội để giao lưu, kết nối những người làm sáng tạo, đồng thời là hình thức quảng bá, tuyên truyền về tiềm năng phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam.

Các tỉnh, thành phố cũng chủ động thực hiện công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành và ý thức của toàn dân về vị trí, vai trò của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương.

Nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp trong việc đầu tư cho văn hóa; huy động sự tham gia rộng rãi, có hiệu quả của các phương tiện thông tin đại chúng trong việc tuyên truyền, phổ biến các chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại địa phương. Công tác tuyên truyền quảng bá, phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tiếp tục được thực hiện đi vào chiều sâu với nhiều hình thức hoạt động trên các phương tiện thông tin truyền thông.

Qua 05 năm triển khai tuyên truyền, đẩy mạnh truyền thông về các ngành công nghiệp văn hóa, nhận thức của các cấp, các ngành và toàn xã hội đối với lĩnh vực này đã thay đổi cơ bản. Mọi người đã có sự nhận thức rõ ràng hơn về thị trường văn hóa phẩm, thừa nhận sản phẩm của các ngành công nghiệp văn hóa như là hàng hóa được lưu thông trên thị trường. Nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp trong việc đầu tư cho các ngành công nghiệp văn hóa như là một phần chiến lược kinh doanh và thể hiện trách nhiệm với xã hội, cộng đồng.

2.3. Công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực

Mô hình tổ chức đào tạo lĩnh vực văn hóa nghệ thuật trong nước được hình thành theo hướng chuyên nghiệp, bài bản và đã xác định được mô hình đào tạo phù hợp, phát huy được hiệu quả trong đào tạo tài năng nghệ thuật; nhiều chương trình, giáo trình đào tạo ngày càng được hoàn thiện. Các tài năng trẻ được phát hiện, đào tạo, bồi dưỡng, phát huy năng lực sáng tạo, tạo nên các sản phẩm mới trong ngành công nghiệp văn hóa. Chính sách đối với giảng viên, nhà giáo tham gia đào tạo các ngành nghệ thuật đặc thù đã phần nào được quan tâm. Nhà nước đã có chính sách thiết thực hỗ trợ miễn giảm học phí, bồi dưỡng nghề và hỗ trợ trang thiết bị cho học sinh, sinh viên học các ngành nghệ thuật trong các trường văn hóa - nghệ thuật.

Hiện nay trên cả nước có 54 cơ sở đào tạo trung cấp, cao đẳng, đại học văn hóa nghệ thuật chuyên nghiệp và nhiều cơ sở đào tạo có tham gia đào tạo các ngành trong lĩnh vực văn hoá nghệ thuật được tổ chức dưới hình thức khoa hoặc tổ bộ môn. Các cơ sở đào tạo tổ chức đào tạo với các phương thức chính quy, vừa làm vừa học, liên thông, văn bằng hai... Trong số đó, có 15 cơ sở đào tạo văn hóa nghệ thuật chuyên nghiệp trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (bao gồm: 09 trường đại học; 04 trường cao đẳng; 02 trường trung cấp) và 01 viện nghiên cứu tham gia đào tạo tiến sĩ. Cụ thể có 03 cơ sở đào tạo âm nhạc đào tạo ở trình độ trung cấp, đại học và sau đại học; 02 cơ sở đào tạo sân khấu và điện ảnh đào tạo ở trình độ cao đẳng, đại học và sau đại học; 03 cơ sở đào tạo mỹ thuật ở trình độ cao đẳng, đại học và sau đại học; 02 cơ sở đào tạo văn hoá đào tạo ở trình độ cao đẳng, đại học và sau đại học; 02 cơ sở đào tạo múa ở trình độ trung cấp và cao đẳng; 01 cơ sở đào tạo xiếc và tạp kỹ ở trình độ trung cấp; 01 viện nghiên cứu có tham gia đào tạo ở trình độ tiến sĩ. Riêng 02 cơ sở đào tạo đào tạo đa ngành, đa lĩnh vực trong lĩnh vực văn hoá nghệ thuật làm nhiệm vụ đào tạo nhân lực cho các khu vực miền núi Tây Bắc, Đông Bắc.

Trong giai đoạn 2016-2021, việc bồi dưỡng, tập huấn nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ được thực hiện thường xuyên, định kỳ trong lĩnh vực du lịch, văn hóa nghệ thuật (sân khấu, âm nhạc, mỹ thuật, múa, quản lý văn hóa, thư viện, di sản), kiến

thức về phương pháp giảng dạy sư phạm chuyên ngành và ngoại ngữ trong các lĩnh vực được tổ chức với số lượng học viên tham gia lên tới gần 6.000 người; góp phần cập nhật, bổ sung những kiến thức, kỹ năng, phương pháp cho đội ngũ trí thức của toàn ngành văn hóa, thể thao và du lịch. Một số cơ sở đào tạo đã bước đầu triển khai xây dựng chương trình, biên soạn giáo trình chuyên ngành bằng tiếng Anh (như Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội, Cao đẳng Du lịch Nha Trang, CĐ Du lịch Huế...), giúp sinh viên nắm bắt được các thông tin, kiến thức và sự kiện, thuật ngữ chuyên ngành về lĩnh vực, chuyên ngành theo học. Thiết lập được mối quan hệ với các doanh nghiệp trong ngành thực hiện mô hình tuyển sinh, đào tạo “kép”. Bộ đã phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo, các cơ sở đào tạo đại học lĩnh vực du lịch triển khai xây dựng đề án phối hợp với doanh nghiệp để triển khai đào tạo đáp ứng nhu cầu của xã hội. Bộ cũng đã cử lãnh đạo các đơn vị tham gia hướng dẫn, giới thiệu về công tác tổ chức các hoạt động văn hóa đối ngoại tại các lớp bồi dưỡng về công tác đối ngoại do một số địa phương tổ chức, trong đó chú trọng các lĩnh vực về công nghiệp văn hóa.

Trong thời gian tới đây, công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cần tập trung phát triển nguồn nhân lực cho các ngành công nghiệp văn hóa có trình độ chuyên môn cao. Thực hiện tốt chính sách thu hút, trọng dụng nhân tài, ưu đãi, vinh danh đội ngũ trí thức, văn nghệ sỹ, nghệ nhân, các nhà khoa học ở trong và ngoài nước, các chuyên gia quốc tế đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam; đầu tư phát triển nguồn nhân lực trong việc quảng bá, phát triển thị trường văn hóa, tạo mối liên kết thị trường về ngành nghề và khu vực. Đẩy mạnh giáo dục sáng tạo trên một địa bàn thí điểm như Hà Nội, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh. Các cấp quản lý cần chú trọng tạo lập môi trường nuôi dưỡng văn hóa sáng tạo, phát triển hệ sinh thái giáo dục sáng tạo trong cộng đồng, nhà trường gắn với thúc đẩy giáo dục mở, xây dựng nhà trường sáng tạo, hình thành thể hệ công dân sáng tạo.

2.4. Ứng dụng khoa học và công nghệ

Việc ứng dụng công nghệ tiên tiến để phát triển đa dạng, đồng bộ và hiện đại tất cả các ngành công nghiệp văn hóa bước đầu đã đạt được một số kết quả đáng khích lệ. Các sản phẩm, dịch vụ văn hóa có thương hiệu uy tín trong khu vực và quốc tế, đạt tiêu chuẩn của các nước phát triển và tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị sản phẩm, dịch vụ văn hóa toàn cầu. Chất lượng nghiên cứu khoa học từng bước được nâng cao, nội dung ngày càng phong phú, đa dạng kết quả nghiên cứu góp phần vào giải quyết được một số vấn đề mang tính cấp bách. Trong đó, nhiều nội dung nghiên cứu được bổ sung vào giáo trình giảng dạy của các trường đại học, cao đẳng, góp phần nâng cao năng lực quản lý của các cơ quan, đơn vị. Hoạt động hợp tác quốc tế về nghiên cứu khoa học và công nghệ, hợp tác đào tạo nhân lực, phối hợp tổ chức hội thảo quốc tế ngày càng được mở rộng. Về cơ sở hạ tầng thông tin - truyền thông, Việt Nam đang có những cải thiện vượt bậc, mức độ sử dụng internet, số hóa ở Việt Nam đang gia tăng nhanh chóng. Đây là một trong những cơ sở quan trọng về công nghệ thông tin cho phát triển công nghiệp văn hóa trong tương lai.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xây dựng được khung dữ liệu cơ bản về các di tích văn hóa, lịch sử; các nhà hát, trung tâm biểu diễn nghệ thuật, chiếu phim và các bảo tàng. Đây là tiền đề để xây dựng cơ sở dữ liệu toàn diện về du lịch văn hóa toàn quốc. Hiện nay, cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật và tình hình dịch bệnh Covid-19 buộc các doanh nghiệp phải thay đổi phương thức kinh doanh, các doanh nghiệp quảng cáo cũng thích ứng rất nhanh với việc đổi mới, áp dụng công nghệ hiện đại vào các sản phẩm quảng cáo. Thông qua cuộc thi “Giải thưởng quảng cáo sáng tạo Việt Nam” năm 2021, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã nhận được rất nhiều các sản phẩm quảng cáo có chất lượng, sử dụng các công nghệ mới của thế giới, như trình chiếu ánh sáng, dựng phim trình chiếu 3D, bảng biển quảng cáo có thiết kế, kiến trúc xây dựng mới.

Thời gian qua, Chính phủ đã chú trọng nghiên cứu, đẩy mạnh việc sử dụng công nghệ thông tin, các phương tiện truyền thông mới vào công tác thông tin, tuyên truyền và triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa. Đặc biệt, năm 2021, tổ chức thành công Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài tại Thụy Sĩ với hình thức trực tiếp kết hợp trực tuyến, ứng dụng nhiều công nghệ truyền hình mới nhằm nâng cao hiệu ứng, chất lượng, hiệu quả chương trình, mở rộng tối đa khả năng tiếp cận với khán giả, người dân hai nước. Sáng kiến ứng dụng công nghệ mới trong tổ chức Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài năm 2021 đã vinh dự được nhận giải Nhì của Giải thưởng toàn quốc về thông tin đối ngoại lần thứ VIII (Tháng 10/2022).

Hiện nay, đa số các địa phương đã và đang ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thông tin và đổi mới kịp thời trong việc áp dụng nền tảng công nghệ 4.0 vào các hoạt động như xây dựng Cổng thông tin Du lịch điện tử; tăng cường hoạt động truyền thông trực tuyến thông qua việc xây dựng và quản trị các tài khoản mạng xã hội (facebook, twitter, instagram, youtube, tik tok, zalo...).

Nhìn chung, việc ứng dụng khoa học, công nghệ, bước đầu nghiên cứu áp dụng thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư là giải pháp tương lai dành cho hoạt động thúc đẩy sáng tạo và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam. Các doanh nghiệp, đơn vị sáng tạo cũng đã bước đầu nghiên cứu để tạo ra các sản phẩm sáng tạo ứng dụng sự phát triển của khoa học, công nghệ để nâng cao sức cạnh tranh của các sản phẩm trong thời kỳ giao lưu và hội nhập toàn cầu hiện nay.

2.5. Hiệu quả sử dụng và hỗ trợ đầu tư tài chính

Ngân sách dành cho hoạt động khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, từ đầu tư công và chi thường xuyên ngày càng được quan tâm. Các bộ, ngành cân đối nguồn kinh phí hàng năm để hỗ trợ phát triển các ngành công nghiệp văn hóa theo quy định hiện hành, trong đó giao kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025 để thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội nói chung, phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nói riêng. Kế hoạch vốn đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025 nguồn ngân sách Trung ương (bao gồm cả vốn trong nước và vốn nước ngoài) cho lĩnh vực văn hóa thông tin chiếm 0,95% trong tổng kế hoạch vốn đầu tư công trung hạn.

Đề thu hút đầu tư cho các lĩnh vực của công nghiệp văn hóa, các cơ quan thuộc Bộ đã xây dựng thương hiệu quốc gia cho các ngành công nghiệp văn hóa, tạo nền tảng thu hút sự tham gia của nhiều thành phần trong hoạt động phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam. Bộ Văn hóa, thể thao và Du lịch đã giao các đơn vị xây dựng thương hiệu quốc gia liên quan đến lĩnh vực do đơn vị quản lý, cụ thể lĩnh vực điện ảnh: Đề án “Xây dựng và quảng bá thương hiệu quốc gia - Liên hoan Phim Việt Nam”. Lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm: Đề án “Festival nhiếp ảnh quốc tế Việt Nam” giai đoạn 2020-2030 và Đề án “Nghệ thuật sơn mài Việt Nam” giai đoạn 2020-2030. Lĩnh vực quảng cáo: Đề án “Giải thưởng quảng cáo sáng tạo Việt Nam”. Lĩnh vực du lịch văn hóa: Đề án “Xây dựng thương hiệu quốc gia về du lịch văn hóa”. Các Đề án này bước đầu đã tạo nền tảng và định hướng để xây dựng một Đề án thương hiệu quốc gia chung cho các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam.

Trên cơ sở thu hút, vận động nguồn hỗ trợ quốc tế về tài chính và kỹ thuật, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã tổ chức một số hoạt động liên quan đến phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam, như Hội thảo chính sách về phát triển mạng lưới các thành phố sáng tạo tại Việt Nam (năm 2021). Diễn đàn Bản quyền Việt Nam - Hàn Quốc (năm 2020, 2022).

Hỗ trợ đầu tư tài chính là bước đầu và nền tảng để khuyến khích sáng tạo. Sử dụng hiệu quả các hỗ trợ tài chính từ cả nguồn đầu tư công, nguồn ngân sách sự nghiệp và xã hội hóa là cách thức để các địa phương khuyến khích sự phát triển của các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa theo hướng bền vững. Hỗ trợ theo từng giai đoạn và có sự điều chỉnh để phù hợp với tiềm năng và hướng phát triển của từng địa phương là nhiệm vụ quan trọng và có ý nghĩa tạo nền tảng thúc đẩy, khuyến khích sự phát triển của các lĩnh vực có lợi thế và tiềm năng.

2.6. Phát triển thị trường các ngành công nghiệp văn hóa

Thực hiện các hoạt động phát triển thị trường nội địa trong khuôn khổ Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia thông qua các hội chợ, triển lãm thương mại. Các hoạt động đã góp phần hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá sản phẩm tới người tiêu dùng, phát triển hệ thống phân phối sản phẩm. Đối với hoạt động phát triển phân phối tại nước ngoài, triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm quảng bá sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu, có lợi thế cạnh tranh đến các khách hàng quốc tế; lựa chọn các sự kiện xúc tiến thương mại có uy tín, những ngành hàng trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa (thủ công mỹ nghệ, phần mềm, dệt may...) có thể cạnh tranh để quảng bá tiềm năng, tìm kiếm đối tác, tận dụng cơ hội tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

Công chúng được tạo nhiều cơ hội tiếp cận các sản phẩm, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa thông qua việc ứng dụng công nghệ số, truyền thông số, du lịch số. Đồng thời, nâng cao năng lực tiếp cận thị trường của các tổ chức trung gian nhằm thương mại các sản phẩm, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa. Hỗ trợ các biện pháp phát triển thương mại quốc tế về hàng hóa, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam qua các hoạt động xúc tiến thương mại, tham gia hội chợ và các sự kiện thương mại quốc tế.

Các cơ quan, đơn vị, tổ chức hỗ trợ và khuyến khích hoạt động liên kết, sáng tạo mạng lưới giữa các trung tâm công nghiệp văn hóa, các không gian trên cả nước và kết nối với các mạng lưới sáng tạo quốc tế. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang triển khai xây dựng Đề án Mạng lưới các thành phố sáng tạo ở Việt Nam, với sự tham gia tích cực của 07 tỉnh, thành phố trên cả nước để xây dựng hồ sơ xin gia nhập mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO.

Nhiều địa phương đã xây dựng, hoàn thiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kinh doanh dịch vụ du lịch tại các điểm có di sản, di tích quốc gia đặc biệt, các bảo tàng, nhà văn hóa, làng nghề thủ công truyền thống, khu vui chơi giải trí; xây dựng các thương hiệu du lịch quốc gia. Đổi mới, nâng cao năng lực sản xuất và sáng tạo các giá trị văn hóa mới, tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng cao tham gia vào thị trường văn hóa trên địa bàn tỉnh và trong nước; xây dựng thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng. Thị trường là môi trường để tiêu thụ các sản phẩm văn hóa, đồng thời là hệ sinh thái để thúc đẩy sự sáng tạo và phát triển các ý tưởng tương lai. Đối với các ngành công nghiệp văn hóa, thị trường vừa là nơi để trao đổi sản phẩm, còn là nơi để thể hiện sự giao lưu và tiềm năng phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Các doanh nghiệp trong và ngoài nước bước đầu đã có ý thức xây dựng và tạo thị trường cho các ngành công nghiệp văn hóa phát triển, tuy nhiên trong thời gian tới, thị trường cần có sự linh hoạt, năng động để kết nối xây dựng hệ sinh thái hoàn chỉnh giữa các doanh nghiệp, không gian sáng tạo, người sáng tạo và các sản phẩm văn hóa để thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa phát triển.

2.7. Hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế

Công nghiệp văn hóa 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. Công nghiệp văn hóa đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy bản sắc văn hóa và hiện đại hóa đất nước. Công nghiệp văn hóa 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. Trong xu thế toàn cầu hoá, hội nhập quốc tế, giao lưu văn hoá và cạnh tranh văn hoá trên thế giới hiện nay, công nghiệp văn hoá đang tạo ra một sức mạnh văn hoá mới cho mỗi quốc gia. Năm 2019, Thành phố Hà Nội trở thành thành viên Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO.

Các chương trình, đề án về kết nối, giao lưu, hợp tác quốc tế đã có hiệu quả thu hút sự quan tâm và đầu tư cho các ngành công nghiệp văn hóa. Trong đó, đơn cử như chương trình, hoạt động quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới: Chương trình ngày Việt Nam tại Thụy Sĩ và phát sóng trên các nền tảng kỹ thuật số; Chương trình Ngày gia đình ASEAN với chủ đề “ASEAN đoàn kết chung tay đẩy lùi Covid 19”; Hỗ trợ một số dự án Không gian văn hóa sáng tạo Việt Nam được đồng tài trợ bởi Liên minh châu Âu và Hội đồng Anh phối hợp với các cơ quan của Bộ (kể từ 2018 đến nay). Cơ quan Việt Nam ở nước ngoài đã tích cực tổ chức nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa ở trong và ngoài nước; kết nối, thúc đẩy, hỗ trợ hợp tác, giao lưu văn hóa giữa Việt nam và các nước nhằm quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam với

cộng đồng quốc tế, đồng thời góp phần quảng bá và mở rộng thị trường cho các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã chủ trì, phối hợp, tăng cường hợp tác với Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) nhằm xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam, hỗ trợ xây dựng hệ thống pháp luật và chính sách về du lịch văn hóa (xây dựng Luật Du lịch Việt Nam). Tư vấn xây dựng chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch; phát triển các loại hình du lịch, trong đó có du lịch văn hóa. Đào tạo, nâng cao chất lượng nhân lực hoạt động trong lĩnh vực du lịch. Các tổ chức UNESCO, Hội đồng Anh, Viện Goethe, các Đại sứ quán Đan Mạch, Thụy Điển... đã có nhiều tư vấn giúp Việt Nam nâng cao hiểu biết, nhận thức về phát triển công nghiệp văn hóa trong đời sống xã hội.

Trong thời kỳ hội nhập quốc tế và giao lưu toàn cầu, hợp tác quốc tế là hình thức để quảng bá văn hóa đồng thời giao lưu, học hỏi và tìm kiếm cơ hội để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam. Giao lưu để kết nối học hỏi kinh nghiệm của các quốc gia đi đầu trong lĩnh vực phát triển công nghiệp văn hóa, đồng thời nghiên cứu tìm tòi phát hiện để đầu tư cho những lĩnh vực là thế mạnh của Việt Nam có thể tạo ra sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

II. Một số thuận lợi, khó khăn, hạn chế

1. Thuận lợi

Việc chỉ đạo, phê duyệt các kế hoạch, đề án, quy hoạch liên quan đến phát triển công nghiệp văn hóa đã tạo cơ sở pháp lý, điều kiện cho đầu tư, phát triển ngành nghề, lĩnh vực có tiềm năng, lợi thế. Kết quả cho thấy đã có một số doanh nghiệp, cá nhân hoạt động trong lĩnh vực văn hóa nắm bắt được cơ hội, bước đầu đầu tư vào các ngành nghề có lợi thế phát triển trong công nghiệp văn hóa như: Điện ảnh, quảng cáo, thiết kế, phần mềm và trò chơi giải trí, thời trang, du lịch văn hóa.

Nhận thức của các bộ, ngành, địa phương về tầm quan trọng của công nghiệp văn hóa đã được nâng cao. Nhiều di sản văn hóa, công trình di tích lịch sử - văn hóa được quan tâm đầu tư nhằm bảo tồn và phát huy bền vững giá trị gắn kết với phát triển du lịch. Nhiều cơ sở, hộ sản xuất kinh doanh làng nghề truyền thống đã mạnh dạn đầu tư công nghệ, mở rộng quy mô sản xuất, đổi mới mẫu mã sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thị trường, giải quyết việc làm, tăng thu nhập cho người lao động, tăng năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố tập trung phát triển các ngành công nghiệp văn hóa có trọng tâm, trọng điểm, phát huy được lợi thế của ngành, lĩnh vực phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội; đồng thời gắn liền quảng bá hình ảnh, con người Việt Nam góp phần bảo vệ và phát huy di sản văn hóa các dân tộc trong quá trình giao lưu hội nhập và hợp tác quốc tế. Nhiều dịch vụ, sản phẩm văn hóa, sản phẩm du lịch văn hóa được hình thành, phát triển và trở thành các sản phẩm đặc sắc riêng của địa phương, góp phần tạo tiền đề cho phát triển công nghiệp văn hóa.

Công tác thực hiện chính sách quan tâm, đãi ngộ đối với những người tham gia vào quá trình phát triển các ngành công nghiệp văn hóa (người sáng tạo, các văn nghệ sỹ, nghệ nhân, diễn viên...) ngày càng được quan tâm, phát triển.

Việc ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ thông tin từng bước được đẩy mạnh, đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ cho các ngành công nghiệp văn hóa.

2. Khó khăn, hạn chế và nguyên nhân

Bên cạnh những kết quả đạt được bước đầu, các ngành công nghiệp văn hóa vẫn gặp phải những khó khăn, hạn chế từ các nguyên nhân chủ quan lẫn khách quan, trong đó cần nhấn mạnh một số nội dung sau:

Hiện nay, chúng ta còn thiếu cơ chế phối hợp giữa các bộ, ngành, địa phương, giữa các tổ chức, cá nhân hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa. Cụ thể là hệ thống văn bản pháp luật, chính sách chưa đồng bộ, chưa thực sự hiệu quả cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả quản lý, phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Công nghiệp văn hóa là nội dung còn mới mẻ mà chúng ta gần như xây dựng từ đầu, hoàn toàn chưa có kinh nghiệm, nên vừa làm vừa tìm hiểu, học hỏi. Bên cạnh đó, nhận thức của các cấp, ngành và người dân về vai trò, tầm quan trọng của việc phát triển công nghiệp văn hóa vẫn còn nhiều hạn chế.

Công tác thống kê, đánh giá sự đóng góp của các ngành công nghiệp văn hóa cho phát triển kinh tế - xã hội chưa được thực hiện tốt, dẫn đến việc đề xuất các cơ chế, chính sách cụ thể cho từng ngành còn nhiều bất cập, hiệu quả đạt được chưa cao. Trong bối cảnh ngân sách nhà nước còn khó khăn, nguồn lực dành cho phát triển các ngành công nghiệp văn hóa còn hạn chế (cả tài chính và nhân lực), các quy định về tiếp nhận, sử dụng nguồn lực xã hội hóa chưa rõ ràng, cụ thể, việc thu hút đầu tư từ các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp mới chỉ thực sự hấp dẫn ở một vài lĩnh vực. Chưa có nguồn kinh phí riêng mà phải trích từ kinh phí thường xuyên của đơn vị cho các hoạt động phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Đầu tư cho việc nghiên cứu kinh nghiệm xây dựng và phát triển công nghiệp văn hóa từ các nước có nền công nghiệp văn hóa tiên tiến (Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Hoa Kỳ....) để vận dụng phù hợp với điều kiện thực tế trong nước còn hạn chế.

Việc thu hút các nhà đầu tư lớn tham gia vào phát triển các ngành công nghiệp văn hóa còn gặp khó khăn, chưa đầu tư mạnh vào các khu, điểm du lịch văn hóa để hình thành sản phẩm, dịch vụ thỏa mãn nhu cầu của du khách. Các doanh nghiệp chưa tập trung, chú trọng nhiều đến công tác xúc tiến quảng bá các sản phẩm, dịch vụ du lịch là thế mạnh của từng địa phương.

Nguồn nhân lực trong các ngành công nghiệp văn hóa còn thiếu về số lượng và chất lượng. Chính sách đãi ngộ, thu hút người làm văn hóa, nghệ thuật, các chuyên gia chưa thực sự phù hợp với yêu cầu đặt ra tập trung phát triển một số lĩnh vực có lợi thế, tiềm năng nhằm tạo ra các sản phẩm chủ lực làm tiền đề phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Nguồn nhân lực dành cho công tác triển khai, thực hiện nhiệm vụ còn hạn chế, mỏng về số lượng, kiêm nhiệm nhiều lĩnh vực, đặc biệt là các lĩnh vực đặc thù thiếu người có chuyên môn, chuyên trách phụ trách nên gặp nhiều khó khăn trong công tác thu thập số liệu điều tra cơ sở dữ liệu của từng ngành.

Các hoạt động sáng tạo, sản xuất, kinh doanh, cung cấp dịch vụ trong các ngành công nghiệp văn hóa thiếu tính bền vững, dễ bị tác động bởi suy thoái kinh tế, dịch bệnh dẫn đến ảnh hưởng lớn về doanh thu, như lĩnh vực điện ảnh (số lượng khách đến xem tại rạp giảm mạnh), nghệ thuật biểu diễn (các chương trình nghệ thuật không được tổ chức thường xuyên), du lịch văn hóa (số lượng khách du lịch giảm đáng kể); các sự kiện văn hóa, thời trang, xúc tiến thương mại với quy mô lớn chưa được tổ chức; các ấn phẩm xuất bản, sản phẩm thủ công mỹ nghệ, chương trình phát thanh và truyền hình, phần mềm và các trò chơi giải trí cũng chịu ảnh hưởng, tác động đáng kể.

Việc chưa xem công nghiệp văn hóa là một lĩnh vực cần tới sự kết hợp chặt chẽ giữa sáng tạo, công nghệ và bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan đã làm hạn chế khả năng phát huy các nguồn lực quan trọng trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam.

Phần thứ hai

Phương hướng, nhiệm vụ và giải pháp phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2030

Nhằm đạt được mục tiêu được giao tại Chiến lược phần đầu đến năm 2030 doanh thu của các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP và tiếp tục tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội; các ngành công nghiệp văn hóa phát triển đa dạng, đồng bộ và hiện đại tất cả các ngành công nghiệp văn hóa một cách bền vững, được ứng dụng công nghệ tiên tiến; các sản phẩm, dịch vụ văn hóa có thương hiệu uy tín trong khu vực và quốc tế, đạt tiêu chuẩn của các nước phát triển và tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị sản phẩm, dịch vụ văn hóa toàn cầu, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xác định một số nội dung trọng tâm sau đây nhằm thúc đẩy có hiệu quả phát triển các ngành công nghiệp văn hóa:

I. Phương hướng

1. Tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách

- Hoàn thiện cơ chế, chính sách về hợp tác công - tư trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; chuyển hóa tài nguyên văn hóa thành các sản phẩm công nghiệp văn hóa có khả năng cạnh tranh mạnh trên thị trường văn hóa.

- Xây dựng, hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu thống kê và cơ sở dữ liệu về các ngành công nghiệp văn hóa. Để làm được điều này cần phải luật hóa công tác thống kê, coi đây như là một yêu cầu bắt buộc đối với các tổ chức, cá nhân tham gia vào thị trường sản phẩm công nghiệp văn hóa.

- Xây dựng hành lang pháp lý cho đào tạo văn hóa nghệ thuật đặc thù, đáp ứng cho sự nghiệp đào tạo nhân lực văn hóa nghệ thuật nói chung, phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nói riêng. Có chính sách đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ; hoàn thiện hệ thống chương trình, giáo trình đào tạo; nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ, giảng viên; đổi mới nội dung, phương thức đào tạo nhằm nâng cao năng lực cho các cơ sở đào tạo văn hoá nghệ thuật. Nâng cao chất lượng đào

tạo lĩnh vực văn hoá nghệ thuật, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá và hội nhập quốc tế.

- Xây dựng cơ chế, chính sách định vị sản phẩm thương hiệu quốc gia và quảng bá các sản phẩm thương hiệu quốc gia, các chương trình, sự kiện hợp tác, xúc tiến thương mại trong nước và quốc tế thông qua hệ thống phần mềm.

- Đề xuất hỗ trợ ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp hoạt động trong các ngành công nghiệp văn hóa theo hình thức giảm trừ thuế thu nhập doanh nghiệp có thời hạn; miễn, giảm thuế xuất nhập khẩu; hoàn thuế đối với lợi nhuận tái đầu tư vào các ngành công nghiệp văn hóa.

- Xây dựng chính sách khen thưởng, đãi ngộ nhằm khuyến khích, tôn vinh các cá nhân, tổ chức và doanh nghiệp có thành tích xuất sắc trong việc đẩy mạnh và quảng bá phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

2. Đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức

- Xây dựng Kế hoạch truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng, các đài phát thanh truyền, đài truyền hình trung ương và địa phương.

- Xây dựng website và các nền tảng truyền thông số về công nghiệp văn hóa nhằm kết nối và chia sẻ thông tin kịp thời về những nội dung mà xã hội quan tâm liên quan đến phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

- Xuất bản sách giới thiệu về các ngành công nghiệp văn hóa (trực tuyến và ấn phẩm in); công bố các công trình, kết quả nghiên cứu và lập bản đồ số về các ngành công nghiệp văn hóa.

3. Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực

- Tăng cường tổ chức các khóa học, chương trình nghiên cứu, trao đổi về phương pháp, mô hình, cách thức phát triển các ngành công nghiệp văn hóa với các chuyên gia; tổ chức các khóa học, trao đổi kinh nghiệm tại nước ngoài và các khóa đào tạo do chuyên gia nước ngoài giảng dạy tại Việt Nam.

- Thường xuyên tổ chức các khóa tập huấn về chuyên môn nghiệp vụ quản lý các ngành công nghiệp văn hóa. Tổ chức các khóa đào tạo kiến thức chuyên sâu về từng ngành công nghiệp văn hóa nhằm nâng cao công tác tham mưu và hiệu quả trong công tác quản lý nhà nước về công nghiệp văn hóa.

- Chính sách khuyến khích tài năng trẻ văn hóa, nghệ thuật thông qua các chương trình hỗ trợ tài chính học tập trong nước, cấp học bổng đi du học, đào tạo nâng cao chuyên môn tại nước ngoài.

4. Tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ

- Xây dựng hệ thống phần mềm nhằm tìm kiếm, đối chiếu, so sánh với cơ sở dữ liệu được lưu trữ giúp phát hiện, chống vi phạm quyền tác giả, quyền liên quan trên không gian mạng và trong môi trường kỹ thuật số, từ đó tạo dựng môi trường khuyến khích cho sáng tạo văn hóa, nghệ thuật.

- Xây dựng trung tâm lưu trữ dữ liệu về các ngành công nghiệp văn hóa trên nền tảng số để cơ quan quản lý giúp các nhà hoạch định chính sách, doanh nghiệp, nhà đầu tư và công chúng dễ dàng tiếp cận tra cứu thông tin.

5. Thu hút và hỗ trợ đầu tư

- Phân bổ và sử dụng nguồn đầu tư công để xây dựng các cơ sở hạ tầng về công nghiệp văn hóa. Xây dựng các sản phẩm sáng tạo chủ lực cho từng lĩnh vực của công nghiệp văn hóa.

- Huy động nguồn vốn xã hội hóa để hình thành các không gian văn hóa sáng tạo, hỗ trợ và đỡ đầu cho các dự án khởi nghiệp sáng tạo về văn hóa, nghệ thuật. Huy động các nguồn vốn từ nước ngoài thông qua các dự án và tổ chức quốc tế hỗ trợ cho hoạt động sáng tạo văn hóa, nghệ thuật.

- Bố trí cơ sở hạ tầng cho các ngành công nghiệp văn hóa, trong đó chú trọng đến bổ sung quỹ đất xây dựng các trung tâm hỗ trợ sáng tạo, trung tâm văn hóa sáng tạo, nghệ thuật.

6. Phát triển thị trường

- Mở rộng thị trường cho các ngành công nghiệp văn hóa thông qua các hoạt động thúc đẩy tính liên ngành, gắn kết giữa các ngành công nghiệp văn hóa có liên quan chặt chẽ với nhau, lấy du lịch văn hóa làm trung tâm gắn kết.

- Nâng cao năng lực tiếp cận thị trường của các tổ chức trung gian nhằm thương mại các sản phẩm, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa. Hỗ trợ phát triển thương mại quốc tế về hàng hóa, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại, tham gia hội chợ và các sự kiện thương mại quốc tế.

- Tạo điều kiện cho công chúng tiếp cận đến các sản phẩm, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa thông qua việc ứng dụng công nghệ số, truyền thông số, du lịch số.

7. Mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế

- Tiếp cận những thành tựu phát triển của khoa học, kỹ thuật trên thế giới thông qua các dự án liên kết, hợp tác với các tổ chức quốc tế, liên kết tạo dựng các sản phẩm công nghiệp văn hóa.

- Tăng cường hợp tác quốc tế để huy động nguồn tài chính đầu tư từ nước ngoài đối với các hoạt động sáng tạo, thiết kế không gian sáng tạo.

- Khuyến khích tham gia tích cực vào các hoạt động hợp tác quốc tế với tư cách là thành viên của các mạng lưới quốc tế về văn hóa, nghệ thuật, như mạng lưới các thành phố sáng tạo, mạng lưới các không gian sáng tạo, hiệp hội sân khấu thế giới.

8. Bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan

- Khuyến khích bảo hộ nội dung sáng tạo, thực thi có hiệu quả pháp luật sở hữu trí tuệ, trong đó có nội dung quyền tác giả và các quyền liên quan, làm cơ sở thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức và ý thức chấp hành pháp luật quyền tác giả, quyền liên quan cho các chủ thể quyền, cá nhân, tổ chức, công chúng trong việc khai thác, sử dụng các tài sản trí tuệ, sản phẩm công nghiệp văn hóa.

- Thành lập đơn vị tư vấn chuyên môn về pháp luật sở hữu trí tuệ để hỗ trợ doanh nghiệp, cá nhân trong quá trình tham gia hoạt động sáng tạo, phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

II. Một số nhiệm vụ và giải pháp

1. Nhiệm vụ và giải pháp chung

- Các cơ quan quản lý cần tiếp tục rà soát, bổ sung, hoàn thiện cơ chế, chính sách nhằm khuyến khích sự sáng tạo của các nghệ sĩ, các nhà hoạt động văn hóa, các tầng lớp xã hội tham gia vào các hoạt động văn hóa, sáng tạo văn hóa. Trong các chính sách thúc đẩy phát triển các công nghiệp văn hóa, cần tập trung vào chính sách xã hội hóa lĩnh vực văn hóa, tạo các cơ chế ưu đãi về đầu tư, thuế, đất đai thu hút nhà đầu tư; chính sách ưu đãi đối với các sản phẩm văn hóa khi sản xuất và lưu thông trên thị trường.

- Kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước từ Trung ương đến địa phương trong việc thực thi nhiệm vụ; rà soát, điều chỉnh, bổ sung cơ chế phối hợp có hiệu quả giữa các bộ, ngành, địa phương theo nguyên tắc phân công rõ trách nhiệm, quyền hạn, bảo đảm đồng bộ, tránh chồng chéo, trùng lặp nhằm thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Bổ sung nguồn lực quản lý và phát huy các ngành công nghiệp văn hóa ở địa phương.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu và ứng dụng công nghệ thông tin nhằm tăng cường ứng dụng thành tựu khoa học - kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong sáng tạo, sản xuất, phổ biến, lưu giữ sản phẩm văn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ văn hóa; đẩy mạnh hoạt động chuyển đổi số trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa; tập trung ứng dụng các công nghệ mới trong một số ngành mũi nhọn, nhằm tạo ra các sản phẩm văn hóa nghệ thuật có chất lượng, có thể tham gia vào thị trường trong khu vực và quốc tế (nghệ thuật biểu diễn, thủ công mỹ nghệ). Từng bước xây dựng lập Bản đồ quy hoạch quốc gia về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

- Xác định một số sản phẩm cụ thể, chủ lực làm tiền đề phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Qua thực tiễn triển khai thực hiện Chiến lược cần tập trung vào các sản phẩm hiện có sẵn tiềm năng và lợi thế như trong lĩnh vực điện ảnh (phim sản xuất trong nước), nghệ thuật biểu diễn (một số bộ môn nghệ thuật có thế mạnh) và du lịch văn hóa (du lịch ẩm thực).

- Xây dựng cơ chế phối hợp, hợp tác, liên kết giữa nhà nước, doanh nghiệp, cá nhân để hạn chế chồng chéo, lãng phí, thiếu liên kết, đảm bảo sự thống nhất, đồng bộ trong việc khai thác sử dụng các nguồn lực hiện có. Đồng thời, tập trung đầu tư, hoàn thiện cơ sở vật chất của các thiết chế văn hóa (hợp tác giữa các địa phương để sử dụng tối đa được nguồn cơ sở vật chất hiện có). Tạo ra một hệ sinh thái kết nối các tổ chức và người làm sáng tạo nhằm hỗ trợ, đẩy mạnh phát triển các ngành công nghiệp văn hóa (hình thành các trung tâm công nghiệp văn hóa).

- Triển khai Đề án phát triển mạng lưới thành phố sáng tạo nằm trong hệ thống thành phố sáng tạo của UNESCO đến năm 2030. Phát triển sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa độc đáo; hình thành cơ chế phối hợp tăng cường quảng bá, xúc tiến thương mại, đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa. Chủ động mở rộng hợp tác văn hóa với các nước, đẩy mạnh “đồng sản xuất”, thực hiện đa dạng các hình thức văn hóa đối ngoại, từng bước xây dựng và phát triển thương hiệu Việt Nam có uy tín trên thị trường trong và ngoài nước, đạt tiêu chuẩn của các nước phát triển và tham gia sâu rộng vào chuỗi sản phẩm, dịch vụ văn hóa toàn cầu, tiếp cận thị trường vốn và tiêu thụ.

- Đẩy mạnh ứng dụng của khoa học, công nghệ và thành tựu cách mạng công nghệ 4.0 để triển khai các hoạt động phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam.

- Phân tách một cách rõ ràng hơn giữa đơn vị sự nghiệp có khả năng cung ứng các sản phẩm và dịch vụ văn hóa theo cơ chế thị trường và những đơn vị cung ứng các sản phẩm và dịch vụ văn hóa công lập. Cần tiến hành giao quyền tự chủ rộng rãi cho các đơn vị sự nghiệp công lập có khả năng cung ứng sản phẩm và dịch vụ văn hóa theo cơ chế thị trường, trước hết là các sản phẩm ngành công nghiệp văn hóa.

- Thực hiện cổ phần hóa, chuyển đổi mô hình hoạt động các đơn vị sự nghiệp công lập cung ứng các sản phẩm và dịch vụ công nghiệp văn hóa sang hoạt động theo cơ chế doanh nghiệp, bảo đảm tự chủ tài chính, tự chủ phương án hoạt động sản xuất kinh doanh. Đồng thời, xác định trách nhiệm của nhà nước trong đào tạo nguồn nhân lực, đặt hàng các sản phẩm kiến tạo thị trường, tham gia xúc tiến quảng bá các sản phẩm và dịch vụ văn hóa Việt Nam ra thế giới.

- Thực hiện hiệu quả chiến lược nguồn nhân lực phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; kết hợp hài hòa đào tạo trong và ngoài nước. Phát triển đội ngũ nhân lực chất lượng cao có quy mô, cơ cấu hợp lý, phục vụ trực tiếp nhu cầu phát triển một số ngành công nghiệp văn hóa có ưu thế trong điều kiện hội nhập kinh tế sâu rộng gắn với thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Phát triển lực lượng lao động có trình độ, kỹ năng, kỹ thuật, có sức cạnh tranh quốc tế. Chú trọng đội ngũ hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo, nghệ thuật, đội ngũ tri thức, văn nghệ sĩ, đặc biệt là nghệ nhân dân gian. Có chế độ đãi ngộ đặc thù cả về lương, thưởng và trao tặng danh hiệu đối với các nghệ nhân để họ có thể tập trung nghiên cứu, truyền nghề cho thế hệ sau.

2. Nhiệm vụ và giải pháp cụ thể

2.1. Lĩnh vực điện ảnh

Tiếp tục triển khai, thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp được giao tại Chiến lược (Điều 1, Mục III, Khoản 2.a), trong đó tập trung vào các nội dung sau:

- Xây dựng và triển khai các Đề án: Trung tâm phát hành và phổ biến phim trực tuyến. Xây dựng hệ thống số hoá dữ liệu phòng vé Việt Nam. Số hoá dữ liệu phát hành, phổ biến phim tại Việt Nam. Xây dựng Trung tâm chiếu phim hiện đại tại Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Xây dựng và hoàn thiện trường quay tại Hà Nội, Đà

Năng và Thành phố Hồ Chí Minh. Thu thập dữ liệu thống kê ngành điện ảnh (xây dựng dữ liệu số).

- Sản xuất phim quảng bá bản sắc văn hóa, lịch sử, đất nước, con người Việt Nam trong nước và nước ngoài. Khai thác và sản xuất phim hoạt hình gắn với truyền đạt lịch sử, văn hóa, con người Việt Nam đến thế hệ trẻ.

- Xây dựng thương hiệu Liên hoan phim quốc tế Hà Nội có uy tín trong khu vực Châu Á.

2.2. Lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn

Tiếp tục triển khai, thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp được giao tại Chiến lược (Điều 1, Mục III, Khoản 2.b), trong đó tập trung vào các nội dung sau:

- Xây dựng và triển khai các Đề án: Nghiên cứu, đề xuất bổ sung nội dung về chính sách xã hội hóa trong lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn. Xây dựng chính sách khuyến khích phát triển thị trường hoạt động nghệ thuật biểu diễn. Quản lý số ngành công nghiệp nghệ thuật biểu diễn. Xây dựng mô hình điểm câu lạc bộ nghệ thuật diễn xướng dân gian tại địa phương. Phát triển thương hiệu quốc gia lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn. Phát triển nghệ thuật truyền thống, hiện đại và đương đại trong các không gian công cộng. Xây dựng Nhà hát Nghệ thuật biểu diễn quốc gia Việt Nam và xây dựng một trung tâm trình diễn nghệ thuật đa năng có kiến trúc lớn, hiện đại, biểu tượng văn hóa và du lịch quốc gia. Thành lập Quỹ Phát triển tài năng nghệ thuật biểu diễn.

- Xây dựng và thực hiện Kế hoạch tổ chức quảng bá sản phẩm của ngành công nghiệp nghệ thuật biểu diễn.

- Xây dựng phần mềm ứng dụng trên điện thoại, máy tính, bản đồ số về địa danh các vùng văn hóa nghệ thuật.

2.3. Lĩnh vực Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm

Tiếp tục triển khai, thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp được giao tại Chiến lược (Điều 1, Mục III, Khoản 2.c), trong đó tập trung vào các nội dung sau:

- Triển khai các Đề án: Sản xuất sản phẩm quà tặng từ chất liệu sơn mài và sử dụng tác phẩm nhiếp ảnh. Xây dựng bộ ảnh nghệ thuật về các dân tộc của Việt Nam và triển lãm luân phiên tại các địa phương.

- Tổ chức các hoạt động thường niên: Triển lãm tranh sơn mài và các sản phẩm mỹ nghệ sơn mài truyền thống của Việt Nam tại nước ngoài. Festival Nhiếp ảnh quốc tế tại Việt Nam. Tổ chức giao lưu quốc tế thông qua hoạt động triển lãm mỹ thuật, nhiếp ảnh.

- Thực hiện chương trình kết nối các thiết chế và không gian văn hóa như: trường Đại học Mỹ thuật Việt Nam, Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam, làng gốm Bát Tràng, làng tranh Đông Hồ.

2.4. Lĩnh vực Quảng cáo

Tiếp tục triển khai, thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp được giao tại Chiến lược (Điều 1, Mục III, Khoản 2.d), trong đó tập trung vào các nội dung sau:

- Tổ chức Cuộc thi Giải thưởng Quảng cáo sáng tạo Việt Nam.
- Kế hoạch tổ chức truyền thông nâng cao nhận thức xã hội đối với hoạt động quảng cáo.

2.5. Lĩnh vực Du lịch văn hóa

Tiếp tục triển khai, thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp được giao tại Chiến lược (Điều 1, Mục III, Khoản 2.đ), trong đó tập trung vào các nội dung sau:

- Triển khai Đề án thương hiệu du lịch văn hóa, trong đó chú trọng thúc đẩy thương hiệu di sản văn hóa, văn hóa ẩm thực.
- Xây dựng và thực hiện chương trình phối hợp lĩnh vực điện ảnh, mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, nghệ thuật biểu diễn và du lịch trong phát triển du lịch văn hóa.
- Thực hiện xúc tiến quảng bá về du lịch văn hóa, trong đó tập trung vào các lĩnh vực có thể mạnh là di sản và ẩm thực trên các kênh truyền thông trực tuyến của Tổng cục Du lịch, trên Youtube, trên các trang mạng xã hội Facebook, Instagram, Pinterest.

2.6. Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực

- Tiếp tục triển khai các Đề án: Bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch văn hóa, đáp ứng yêu cầu phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2030. Đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật phục vụ đào tạo nguồn nhân lực văn hóa nghệ thuật, du lịch văn hóa các cơ sở đào tạo trực thuộc Bộ. Đào tạo kỹ năng phát triển thị trường và ứng dụng truyền thông số trong các đơn vị sự nghiệp công lập về văn hoá, nghệ thuật.
- Chương trình đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho các ngành công nghiệp văn hóa (đào tạo chuyên gia từng lĩnh vực, đào tạo chuyên sâu, bồi dưỡng kiến thức).

2.7. Hợp tác quốc tế

- Xây dựng hồ sơ tư vấn phát triển mạng lưới thành phố sáng tạo nằm trong hệ thống thành phố sáng tạo UNESCO.
- Xây dựng bộ chỉ số văn hóa vì sự phát triển bền vững của Việt Nam.
- Tổ chức Diễn đàn sáng tạo Đông Nam Á.
- Xây dựng lộ trình của Việt Nam thực hiện Công ước bảo vệ và phát huy sự đa dạng của các biểu đạt văn hóa (Công ước 2005) trong môi trường số.

2.8. Bản quyền tác giả

- Xây dựng Đề án: Phát hiện vi phạm bản quyền tác giả trên không gian mạng và trên môi trường số. Đề án hỗ trợ về cơ chế, chính sách đặc thù phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.
- Chương trình tuyên truyền, nâng cao nhận thức của các cấp, ngành, địa phương và toàn xã hội về công nghiệp văn hóa.
- Điều tra, đánh giá đóng góp của các ngành công nghiệp văn hóa đối với GDP và việc làm.
- Xây dựng website và các nền tảng truyền thông số về công nghiệp văn hóa. Xây dựng cơ sở dữ liệu và lập bản đồ số về các ngành công nghiệp văn hóa.

- Tổ chức khảo sát, học tập kinh nghiệm quốc tế về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

3. Một số kiến nghị, đề xuất

Để thực hiện có hiệu quả nhiệm vụ được giao tại Chiến lược, đồng thời làm cơ sở để xây dựng Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hoá đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (theo Quyết định số 1909/QĐ-TTg ngày 12/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ), Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch kính đề nghị Quốc hội, Chính phủ xem xét và giao các bộ, ngành và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương nghiên cứu, đề xuất trình các cấp có thẩm quyền phê duyệt.

1. Xây dựng và ban hành các văn bản quy phạm pháp luật đối với các ngành công nghiệp văn hóa (Luật nghệ thuật biểu diễn, Luật mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm). Đồng thời, điều chỉnh các văn bản quy phạm pháp luật để tháo gỡ những chính sách đầu tư quy định tại Luật thuế, Luật doanh nghiệp, quản lý tài sản công... nhằm tạo sự đồng bộ trong thể chế, thúc đẩy mạnh mẽ phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

2. Một số chính sách cụ thể:

2.1. Xây dựng và trình ban hành cơ chế phối hợp liên ngành, cơ chế đặc thù để triển khai các dự án đầu tư, xây dựng cơ sở hạ tầng; đẩy mạnh hợp tác theo hình thức đối tác công - tư, huy động nguồn lực xã hội nhằm phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

2.2. Tổ chức triển khai có hiệu quả Luật Sở hữu trí tuệ 2022 (nội dung quyền tác giả, quyền liên quan) nhằm khuyến khích sáng tạo, tạo ra nhiều sản phẩm trong các ngành công nghiệp văn hóa có chất lượng, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ của xã hội và tham ra sâu rộng vào hội nhập kinh tế, quốc tế.

2.3. Trong khi chờ điều chỉnh chính sách đầu tư, đề nghị cho phép một số thành phố có tiềm năng (như thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh...) được áp dụng phương thức đối tác công tư (Luật đầu tư theo phương thức đối tác công tư) trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

2.4. Xây dựng và ban hành Hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia đối với 12 ngành công nghiệp văn hóa nhằm đánh giá sự đóng góp của các ngành này vào phát triển kinh tế - xã hội: GDP, việc làm, xuất nhập khẩu.

2.5. Xây dựng và ban hành cơ chế phối hợp giữa các bộ, ngành, địa phương nhằm sử dụng các tài nguyên vốn có chuyển hóa thành các sản phẩm công nghiệp văn hóa; xây dựng thương hiệu sản phẩm công nghiệp văn hóa Việt Nam; hình thành các trung tâm công nghiệp văn hóa tại 3 thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và thành phố Đà Nẵng.

Trên đây là Báo cáo đánh giá 5 năm triển khai, thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trân trọng báo cáo./.

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

MỘT SỐ ĐIỂM NGHẼN TRONG PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM

PGS. TS. Bùi Hoài Sơn¹

1. Tầm quan trọng của việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam

Trong thời gian 2 thập niên trở lại đây, thế giới đang thay đổi nhanh chóng, cạnh tranh khốc liệt dưới sự tác động của quá trình toàn cầu hóa, phát triển khoa học - công nghệ, cách mạng công nghiệp lần thứ tư, và đặc biệt là sự phát triển của mạng Internet. Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đã trở thành một xu hướng lớn, mang tính toàn cầu trong sự phát triển văn hóa nhân loại. Nhiều quốc gia đều coi các ngành công nghiệp văn hóa là một chiến lược quan trọng trong tiến trình tái tạo kinh tế, nâng cao quốc lực tổng hợp và xây dựng xã hội phát triển toàn diện. Công nghiệp văn hóa cũng là một phương tiện cải tổ và hiện đại hóa ngành văn hóa, góp phần xây dựng các mô hình kinh doanh mới trong bối cảnh kinh tế tri thức và công nghệ thông tin, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo lợi thế cạnh tranh, là công cụ lợi hại để củng cố sức mạnh mềm về văn hóa của mỗi quốc gia.

Về mặt khái niệm, công nghiệp văn hóa chính là sự ứng dụng của những tiên bộ công nghệ - thông tin và kỹ năng kinh doanh, sử dụng nguyên liệu đầu vào là năng lực sáng tạo, nguồn vốn văn hóa, nguồn vốn trí tuệ, để tạo đầu ra là các sản phẩm - dịch vụ văn hóa, đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng, hưởng thụ văn hóa ngày mạnh mẽ và đa dạng của người dân. Công nghiệp văn hóa chính là bước chuyển đổi từ sản xuất nông nghiệp hay công nghiệp sang các hoạt động sản xuất dựa trên kiến thức và dịch vụ, ra đời trên bộ đỡ là sự sáng tạo, năng lực kinh doanh, công nghệ thông tin và truyền thông.

Phát triển công nghiệp văn hóa sẽ giúp Việt Nam tái cơ cấu mô hình tăng trưởng, tạo ra những sản phẩm có tính cạnh tranh cao, giải quyết lao động và việc làm, đóng góp cho nền kinh tế. Đây cũng là chiến lược để có thể xây dựng được nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc trong bối cảnh kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Sự dồi dào của hàng hóa – dịch vụ văn hóa Việt Nam trên thị trường nội địa và quốc tế chính là sức mạnh mềm văn hóa quan trọng của quốc gia, làm cho văn hóa thấm sâu vào đời sống người dân, góp phần mang thông điệp Việt Nam ra với thế giới, phát huy nội lực, quảng bá đất nước. Trong thời đại của kinh tế tri thức và công nghệ thông tin, công nghiệp văn hóa có khả năng biến văn hóa trở thành bộ phận quan trọng của thương mại và cạnh tranh quốc tế, giúp Việt Nam xây dựng được một nền kinh tế sáng tạo và thịnh vượng, tự tin và mạnh mẽ, mang đặc trưng

¹ Ủy viên Thường trực, Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội

riêng. Chính vì vậy, đã đến lúc Việt Nam cần nhập cuộc với xu thế thời đại, vươn lên vị trí của các nước có ngành công nghiệp văn hóa phát triển.

Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa sẽ đem đến những lợi ích sau cho đất nước ta:

- Trong một thế giới toàn cầu hóa và ngày càng phụ thuộc lẫn nhau, công nghiệp văn hóa chính là yếu tố quan trọng cho sự phát triển bền vững, là một tài sản chiến lược cho chính sách phát triển quốc tế và giữ vững chủ quyền quốc gia. Công nghiệp văn hóa là một phần “sức mạnh mềm” của dân tộc, có sức truyền bá lớn lao, góp phần bảo vệ văn hóa, thúc đẩy sự đối thoại, hiểu biết về văn hóa giữa các quốc gia.

- Công nghiệp văn hóa là một công cụ hữu hiệu cho sự tăng trưởng, đổi mới và cạnh tranh của nền kinh tế, làm cho văn hóa trở thành nội dung quan trọng của thương mại và cạnh tranh quốc tế, giúp Việt Nam đạt được nền kinh tế sáng tạo, thịnh vượng, mang đặc trưng quốc gia, tự tin và mạnh mẽ.

- Công nghiệp văn hóa thúc đẩy sự cố kết xã hội qua tham dự tăng cường của người dân vào hoạt động văn hóa.

- Mang lại niềm tự hào, hãnh diện về văn hóa cho người dân và các tổ chức, từ đó trở thành ngọn nguồn quan trọng của sức tập hợp dân tộc.

- Kích thích sáng tạo văn hóa như cách thức chủ yếu để nâng cao sức cạnh tranh của đất nước.

- Khi văn hóa trở thành một hình thức hàng hóa, nó làm gia tăng tiềm năng các nguồn lực văn hóa trở thành các nguồn vốn kinh tế.

- Tạo ra công ăn việc làm có giá trị cao và đóng góp đáng kể đến tổng sản lượng nội địa, là nền tảng cho sự tái tạo đô thị.

- Thúc đẩy sự phát triển của ngành văn hóa theo hướng hiệu quả và chuyên nghiệp hơn.

- Ngành công nghiệp văn hóa tự tin và vững mạnh có thể nâng cao tiềm năng sáng tạo và vận hành của sản xuất, thúc đẩy phát triển du lịch và quảng bá thương hiệu quốc gia, tăng sức thu hút tổng thể của đất nước.

- Thúc đẩy sự bùng nổ các tài năng, dựa trên sự tiếp cận mở đến các cơ hội mới

- Tạo ra các tổ hợp sáng tạo năng động.

- Tạo ra một thương hiệu mạnh cho đất nước.

- Quảng bá của văn hóa địa phương.

1. Những điểm nghẽn cần tháo gỡ trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam

- Hiện nay, việc quản lý sự phát triển của lĩnh vực văn hóa nói chung, công nghiệp văn hóa nói riêng, có liên quan đến nhiều ban ngành, nhiều khi chồng chéo

trùng lặp về chức năng nhiệm vụ dẫn đến câu chuyện văn hóa không chỉ là thẩm quyền riêng của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch mà cần sự hiệp lực tổng hợp của nhiều bộ ngành khác. Việc đặt quản lý các ngành công nghiệp văn hóa thuộc phạm vi của Cục Bản quyền tác giả cũng tạo ra mâu thuẫn khi công nghiệp văn hóa rộng hơn bản quyền tác giả. Tình trạng “mẹ ở trong con” khiến việc định hướng phát triển, quản lý công nghiệp văn hóa gặp nhiều lúng túng.

- Tiếp cận nguồn tài chính khó khăn do năng lực quản lý yếu kém và kỹ năng trong các hình thức kinh doanh sáng tạo. Nhận thức không cao về tiềm năng phát triển của ngành công nghiệp văn hóa ở các nhà đầu tư, có các nguy cơ rõ ràng về sự thất bại của thị trường bởi vi phạm bản quyền, các vấn đề về phân phối sản phẩm nằm ngoài tầm kiểm soát của nhà nước.

- Chi phí khởi động một doanh nghiệp thấp nhưng thủ tục hành chính còn phức tạp. Việc nhiều doanh nghiệp, tổ chức văn hóa nghệ thuật, không gian sáng tạo không được hưởng các ưu đãi về thuế, đất đai, địa vị pháp lý phù hợp với tính chất đặc thù của văn hóa cũng ảnh hưởng đến sự quan tâm của toàn xã hội đối với lĩnh vực này.

- Nhu cầu cho cơ sở hạ tầng mang tính chuyên nghiệp, hiện đại và phù hợp, bao gồm các không gian biểu diễn sân khấu và âm nhạc, các thư viện và các bộ lưu trữ, bảo tàng nghệ thuật đương đại và hiện đại, cùng với một cách tiếp cận tươi mới đến sự biểu đạt của các di sản văn hóa. Cơ sở hạ tầng kém phát triển.

- Hệ thống các thiết chế và cơ sở vật chất cho hoạt động văn hoá nhìn chung vẫn ở tình trạng xuống cấp, chắp vá, thiếu đồng bộ và hiệu quả sử dụng còn thấp.

- Năng lực, kỹ năng, trình độ chuyên môn ở mức độ thấp trong toàn bộ các ngành công nghiệp văn hóa - đào tạo về sáng tạo ít, thiếu đào tạo sau đại học có mục tiêu nhằm giúp cho sinh viên sau khi ra trường có thể “sẵn sàng về mặt thị trường”, có ít đơn vị mang tính trung gian hỗ trợ chuyên môn cho các doanh nghiệp. Mối quan hệ giữa các cơ quan giáo dục và doanh nghiệp còn yếu, dẫn đến sự chênh lệch giữa đào tạo và nhu cầu thực tiễn.

- Thị trường yếu trong một số lĩnh vực nhất định - ví dụ như trong thiết kế, tạo dựng thương hiệu, các dịch vụ và sản phẩm sáng tạo bền vững về môi trường. Điều này tác động tiêu cực tới chất lượng và tính cạnh tranh. Một phần là do tầng lớp trung lưu nhỏ; nhưng đồng thời nó cũng là hệ quả của một thị trường tổng thể kém phát triển.

- Thiếu sự hợp tác làm ăn giữa khu vực công và các doanh nghiệp tư nhân và các tổ chức ngoài công lập, khu vực công có thể là một thị trường lớn cho ngành công nghiệp văn hóa, tuy nhiên, sự hợp tác giữa khu vực nhà nước và ngoài nhà nước chưa được thúc đẩy.

- Thị trường văn hóa nhìn chung mới tập trung nhiều ở các thành phố lớn trong khi tại các vùng nông thôn thị trường văn hóa chưa phát triển, chủ yếu là tiêu thụ văn hóa qua các phương tiện truyền thông đại chúng, các thiết chế văn hóa cổ truyền.

- Phát triển các tổ hợp sáng tạo và mạng lưới ngành còn kém phát triển khi so sánh với các quốc gia khác. Thiếu một hệ sinh thái sáng tạo tổng thể - các trường đại học, doanh nghiệp, tổ chức và chính phủ, không làm việc hợp tác cùng nhau nhằm nuôi dưỡng các tài năng sáng tạo.

- Việt Nam chưa có được một chính sách, lựa chọn rõ ràng các ngành công nghiệp ưu tiên, các mũi nhọn phát triển lâu dài. Thiếu một thương hiệu như “Việt Nam sáng tạo” nói chung – với các mô hình trình bày, các chương trình tiếp thị và các chiến dịch được xây dựng dựa trên các chương trình hỗ trợ ngành vững mạnh.

2. Giải pháp tháo gỡ điểm nghẽn trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa

2.1. Đánh giá việc triển khai Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 để xây dựng một chiến lược mới, phù hợp hơn với bối cảnh mới.

3.2. Xây dựng cơ sở dữ liệu đánh giá về các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu nhằm đánh giá sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa cũng như những đóng góp của chúng vào nền kinh tế quốc dân, đồng thời còn góp phần nâng cao nhận thức của cộng đồng, doanh nghiệp, nhà nước về sự cần thiết của các ngành công nghiệp văn hóa.

Giải pháp này có thể được cụ thể hóa dưới các hoạt động như: Nghiên cứu các vấn đề có tính lý thuyết và thực tiễn (kinh nghiệm) về ngành công nghiệp văn hóa trên thế giới và tại Việt Nam; Nghiên cứu thí điểm lập bản đồ đánh giá ngành công nghiệp văn hóa tại một số điểm trong cả nước, từ đó hình thành nên bộ công cụ lập bản đồ đánh giá ngành có thể được ứng dụng tại các địa phương khác; Khảo sát và làm việc với các cơ quan địa phương và các đối tác để xác định tiềm năng văn hóa của các địa phương, nhìn nhận các dự án hợp tác với các chính quyền thành phố lớn. Đánh giá chính sách, thu thập dữ liệu số hóa và các phương pháp đo lường được hội nhập và thiết lập ở khắp các tầng bậc của chính phủ, với các mắt xích sản xuất sáng tạo có thể đo lường được. Phân tích thị trường và nhận diện những khuynh hướng kinh doanh mới của các ngành công nghiệp sáng tạo, xem xét và cải thiện hiệu quả của các sáng kiến khác nhau cho các ngành công nghiệp sáng tạo. Nhận diện, quảng bá và phân phối những thực hành thành công. Nghiên cứu về tác động kinh tế về những đóng góp của lĩnh vực văn hóa với quan điểm để nhận diện những khu vực tăng trưởng kinh tế trong lĩnh vực văn hóa.

Công bố và phổ biến hệ thống cơ sở dữ liệu về ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trên nhiều nền tảng khác nhau (xuất bản các ấn phẩm viết định kỳ, các diễn đàn

cung cấp và chia sẻ thông tin cập nhật định kỳ, websites ngành,...) nhằm nâng cao nhận thức và hiểu biết của cộng đồng, doanh nghiệp, cá nhân sáng tạo, các nhà quản lý về vai trò, hiện trạng, xu hướng, của ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

3.3. Đổi mới và ứng dụng các công cụ pháp lý mới cho các ngành công nghiệp văn hóa.

Hình thành, phát triển và điều chỉnh các công cụ pháp lý nhằm thúc đẩy mạnh mẽ hơn sự tham dự của các chủ thể khác nhau cho văn hóa, thúc đẩy hỗ trợ công trực tiếp một cách hiệu quả hơn và đồng thời xây dựng cơ chế hỗ trợ công gián tiếp thông qua các chính sách khuyến khích về thuế; xây dựng các công cụ pháp lý nhằm kích thích giao dịch thị trường và các chính sách liên ngành cho công nghiệp văn hóa; xây dựng các điều luật khuyến khích về thuế nhằm thúc đẩy việc sản xuất và phân phối sản phẩm văn hóa và các điều luật thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh trên thị trường và thu hút lao động cho các ngành công nghiệp văn hóa; Cung cấp miễn thuế đối với các phần thưởng và tài trợ, ứng dụng các sáng kiến về thuế tạo điều kiện ưu đãi cho những người thực hành sáng tạo sống và làm việc, bổ sung các cơ chế quản lý và thực thi hiệu quả hơn cho vấn đề bản quyền nhằm hỗ trợ cho các hoạt động sản xuất quy mô lớn đầu ra của các thể hiện sáng tạo. Thiết lập các quyền về tài sản trí tuệ (IP) và công nghiệp thông qua giấy đăng ký/bằng sáng chế (patent) và bản quyền nhằm giải quyết các sai lầm của thị trường và đảm bảo một tỷ lệ phù hợp của thu nhập và đầu tư tiếp tục.

3.4. Đa dạng hóa các mô hình cung cấp tài chính khác nhau cho sự phát triển bền vững và năng động của các ngành công nghiệp văn hóa.

Các thể chế tài chính cần gia tăng ý thức của họ về tiềm năng kinh tế của các ngành công nghiệp văn hóa và phát triển năng lực để đánh giá các doanh nghiệp dựa vào các tài sản phi vật thể của họ. Đồng thời, các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa cần được giúp đỡ để hiểu biết tốt hơn về các yêu cầu về lên kế hoạch kinh doanh và sự phân bổ các quỹ để tài trợ cho các hoạt động và sự tăng trưởng của họ. Đồng thời cần bổ sung các cơ chế tài chính cụ thể, bao gồm bảo hiểm, cho vay nhỏ và các quỹ đầu tư mạo hiểm (venture capital funds) cho công nghiệp văn hóa.

Hướng đến sự đa dạng trong các mô hình tài trợ của các quỹ nhà nước, các tổ chức phi chính phủ và các cá nhân để khuyến khích các tài năng sáng tạo, nâng cao sự quan tâm của xã hội đối với các ngành công nghiệp văn hóa thay vì một cơ chế tài chính hiện tại mang tính “xin-cho”, trợ cấp nhà nước trong lĩnh vực văn hóa-ngệ thuật công và có tính truyền thống. Gánh nặng bảo trợ cho sự phát triển của các ngành văn hóa-ngệ thuật Việt Nam sẽ được giảm thiểu bằng cơ chế đầu tư nhà nước, song song tồn tại với các cơ chế đầu tư khác của các tổ chức phi chính phủ, phi lợi nhuận, doanh nghiệp, Quỹ đầu tư, chương trình hợp tác quốc tế, Quỹ bảo đảm (nhà nước và tư nhân) hoặc đầu tư của các ngân hàng (quốc doanh và tư nhân) và đặc biệt là chính sách động viên thuế đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khai thác, sản xuất

và phân phối các sản phẩm có đặc tính bắt nguồn từ tính sáng tạo văn hóa – nghệ thuật của cộng đồng và các cá nhân Việt Nam để áp dụng một cơ chế gây quỹ đám đông. Các biện pháp các có thể bao gồm: Thiết lập Quỹ Di sản Văn hóa, Thiết lập Quỹ Đầu tư mạo hiểm cho các ngành công nghiệp Sáng tạo và Văn hóa, Quỹ đổi mới (the Innovation Fund).

3.5. Tăng cường sự liên minh, cộng tác giữa các thành phần xã hội nhằm thúc đẩy sự phát triển của công nghiệp văn hóa.

Xây dựng một mạng lưới có sự kết hợp chặt chẽ, rộng rãi và đa dạng của các bên có liên quan trong ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam, bao gồm các cơ quan nhà nước, tổ chức (hiệp hội, phi chính phủ, phi lợi nhuận), doanh nghiệp, trường đại học và cao đẳng nhằm hỗ trợ tối đa cho: Công tác đào tạo nghề và năng lực kinh doanh cho nguồn nhân lực sáng tạo; Công tác xây dựng và cung cấp cơ sở dữ liệu một cách đầy đủ và cập nhật về ngành công nghiệp văn hóa (tài nguyên, nhân lực, thị trường,...) cho các bên có liên quan, đặc biệt là các nhà đầu tư trong và ngoài nước và đội ngũ nhân lực sáng tạo mới tốt nghiệp muốn tạo dựng sự nghiệp kinh doanh trong các ngành công nghiệp văn hóa; Công tác khai thác và phát triển đặc tính bổ sung giá trị và liên ngành của hoạt động sáng tạo văn hóa – nghệ thuật; Cần phát huy các sáng kiến chung để thúc đẩy sự hiểu biết giữa các lĩnh vực khác nhau và đóng góp đến việc phát triển một tư duy mang tính doanh nghiệp hơn, liên ngành hơn cải tổ hơn và cởi mở hơn. Xây dựng các tổ chức trung gian sáng tạo mang tính nghề nghiệp với các mạng lưới để hỗ trợ cho các doanh nghiệp sáng tạo và phát triển. Thử nghiệm và phát triển của các công cụ hỗ trợ kinh doanh tốt hơn và các chính sách nhằm đến việc thúc đẩy những kết nối liên lĩnh vực. Tiếp tục đổi mới cấu trúc và chức năng của các tổ chức công lập, tập trung nhiều hơn đến nhu cầu thị trường, nhu cầu của cộng đồng và áp dụng các kỹ năng quản lý mới trong cơ chế thị trường như: marketing, gây quỹ, phát triển thương hiệu, phát triển xây dựng dự án, thúc đẩy sự liên minh giữa các tổ chức công lập và các đơn vị văn hóa nghệ thuật tư nhân:

3.6. Đẩy mạnh các chương trình giáo dục mang tính sáng tạo, phát triển của các kỹ năng chuyên môn, và các trường đại học mang định hướng doanh nghiệp nhiều hơn, liên ngành và hợp tác hơn, phát triển các chương trình dạy kỹ năng kinh doanh cho công nghiệp sáng tạo.

Phát triển nguồn nhân lực sáng tạo văn hóa nghệ thuật ở các cấp giáo dục và đào tạo, nhằm nâng cao chất lượng cho đội ngũ các cá nhân hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo ở Việt Nam. Giải pháp này bao gồm việc thay đổi chương trình đào tạo trong các trường và cơ sở đào tạo ngành nghề sáng tạo văn hóa nghệ thuật như âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, mỹ thuật, kiến trúc,...bằng việc *bổ sung các môn học đào tạo năng lực kinh doanh cho học sinh, sinh viên các ngành sáng tạo văn hóa nghệ thuật* trên (phân tích thị trường, tiếp thị, xây dựng thương hiệu, đầu tư, gây quỹ, xây dựng dự án,); *bổ sung chương trình giáo dục về bản quyền, sở hữu trí tuệ ở tất cả*

các cấp giáo dục và đào tạo về sáng tạo văn hóa – nghệ thuật nhằm xây dựng một đội ngũ nhân lực sáng tạo có nhận thức cao về giá trị của sức sáng tạo của chính mình và của cộng đồng, từ đó hỗ trợ trong hoạt động xây dựng một đội ngũ hướng thụ và tiêu thụ văn hóa – nghệ thuật trong tương lai có ý thức cao về vấn đề bản quyền.

Có một nhu cầu cho những sự đối tác mạnh mẽ hơn giữa các lĩnh vực văn hóa và sáng tạo, các đối tác xã hội và những nhà cung cấp đào tạo và giáo dục, thông qua cả đào tạo khởi đầu và phát triển chuyên môn tiếp tục. Cần phải cung cấp cho các lĩnh vực hỗn hợp các kỹ năng cần thiết cho tinh thần doanh nghiệp mang tính sáng tạo trong một môi trường thay đổi nhanh chóng. Thêm nữa, một số lĩnh vực đang phải đối mặt với sự thiếu hụt nhân công có kỹ năng truyền thống và thủ công, vì người trẻ tuổi ít khi hấp dẫn để học những kỹ năng như vậy.

Các kỹ năng sáng tạo cần phải được học từ một độ tuổi rất sớm, để đặt nền tảng cho một sự bổ sung liên tục của những tài năng sáng tạo và kích thích nhu cầu cho các nội dung và sản phẩm mang tính sáng tạo tinh vi và đa dạng hơn. Trong cách nhìn về học tập cả đời, các kỹ năng sáng tạo và các năng lực có thể giúp cho phản hồi đến những thay đổi trong những đòi hỏi của thị trường lao động.

Tăng cường các đối tác với giáo dục cũng có thể đóng góp đến một môi trường học tập thú vị, giúp cho người đi học, đặc biệt là những đối tượng gặp khó khăn, đạt được những kỹ năng cơ bản và phát triển được những năng lực đòi hỏi cho đời sống chuyên môn, cải thiện khả năng được tuyển dụng. Thiết lập các đối tác mạnh mẽ với các tổ chức quốc gia chịu trách nhiệm cho giáo dục và sự phát triển chính sách đối với những người trẻ tuổi và các công ty cung cấp các trải nghiệm chất lượng cao trong ngành.

Các trường đại học và các trường cao đẳng đầu tư vào các thiết bị và phần mềm chuẩn công nghiệp, và tuyển dụng những người thực hành trong nghề như những giảng viên bán phần hoặc toàn phần hay mời những giảng viên thỉnh giảng để củng cố sự cung cấp các khóa học của họ. Nhu cầu của ngành và những thiếu hụt trong đào tạo được nhận diện và cần được phản hồi bằng những học phần cụ thể trong học tập, hay cung cấp các lĩnh vực cụ thể cho giáo dục sau đại học. Xây dựng các chương trình giáo dục đa ngành ví dụ như thủ công truyền thống và thiết kế. Trong đào tạo nhận thức được sức mạnh của sự hội nhập truyền thông, ví dụ như lĩnh vực phim có thể hợp tác với các ngành công nghiệp truyền thông đa phương tiện (multi-media industries) như hoạt hình, truyện tranh.

3.7. Phát triển nguồn nhân lực sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật:

Khai thác và nâng cao năng lực sáng tạo của các cá nhân, nhóm, cộng đồng hoạt động trong lĩnh vực văn hóa – nghệ thuật tại Việt Nam; phát huy tối đa sự đa dạng của các sáng tạo văn hóa – nghệ thuật và tạo điều kiện cho sức sáng tạo trở thành một đặc trưng văn hóa vừa có tính bản sắc, độc đáo và vừa có tính phù hợp với xu thế sáng tạo của thế giới.

Phát hiện, nuôi dưỡng và chào đón các tài năng, làm cho các tác năng phát triển đúng hướng và hỗ trợ cho các tổ chức bổ sung giá trị cho quá trình phát triển của các nghệ sĩ, những người thực hành sáng tạo, nhà sản xuất và nhà quản lý sáng tạo. Sự nhấn mạnh nên tập trung vào hỗ trợ tài năng tại giai đoạn bắt đầu và giai đoạn đỉnh cao của nghề nghiệp, tìm kiếm cơ hội để giới thiệu các tài năng cho các bước đi đầu tiên trong nghề. Nhận diện và xây dựng một loạt các diễn đàn cho tài năng được tuyển dụng, đào tạo và thể hiện. Nhận diện các tổ chức mà có thể đóng vai trò như trung tâm của tài năng, ví dụ: các tổ chức cho những người viết văn, phát triển công nghệ thông tin, các công ty sản xuất mới hoặc đào tạo sản xuất phim. Một số dự án tập trung vào việc nuôi dưỡng các tài năng bằng cách hỗ trợ cho các tài năng sáng tạo địa phương tham gia vào các cuộc thi quốc tế, cung cấp các cơ hội thực tập ngắn cũng như tài trợ các chương trình giáo dục chuyên nghiệp nâng cao. Tạo môi trường làm cho nhân tài được sử dụng một cách hiệu quả. Một số biện pháp cụ thể có thể bao gồm: Xây dựng Chương trình hỗ trợ cho những cử nhân xuất sắc của công nghiệp giải trí kỹ thuật số, nhằm đến nuôi dưỡng các tài năng mới trong phim hoạt họa, tranh truyện vui, trò chơi kỹ thuật số. Hỗ trợ tài chính để thúc đẩy sự tham dự của các tài năng sáng tạo và những tác phẩm sáng tạo trong các cuộc thi quốc tế nổi tiếng, vì vậy các tài năng có thể được tiếp cận và được công nhận trên quốc tế, từ nâng cao hình ảnh về công nghiệp văn hóa Việt Nam như một nguồn vốn sáng tạo trên trường quốc tế.

Giải pháp này cũng bao gồm những đổi mới trong hoạt động giáo dục và đào tạo chuyên môn trong các lĩnh vực văn hóa – nghệ thuật ở các cấp, từ tiểu học cho đến đại học và sau đại học như *đa dạng hóa các ngành nghề sáng tạo văn hóa – nghệ thuật trong các cấp giáo dục và đào tạo* nhằm tạo điều kiện cho cá nhân và cộng đồng có điều kiện tiếp xúc với các lĩnh vực sáng tạo khác nhau, xác định năng lực sáng tạo cá nhân và lựa chọn nghề sớm, từ đó xây dựng một nguồn nhân lực vừa là người sáng tạo, vừa là công chúng tiêu dùng các sản phẩm sáng tạo trong tương lai; *đề cao tính ứng dụng và liên ngành của các sáng tạo* trong hoạt động đào tạo và giáo dục văn hóa – nghệ thuật các cấp, đặc biệt là các cấp sau đại học và đào tạo chuyên gia.

3.8. Phát triển công chúng hay người tiêu dùng sản phẩm văn hóa nghệ thuật.

Xây dựng được một đội ngũ những người tiêu dùng các sản phẩm sáng tạo văn hóa nghệ thuật có hiểu biết cao về giá trị (văn hóa, xã hội, kinh tế, giáo dục) của hoạt động sáng tạo, đặc biệt là về vấn đề bản quyền và sở hữu trí tuệ. Giải pháp này bao gồm các chương trình truyền thông (phát thanh, truyền hình, internet,...) tuyên truyền và phổ biến về Luật Bản quyền và các vấn đề có liên quan; các chương trình hoặc sự kiện mang tính giới thiệu và trưng bày các sản phẩm sáng tạo trong nước và quốc tế thuận lợi cho sự tiếp cận (về khoảng cách địa lý, giá thành, thời gian, địa điểm và thị hiếu) của công chúng với các sản phẩm này; các chương trình đào tạo ngắn (mang tính giới thiệu, thử nghiệm, ứng dụng) về sáng tạo văn hóa nghệ thuật ở các đơn vị đào tạo

các cấp (ngoài ngành sáng tạo) nhằm thúc đẩy thị hiếu cởi mở trong tiêu dùng các sản phẩm sáng tạo.

3.9. Phát triển thành phố sáng tạo bằng cách tham gia vào mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO.

Hà Nội đã tham gia mạng lưới các thành phố sáng tạo năm 2019. Chúng ta cần nhân rộng mô hình này ra các thành phố có lợi thế khác để lan tỏa tinh thần sáng tạo và tạo sức mạng văn hóa cho các địa điểm này. Thành phố sáng tạo cần được dựa trên những nghiên cứu tiền khả thi (đặc biệt là từ hoạt động lập bản đồ ngành công nghiệp văn hóa) cẩn trọng, dưới sự hỗ trợ của các chuyên gia trong nước và quốc tế ở các ban, ngành, lĩnh vực chuyên môn có liên quan (chính sách công, nghiên cứu khoa học, kiến trúc, xây dựng, doanh nghiệp, giới đầu tư trong và ngoài nước,...). Thành phố sáng tạo phải là vừa là trung tâm sản xuất các sản phẩm sáng tạo, vừa là nơi tiêu thụ chính của các sản phẩm này; là nơi tập trung đa dạng của các đơn vị bao gồm các cơ quan quản lý, doanh nghiệp, nhà đầu tư, các cá nhân và nhóm sáng tạo,...; là nơi vừa có các hoạt động giáo dục, đào tạo chuyên môn sáng tạo và năng lực kinh doanh, đồng thời là thị trường tiếp nhận nguồn nhân lực này; là nơi diễn ra các hoạt động trao đổi và hợp tác trong sáng tạo văn hóa – nghệ thuật và đồng thời trưng bày và giới thiệu các sản phẩm đó; là điểm đến của loại hình du lịch mới: du lịch công nghiệp sáng tạo cho người dân trong nước và quốc tế;...

3.10 Áp dụng công nghệ thông tin để thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp sáng tạo.

Xác định công nghệ thông tin là điều kiện cho phép sự tham gia chủ động của công nghiệp văn hóa Việt Nam trên vũ đài toàn cầu. Xem xét tổng quan, phát triển và hỗ trợ các mạng lưới phù hợp và các diễn đàn để chia sẻ các thực hành tốt và khuyến khích sự hợp tác ở những lĩnh vực then chốt. Số hóa cơ sở dữ liệu ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam, cho phép sự tiếp cận dễ dàng, thuận tiện, nhanh chóng và công khai của các bên có liên quan tới nguồn dữ liệu này; Áp dụng các công nghệ thông tin mới vào các giai đoạn của toàn bộ chu trình của ngành công nghiệp sáng tạo (sáng tạo, sản xuất, phân phối, tiêu dùng); Áp dụng công nghệ thông tin mới vào tất cả các ngành nghề thuộc ngành công nghiệp sáng tạo của Việt Nam, bao gồm cả các ngành truyền thống như thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn truyền thống.

3.11. Mở rộng tầm với quốc tế/Mở rộng thị trường công nghiệp văn hóa ra bên ngoài Việt Nam.

Quốc tế hóa một cách thông minh và chính sách thúc đẩy ngoại thương là cần thiết để cho phép một số lượng lớn của các công ty và tổ chức nhỏ vận hành trong môi trường toàn cầu và nắm lấy khán giả và thị trường toàn cầu. Khuyến khích các doanh nghiệp công nghiệp văn hóa khám phá và củng cố sự hiện diện của họ trên thị trường quốc tế, thông qua sự phát triển của các đối tác quốc tế. Trao đổi kỹ năng, phát triển loại hình nghệ thuật, phát triển thị trường, xây dựng uy tín và hình ảnh của Việt Nam.

Thành lập các quỹ hỗ trợ xuất khẩu sản phẩm, dịch vụ văn hóa để gia tăng mức độ và số lượng của các tác phẩm được bán và xuất khẩu từ Việt Nam ra nước ngoài. Hỗ trợ cho các ngành công nghiệp trong việc tổ chức các hoạt động quảng bá thương mại, cũng như tổ chức các sự kiện sáng tạo. Phối hợp với các ngành tổ chức các hoạt động quảng bá và kết nối với doanh nghiệp quốc tế; hỗ trợ sự tham gia của Việt Nam trong những triển lãm lớn quốc tế và sự kiện để quảng bá cho các ngành công nghiệp văn hóa. Tổ chức các show, seminars và các chương trình gắn với kinh doanh; tổ chức các phái đoàn học tập tham dự các sự kiện lớn của thế giới. Tổ chức các sự kiện sáng tạo lớn để quảng bá đất nước với nguồn vốn sáng tạo, như Triển lãm kiến trúc Quốc Tế, Liên hoan nhạc Châu Á, Diễn đàn Sáng tạo./.

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA VIỆT NAM NHẬN DIỆN SỰ CHUYỂN ĐỘNG VÀ KHẢ NĂNG PHÁT TRIỂN

PGS.TS. Nguyễn Thị Thu Phương¹

TS. Trần Thị Thủy²

1. Nhận diện sự chuyển động của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam từ năm 2016 đến nay

1.1. Những chuyển động tích cực

Vào năm 2016, Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được ban hành, đã đánh dấu sự chuyển mình trong tư duy, chính sách phát triển văn hóa Việt Nam trong giai đoạn mới. Sau 6 năm triển khai, mặc dù vẫn còn ít nhiều băn khoăn về hiệu quả chính sách, nhưng xét về tổng thể, Chiến lược được ghi nhận là nỗ lực của Việt Nam trong xây dựng hoàn thiện khung thể chế nhằm thay đổi nhận thức để hình thành nên một khung chính sách có khả năng tạo thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa hội nhập theo hướng bền vững hơn. Việc Hà Nội trở thành thành phố thiết kế sáng tạo đầu tiên của Việt Nam có mặt trong mạng lưới các thành phố thiết kế sáng tạo của UNESCO ở lĩnh vực thiết kế, cũng như việc Việt Nam trở thành 1 trong số 12 quốc gia thí điểm thành công Bộ chỉ số văn hóa 2030 cùng các giải pháp liên quan... phần nào xác nhận, trong quá trình triển khai chiến lược, những chủ thể của sự SÁNG TẠO đã luôn nỗ lực trên hành trình tìm tiếng nói chung cho những GIẢI PHÁP tạo nên sự ĐỔI THAY theo hướng bền vững và hội nhập có chiều sâu của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, đồng thời mở rộng sự lan tỏa, kết nối của mạng lưới các thành phố sáng tạo trên toàn quốc.

Thành công mang tính nền tảng đối với ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đó chính là sự thay đổi trong nhận thức của Đảng và Nhà nước về vai trò và vị trí của ngành công nghiệp văn hóa trong nền kinh tế. Sự ra đời của *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030* (2016) đã đánh dấu bước tiến mới của nước ta trong xác lập khung chính sách tạo môi trường thể chế tương đối thuận lợi để các ngành công nghiệp văn hóa có khả năng khai thác và phát huy hiệu quả các tài nguyên văn hóa trong các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Các bộ, ngành đã tập trung triển khai công tác xây dựng, hoàn thiện thể chế, chính sách, pháp luật nhằm tạo hành lang pháp lý, khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, xây dựng kế hoạch hành động, đề án đánh giá quá trình triển khai chiến lược của 5 ngành trọng điểm (điện ảnh; nghệ thuật biểu diễn; mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; du lịch văn hóa; quảng cáo).

¹ Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

² Viện Nghiên cứu Trung Quốc, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam

Về cơ bản, hệ thống đường lối, chủ trương chiến lược, hệ thống luật pháp, chính sách *từng bước quy định xác lập cơ chế vận hành, điều chỉnh chức năng, hoạt động, mục tiêu, phương thức hoạt động, các quan hệ lợi ích của các tổ chức, các chủ thể kinh tế nằm trong chuỗi giá trị sản xuất, kinh doanh, phân phối các sản phẩm công nghiệp văn hóa theo hướng tiến tới xác lập đồng bộ với các yếu tố thị trường, các loại thị trường hiện đại*. Bên cạnh đó, các hình thức hợp tác dựa trên nguyên tắc tự nguyện, tự quản...ngày càng trở nên phổ biến, dẫn tới sự ra đời của rất nhiều tổ chức xã hội đóng vai trò là những đối tác quan trọng của các cơ quan nhà nước trong việc hợp tác tư vấn, tổ chức các diễn đàn và không gian đối thoại nhằm tăng cường kết nối và thúc đẩy trao đổi, thảo luận và huy động lực lượng chuyên gia tham gia vào công tác đào tạo, phát triển kiến thức và kỹ năng trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Trên bình diện hợp tác quốc tế, bảo vệ các sản phẩm và dịch vụ văn hóa cũng luôn được Việt Nam coi trọng như là ưu tiên chính sách trong khi ký kết các văn bản hợp tác trong khuôn khổ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới cũng như giữa Việt Nam và các nước/tổ chức đối tác khác.

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, mang lại những đóng góp nhất định vào tăng trưởng GDP của cả nước. Theo thống kê, so với mức GDP chiếm 2,68% năm 2015, các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam ước đạt 3,61% GDP cả nước năm 2018¹⁷. Sự thay đổi này cho thấy, công nghiệp văn hóa Việt Nam bước đầu phát huy hiệu quả tài nguyên văn hóa và chuyển hóa giá trị văn hóa thành sức mạnh mềm văn hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập quốc tế.

1.2. Những hạn chế còn tồn tại

- Hệ thống pháp luật liên quan đến công nghiệp văn hóa chưa hoàn thiện.

Hệ thống văn bản pháp luật liên quan đến các ngành công nghiệp văn hóa gồm nhiều loại khác nhau từ Luật, pháp lệnh đến Thông tư. Tuy nhiên, đến thời điểm hiện tại, một số lĩnh vực chưa có Luật hoặc pháp lệnh điều chỉnh (nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh, quyền và nghĩa vụ của văn nghệ sỹ...) thậm chí chưa có văn bản điều chỉnh (quản lý hoạt động trò chơi điện tử...) đã ảnh hưởng lớn đến công tác quản lý nhà nước về từng lĩnh vực vì mỗi lĩnh vực cần hệ thống chính sách để phát triển. Năng lực dự báo của các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa còn hạn chế. Việc nghiên cứu, xây dựng cơ sở dữ liệu nhằm cung cấp các bằng chứng khoa học cho hoạch định chính sách phát triển các ngành công nghiệp chưa được chú trọng.

- Các quy định pháp luật về huy động nguồn lực cho thấy văn hóa chưa hoàn toàn là ngành nghề được ưu tiên, khuyến khích, phát triển văn hóa gặp phải các “điểm nghẽn”, “rào cản” từ chính nhận thức xã hội và các quy định của pháp luật chưa theo kịp đòi hỏi từ thực tế sinh động. Hiện nay, hiệu lực của các quy định về

chính sách thuế trong các luật chuyên ngành chỉ mang tính nguyên tắc về “ưu đãi”, việc áp dụng phụ thuộc vào các quy định cụ thể của từng đạo luật về thuế. Luật Đầu tư năm 2020 quy định văn hóa là một trong những ngành, nghề được ưu đãi đầu tư, tuy nhiên chỉ giới hạn trong lĩnh vực hẹp là bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa, trong khi văn hóa là lĩnh vực rộng với 9 chuyên ngành. Năm 2020, Quốc hội đã thông qua Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư (PPP) nhưng chỉ có 5 lĩnh vực được áp dụng đầu tư theo phương thức PPP, trong đó không có lĩnh vực văn hóa. Như vậy, căn cứ Luật Đầu tư và Luật PPP thì *lĩnh vực văn hóa chưa hoàn toàn là ngành, nghề được ưu tiên khuyến khích*. Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp quy định thu nhập được miễn thuế đối với các khoản tài trợ nhận được để sử dụng cho các hoạt động giáo dục, nghiên cứu khoa học, văn hóa, nghệ thuật, từ thiện... và phần thu nhập không chia của cơ sở thực hiện xã hội hóa trong lĩnh vực giáo dục - đào tạo, y tế và lĩnh vực xã hội hóa khác để lại đầu tư phát triển cơ sở đó theo quy định của pháp luật chuyên ngành, tuy nhiên lại không có lĩnh vực văn hóa.

Một số vấn đề mới nảy sinh từ thực tiễn như thẩm định và hậu kiểm thể loại phim sản xuất và phát hành trên internet; phát triển công nghiệp văn hóa và sự thích ứng của văn hóa truyền thống trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư... những vấn đề này còn chậm được thể chế hóa thậm chí chưa có văn bản điều chỉnh (gây khó khăn cho công tác quản lý văn hóa trong điều kiện mới ở nước ta hiện nay³). Thói quen trông chờ ngân sách nhà nước cho các hoạt động văn hóa vốn đã ăn sâu trong tiềm thức từ thời kinh tế tập trung bao cấp, cùng với quan niệm ngành văn hóa là ngành “tiêu tiền” đang tạo thêm những rào cản trong nhận thức về đầu tư các nguồn lực cho văn hóa. Mặt khác, hiện nay, nhận thức về lĩnh vực công nghiệp văn hóa vừa rộng, có tính liên ngành lại có tính đặc thù nên đòi hỏi nguồn lực đáp ứng có đặc thù riêng như đầu tư cho hỗ trợ sáng tạo, sản xuất các sản phẩm, dịch vụ văn hóa, phát hiện, đào tạo, bồi dưỡng tài năng nghệ thuật, phát huy năng khiếu khó đo đếm định lượng, khó chính xác đơn giá, định mức chưa rõ trong quá trình xây dựng, triển khai các chính sách đầu tư, ưu đãi.

- Cơ chế chính sách đầu tư chưa tương xứng với vai trò, vị trí của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển. Về tổng thể, mức đầu tư cho văn hóa trong tổng chi ngân sách tương đối thấp so với các lĩnh vực khác, chưa tương xứng với thực tiễn, chưa đồng đều. Theo Nghị quyết số 40/2021/QH15 ngày 13 tháng 11 năm 2021 của Quốc hội về việc phân bổ ngân sách trung ương năm 2022, tổng số tiền cấp cho Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là 3.755,88 tỷ đồng. 73% của nguồn kinh phí này được dành cho các khoản chi thường xuyên, chỉ có 27% là vốn đầu tư. Nhìn chung,

³ Tham khảo Lê Thanh Liêm, *Đánh giá về pháp luật cho phát triển văn hóa*, Hội thảo Văn hóa 2022, Thể chế, chính sách và phát triển nguồn lực cho phát triển văn hóa, 2022.

ngân sách nhà nước phân bổ cho Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cùng các cơ quan liên quan đến lĩnh vực văn hóa khác đang tăng dần theo các năm. Tuy nhiên, so sánh với các lĩnh vực khác, nguồn đầu tư công cho văn hóa ở Việt Nam vẫn còn hạn chế. Theo Nghị quyết 40/2021/QH15, tỉ lệ ngân sách dành cho văn hóa, truyền thông chỉ chiếm 0,9% tổng ngân sách được phân bổ.⁴ Với số tiền này, đầu tư công cho văn hóa bình quân trên đầu người ở nước ta vào năm 2022 chỉ đạt 77.333 đồng.

Không chỉ hạn chế về quy mô, cơ cấu đầu tư công cho văn hóa cũng còn nhiều bất cập. Phần lớn nguồn vốn công dành cho hoạt động sự nghiệp, tỉ lệ chi cho đầu tư phát triển còn thấp. Với những hạn chế này, đầu tư công của nhà nước chưa đủ sức “làm môi”, “dẫn dắt” cho đầu tư của tư nhân trên thị trường. Trong khi đó, cơ chế đầu tư công vẫn còn phát sinh nhiều tồn tại, hạn chế, thể hiện sự dàn trải, phân tán, kế hoạch đầu tư bị cắt khúc ra từng năm, hiệu quả đầu tư kém.

- Bất cập trong cơ chế chính sách tạo tình trạng bất bình đẳng giữa khu vực công lập và tư nhân trong việc tiếp cận nguồn hỗ trợ từ Nhà nước. Đối với nhiều doanh nghiệp và tổ chức công lập, Nhà nước vẫn duy trì chính sách bao cấp, xin cho của nền kinh tế kế hoạch hoá. Trong khi đó, các thủ tục hành chính dành cho các doanh nghiệp tư nhân, tổ chức xã hội trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa còn rườm rà, gây ra nhiều khó khăn trong việc tiếp cận nguồn lực công do Nhà nước cung cấp. Đặc biệt, trong bối cảnh hiện nay, bất chấp xu hướng làm việc tự do ngày càng trở nên phổ biến trong lĩnh vực văn hóa – nghệ thuật, Nhà nước vẫn chưa thừa nhận tư cách cá nhân của các nghệ sĩ trong việc đề xuất và hưởng thụ các khoản tài trợ từ nguồn nhân sách.

Những bất cập trong việc phân bổ nguồn lực công còn thể hiện ở việc thiếu vắng những tiêu chí rõ ràng và cụ thể để làm cơ sở cho việc đánh giá và ban hành quyết định tài trợ. Cơ chế tài trợ công với việc chú trọng phục vụ mục đích chính trị chưa thực sự tạo ra động lực khuyến khích sáng tạo và nỗ lực nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, chưa tạo ra môi trường cạnh tranh lành mạnh trong các ngành công nghiệp văn hóa. Với cơ chế huy động nguồn lực còn nhiều bất cập, hiệu quả của việc phát huy các nguồn lực này cũng còn nhiều hạn chế. Cụ thể, hệ thống cơ sở hạ tầng của Việt Nam được xây dựng với số lượng lớn nhưng được phân bổ chưa đồng đều giữa các vùng, miền. Đặc biệt là những cơ sở văn hóa mang tính thương mại như rạp chiếu phim và triển lãm nghệ thuật chủ yếu tập trung ở khu vực đô thị. Đối với việc phát huy nguồn nhân lực, lĩnh vực văn hóa vẫn thiếu hụt đội ngũ nhân lực có chất lượng cao, có trình độ chuyên môn và các kỹ năng phù hợp với định hướng phát triển mới. Trong khi đó, hệ thống chính sách quốc gia vẫn thiếu vắng một chiến lược dài hạn về phát triển nhân lực cho ngành công nghiệp văn hóa.

⁴ Con số này thậm chí còn nhỏ hơn nếu chỉ tính riêng phần ngân sách cấp cho Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

Việc chậm điều chỉnh Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong bối cảnh mới rõ ràng đang làm giảm vai trò kiến tạo và khả năng nâng cao năng lực cạnh tranh, hội nhập của thị trường văn hóa. Đây chính là điểm nghẽn mấu chốt gây cản trở đến sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa trong việc đáp ứng các yêu cầu cấp thiết của thực tiễn. Hiện nay, các chính sách phát triển công nghiệp văn hóa chưa phù hợp với sự vận động của thị trường các sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa, điển hình như việc kiểm duyệt nội dung các sản phẩm văn hóa-nghệ thuật dựa trên những tiêu chí không rõ ràng. Mặt khác, Nhà nước không có cơ chế và chế tài đủ mạnh để giải quyết vấn đề của cốt lõi của thị trường văn hóa như bảo vệ bản quyền... Những bất cập trong việc sử dụng các công cụ quản lý khiến cho vai trò của Nhà nước đối với thị trường bị hạn chế. Nhà nước chưa thực sự trở thành trọng tài cho các chủ thể kinh tế, chưa điều tiết và đảm bảo hài hòa lợi ích giữa những người sản xuất, phân phối hàng hóa và người tiêu dùng. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, nhiều thể chế, qui định trong lĩnh vực văn hóa – nghệ thuật còn chậm đổi mới, chưa phù hợp với quy chuẩn của quốc tế. Cuối thế kỷ thứ XX đầu thế kỷ XXI công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo đã nổi lên như một ngôi sao, một điểm sáng về kinh tế, một cơ hội đặc biệt để các quốc gia có lợi thế, nền tảng, kho tàng văn hóa giàu có vươn lên từ văn hóa, bằng văn hóa. *Chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* đặt mục tiêu đến năm 2030 phần đầu doanh thu của các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP, để văn hóa không chỉ là ngành “tiêu tiền” mà thực sự là ngành “kiếm ra tiền”, tuy nhiên sau gần 8 năm triển khai Nghị quyết, 6 năm thực hiện Chiến lược, công nghiệp văn hóa vẫn chưa được điều chỉnh bằng văn bản quy phạm pháp luật, thiếu chính sách pháp luật tạo hành lang pháp lý để phát triển lĩnh vực mới, đầy tiềm năng này, trong đó các chính sách về huy động nguồn lực đóng vai trò then chốt.

2. Một số giải pháp cho hiện tại và tương lai

Dựa vào hệ thống lí luận làm nền tảng cho việc xác định nội hàm của các thuật ngữ và lựa chọn phương pháp tiếp cận cho tới các vấn đề thực tiễn gắn với việc thu thập và phân tích dữ liệu về giá trị và đóng góp của các ngành công nghiệp văn hóa, chúng ta còn rất nhiều việc làm phải để lấp đầy những khoảng trống hiện tại. Trong khuôn khổ của tham luận, cũng như những giới hạn ở khả năng nghiên cứu tính đến thời điểm này, chúng tôi cho rằng, thực tế phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa đang đòi hỏi chúng ta cần xác định tập trung khắc phục bất cập, tháo gỡ các điểm nghẽn trong thực thi thể chế, xây dựng, hoàn thiện chính sách có khả năng tạo cơ chế để thúc đẩy phát triển các sản phẩm, dịch vụ văn hóa gắn với các yêu cầu phát triển bền vững trong giai đoạn mới. Cụ thể:

- Cần tiếp tục xây dựng, hoàn thiện hệ thống pháp luật tối ưu hóa nguồn lực cho phát triển công nghiệp văn hóa. Để tối ưu hóa nguồn lực nội sinh từ văn hóa, cần rà soát sửa đổi, bổ sung và xây dựng mới các chính sách pháp luật nhằm tạo động lực

cho sáng tạo văn hóa, nghệ thuật, xuất khẩu văn hóa, phát huy cơ sở vật chất, thiết chế văn hóa và các chính sách thúc đẩy về kinh tế trong văn hóa, văn hóa trong kinh tế, thị trường văn hóa. Cụ thể: *Sửa đổi, bổ sung Luật Quảng cáo* ở các quy định về các loại hình quảng cáo, phương tiện quảng cáo mới phát sinh.... ; *Nghiên cứu xây dựng Luật Nghệ thuật biểu diễn, Nghị định về hoạt động văn học, chính sách về tài sản nội dung văn hóa số...*

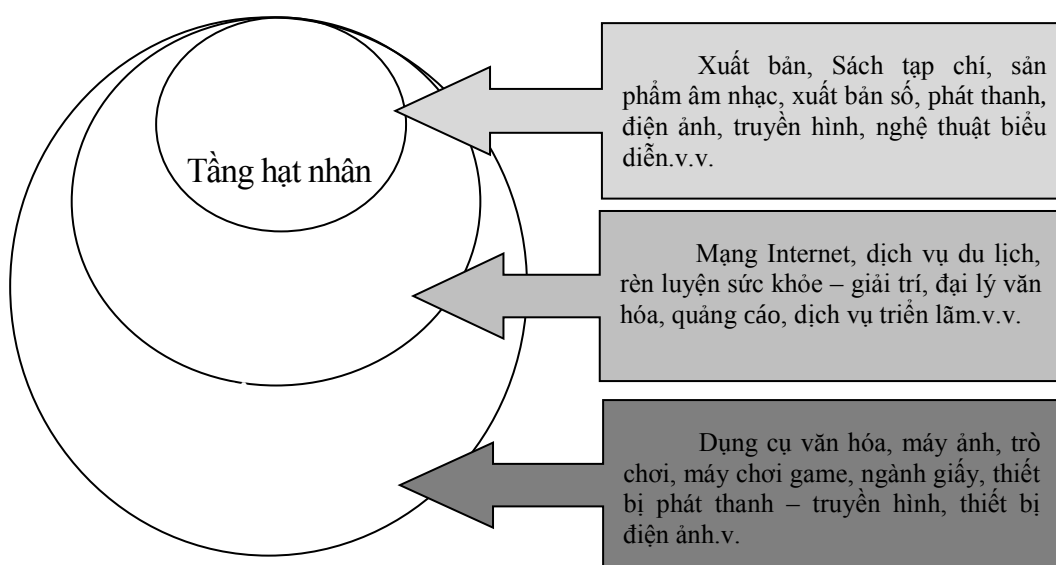
- *Tiếp tục điều chỉnh, sửa đổi một số Luật chuyên ngành như Luật Đầu tư, Luật PPP, các Luật thuế đặc biệt là thuế thu nhập doanh nghiệp, Nghị định về khuyến khích xã hội hóa* nhằm thu hút các nguồn lực trong xã hội tham gia đầu tư, phát triển lĩnh vực văn hóa. việc đánh giá và đề xuất hoàn thiện thể chế chính sách để huy động nguồn lực cho phát triển văn hóa tập trung vào sử dụng có hiệu quả nguồn lực Nhà nước, huy động nguồn lực xã hội và tối ưu hóa nguồn lực nội sinh từ văn hóa.

- *Hoàn thiện hệ thống chính sách, điều chỉnh xây dựng Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 trong đó đặt trọng tâm nâng cao năng lực cạnh tranh, hội nhập của thị trường văn hóa, hình thành cấu trúc ngành có trọng tâm, trọng điểm, có tầm nhìn.* Về cơ bản, các giải pháp trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa hướng tới hoàn thiện hệ thống pháp luật, đặc biệt là luật cạnh tranh nhằm tạo hành lang pháp lý có hiệu quả và đảm bảo sự cạnh tranh bình đẳng cho các thành phần kinh tế hoạt động trên thị trường văn hóa Việt Nam; Triển khai nhóm giải pháp hoàn thiện thị trường văn hóa, ưu tiên phát triển một số ngành công nghiệp văn hóa có thế mạnh hội nhập quốc tế; Chú trọng phát triển thị trường văn hóa trên không gian mạng; Tăng cường đầu tư đào tạo nguồn nhân lực và thực hiện các giải pháp linh hoạt về quản lý nhân sự trong cơ chế thị trường và các nhóm giải pháp khác; Đặc biệt, cần *hình thành cấu trúc ngành có trọng tâm, trọng điểm, có tầm nhìn.* Tại thời điểm xây dựng chiến lược, nhu cầu hình thành một hệ thống chỉ số đánh giá sự đóng góp của ngành công nghiệp văn hoá đối với nền kinh tế rất cấp thiết. Tuy nhiên, ngành công nghiệp văn hoá trong nước thiếu tiêu chuẩn phân loại khoa học và thống nhất giữa các địa phương và các bộ phận. Do vậy, nhu cầu thực tiễn đặt ra việc xây dựng cách hiểu chung thống nhất về cấu trúc ngành. Cấu trúc ngành vừa phải đảm bảo được sự phân định trọng điểm, hạt nhân, ngoại biên vừa phải phù hợp với công tác thống kê về kinh tế xã hội. Tuy nhiên, cho đến nay, Việt Nam vẫn chưa phân định được cấu trúc ngành.

So sánh với các quốc gia trên thế giới, đặc biệt là Trung Quốc có thể thấy, vào thời điểm năm 2004, hiện trạng của các ngành công nghiệp văn hóa nước bạn có nhiều điểm tương đồng với thực tiễn Việt Nam hiện nay. Một trong những giải pháp đã triển khai đó là cấu trúc ngành công nghiệp văn hoá đã được Tổ nghiên cứu thống kê công nghiệp văn hoá (gồm các nhân sỹ của Tổng cục Thống kê Trung Quốc, Bộ Văn hoá,

Tổng cục Phát thanh – Truyền hình, Tổng cục xuất bản báo chí, Cục Văn vật Quốc gia) xác lập. Cấu trúc được chia làm 3 nhóm ngành nghề chủ yếu hay còn gọi là 3 tầng bậc ngành chính, bao gồm: Tầng hạt nhân, tầng ngoại vi và tầng liên quan. *Tầng hạt nhân* là các ngành cốt lõi như tin tức, xuất bản, điện ảnh – truyền hình và nghệ thuật văn hóa, những ngành này thuộc sự quản lý của Bộ Văn hóa, Tổng cục Điện ảnh, Tổng cục Xuất bản tin tức; *tầng thứ hai* là tầng ngoại vi (bên ngoài) bao gồm các ngành nghề mới như Internet, giải trí, du lịch, quảng cáo, triển lãm; *tầng thứ ba* là tầng dịch vụ liên quan, bao gồm ngành nghề cung cấp đồ dùng văn hóa, sản xuất thiết bị văn hóa và nghiệp vụ tiêu thụ, chủ yếu là chỉ các ngành dịch vụ và ngành sản xuất sản phẩm cứng mang nội dung văn hóa. *Tương ứng với cách phân loại ngành*, doanh nghiệp văn hóa Trung Quốc cũng được chia thành 03 loại hình chính: Doanh nghiệp sản xuất sản phẩm văn hóa, doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm văn hóa và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ văn hóa. Trong đó, đơn vị sản xuất bao gồm 18 ngành vừa và nhỏ, đơn vị kinh doanh gồm 17 ngành nhỏ bên trong và đơn vị cung cấp dịch vụ bao gồm 45 ngành nhỏ bên trong.⁵

Hình 1. Phân loại ngành công nghiệp văn hóa Trung Quốc (Năm 2004)



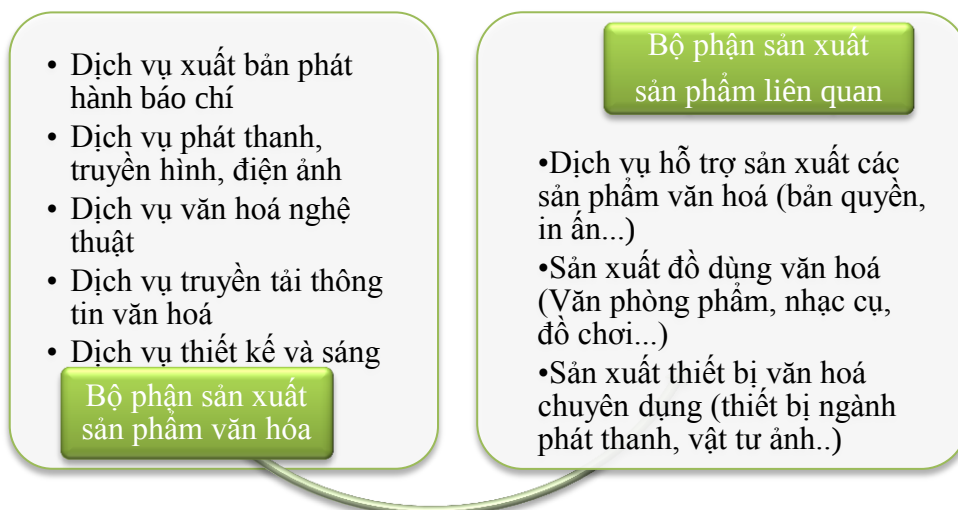
Nguồn: Trần Thị Thuý, LATS, 2018

Đến năm 2012, thực hiện Nghị quyết Hội nghị Trung ương 6 Khóa XVII ĐCS Trung Quốc về đi sâu cải cách thể chế văn hóa, Cục Thống kê Nhà nước Trung Quốc đã tiến hành sửa đổi “Văn hóa và phân loại các ngành nghề liên quan” của năm 2004. Theo đó, văn hóa và các ngành nghề liên quan có hai cách phân loại: (1)Phân

⁵ Dẫn theo Trần Thị Thuý(2018), Sự phát triển của ngành công nghiệp văn hoá Trung Quốc trong bối cảnh gia tăng sức mạnh mềm, *Luận án Tiến sỹ*, Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn Hà Nội

loại theo ngành nghề, công nghiệp văn hóa Trung Quốc được chia làm 3 loại ngành: Ngành sản xuất, ngành kinh doanh và ngành dịch vụ. (2) *Phân loại theo tính chất hoạt động*, công nghiệp văn hóa Trung Quốc gồm hai bộ phận: *Thứ nhất, hoạt động sản xuất sản phẩm văn hóa*, tức chỉ hoạt động sản xuất sản phẩm văn hóa trong đó lấy văn hóa làm nội dung cốt lõi, tiến hành sáng tạo, sản xuất và trưng bày nhằm trực tiếp thỏa mãn nhu cầu tinh thần của người tiêu dùng. *Thứ hai, sản xuất sản phẩm liên quan*, tức là chỉ những hoạt động như: Hoạt động hỗ trợ khi sản xuất sản phẩm văn hóa yêu cầu, hoạt động sản xuất các công cụ để chuyển tải hoặc chế tạo các sản phẩm văn hóa, hoạt động sản xuất các thiết bị chuyên dụng cung cấp cho quá trình sản xuất sản phẩm văn hóa.⁶ Trong đó, bộ phận thứ nhất là chủ thể, bộ phận thứ hai là hỗ trợ hay còn gọi là ngoại vi.

Hình 2. Phân loại ngành công nghiệp văn hóa Trung Quốc
theo tính chất hoạt động (Năm 2012)



Nguồn: 中国统计局(2012)

Thay đổi cách phân loại đối với ngành công nghiệp văn hoá của Trung Quốc vừa thể hiện sự bắt kịp đối với quá trình cải cách thể chế văn hoá bên trong, vừa cho thấy sự vận động và phát triển của chính nội tại ngành. Chính trong giải thích để đưa ra cách phân loại mới, Chính phủ Trung Quốc cho rằng các hình thái ngành nghề mới liên tục xuất hiện, rất nhiều hoạt động sản xuất văn hóa khó để xếp vào tầng hạt nhân hay tầng ngoại vi, do vậy cách phân chia tầng bậc không còn phù hợp nữa.⁷

Hiện nay, theo Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hoá Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, chúng ta chỉ mới liệt kê các ngành cốt lõi thuộc nhóm ngành công nghiệp văn hoá. Nhìn lại 5 năm thực hiện chiến lược, các

**http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201207/t20120731_8672.html.

⁷ http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201207/t20120731_8672.html.

ngành công nghiệp văn hoá Việt Nam đã cho thấy tiềm năng của ngành trong việc đóng góp vào giá trị kinh tế của đất nước. Thực tiễn phát triển của các ngành nhỏ bên trong cũng ngày càng sinh động hơn mà bản thân việc liệt kê các ngành trong chiến lược năm 2016 không bao quát hết. Vì vậy, trong tầm nhìn 20 năm tới, để chúng ta có một định hướng tổng thể cho ngành công nghiệp văn hoá, việc điều chỉnh và bổ sung cấu trúc ngành là hết sức cần thiết. ***Việc phân chia ngành theo nhóm trung tâm – ngoại vi, liên quan hoặc sản phẩm văn hoá – sản phẩm có liên quan như cách phân loại của Trung Quốc cũng có thể là một kinh nghiệm đáng tham khảo.***

- ***Xây dựng quỹ công nghiệp văn hóa và xây dựng cơ sở dữ liệu các ngành công nghiệp văn hóa.*** Mở rộng mạng lưới các thành phố sáng tạo UCNN, hoàn thiện các chính sách văn hóa đối ngoại có khả năng phát huy tính chủ động hội nhập, tăng cường hợp tác, giao lưu quốc tế về văn hóa nhằm tạo sự lan tỏa mạnh mẽ của giá trị văn hóa Việt Nam ra thế giới.

- ***Phát triển nguồn nhân lực trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa.*** Từng bước cân đối cơ cấu nguồn lực phù hợp với nhu cầu của các ngành công nghiệp văn hóa. ***Xây dựng hoàn thiện thể chế, chính sách, huy động nguồn lực cho nghiên cứu, đẩy mạnh phát triển công nghệ và chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hóa.*** Cần có các chính sách ưu tiên phát triển nghiên cứu văn hóa, phát triển hạ tầng công nghệ đồng bộ, hiện đại đáp ứng yêu cầu cách mạng công nghiệp lần thứ tư; xây dựng hệ thống dữ liệu thống kê của ngành; hoàn thiện cơ sở dữ liệu quốc gia về văn hóa nghệ thuật; ứng dụng công nghệ GIS trong quản lý, bảo vệ và phát huy di sản văn hóa. Tăng cường hợp tác nghiên cứu khoa học về văn hóa nghệ thuật với các tổ chức nghiên cứu khoa học nước ngoài; đẩy mạnh công bố quốc tế các công trình khoa học về văn hóa nghệ thuật.

3. Thay lời kết

Những thách thức mà Việt Nam đang đối mặt luôn hàm chứa những gợi mở về cơ hội để lựa chọn con đường phát triển phù hợp trong tương lai. Đã đến lúc Việt Nam cần vượt ra khỏi các giới hạn của cách tiếp cận thiếu tính toán toàn diện về công nghiệp văn hóa để hướng tới sự phát triển bền vững. Với những giải pháp có khả năng đáp ứng nhu cầu thực tế, xem xét đến sự chuyển động của từng ngành trong cấu trúc liên ngành ở một tầm nhìn chiến lược, chúng tôi hi vọng một tương lai mang tính đột phá hơn đối với các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam./.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Thị Thu Phương (Chủ biên), Định vị các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển bền vững ở Việt Nam, NXB Chính trị quốc gia và Sự thật, 2022.
2. Nguyễn Thị Thu Phương, Hoàn thiện thể chế, chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam, Tạp chí Cộng sản, Chuyên đề số 2/2022.

3. Nguyễn Thị Thu Phương *Kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa ở một số quốc gia trên thế giới*, Tạp chí Cộng sản, Chuyên đề số 2/2022.
4. Nguyễn Thị Thu Phương, Nguyễn Mỹ Hạnh, *Xây dựng môi trường văn hóa tại các doanh nghiệp ở Hà Nội*, Tạp chí Văn hóa học số 3(61), 4(62), 2022.

CÁC CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ LĨNH VỰC THỦ CÔNG MỸ NGHỆ TRỞ THÀNH NHÂN TỐ TRONG NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

Bộ Công thương

“Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”¹ đã xác định thủ công mỹ nghệ là một trong 12 ngành công nghiệp văn hóa mà Việt Nam cần ưu tiên phát triển. Theo đánh giá, thủ công mỹ nghệ Việt Nam hoàn toàn có cơ sở để được kỳ vọng là một ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa khác phát triển.

Thực trạng lĩnh vực thủ công mỹ nghệ ở Việt Nam hiện nay

Nghề thủ công mỹ nghệ ở Việt Nam có truyền thống lịch sử lâu đời gắn với vô vàn tên tuổi các làng nghề, phố nghề trải rộng khắp cả nước. Từ hình thức là những công việc phụ trợ lúc nông nhàn, tranh thủ kiếm thêm thu nhập, thủ công mỹ nghệ dần dần phát triển thành một nghề độc lập, một ngành kinh tế chính.

Nghề thủ công mỹ nghệ lúc đầu chỉ được truyền bá trong các gia đình cha truyền con nối, sau đó dần lan truyền ra cả làng hay nhiều làng, có sự phân hóa và chuyên môn hóa để hình thành nên những làng nghề chuyên sâu, như làng gốm, làng chiếu, làng lụa, làng chạm gỗ, làng đồ đồng, đồ chạm bạc, thêu ren...

Hiện nay cả nước có hơn 2000 làng nghề thủ công mỹ nghệ, bên cạnh các "làng có nghề" tuy chưa hội đủ tiêu chí để được công nhận là làng nghề, nhưng vẫn sản xuất ra các mặt hàng thủ công mỹ nghệ. Có thể kể đến những làng nghề nổi tiếng như: gốm Bát Tràng, gốm Phù Lãng, lụa Vạn Phúc, khảm trai Chuyên Mỹ, mộc La Xuyên, tre đan Bằng Sở, đúc đồng Đại Bái, đá mỹ nghệ Ninh Vân, chạm bạc Đồng Xâm...

Ngoài việc phục vụ thị trường nội địa rộng lớn cũng như du khách quốc tế đến Việt Nam, nhiều năm qua hàng thủ công mỹ nghệ luôn nằm trong Top các mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch lớn nhất của Việt Nam. Đến nay, các sản phẩm của chúng ta đã có mặt tại nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ, với giá trị kim ngạch xuất khẩu khoảng tăng cao mỗi năm.

Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của Việt Nam được thị trường quốc tế ưa chuộng bởi bên cạnh sự tinh tế, tài khéo của sản phẩm còn toát lên những nét đặc sắc, độc đáo của văn hóa dân tộc. Chúng ta đang có cơ hội rất lớn để thúc đẩy tăng trưởng cũng như nâng cao vị thế của ngành hàng này trong bối cảnh các nhà nhập khẩu trên thế giới có xu hướng muốn tìm kiếm nguồn hàng từ các quốc gia khác, trong đó có Việt Nam.

Những “rào cản” đang làm hạn chế sự phát triển của nghề thủ công mỹ nghệ

¹ Quyết định số 1755/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

Trong quá trình phát triển, thủ công mỹ nghệ cũng là ngành có sự cạnh tranh gay gắt và nhiều ngành nghề, làng nghề trong đó có các làng nghề về thủ công mỹ nghệ đã bị đào thải do không bắt kịp sự thay đổi của nhu cầu, thị hiếu người dùng, sự biến động của thị trường và bị các sản phẩm công nghiệp hiện đại thay thế. Chỉ những nghề và làng nghề có khả năng thích ứng linh hoạt, nhạy bén, có sự chuyển đổi sáng tạo, phù hợp mới trụ vững và phát triển.

Nhìn chung, những yếu kém, hạn chế làm cản trở sự phát triển của ngành thủ công mỹ nghệ Việt Nam còn tồn tại khá nhiều. Có thể nêu ra ở một số phương diện chính như sau: Thể chế, cơ chế chính sách còn nhiều vướng mắc, bất cập; sức cạnh tranh của các sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam so với các sản phẩm khác trên thị trường nội địa và quốc tế chưa cao, chưa uyển chuyển, nhanh nhạy trong đáp ứng nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng; khả năng mở rộng thị trường còn thụ động, năng lực tìm kiếm đầu ra, công tác marketing, giới thiệu sản phẩm, xúc tiến thương mại còn nhiều yếu kém; nguồn nguyên liệu đang dần bị khai thác cạn kiệt; chất lượng, tay nghề nguồn nhân lực chưa đồng đều và ổn định, kỹ năng quản trị, kinh doanh chưa cao; chưa theo kịp trình độ phát triển của khoa học công nghệ trong quá trình hiện đại hóa; thiếu sự liên kết giữa các vùng sản xuất, cơ sở sản xuất, các ngành nghề và làng nghề với nhau; tình trạng ô nhiễm môi trường do quá trình sản xuất ngày càng gia tăng,...

Cần có những cơ chế, chính sách thiết thực để tạo đột phá hỗ trợ phát triển nghề thủ công mỹ nghệ

Để ngành thủ công mỹ nghệ của Việt Nam phát triển thành một ngành "mũi nhọn" trong công nghiệp văn hóa, trước hết cần hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách phát triển ngành thủ công mỹ nghệ thành ngành kinh tế mũi nhọn. Để tạo được bước đột phá, phải có những bước đi kiên quyết, đảm bảo một hành lang pháp lý thuận lợi, một môi trường kinh doanh thông thoáng, phát huy những mặt tích cực, giảm thiểu những mặt hạn chế trong thời gian phát triển vừa qua.

Hiện nay, các mặt hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam nhìn chung vẫn đơn điệu về mẫu mã, chưa đa dạng hóa sản phẩm, tính cạnh tranh kém. Do vậy, cần tích cực thay đổi mẫu mã, tập trung vào công tác thiết kế mẫu sản phẩm, bao bì, nhãn mác đảm bảo kỹ, mỹ thuật, bắt mắt người tiêu dùng trong nước và quốc tế là một giải pháp căn cốt. Bên cạnh đó cần khuyến khích các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất sử dụng các nhà thiết kế chuyên nghiệp.

Một trong những giải pháp căn cốt để phát triển bền vững ngành thủ công mỹ nghệ chính là phát triển thị trường xuất khẩu, đảm bảo đầu ra ổn định. Xu thế của người tiêu dùng trên thế giới hiện nay là ngày càng hướng tới các sản phẩm thân thiện với môi trường, những mặt hàng có nguồn gốc làm từ nguyên liệu tự nhiên.

Theo đó, Bộ Công Thương cùng các Bộ, ngành liên quan khác cần rà soát các cơ

chế chính sách hiện có để đề xuất Chính phủ sửa đổi, bổ sung nhằm khắc phục những tồn tại, bất cập tại các văn bản: Nghị định số 52/2018/NĐ-CP ngày 12/4/2018 về phát triển ngành nghề nông thôn, Nghị định số 123/2014/NĐ-CP ngày 25/12/2014 quy định việc xét tặng danh hiệu “nghệ nhân nhân dân”, “nghệ nhân ưu tú” trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ; nghị định 45/2012/NĐ-CP ngày 21/5/2012 về Khuyến công,...; tiếp tục triển khai hiệu quả Chương trình cấp quốc gia về Xúc tiến Thương mại nhằm hỗ trợ ngành thủ công mỹ nghệ; chương trình khuyến công quốc gia bao gồm hoạt động phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (*trong đó có sản phẩm thủ công mỹ nghệ*).

Bên cạnh đó, cần phát huy hiệu quả của các Hội chợ triển lãm tại trong và ngoài nước như: Hội chợ Xúc tiến thương mại; Hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu; Hội chợ quốc tế Hanoi Gift Show, Hanoi Great Souvernirs quảng bá, giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường, kết nối kinh doanh, đẩy mạnh xuất khẩu.

Ngoài ra, cần tăng cường ứng dụng kỹ thuật công nghệ, đầu tư trang thiết bị vào sản xuất, kinh doanh. Bởi, trong quá trình phát triển, nhất là trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cách mạng công nghiệp lần thứ tư hiện nay, chỉ những doanh nghiệp nào biết kịp thời đổi mới sáng tạo, nắm bắt công nghệ hiện đại thì mới trụ vững và phát triển mạnh,...

Đối với ngành thủ công mỹ nghệ, nguồn nhân lực chính là các nghệ nhân, những người thợ thủ công và chủ cơ sở sản xuất kinh doanh. Bên cạnh việc trau dồi kỹ năng, bí quyết riêng của nghề thì còn cần sự trang bị kiến thức kinh doanh, phát triển sản xuất, quản trị doanh nghiệp, đổi mới công nghệ, tổ chức tiêu thụ sản phẩm, cạnh tranh trên thị trường quốc tế... Do đó, cần đa dạng hóa các loại hình đào tạo, bồi dưỡng, thực hành nghề, kết hợp giữa truyền thống và hiện đại là giải pháp cơ bản để chúng ta đảm bảo được nguồn nhân lực ổn định và lâu dài cho các làng nghề. Đồng thời, Nhà nước cũng cần phải hỗ trợ các doanh nghiệp tìm kiếm nguồn cung nguyên liệu ổn định, đáp ứng nhu cầu xuất khẩu; có chính sách điều phối tạo các vùng nguyên liệu, vùng khai thác nguyên liệu, vùng chế biến nguyên liệu.

Song song với đó là tăng cường xây dựng các tour, tuyến du lịch gắn với làng nghề truyền thống, nghề thủ công mỹ nghệ; gắn sản xuất với giữ gìn bản sắc văn hóa, lịch sử phát triển làng nghề để mỗi làng nghề trở thành một địa chỉ du lịch văn hóa sống động.

Chính vì vậy, để củng cố và phát triển bền vững ngành thủ công mỹ nghệ, chúng ta cần có một chiến lược dài hạn, triển khai các giải pháp đồng bộ, thiết thực và hiệu quả. Công việc này, bên cạnh sự nỗ lực, cố gắng của các cơ sở sản xuất, các làng nghề, sự tham gia của các Hiệp hội, tổ chức nghề nghiệp, thì rất cần sự hỗ trợ, quản lý, điều tiết vĩ mô thống nhất của Nhà nước, sự liên kết phối hợp giữa các Bộ, ngành, cơ quan chức năng thì mới có thể sớm đi tới thành công và phát triển bền vững./.

THAM LUẬN

**Tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg
phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020
tầm nhìn đến năm 2030**

Tổng Cục Thống kê

1. Công tác thống kê văn hóa

1.1. Khung pháp lý cho hoạt động thống kê văn hóa

Luật Thống kê năm 2015 (**Luật số 89/2015/QH13**) và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều và phụ lục danh mục chỉ tiêu thống kê quốc gia của Luật Thống kê (**Luật số 01/2021/QH15**);

Nghị định số 97/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 của Chính phủ Quy định nội dung chỉ tiêu thống kê thuộc hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia;

Nghị định số 60/2018/NĐ-CP ngày 20/4/2018 của Chính phủ Quy định chi tiết nội dung Chế độ báo cáo thống kê cấp quốc gia;

Quyết định số 43/2016/QĐ-TTg ngày 17/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Chương trình điều tra thống kê quốc gia;

Thông tư số 03/2019/TT-BKHĐT ngày 22/01/2019 của Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư quy định bộ chỉ tiêu phát triển bền vững của Việt Nam (VSDG);

Thông tư số 11/2021/TT-BVHTTDL ngày 06/10/2021 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Bộ VHTT&DL) quy định Hệ thống chỉ tiêu thống kê ngành văn hóa, thể thao và du lịch.

Thông tư số 17/2021/TT-VHTTDL ngày 28/12/2021 của Bộ trưởng Bộ VHTT&DL quy định Chế độ báo cáo thống kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

1.2. Tình hình thực hiện công tác thống kê về văn hóa

1.2.1. Nguồn thông tin

Thông tin thống kê văn hóa được Tổng cục Thống kê (TCTK) thu thập, tổng hợp từ các nguồn sau:

(1) Chế độ báo cáo thống kê quốc gia

Bộ VHTT&DL báo cáo chỉ tiêu về “Số di sản văn hóa cấp quốc gia” theo Nghị định số 60/2018/NĐ-CP ngày 20/4/2018 của Chính phủ quy định chi tiết nội dung Chế độ báo cáo thống kê cấp quốc gia.¹

(2) Điều tra thống kê

¹ Nghị định này đang được sửa đổi sau khi Luật sửa đổi, bổ sung một số điều và phụ lục danh mục chỉ tiêu thống kê quốc gia của Luật Thống kê được ban hành (Luật số 01/2021/QH15) tuy nhiên biểu mẫu báo cáo chỉ tiêu này không thay đổi chỉ bổ sung thêm phân tổ theo tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

Bên cạnh các số liệu thống kê về văn hóa do Bộ VH TT & DL thu thập tổng hợp và báo cáo, TCTK đã thu thập, tổng hợp một số thông tin về văn hóa như: thông tin về chỉ tiêu cho các hoạt động văn hóa (chỉ tiêu cho giải trí, tham quan, chi tiêu cho vé vào thư viện, triển lãm, viện bảo tàng, di tích lịch sử...) của hộ gia đình từ Khảo sát mức sống dân cư; thông tin về hoạt động của các cơ sở văn hóa từ Tổng điều tra kinh tế.

(3) Báo cáo khác

Hàng năm, ngoài việc thực hiện Chế độ báo cáo thống kê quốc gia theo Nghị định 60, Bộ VH TT & DL tổng hợp, báo cáo một số chỉ tiêu thống kê về văn hóa theo Chế độ báo cáo thống kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và gửi TCTK như: Số di tích lịch sử, văn hóa, danh lam thắng cảnh; Xuất bản sách, văn hóa phẩm, báo và tạp chí,... để biên soạn Niên giám Thống kê phục vụ yêu cầu phổ biến thông tin.

Bên cạnh đó, Văn phòng Bộ VH TT & DL chia sẻ báo cáo về tình hình hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, các sự kiện thể dục thể thao nổi bật trong quý phục vụ biên soạn báo cáo tình hình kinh tế - xã hội.

1.2.2. Biên soạn, tổng hợp và phổ biến thông tin

Trên cơ sở báo cáo về tình hình văn hóa và số liệu do Bộ VH TT & DL thu thập, tổng hợp và báo cáo cùng với số liệu do TCTK thu thập, tổng hợp từ các cuộc điều tra, TCTK thực hiện biên soạn báo cáo tình hình kinh tế xã hội hằng quý, năm và Niên giám Thống kê phục vụ báo cáo Chính phủ, Bộ, ngành và người dùng tin.

1.3. Kết quả hoạt động của một số ngành kinh tế liên quan đến công nghiệp văn hóa

Qua nghiên cứu phương pháp luận quốc tế về các hoạt động có liên quan đến văn hóa và căn cứ vào kết quả Tổng điều tra kinh tế năm 2021, Tổng cục Thống kê tổng hợp thông tin về lao động và doanh thu thuần của một số ngành kinh tế có liên quan đến công nghiệp văn hóa trong năm 2020. Ngoài ra, Tổng cục Thống kê có nghiên cứu tính toán đóng góp của một số hoạt động kinh tế có liên quan đến công nghiệp văn hóa vào GDP. Kết quả tổng hợp và tính toán sơ bộ được chi tiết lại *Phụ lục gửi kèm*.

Tuy nhiên, để có được thông tin phản ánh đầy đủ và chính xác đóng góp của công nghiệp văn hóa vào GDP và việc làm xã hội cần có sự thống nhất giữa cơ quan quản lý về công tác văn hóa và cơ quan thống kê về phạm vi các hoạt động có liên quan đến công nghiệp văn hóa, cũng như xác định nguồn thông tin để thu thập và tính toán.

1.4. Hạn chế và tồn tại trong công tác thống kê

Công nghiệp văn hóa bao gồm rất nhiều hoạt động như nguyên tác, âm nhạc, truyền hình, sản xuất phim, xuất bản, ngành nghề thủ công, thiết kế,... Ở một số nước hoạt động kiến trúc, các loại hình nghệ thuật biểu diễn và trực quan, thể thao, quảng cáo và du lịch văn hóa cũng được xếp vào nhóm các ngành công nghiệp văn hóa vì góp phần tạo nên giá trị cho các cá nhân và xã hội. Các hoạt động này đan xen ở nhiều ngành, lĩnh vực khác nhau. Vì vậy, để đánh giá được đóng góp hoạt động của ngành Công nghiệp

văn hóa về Phương diện kinh tế cũng như đóng góp vào GDP và việc làm cho xã hội như yêu cầu là nhiệm vụ khó khăn trong công tác thống kê, cụ thể:

(1) Xác định các hoạt động kinh tế, xã hội thuộc ngành Công nghiệp văn hóa gắn với ngành kinh tế, ngành sản phẩm từ đó mới xác định được đối tượng thu thập thông tin.

(2) Hệ thống chỉ tiêu thống kê văn hóa hiện nay chưa đo lường được đầy đủ phương diện kinh tế và phương diện xã hội theo Khung Thống kê văn hóa của quốc tế. Do vậy, khó có thể đánh giá được chi tiết, đầy đủ tác động, ảnh hưởng của ngành công nghiệp văn hóa đến quá trình phát triển kinh tế xã hội và đời sống tinh thần của người dân.

(3) Hệ thống chỉ tiêu thống kê văn hóa hiện tại mới chỉ tập trung vào số lượng (số di tích, số di sản, số thư viện,...) chưa quan tâm tới việc “đo lường” giá trị của các hoạt động và dịch vụ văn hóa, việc thiếu vắng các chỉ tiêu phản ánh chiều kinh tế của văn hóa, sẽ không thể cung cấp số liệu để giám sát, đánh giá các mục tiêu của Chiến lược phát triển các ngành Công nghiệp Văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

2. Đề xuất, kiến nghị

2.1. Xây dựng Khung thống kê văn hóa của Việt nam

- Dựa trên Khung thống kê văn hóa (FCS 2009) của UNESCO, Việt Nam cần nghiên cứu thiết lập Khung thống kê văn hóa của Việt Nam. Đây là bước đầu tiên, cơ bản để có một hệ thống chỉ tiêu thống kê ngành văn hóa đầy đủ trên cả phương diện kinh tế và xã hội bởi hoạt động văn hóa diễn ra ở rất nhiều ngành, lĩnh vực như: sáng tác, thiết kế, thủ công mỹ nghệ, âm nhạc, du lịch, bảo tồn, bảo tàng, giải trí,...

- Khung thống kê văn hóa của Việt Nam cần quy định rõ hoạt động thuộc ngành kinh tế nào theo Hệ thống ngành kinh tế Việt Nam (viết gọn VSIC 2018) ban hành theo Quyết định số 27/2018/QĐ-TTg ngày 06/7/2018 của Thủ tướng Chính phủ được xếp vào ngành công nghiệp văn hóa.

2.2. Xây dựng bộ chỉ tiêu thống kê văn hóa theo Khung thống kê văn hóa

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần sớm phối hợp Tổng cục Thống kê rà soát, xác định các hoạt động kinh tế, xã hội thuộc ngành Công nghiệp văn hóa để thống nhất phạm vi thống kê thuộc ngành này.

- Xây dựng bộ chỉ tiêu thống kê văn hóa phản ánh trên cả phương diện kinh tế và xã hội theo Khung thống kê văn hóa của Việt Nam.

2.3. Xác định nguồn thông tin thu thập

- Căn cứ vào Khung thống kê Văn hóa và bộ chỉ tiêu thống kê văn hóa, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xác định nguồn thông tin để thu thập.

- Phối hợp với Tổng cục Thống kê tổ chức thu thập và tổng hợp các chỉ tiêu thống kê liên quan đến công nghiệp văn hóa.

3. Giải pháp thu thập thông tin

Căn cứ bộ chỉ tiêu thống kê văn hóa được xác định theo Khung thống kê văn hóa đã được xây dựng, xác định đối tượng cần thu thập thông tin qua các nguồn sau:

3.1. Chế độ báo cáo thống kê

- Khai thác thông tin sẵn có qua Chế độ báo cáo thống kê cấp quốc gia;
- Rà soát các chỉ tiêu và ban hành bổ sung biểu mẫu thu thập qua Chế độ báo cáo thống kê ngành văn hóa, thể thao và du lịch.

3.2. Khai thác dữ liệu hành chính

Tăng cường phối hợp, kết nối chia sẻ cơ sở dữ liệu vi mô với các Bộ, ngành, tổ chức có thông tin liên quan đến hoạt động, ngành kinh tế thuộc lĩnh vực văn hóa như: Bộ Thông tin và Truyền thông, Đài Truyền hình Việt Nam,...

3.3. Điều tra thu thập thông tin

- Nghiên cứu lồng ghép thu thập thông tin cần thu thập vào các cuộc điều tra thuộc Chương trình điều tra thống kê quốc gia;
- Tổ chức điều tra chuyên đề về các hoạt động văn hóa./.

PHỤ LỤC

Kết quả hoạt động của một số ngành kinh tế từ Tổng điều tra kinh tế năm 2020

Mã VSIC 2018	Mô tả ngành	Lao động (người)	Doanh thu thuần (triệu đồng)	Đóng góp vào GDP (%)
322	Sản xuất nhạc cụ	1,327	455,959	0.059
476	Bán lẻ hàng văn hóa, giải trí trong các cửa hàng chuyên doanh	52,203	28,076,028	0.111
4791	Bán lẻ theo yêu cầu đặt hàng qua bưu điện hoặc internet	599	885,540	0.022
58	Xuất bản	68,039	39,634,505	0.079
59	Hoạt động điện ảnh, sản xuất chương trình truyền hình, ghi âm và xuất bản âm nhạc	25,767	14,612,134	0.192
60	Hoạt động phát thanh, truyền hình	24,681	24,453,852	0.287
6312	Công thông tin	7,978	7,952,154	0.127
639	Dịch vụ thông tin khác	132,315	76,231,231	0.127
731	Quảng cáo	80,120	78,952,273	0.370
742	Hoạt động nhiếp ảnh	18,828	2,947,119	0.095
7722	Cho thuê băng, đĩa video	134	32,666	0.016
79	Hoạt động của các đại lý du lịch, kinh doanh tua du lịch và các dịch vụ hỗ trợ, liên quan đến quảng bá và tổ chức tua du lịch	35,818	25,055,704	0.088

Mã VSIC 2018	Mô tả ngành	Lao động (người)	Doanh thu thuần (triệu đồng)	Đóng góp vào GDP (%)
90	Hoạt động sáng tác, nghệ thuật và giải trí	24,156	7,300,205	0.046
91	Hoạt động của thư viện, lưu trữ, bảo tàng và các hoạt động văn hoá khác	17,863	4,841,998	0.022
Tổng		489,828	311,431,369	1.64

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ kết quả Tổng điều tra kinh tế năm 2021

PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BÀ RỊA-VŨNG TÀU

Sở Văn hóa và Thể thao tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu

Kính thưa quý vị đại biểu và toàn thể Hội nghị!

Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và Quyết định số 1909/QĐ-TTg ngày 12/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược văn hóa Việt Nam đến năm 2030 được ban hành trong bối cảnh quá trình toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, xu thế hòa bình, hợp tác là chủ đạo đã tạo nên sự thâm thấu, giao lưu văn hóa, nghệ thuật giữa các quốc gia. Cuộc cách mạng khoa học và công nghệ đang có những bước tiến nhảy vọt, những đột phá lớn tác động trực tiếp và ngày càng sâu sắc vào đời sống kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội của mỗi quốc gia, dân tộc.

Trong nước, công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đổi mới đất nước đạt nhiều thành tựu to lớn, đời sống của Nhân dân không ngừng được cải thiện, chính trị-xã hội ổn định, quốc phòng-an ninh được tăng cường, vị thế uy tín quốc tế của đất nước tiếp tục được nâng cao, tạo ra những tiền đề quan trọng để thực hiện nhiệm vụ xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Bà Rịa-Vũng Tàu là tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ, với vị trí địa lý thuận lợi, tiềm năng phát triển kinh tế dồi dào, Bà Rịa – Vũng Tàu có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển nhanh và toàn diện các ngành kinh tế, như: Dầu khí, cảng và vận tải biển, sản xuất chế biến hải sản; giao lưu phát triển văn hóa, du lịch, thương mại và hợp tác đầu tư trong và ngoài nước... góp phần nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của Nhân dân trong tỉnh. Đảng bộ, chính quyền tỉnh tập trung chỉ đạo thực hiện các nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội, song song đó triển khai các nhiệm vụ nâng cao chất lượng cuộc sống và hạnh phúc của Nhân dân tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu.

Kính thưa quý vị đại biểu và toàn thể Hội nghị!

Trong 5 năm qua, trên cơ sở nội dung các mục tiêu, nhiệm vụ đề ra trong Nghị quyết số 33-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương (Khóa XI) về “*Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước*” và Quyết định số 1755/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, theo đó UBND tỉnh giao nhiệm vụ cho các Sở, ngành, địa phương tập trung chỉ đạo, tổ chức thực hiện có hiệu quả các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp được đề ra trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Căn cứ vào điều kiện tình hình thực tế, các Sở, ngành, địa phương tập trung chỉ đạo triển khai thực hiện tốt phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh theo đúng chức năng, nhiệm vụ được giao, bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ với việc thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội của tỉnh.

Trong đó, chú trọng công tác tuyên truyền lồng ghép vào các nhiệm vụ chính trị, chuyên môn nhằm nâng cao ý thức của các cấp chính quyền, các Sở, ban ngành, địa phương, tổ chức, đoàn thể, cán bộ, công chức, viên chức và nhân dân trên địa bàn tỉnh nhận thức sâu sắc về ý nghĩa, tầm quan trọng của Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và tổ chức triển khai thực hiện có hiệu quả các nội dung theo Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ.

Các cấp, các ngành quan tâm tuyên truyền, giáo dục giá trị, giáo dục lối sống tích cực, lành mạnh, đề cao đạo đức xã hội khi sản xuất, tiêu dùng, quảng bá các sản phẩm công nghiệp văn hóa cho người dân, nhất là trong bối cảnh bùng nổ thông tin, phát triển công nghệ thông tin và hình thành xã hội thông tin.

Tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu rất quan tâm đến việc ứng dụng khoa học công nghệ trong lĩnh vực văn hóa, cụ thể như: Triển khai thực hiện Đề án Thư viện điện tử; Chuyển đổi số ngành thư viện, chuyển đổi số Bảo tàng tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu; Bố trí hệ thống âm thanh, ánh sáng, màn hình LED cho Trung tâm Văn hóa tỉnh, tạo tiền đề cho các đơn vị sự nghiệp ngành văn hóa hoạt động hiệu quả; tiến hành xã hội hóa rạp chiếu phim Bà Rịa với hệ thống âm thanh hiện đại, nguồn phim phong phú, phục vụ tốt nhu cầu của nhân dân...

Để triển khai có hiệu quả các nội dung, nhiệm vụ, giải pháp thực hiện Chiến lược trên địa bàn tỉnh, tỉnh chỉ đạo phối hợp với các Sở, ban ngành liên quan và các địa phương cụ thể hóa bằng việc đưa các chỉ tiêu, nhiệm vụ phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, kết hợp lồng ghép vào Kế hoạch triển khai thực hiện Chiến lược phát triển văn hóa trên địa bàn tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu đến năm 2030, Kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội hàng năm và giai đoạn phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan, đơn vị, địa phương, góp phần nâng cao nhận thức về ý nghĩa, tầm quan trọng của Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và tổ chức thực hiện có hiệu quả Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ.

- Kết quả triển khai, thực hiện về Quảng cáo:

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của đất nước, hoạt động quảng cáo trên địa bàn tỉnh đã có những bước phát triển mạnh mẽ cả về chất và lượng. Hiện nay, tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu có khoảng 199 doanh nghiệp lớn, nhỏ hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo, đáp ứng điều kiện cơ sở vật chất, bộ máy hoạt động, công nghệ hiện

đại. Để tiếp tục nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời, từng bước đưa hoạt động quảng cáo đi vào nề nếp và phù hợp với các văn bản quy phạm pháp luật mới ban hành liên quan đến hoạt động quảng cáo, UBND tỉnh ban hành: Quyết định số 1459/QĐ-UBND ngày 11/6/2019 về việc phê duyệt Đề án Quy hoạch quảng cáo ngoài trời giai đoạn 2019-2025, tầm nhìn đến 2030 trên địa bàn tỉnh và Quyết định số 11/2019/QĐ-UBND ngày 12/6/2019 ban hành Quy chế quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh. Việc thực hiện Đề án quy hoạch và Quy chế quản lý hoạt động quảng cáo đã đưa hoạt động quảng cáo trên địa bàn tỉnh đi vào nề nếp, đúng pháp luật. Kết quả từ năm 2017 đến nay, Sở Văn hóa và Thể thao tiếp nhận, giải quyết hơn 1.500 hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo trên bảng quảng cáo, bảng rôn, đoàn người thực hiện quảng cáo của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài tỉnh.

- Kết quả triển khai, thực hiện về Điện ảnh:

Hoạt động điện ảnh trên địa bàn tỉnh thời gian qua có nhiều chuyển biến tích cực. Bà Rịa-Vũng Tàu hiện có 05 cụm rạp do tư nhân quản lý gồm: Lotte, CGV Lam Sơn, Cine Box Việt Phú, CGV Lapen, Beta Phú Mỹ có từ 04 - 06 phòng chiếu với 120 ghế/phòng. Các cụm rạp được trang bị phòng chiếu, máy chiếu hiện đại, đáp ứng thị hiếu khán giả xem phim, đặc biệt thu hút lượng khán giả trẻ. Tỉnh hiện có 02 đội chiếu phim lưu động (thuộc Trung tâm Văn hóa tỉnh quản lý) thực hiện các đợt chiếu phim phục vụ đồng bào vùng sâu, vùng xa nhân dịp chào mừng các ngày lễ lớn và thực hiện công tác tuyên truyền trước các buổi chiếu phục vụ nhiệm vụ chính trị của đất nước, của tỉnh, thực hiện trên 200 suất chiếu/năm. Nhằm cải tạo hệ thống rạp chiếu phim, Tỉnh đã thực hiện xã hội hóa rạp chiếu phim Bà Rịa (thành phố Bà Rịa) đi vào hoạt động đạt chất lượng, hiện đại đảm bảo đủ điều kiện tổ chức các hoạt động tuyên truyền nhiệm vụ chính trị, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ nghệ thuật của nhân dân... Tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu đăng cai tổ chức thành công Liên hoan phim Việt Nam lần thứ XXI/2019, tạo cơ hội giao lưu, phát triển điện ảnh tại tỉnh. Hàng năm, đã tạo điều kiện thuận lợi cho hàng trăm đoàn làm phim đến thực hiện các tác phẩm điện ảnh, truyền hình, quảng cáo, ca nhạc... phục vụ cho ngành công nghiệp điện ảnh nước nhà.

- Kết quả triển khai, thực hiện về nghệ thuật biểu diễn:

Nhà hát tỉnh (thành lập từ tháng 5/2022, trên cơ sở nâng cấp Đoàn Ca Múa Nhạc) xây dựng nhiều chương trình nghệ thuật đặc sắc phục vụ nhiệm vụ chính trị, phục vụ công tác văn hoá đối ngoại, phục vụ nhân dân trên địa bàn tỉnh... Nhà hát tỉnh nghiên cứu, sưu tầm nghệ thuật dân gian, nghệ thuật truyền thống kết hợp với nghệ thuật đương đại để xây dựng các tiết mục biểu diễn phong phú, đa dạng về nội dung, hình thức, hấp dẫn về nghệ thuật được công chúng đón nhận nồng nhiệt. Công tác bảo tồn, gìn giữ và phát huy các loại hình nghệ thuật biểu diễn truyền thống của tỉnh (Triển khai thực hiện Đề án bảo tồn và phát huy giá trị nghệ thuật Đờn ca tài tử Nam bộ tại tỉnh, các loại

hình dân ca, dân nhạc, dân vũ các dân tộc thiểu số), kết hợp với các loại hình nghệ thuật đương đại, tạo ra nhiều tác phẩm nghệ thuật có chất lượng cao, thể hiện được tính sáng tạo, độc đáo của nghệ thuật truyền thống. Tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi cho các đạo diễn, nhạc sĩ, họa sĩ, biên kịch, diễn viên, người dẫn chương trình được tham gia bồi dưỡng, đào tạo, giao lưu để nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ tạo nguồn cho lĩnh vực nghệ thuật (*Chương trình nghệ thuật tham gia biểu diễn tại Liên hoan âm nhạc Indonesia-Ấn Độ Dương (PIOMFest) tại Padang, Indonesia; Giao lưu biểu diễn với Đoàn múa dân gian hàn lâm quốc gia Cộng hòa Bashkortostan, Liên Bang Nga*)... Từng bước xây dựng chính sách thu hút nguồn nhân lực; chính sách khuyến khích tài năng, sáng tạo, ưu đãi văn nghệ sĩ; tôn vinh nghệ nhân; chính sách xã hội hóa nghệ thuật biểu diễn.

Từ năm 2017 đến nay, Sở Văn hóa và Thể thao tiếp nhận hơn 300 hồ sơ về biểu diễn nghệ thuật chuyên nghiệp của các đơn vị nghệ thuật, cấp hơn 30 giấy phép tổ chức biểu diễn nghệ thuật. Nhiều chương trình biểu diễn nghệ thuật mang tính giải trí cao, có chất lượng do các tổ chức, cá nhân phối hợp với Sở, ngành, địa phương thực hiện vào các dịp lễ, tết đã thu hút sự tham gia của đông đảo người dân và du khách, đặc biệt là giới trẻ, như: Chương trình “Lễ hội âm nhạc-Chào năm mới 2018”, do Công ty CP Truyền thông Giải trí Au tổ chức; Chương trình “Countdown Vũng Tàu 2018-Thăng hoa khoảnh khắc vàng”; Chung kết cuộc thi “Acoustic Star” lần thứ I năm 2017 và chào mừng năm mới 2018 do Nhà Văn hóa thanh niên tỉnh phối hợp cùng Công ty TNHH Phở Media tổ chức...; Chương trình “Dấu ấn hè 2022” với chủ đề “Sắc màu của biển”; Let’s Charm Fest Hồ Tràm 2/9/2022 tại Hồ Tràm, huyện Xuyên Mộc; Chương trình Đại nhạc hội EDM 2022 trên biển tại Bãi Sau, TP.Vũng Tàu...

Tất cả đã góp phần tạo ra nhiều sản phẩm chất lượng, tạo dấu ấn riêng cho hoạt động biểu diễn nghệ thuật tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu. Đăng cai tổ chức Vòng Chung kết các cuộc thi người đẹp, người mẫu: Nữ hoàng Doanh nhân Việt Nam 2017; Người mẫu Thời trang Việt Nam 2018; Duyên dáng doanh nhân Việt Nam 2018, Siêu mẫu thế giới lần thứ 11 năm 2018; Người mẫu Nam-Việt Nam 2019; Cuộc thi Hoa hậu Việt Nam 2020; Cuộc thi ảnh hoa hậu biển môi trường 2022...

- *Kết quả triển khai, thực hiện về mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm:*

Trong 5 năm qua (2017-2022), hoạt động mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm góp phần tích cực cải thiện nâng cao nhu cầu hưởng thụ văn hóa, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội của tỉnh. Toàn tỉnh tổ chức hàng trăm cuộc triển lãm, hội thi nhiếp ảnh, mỹ thuật chủ yếu phục vụ các nhiệm vụ chính trị, chào mừng các ngày lễ lớn trong năm, các sự kiện chính trị của tỉnh. Bên cạnh đó, còn có một số triển lãm mỹ thuật cá nhân của các họa sỹ...

- *Kết quả triển khai, thực hiện về karaoke, vũ trường:*

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 254 cơ sở kinh doanh karaoke đang hoạt động, 03 cơ sở kinh doanh hoạt động vũ trường. Nhìn chung, các cơ sở kinh doanh có sự đầu tư cơ sở vật chất khang trang, rộng rãi, đảm bảo các quy định tại Nghị định số 54/2019/NĐ-CP về phòng hát, trang thiết bị âm thanh, ánh sáng hiện đại; về quy mô và diện tích các phòng hát, phần lớn thuộc loại vừa và nhỏ, mang tính kinh doanh thuộc hộ gia đình, cá thể là chủ yếu.

- Kết quả triển khai, thực hiện về Thư viện:

Công tác phục vụ bạn đọc tại Thư viện tỉnh và hệ thống thư viện công cộng được chú trọng; triển khai thực hiện “*Đề án Phát triển văn hóa đọc tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*”; góp phần phát triển văn hóa đọc cho người dân và nhằm phát triển ngành thư viện tỉnh tiên tiến, hiện đại, hội nhập với thư viện trong nước, khu vực ASEAN và thế giới, xứng đáng là bộ mặt văn hóa tri thức tiêu biểu của Bà Rịa-Vũng Tàu; Hoàn thiện và đưa vào sử dụng hiệu quả hệ thống thư viện điện tử, đáp ứng nhu cầu tra cứu, cập nhật thông tin của người dân; từng bước quan tâm hội nhập thời đại công nghệ 4.0; Tiếp cận và ứng dụng công nghệ hiện đại, xây dựng nguồn tài liệu điện tử bằng các hình thức tài liệu số, sách điện tử; Ứng dụng triển khai phần mềm Vebrary 5.0, Sách điện tử, Công thông tin...

Một số giải pháp thực hiện trong thời gian tới, cụ thể như sau:

Một là, Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, phổ biến sâu rộng Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ để nâng cao nhận thức và tầm nhìn về vai trò quan trọng của việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong việc phát triển kinh tế-xã hội;

Hai là, Tiếp tục triển khai Đề án Quy hoạch quảng cáo ngoài trời giai đoạn 2019-2025, tầm nhìn đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh; Quy chế Quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh; Quy chế quản lý hoạt động Karaoke, vũ trường và các hoạt động văn hóa công cộng trên địa bàn tỉnh; Tiếp tục quan tâm đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị cho các cơ sở hoạt động văn hóa chuyên nghiệp của tỉnh (*Nhà hát tỉnh, Trung tâm Văn hóa, Thư viện tỉnh, Bảo tàng tỉnh, Trung tâm Bảo tồn Di tích quốc gia Côn Đảo...*) để đảm bảo điều kiện tốt nhất phục vụ nhu cầu văn hóa của nhân dân;

Ba là, Tăng cường mở rộng hợp tác, trao đổi, giao lưu văn hoá nghệ thuật với các nước trong khu vực, các quốc gia, vùng lãnh thổ và các nước có quan hệ hợp tác với tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu trong nhiều năm qua;

Bốn là, Tiếp tục ứng dụng các công nghệ hiện đại trong việc tạo dựng hoạt cảnh, cách trưng bày, không gian trưng bày hiện vật tại Bảo tàng tỉnh, Trung tâm Bảo tồn Di tích quốc gia Côn Đảo... tạo không gian sống động, thu hút khách đến tham quan, chiêm ngưỡng;

Năm là, Ứng dụng các thành tựu của khoa học công nghệ hiện đại trong sản xuất sản phẩm, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm văn hóa nghệ thuật và nâng cao chất lượng dịch vụ văn hóa, như khuyến khích các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao, hiện đại trong quảng cáo, biểu diễn nghệ thuật, đặc biệt trong lĩnh vực kỹ thuật số, công nghệ di động.

Kiến nghị, đề xuất với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch:

- Có định hướng, tiêu chí phát triển các ngành công nghiệp văn hóa chung của cả nước và cho các địa phương để có cơ sở thực hiện đạt hiệu quả cao;

- Có chính sách hỗ trợ một phần kinh phí để các địa phương thực hiện các Đề án phát triển văn hóa được thực hiện đảm bảo về quy mô, chất lượng cao, thiết thực góp phần quảng bá văn hóa đưa thương hiệu Việt Nam ra thế giới, thực hiện hội nhập để học tập kinh nghiệm quốc tế, hợp tác sản xuất, cung ứng các sản phẩm dịch vụ văn hóa.

Kính chúc quý vị đại biểu tham dự Hội thảo tràn đầy sức khỏe, hạnh phúc. Xin trân trọng cảm ơn!

GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI CÁC LĨNH VỰC CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA ĐẶC THÙ ƯU TIÊN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN, PHÙ HỢP VỚI ĐIỀU KIỆN THEO TỪNG GIAI ĐOẠN PHÁT TRIỂN KINH TẾ-XÃ HỘI CỦA TỈNH CÀ MAU

UBND tỉnh Cà Mau

Cùng với xu thế phát triển của xã hội hiện nay, các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam nói chung sẽ giữ vai trò rất quan trọng. Đối với tỉnh Cà Mau là điểm Cực Nam Tổ quốc, đồng thời nằm trong hành lang phát triển kinh tế phía Nam của chương trình hợp tác phát triển tiểu vùng Mêkông mở rộng, có điều kiện thuận lợi trong giao lưu kinh tế với các nước Đông Nam Á và là một trong bốn tỉnh vùng kinh tế trọng điểm vùng Đồng bằng sông Cửu Long, với dân số gần 1,2 triệu người, với điều kiện đó khá thuận lợi cho việc hợp tác phát triển và hội nhập, nhất là đối với các ngành công nghiệp văn hóa.

Thực hiện Quyết định 1755/QĐ-TTg, ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, tỉnh Cà Mau đã ban hành Kế hoạch số 34/KH-UBND ngày 03/4/2018, triển khai thực hiện và định hướng phát triển các lĩnh vực như: 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, triển lãm, phát thanh - truyền hình và du lịch văn hóa... để triển khai thực hiện và định hướng phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của tỉnh bước đầu đạt kết quả khả quan, với những kết quả như:

Về Du lịch văn hóa, Cà Mau được thiên nhiên ưu đãi là vùng đất có nhiều tôm, cá, có rừng, biển với hệ sinh thái rừng ngập mặn, lợ, ngọt... đồng thời với hệ thống di tích lịch sử văn hoá, danh lam thắng cảnh, là những điều kiện rất thuận lợi để tỉnh phát triển loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, văn hoá, tâm linh... thời gian qua tỉnh đã chỉ đạo khuyến khích tạo điều kiện cho doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh phát triển đầu tư các loại hình này; liên kết với các tỉnh xây dựng, khai thác các tour, tuyến, phát triển các loại hình mới như: giới thiệu quảng bá tiềm năng, sản phẩm du lịch của tỉnh; đẩy mạnh hoạt động xúc tiến, quảng bá các sản phẩm du lịch văn hóa.

Về Nghệ thuật biểu diễn, đã dàn dựng được một số vở diễn sân khấu cải lương đạt chất lượng nghệ thuật, đạt nhiều giải thưởng trong các cuộc thi, liên hoan khu vực và toàn quốc, tổ chức nhiều đêm diễn khu vực miền Trung, Tây Nguyên và các tỉnh phía Bắc. Năm 2022 tham gia các giải và đạt nhiều giải thưởng trong các cuộc thi, liên hoan khu vực và toàn quốc, như gần đây nhất tại cuộc thi Tài năng trẻ Trần Hữu Trang đạt 01 Huy chương vàng; tại Liên hoan sân khấu cải lương toàn quốc đạt huy chương Bạc vở diễn “Hương Tràm” và Giải dàn nhạc xuất sắc, 02 Huy chương Vàng, 02 Huy chương Bạc, 02 Huy chương Đồng, 01 Giải nhạc công xuất sắc.

Về Mỹ thuật, Nhiếp ảnh của tỉnh thời gian qua chất lượng và số lượng đội ngũ họa sĩ chuyên và không chuyên phát triển nhanh; tỉnh luôn tạo điều kiện cho các họa sỹ tổ chức các cuộc triển lãm và công bố tác phẩm.

Về Nhiếp ảnh, đã xây dựng các bộ sưu tập, triển lãm hình ảnh về quê hương, văn hóa, con người Cà Mau nhằm quảng bá văn hóa và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của khách du lịch trong nước, quốc tế; ứng dụng công nghệ hiện đại tạo ra các tác phẩm nhiếp ảnh hấp dẫn, đa dạng, thông qua các cuộc thi, tỉnh đã tuyển chọn khá nhiều tác phẩm thể hiện các hoạt động lễ hội, văn hóa ẩm thực, làng nghề truyền thống, các điểm đến, danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử - văn hóa, các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, những khoảnh khắc cuộc sống, phong tục tập quán của người dân, các điểm du lịch, con người trong các hoạt động du lịch, sản phẩm OCOP, kết quả đạt được trong xây dựng nông thôn mới, các công trình tiêu biểu, kiến trúc nghệ thuật, sự kiện nổi bật, tiêu biểu trên địa bàn tỉnh Cà Mau.

Về Triển lãm, hội chợ về xúc tiến quảng bá, mua, bán các sản phẩm, dịch vụ văn hóa và du lịch, tạo điều kiện để các sản phẩm, dịch vụ văn hóa tham gia các triển lãm, hội chợ có uy tín trong nước và quốc tế để quảng bá, giới thiệu di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại.

Về Quảng cáo, trong năm 2022, UBND tỉnh Cà Mau ban hành Quyết định số 2717/QĐ-UBND về việc phê duyệt quy hoạch Quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Cà Mau đến năm 2030, đây là điều kiện thuận lợi để ngành Quảng cáo đi và nề nếp, trật tự và phát triển theo hướng hiện đại. Đối với công tác quản lý nhà nước, việc xây dựng quy hoạch quảng cáo sẽ là một thời cơ thuận lợi cho công tác quản lý, chỉnh trang đô thị một cách hợp lý, khoa học, là động lực cho sự phát triển chung và cũng là tiền đề tạo nên nền tảng quản lý chắc chắn và hiệu quả. Du lịch phát triển, cùng với đó là hệ thống giao thông, cảng biển, giao thông thủy (Hòn Khoai, Năm Căn, Sông Đốc, Khánh Hội, Sông Đốc – Nam Du, Cà Mau - Cần Thơ...), cảng hàng không hỗ trợ phát triển du lịch, với lợi thế về địa lý, hệ sinh thái rừng và biển, đến năm 2030 sẽ có 11,42 triệu lượt khách đến với Cà Mau, theo đó quảng cáo trên bảng, biển và các phương tiện quảng cáo mới như màn hình điện tử, LCD, hộp đèn... sẽ phát triển và thay đổi nhanh chóng theo hướng hiện đại.

Các lĩnh vực được xác định trong Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa của Chính phủ thì Cà Mau có thế mạnh về du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn, quảng cáo, trưng bày - triển lãm... Tuy nhiên, so với các tỉnh trong khu vực thì tỉnh Cà Mau còn chậm phát triển. Từ thực tế đã qua, điều kiện hiện nay và dự báo tình hình phát triển thời gian tới, tỉnh Cà Mau cần có: “Giải pháp đối với các lĩnh vực công nghiệp văn hóa đặc thù ưu tiên đầu tư phát triển, phù hợp với điều kiện theo từng giai đoạn phát triển của tỉnh”, thứ tự ưu tiên cụ thể như sau:

Thứ nhất, Du lịch Cà Mau cần có những bước đột phá để thu hút khách du lịch, tạo bước phát triển nhằm phù hợp với xu thế và nhu cầu phải luôn luôn đổi mới, theo hướng sinh thái, phù hợp với thiên nhiên và bảo vệ môi trường, từ đó tạo tính đặc thù nhằm nâng cao vị thế trong khu vực, của cả nước và quốc tế. Trước mắt cần đầu tư hệ thống cơ sở hạ tầng về giao thông kết nối các điểm du lịch trọng tâm của tỉnh là nhiệm vụ bức thiết. Trong quy hoạch phát triển của tỉnh đến năm 2045, các cơ chế, chính sách sớm phải được ban hành và các dự án về giao thông cần được khẩn trương triển khai thực hiện; gắn với đó là hệ thống di tích lịch sử cách mạng, danh lam thắng cảnh phải được bảo tồn, tôn tạo, trùng tu theo định hướng đảm bảo đúng nguyên gốc và tổ chức các dịch vụ phù hợp, hiện đại, có quy mô đủ để phục vụ cho khai thác du lịch; về ẩm thực, cần có giải pháp hỗ trợ từ nuôi trồng, đánh bắt và khai thác tài nguyên đặc trưng, đặc sản theo hướng bền vững, chế biến món ngon từ giá trị văn hoá ẩm thực truyền thống, tạo sức hấp dẫn du khách trong nước và nước ngoài; đồng thời với đó là bộ máy quản lý, con người phải được đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao năng lực sáng tạo, năng lực nắm bắt thị hiếu thị trường, năng lực quảng bá, tuyên truyền; về sản phẩm phong phú phải đáp ứng nhu cầu, thị hiếu, thẩm mỹ, sản phẩm du lịch luôn luôn đổi mới theo nhu cầu.

Thứ hai, về phát triển nghệ thuật biểu diễn: với xu thế phát triển hiện nay, cơ sở hạ tầng không đáp ứng, vì vậy việc đầu tư cơ sở vật chất là rất cần thiết, trong đó ít nhất cần phải đầu tư xây dựng Trung tâm văn hóa nghệ thuật của tỉnh, gồm: Rạp chiếu phim, Khu vui chơi giải trí cho người lớn và thiếu nhi, có thể xây dựng sân khấu thể nghiệm để thu hút đông đảo lực lượng chuyên và không chuyên ngoài công lập tham gia khai thác, qua đó lựa chọn con người, các tác phẩm, chương trình hay để đầu tư phát triển...

Thứ ba, Quy hoạch Quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Cà Mau đến năm 2030 đã được phê duyệt, các huyện, thành phố đang khẩn trương triển khai, tổ chức thực hiện, tuy nhiên cần đạt được giá trị từ nội dung quy hoạch, cần có sự hỗ trợ của các ngành tỉnh và sự quyết liệt của địa phương, khắc phục toàn bộ những bảng quảng cáo không phù hợp, có giải pháp điều chỉnh về vị trí, diện tích, khoảng cách giữa các bảng phù hợp với nội dung quy hoạch. Đẩy mạnh thực hiện cơ chế xã hội hóa trong việc đầu tư thực hiện các hình thức tuyên truyền, quảng cáo, rà soát giải phóng mặt bằng đất đai các vị trí đã được xác định trong quy hoạch. Tiếp cận và đưa công nghệ tuyên truyền mới, hiện đại và nâng cấp các bảng quảng cáo đang còn hiện hữu, kết hợp giữa tuyên truyền chính trị và quảng cáo thương mại.

Thứ tư, về trưng bày - triển lãm: Thời gian qua hoạt động trưng bày triển lãm của tỉnh tập trung điểm cố định và trưng bày - triển lãm tại khu vực Hội chợ thương mại, Hội chợ xúc tiến du lịch mang tính thời vụ, thiếu tính thương mại và không thường xuyên, không chuyên nghiệp, không phục vụ được nhu cầu khách du lịch và

người dân địa phương. Thời gian tới cần đầu tư không gian trưng bày - triển lãm thường xuyên, nhiều chủ đề, nội dung với vị trí phù hợp, thuận tiện và hiện đại, nhất là ứng dụng công nghệ số.

Thứ năm, về điện ảnh: đây là lĩnh vực khó khăn nhất đối với tỉnh, vì vậy cần có lộ trình, kế hoạch cụ thể để đảm bảo phù hợp với nhu cầu, điều kiện của địa phương.

Riêng lĩnh vực khác như kiến trúc, thủ công mỹ nghệ, thiết kế: đây là nhu cầu rất lớn, nhưng Cà Mau chưa có doanh nghiệp tương xứng. Vì vậy, trong thời gian tới địa phương sẽ tích cực nghiên cứu, học tập kinh nghiệm, mô hình hay của các địa phương để áp dụng phù hợp theo khả năng, điều kiện của tỉnh.

Trong xu thế thời đại công nghệ số, công nghiệp văn hóa tỉnh Cà Mau phải phải tích cực thay đổi, vận dụng tiến bộ khoa học, công nghệ để khai thác tốt tiềm năng, thế mạnh hiện có và từng bước khắc phục những hạn chế, tạo nên những giá trị, thương hiệu đặc trưng riêng của Cà Mau./.

**HOÀN THIỆN CƠ CHẾ PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP
VĂN HÓA TRONG THỜI KỲ MỚI, PHÙ HỢP VỚI ĐIỀU KIỆN THỰC TẾ
NHẪM CẢI THIỆN ĐIỀU KIỆN KINH DOANH SẢN PHẨM, DỊCH VỤ
VĂN HÓA VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ VIỆC THỰC THI
QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ HIỆN NAY**

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thành phố Cần Thơ

Tham gia phát biểu tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 hôm nay, đơn vị thành phố Cần Thơ có một số ý kiến như sau:

Phát triển công nghiệp văn hóa không chỉ là mục tiêu và động lực phát triển kinh tế mà trên thực tế, công nghiệp văn hóa đã được thừa nhận như một ngành sản xuất, như lực lượng sản xuất văn hóa, có khả năng tạo ra các sản phẩm tinh thần tốt đẹp cho xã hội, đồng thời mang lại hiệu quả kinh tế, góp phần bảo đảm cho sự phát triển bền vững của các quốc gia trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Việt Nam đã hình thành được khung chính sách tạo môi trường thể chế tương đối thuận lợi để các ngành công nghiệp văn hóa có khả năng khai thác và chuyển hóa hiệu quả các thành tố sức mạnh mềm văn hóa nằm trong các trụ cột tài nguyên văn hóa thành sức thu hút, hấp dẫn văn hóa thông qua các sản phẩm và dịch vụ văn hóa.

Thành phố Cần Thơ đã và đang nỗ lực mạnh mẽ trong việc hoàn thiện thể chế, chính sách nhằm thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, gắn với nâng cao hiệu quả trong việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Nhìn chung, thành phố Cần Thơ có những lợi thế nhất định để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, như: Vị trí trung tâm vùng Đồng bằng sông Cửu Long; cơ sở hạ tầng cơ bản đảm bảo, giao thông thuận lợi kết nối với các tỉnh, thành; thành phố Cần Thơ chú trọng thực hiện cải cách hành chính, từng bước đơn giản hóa các thủ tục; đặc biệt, Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 05/8/2020 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển thành phố Cần Thơ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045; Nghị quyết số 45/2022/QH15 của Quốc hội về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển thành phố Cần Thơ; càng trở thành động lực mạnh mẽ để thành phố Cần Thơ vươn lên phát triển bứt phá trong thời gian tới.

Nhận thức ý nghĩa và tầm quan trọng của việc xây dựng và phát triển công nghiệp văn hóa, thời gian qua, thành phố Cần Thơ đã triển khai thực hiện nhiều giải pháp, như:

- Triển khai, quán triệt, thực hiện những quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng về lĩnh vực công nghiệp văn hóa được nêu trong văn kiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng; Nghị quyết số 33-NQ/TW, Kết luận số 76-KL/TW

tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước; Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08 tháng 9 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; Quyết định số 88/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án “Tăng cường năng lực quản lý và thực thi có hiệu quả pháp luật bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan đến năm 2020, định hướng đến năm 2025” và các văn bản có liên quan.

- Song song đó, thành phố Cần Thơ tiếp tục thể chế hóa các văn bản quy phạm pháp luật; xây dựng và hoàn thiện thể chế, cơ chế chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới, phù hợp với điều kiện thực tế nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa và nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ tại thành phố Cần Thơ hiện nay, tiêu biểu như: Nghị quyết số 14-NQ/TU, ngày 02/5/2019, của Thành ủy Cần Thơ về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng về nâng cao đời sống văn hóa tinh thần của nhân dân đồng bộ, hài hòa với phát triển kinh tế và đô thị; Đề án số 07-ĐA/TU ngày 28/12/2021 về Đề án phát triển văn hóa thành phố Cần Thơ, giai đoạn 2021 - 2030; Nghị quyết số 10-NQ/TU ngày 29/12/2021 về phát triển du lịch trong tình hình mới; Chương trình hành động số 15/CTr-UBND ngày 16/7/2022 của UBND thành phố về việc thực hiện Đề án số 07-ĐA/TU; Kế hoạch số 144/KH-UBND ngày 06/7/2022 của Ủy ban nhân dân thành phố Cần Thơ về việc thực hiện Nghị quyết số 10-NQ/TU; Kế hoạch số 66/KH-UBND ngày 24/4/2017 của UBND thành phố về chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 trên địa bàn thành phố Cần Thơ; Kế hoạch số 73/KH-UBND ngày 05/5/2017 về tăng cường năng lực quản lý và thực thi có hiệu quả pháp luật bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan đến năm 2020, định hướng đến năm 2025 tại thành phố Cần Thơ năm 2022. Tiếp tục thực hiện quy trình, trình Hội đồng nhân dân thành phố ban hành các Nghị quyết về chế độ, chính sách trong lĩnh vực văn hóa, như: Nghị quyết về mức chi nhuận bút, bồi dưỡng và hỗ trợ khen thưởng trong hoạt động văn hóa, văn nghệ; Nghị quyết quy định mức hỗ trợ kinh phí chuyển đổi số và phát triển tài nguyên thông tin của mạng lưới thư viện công cộng cấp huyện, cấp xã trên địa bàn thành phố Cần Thơ; Nghị quyết ban hành danh mục dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước thuộc lĩnh vực văn hóa, gia đình, thể dục, thể thao và du lịch.

- Cùng với đó, thành phố Cần Thơ đẩy mạnh việc triển khai Cuộc vận động xây dựng văn hóa doanh nghiệp, tinh thần khởi nghiệp đổi mới sáng tạo: Triển khai thực hiện hiệu quả Quyết định số 1846/QĐ-TTg ngày 26 tháng 9 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ về Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam và các quy chế phối hợp triển khai Cuộc vận động xây dựng văn hóa doanh nghiệp, tinh thần khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; Triển khai thực hiện Chương trình phối hợp triển khai Bộ Tiêu chí văn hóa kinh doanh Việt Nam; phối hợp truyền thông về Chương trình xét, công nhận “Doanh

nghiệp đạt chuẩn Văn hóa kinh doanh Việt Nam” năm 2022; triển khai Bộ tiêu chí văn hóa kinh doanh Việt Nam.

Kính thưa quý lãnh đạo, quý đại biểu!

Qua công tác quán triệt, triển khai, các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp hoạt động trong ngành công nghiệp văn hóa đã có bước chuyển biến tích cực hơn trong nhận thức và hành động; trong đó nhiều lĩnh vực của ngành công nghiệp văn hóa dần được đẩy mạnh phát triển và đạt được những kết quả khả quan như sau:

- Về hệ thống các cơ sở phục vụ phát triển công nghiệp văn hóa: thành phố hiện có 616 cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch, 61 doanh nghiệp lữ hành với 39 doanh nghiệp lữ hành nội địa, 22 doanh nghiệp lữ hành quốc tế; 635 doanh nghiệp quảng cáo hoạt động trên địa bàn thành phố Cần Thơ; khoảng 200 đơn vị, đội, nhóm biểu diễn nghệ thuật, hơn 300 cơ sở đăng ký ngành nghề kinh doanh về mỹ thuật, nhiếp ảnh; 05 cụm rạp chiếu phim của Lotte Cinema và CGV đặt tại các trung tâm thương mại, siêu thị và nhiều địa điểm vui chơi giải trí khác; 09 hội chuyên ngành về văn học - nghệ thuật với 578 hội viên.

- Du lịch văn hóa: với tổng số khoảng 10.500 phòng; trong đó, có 134 cơ sở từ 1 - 5 sao, với tổng số 5.107 phòng; 61 doanh nghiệp lữ hành; trong đó, có 39 doanh nghiệp lữ hành nội địa, 22 doanh nghiệp lữ hành quốc tế; 36 khu, điểm, vườn du lịch đang hoạt động. Trong đó: có 04 khu, điểm du lịch cấp thành phố được UBND thành phố công nhận; 07 điểm du lịch tiêu biểu Đồng bằng sông Cửu Long; 16 điểm du lịch tiêu biểu cấp thành phố. Thời gian qua, thành phố đón hơn 35 triệu lượt khách, vượt 12% so với chỉ tiêu Nghị quyết của thành phố; Tổng lượt khách du lịch lưu trú đạt hơn 11,5 triệu lượt khách, vượt 11% so với chỉ tiêu Nghị quyết của thành phố (khách quốc tế lưu trú đạt hơn 1,5 triệu lượt; khách nội địa lưu trú đạt hơn 10 triệu lượt). Tổng thu từ dịch vụ du lịch chiếm khoảng 8% trong cơ cấu GRDP của thành phố Cần Thơ.

- Hoạt động quảng cáo: được thực hiện trên nhiều nền tảng báo hình, báo giấy, báo điện tử, quảng cáo ngoài trời, các cơ quan phát thanh và truyền hình địa phương và Trung ương đóng trên địa bàn. Toàn thành phố hiện có 40 pano (3m x 6m), 333 tay treo băng rôn, 12 pano trên dải phân cách, 03 bảng nội đô (40m²), 47 màn hình LED nhỏ, 05 màn hình LED lớn, 02 trạm dán tin rao vặt và hơn 200 bảng quảng cáo tấm lớn áp công trình có sẵn.

- Công tác thu hút và hỗ trợ đầu tư cho ngành, địa phương: thành phố tiếp tục thu hút và hỗ trợ đầu tư, thông qua việc tổ chức và tham gia các chuyến công tác xúc tiến hợp tác đầu tư, thương mại tại các quốc gia như Thái Lan, Trung Quốc, Israel, Pháp, Séc, Tây Ban Nha, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Úc, Italia, Singapore, Malaysia, Nga. Nét nổi bật của các chuyến đi này là việc ký kết hợp tác, kết nghĩa giữa thành phố Cần Thơ và các quốc gia nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc giao thương

trao đổi, hợp tác về lĩnh vực như: y tế, văn hóa, giáo dục, thương mại, du lịch,... đón tiếp các đoàn ngoại giao, nhà đầu tư trong và ngoài nước đến thăm và làm việc tại thành phố Cần Thơ như: Cộng hòa Séc, Pháp, Liên bang Nga, Thái Lan, Ấn Độ, Nhật Bản, Singapore, Malaysia, Ấn Độ, các tiểu Vương Quốc Ả Rập, Dubai, Châu Âu, Bỉ, Thái Lan, Mozambique, Hà Lan, Hàn Quốc, Campuchia, Canada,... thông qua đó cung cấp thông tin về môi trường đầu tư, cơ chế chính sách, hỗ trợ đầu tư cho các đối tác, đồng thời đưa một số nhà đầu tư đi khảo sát dự án trên địa bàn thành phố. Triển khai các hoạt động hợp tác xúc tiến đầu tư như duy trì các hoạt động của tình nguyện viên Jica (Nhật Bản); thành lập Tổ công tác Nhật Bản tại Cần Thơ (Japan Desk Cần Thơ), hoạt động của Tổ Công tác nhằm tăng cường thúc đẩy mối quan hệ hợp tác với Nhật Bản cụ thể là xây dựng cơ chế chính sách khu công nghiệp hữu nghị Việt Nam - Nhật Bản, rà soát danh mục dự án mời gọi đầu tư mục tiêu kêu gọi nhà đầu tư Nhật Bản đầu tư vào các lĩnh vực mà Nhật Bản có thế mạnh như điện tử, công nghệ thông tin, nông nghiệp công nghệ cao,... đồng thời, giữ liên hệ chặt chẽ với các cơ quan thương vụ, Văn phòng Xúc tiến Thương mại Việt Nam ở nước ngoài để thường xuyên cung cấp thông tin cho doanh nghiệp nắm bắt kịp thời các nhu cầu xuất nhập khẩu, các cơ hội kết nối giao thương.

- Song song đó, thành phố Cần Thơ không ngừng nghiên cứu, phát triển thị trường và mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế, như: tham gia các đợt hội chợ đa ngành và chuyên ngành tại các tỉnh, thành trong cả nước nhằm hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường, tìm kiếm đối tác; hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các đợt hội chợ và các chuyến khảo sát thị trường nước ngoài; tổ chức cho doanh nghiệp trên địa bàn thành phố tiếp xúc với các đoàn giao thương nước ngoài để tìm kiếm cơ hội hợp tác kinh doanh; hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn nắm bắt các thông tin về các hiệp định thương mại tự do với các nước, các rào cản kỹ thuật của nước bạn. Tổ chức và phối hợp tổ chức nhiều hoạt động văn hóa, nghệ thuật, Tuần Văn hóa tại thành phố Cần Thơ nhân các dịp lễ, ngày kỷ niệm Việt Nam thiết lập quan hệ ngoại giao với các nước, qua đó đã quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam nói chung và vùng đất con người Cần Thơ nói riêng đến bạn bè quốc tế. Trong 5 năm qua, thành phố Cần Thơ đã tổ chức nhiều chương trình, sự kiện nhằm đẩy mạnh giao lưu văn hóa với các nước như: Nhật Bản, Campuchia, Lào, Australia, Pháp, Ấn Độ, Philippin, Hungary, Anh....Tạo điều kiện cho các cơ quan truyền thông nước ngoài đến ghi hình, quay phim như: đoàn Phóng viên thuộc Hãng truyền thông kỹ thuật số Brandwidth Marketing (Anh); đoàn thuộc công ty sản xuất chương trình truyền hình Waddell Media (Mỹ), đoàn nghiên cứu sinh chương trình Luce Scholars (Hoa Kỳ) đến tham quan tại thành phố Cần Thơ...

Cùng với những kết quả đạt được nêu trên, việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại thành phố Cần Thơ cũng gặp phải không ít khó khăn:

- Nhiều lĩnh vực của ngành công nghiệp văn hóa, như: điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, thủ công mỹ nghệ, phần mềm và các trò chơi giải trí, thời trang,... đã có bước phát triển nhưng hầu hết còn ở dạng tiềm năng, chưa hình thành được hệ thống công nghiệp văn hóa rõ rệt để tạo ra giá trị đáng kể trong tổng số GRDP, chưa phát huy hết thế mạnh của nguồn tài nguyên văn hóa vốn rất phong phú của thành phố.

- Thành phố chưa có sự gắn kết chặt chẽ giữa du lịch và di sản, chưa đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, thiếu các địa điểm vui chơi, giải trí, ẩm thực có quy mô lớn, chưa có các không gian sáng tạo nghệ thuật đương đại.

- Trong lĩnh vực nghệ thuật, nhu cầu nhân lực của các đơn vị sự nghiệp công lập và tư nhân đều lớn, tuy nhiên, chất lượng vẫn chưa tương xứng. Phần lớn việc đào tạo tại các trường còn theo khuôn mẫu, các chương trình nghệ thuật chưa có sự đổi mới và tính sáng tạo chưa cao.

- Một số nơi, việc nhận thức về xã hội hóa chưa đầy đủ, đến đến công tác đầu tư còn hạn chế; cơ chế, chính sách khuyến khích, thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa chưa cao.

- Một số ít tổ chức, cá nhân nhận thức chưa đúng và đầy đủ về vai trò của sở hữu trí tuệ nói chung, quyền tác giả, quyền liên quan nói riêng. Việc khai thác, sử dụng tác phẩm trong môi trường kỹ thuật số đang đặt ra nhiều thách thức về mặt pháp lý cũng như việc thực thi bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan trong giai đoạn hiện nay.

- Đội ngũ công chức quản lý và thực thi pháp luật bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan từ thành phố đến quận, huyện hiện nay đa phần kiêm nhiệm nhiều công việc, mức độ chuyên sâu của nhân lực lĩnh vực này còn hạn chế, thiếu kinh nghiệm và ảnh hưởng bởi công tác điều động, luân chuyển nhân sự.

- Số lượng tác phẩm của các tác giả là hội viên các hội chuyên ngành thuộc liên hiệp các Hội Văn học Nghệ thuật đăng ký bản quyền chưa nhiều, chưa phổ biến. Vẫn còn một số hội viên chủ quan chưa thực hiện đăng ký bản quyền tác giả, chưa nhận thức đúng vai trò của sở hữu trí tuệ nói chung, quyền tác giả, quyền liên quan nói riêng. Liên hiệp các Hội Văn học Nghệ thuật thành phố chưa phân công nhân sự chuyên trách phụ trách pháp luật về quyền tác giả, quyền liên quan.

Trong thời gian tới, để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới, phù hợp với điều kiện thực tế nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa và nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ, thành phố Cần Thơ định hướng một số giải pháp thực hiện như sau:

Thứ nhất, xây dựng và phát triển công nghiệp văn hóa thích ứng với xu thế phát triển của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 và các công nghệ mới, hiện đại. Chủ động hợp tác, xúc tiến thương mại và quảng bá các sản phẩm công nghiệp văn hóa của Việt

Nam ra thế giới nhằm mở rộng thị trường, phát huy sức mạnh mềm văn hóa, nâng cao vị thế đất nước trên trường quốc tế. Mục tiêu hoàn thiện toàn diện, đồng bộ thể chế thị trường văn hóa gắn với nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Thứ hai, tiếp tục kiện toàn, hoàn thiện khung thể chế, chính sách trong phạm vi thẩm quyền tại địa phương, tháo gỡ kịp thời những rào cản, vướng mắc, khó khăn, phát huy mọi tiềm năng, nguồn lực, tạo động lực cho công nghiệp văn hóa phát triển theo hướng đáp ứng yêu cầu thị trường đầy đủ, hiện đại, hội nhập quốc tế.

Thứ ba, tiếp tục tổ chức thực hiện có hiệu quả Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt; đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức của xã hội về thị trường văn hóa, công nghiệp văn hóa; tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho sự phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo, các sản phẩm, dịch vụ văn hóa.

Thứ tư, nâng cao năng lực sản xuất và sáng tạo các sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng cao tham gia vào thị trường công nghiệp văn hóa trong nước và quốc tế. Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp cho các ngành công nghiệp văn hóa. Tăng cường ứng dụng thành tựu khoa học, kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong sáng tạo, sản xuất, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm văn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ văn hóa. Xây dựng các chính sách ưu đãi, xúc tiến đầu tư phát triển các ngành công nghiệp văn hóa có tiềm năng như: Du lịch văn hóa, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, quảng cáo, thủ công mỹ nghệ, phần mềm và các trò chơi giải trí, truyền hình và phát thanh, thời trang, du lịch văn hóa. Khuyến khích các doanh nghiệp trong và ngoài nước tăng cường đầu tư vào các hoạt động sáng tạo văn hóa, sản xuất các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Trong đó, tập trung huy động sức mạnh của xã hội, đầu tư, nâng cấp hiện đại hệ thống các thiết chế văn hóa (nhà hát, trung tâm văn hóa, bảo tàng...); Thu hút, đẩy mạnh sự tham gia của cộng đồng vào hoạt động văn hóa, văn nghệ và du lịch, đảm bảo quyền lợi của nhà tài trợ, trên tinh thần vừa phối hợp, vừa triển khai, học hỏi và phát triển.

Thứ năm, tiếp tục thực hiện tinh thần cải cách hành chính, tạo môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp kinh doanh đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa; Hoàn thiện chính sách đặt hàng; Thúc đẩy khả năng tiếp cận, sử dụng sản phẩm, dịch vụ văn hóa của công chúng thông qua việc hình thành cơ chế khuyến khích doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật, ứng dụng công nghệ tiên tiến để tăng cường sáng tạo, sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Khuyến khích xã hội hình thành các quỹ phát huy sáng kiến quy mô vừa và nhỏ trong hoạt động sáng tạo công nghiệp văn hóa; Nâng cao ý thức thực thi pháp luật về quyền tác giả và các quyền liên quan trong toàn

xã hội. Phát triển những sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa độc đáo, sáng tạo; Tạo cơ chế phối hợp tăng cường quảng bá, xúc tiến thương mại, đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa, từng bước xây dựng và phát triển thương hiệu thành phố Cần Thơ có uy tín trên thị trường trong và ngoài nước; Xác định một số sản phẩm cụ thể, chủ lực làm tiền đề phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Ưu tiên phát triển một số ngành công nghiệp văn hóa có tiềm năng, lợi thế, như: điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, du lịch văn hóa...; Thúc đẩy phát triển các loại hình nghệ thuật đương đại, từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngành công nghiệp văn hóa.

Thứ sáu, chú trọng việc bồi dưỡng năng lực sáng tạo và tạo môi trường sáng tạo cho những tài năng văn hóa (văn nghệ sĩ, trí thức khoa học công nghệ) cũng là giải pháp rất căn bản của sự phát triển các ngành công nghiệp văn hóa bên cạnh các giải pháp khác.

Thứ bảy, đầu tư phát triển hạ tầng các ngành công nghiệp văn hóa, việc phát triển các hạ tầng cơ sở sẽ giúp bảo đảm nền tảng số hóa thuận lợi cho sự phát triển các nguồn lực quyền lực mềm, gia tăng khả năng và cách thức tiếp cận đến đối tượng, mang lại năng lực thích ứng nhanh trước các xu hướng thị trường trong ngành công nghiệp văn hóa.

Kính thưa quý lãnh đạo, quý đại biểu!

Nhằm triển khai đồng bộ các giải pháp từ Trung ương đến địa phương, nhằm hoàn thiện cơ chế phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới, phù hợp với điều kiện thực tế đất nước hiện nay, cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa và nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ, thành phố Cần Thơ đề xuất Bộ Văn hóa, Thể thao và du lịch một số nội dung như sau:

- Chỉ đạo các Cục, Vụ chuyên ngành thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng; Hội nghị triển khai, định hướng giải pháp thực hiện chiến lược các ngành công nghiệp văn hóa cấp toàn quốc hoặc theo từng cụm, khu vực, qua đó để các địa phương trao đổi, học tập kinh nghiệm, các mô hình mới, hay.

- Tham mưu cơ quan cấp trên ban hành các chính sách ưu đãi thuế, tài chính, chính sách bồi dưỡng nhân tài về văn hóa và nghệ thuật...

Kính thưa quý lãnh đạo, quý đại biểu!

Trên đây là một số đề xuất và định hướng hoàn thiện cơ chế phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới, phù hợp với điều kiện thực tế nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa và nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ tại thành phố Cần Thơ hiện nay. Cuối lời, xin kính chúc quý lãnh đạo, quý đại biểu mạnh khỏe, thành công, chúc Hội nghị hôm nay thành công tốt đẹp./.

PHÁT TRIỂN VĂN HÓA NGANG TẦM VỚI PHÁT TRIỂN KINH TẾ, GẮN VỚI PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

Sở Văn hoá và Thể thao Thành phố Đà Nẵng

Văn hóa được xác định là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững đất nước. Trong đó, sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa đã và đang mang lại kỳ vọng vào một hướng phát triển nhanh, bền vững. Thay vì khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên hữu hạn như nhiều ngành nghề khác, ngành công nghiệp văn hóa khai thác nguồn tài nguyên vô hạn là sức sáng tạo của con người. Công nghiệp văn hóa chính là một biểu hiện tập trung của sự gắn kết chặt chẽ giữa văn hóa và kinh tế trong phát triển, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước, tạo việc làm, bảo tồn các giá trị văn hóa, nâng cao đời sống tinh thần người dân. Những chủ trương, chính sách tích cực thời gian qua đã thúc đẩy hình thành nhiều chương trình, sáng kiến đột phá, trong đó có sự thành công của các địa phương khi tham gia Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO; góp phần chuyển hóa các di sản văn hóa thành nguồn sức mạnh cổ kết xã hội, trao đổi nguồn lực trong cộng đồng, hình thành lợi thế cạnh tranh lớn cho các ngành công nghiệp văn hóa, tăng cường khả năng cạnh tranh của các thương hiệu địa phương, quốc gia, trên thị trường xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ sáng tạo toàn cầu.

Đối với Đà Nẵng, từ khi trở thành đơn vị hành chính trực thuộc Trung ương đến nay, thành phố không ngừng vươn lên và đạt được nhiều thành tựu quan trọng. Dưới sự chỉ đạo quyết liệt của lãnh đạo và sự chung sức chung lòng của nhân dân thành phố đã dần tạo nên thương hiệu cho Đà Nẵng, là thành phố có các chỉ số về tính hấp dẫn, thông minh, tính cạnh tranh địa phương, chỉ số phát triển con người... luôn duy trì ở vị trí tốp đầu của cả nước. Thành phố được biết đến như là một điểm đến an toàn, thân thiện, hấp dẫn với những sự kiện văn hoá ngày càng quy mô, đặc sắc. Thu nhập bình quân đầu người của Đà Nẵng từ 4,69 triệu/người năm 1997 lên 3.753 USD/người năm 2021, tổng sản phẩm xã hội trên địa bàn (GRDP) ước tăng bình quân 7,45%/năm.

Cùng với việc xây dựng và phát triển văn hóa, con người Đà Nẵng có bản sắc, thành phố đã quan tâm chỉ đạo, ban hành nhiều chủ trương, chính sách, đề án phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, góp phần vào sự phát triển chung trên tất cả các lĩnh vực kinh tế, văn hoá, xã hội. Cụ thể, để triển khai thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, UBND thành phố đã ban hành Kế hoạch số 9585/KH-UBND ngày 24/11/2017 thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm

2020, tầm nhìn đến năm 2030 trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Theo đó, Đà Nẵng tiếp tục quan tâm rà soát điều chỉnh, hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; chỉ đạo các sở ngành xây dựng chính sách xã hội hóa trong lĩnh vực văn hóa nhằm tạo cơ chế ưu đãi về vốn, thuế, đất đai... để khuyến khích các doanh nghiệp tham gia sâu vào phát triển công nghiệp văn hóa. Bên cạnh đó, thành phố xem xét, điều chỉnh, bổ sung cơ chế phối hợp giữa các sở, ban, ngành, bảo đảm tránh chồng chéo, trùng lặp nhằm định hình và triển khai có hiệu quả các ngành công nghiệp văn hóa.

Bên cạnh đó, Đà Nẵng cũng xác định phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường văn hóa trên các lĩnh vực như 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, nghệ thuật truyền thông, du lịch văn hóa; trong đó, xây dựng các chính sách, chiến lược đẩy mạnh sự phát triển ngành du lịch văn hóa trở thành ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế và giải quyết việc làm thông qua việc sản xuất ngày càng nhiều sản phẩm, dịch vụ văn hóa đa dạng, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu sáng tạo, hưởng thụ, tiêu dùng của người dân và du khách. Thời gian tới, thành phố tập trung triển khai có hiệu quả “Đề án tổ chức sự kiện, lễ hội văn hóa đặc sắc hàng năm, gắn với thiết lập chuỗi sự kiện, văn hóa lễ hội về đêm của thành phố Đà Nẵng giai đoạn 2022-2026”.

Công tác bảo hộ quyền tác giả, hiệu quả thực thi quyền sở hữu trí tuệ và các quyền liên quan được nâng cao, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh trên thị trường. Phát huy vai trò tuyên truyền, giáo dục của các cơ quan, đơn vị nhằm thúc đẩy năng lực hiểu biết, cảm thụ các sản phẩm, dịch vụ văn hóa phát triển của công chúng. Nâng cao năng lực sản xuất và sáng tạo các giá trị văn hóa mới, tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng cao; xây dựng thương hiệu doanh nghiệp, sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng tham gia vào thị trường trong nước và quốc tế.

Tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động hợp tác quốc tế về văn hóa nhằm giới thiệu các giá trị văn hóa Việt Nam nói chung và văn hóa Đà Nẵng ra thế giới thông qua các hoạt động văn hóa, nghệ thuật; phối hợp chặt chẽ giữa các hoạt động văn hóa, nghệ thuật với quảng bá du lịch và xúc tiến thương mại, hợp tác đầu tư. Phát huy những giá trị tinh thần truyền thống của thành phố kết hợp với những chuẩn giá trị mới trong thời đại Cách mạng công nghiệp 4.0. Xây dựng cơ chế, chính sách phát triển văn hóa đối ngoại, hỗ trợ quảng bá văn hóa và xuất khẩu các sản phẩm văn hóa ra nước ngoài. Xây dựng và phát triển một số liên hoan nghệ thuật quốc tế có thương hiệu, tạo điều kiện

cho người dân tiếp cận với các nền văn hóa, nghệ thuật đa dạng của thế giới, khẳng định uy tín và năng lực tổ chức các sự kiện quốc tế của Đà Nẵng.

Tuy nhiên, một số lĩnh vực văn hóa có mặt chưa tương xứng với vị thế và tiềm năng của thành phố. Hiệu quả đầu tư cho văn hóa chưa cao, công tác xã hội hóa các nguồn lực phục vụ phát triển văn hóa còn hạn chế; các ngành công nghiệp văn hóa tại Đà Nẵng vẫn còn thụ động, chưa có quy mô lớn và chưa liên kết, hợp tác quốc tế một cách thường xuyên, mạnh mẽ. Các năm qua, ngân sách thành phố đã quan tâm đầu tư các hoạt động thường xuyên, cơ sở vật chất trong lĩnh vực điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn..., tuy nhiên còn hạn chế, nhỏ lẻ, chưa đồng bộ, chưa đáp ứng được nhu cầu chuyên môn cũng như thị hiếu của người dân. Công tác quy hoạch sử dụng đất cho lĩnh vực này chưa được ban hành trọn vẹn nên thiếu định hướng cho các đơn vị ngoài công lập trong quá trình nghiên cứu đầu tư phát triển các loại hình văn hóa, công nghiệp văn hoá...

Để trở thành một đô thị lớn theo hướng là trung tâm kinh tế - xã hội lớn của khu vực và cả nước, có văn hóa, văn minh đô thị, lành mạnh, thân thiện, Đà Nẵng sẽ tiếp tục đẩy mạnh xây dựng và phát triển văn hóa ngang tầm với phát triển kinh tế, chú trọng phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Theo đó, những nhiệm vụ trọng tâm đến năm 2030 cụ thể như sau:

1. Tham mưu xây dựng chính sách sử dụng tài nguyên cho hoạt động văn hóa, chính sách thuế tài chính, chính sách bồi dưỡng nhân tài về văn hóa nghệ thuật, chính sách xã hội hóa lĩnh vực văn hóa... nhằm tạo môi trường tốt cho phát triển công nghiệp văn hóa.

2. Đổi mới mạnh mẽ các hoạt động sự nghiệp các đơn vị công lập trong lĩnh vực văn hóa theo hướng tăng cường quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm, gắn thu nhập đơn vị vào kết quả hoàn thành nhiệm vụ được giao.

3. Tăng cường cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực văn hóa. Tạo cơ chế minh bạch cho các đơn vị tự chịu trách nhiệm trước pháp luật về các nội dung văn hóa trong các hoạt động này, hạn chế tối đa các loại giấy phép con trong hoạt động công nghiệp văn hóa.

4. Đẩy mạnh hoạt động chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hóa. Chú trọng việc ứng dụng các công nghệ mới trong một số ngành công nghiệp văn hoá nhằm tạo ra các sản phẩm có chất lượng, có thể tham gia vào thị trường quốc tế.

5. Tăng cường công tác đào tạo nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp văn hóa. Trong đó, chú trọng nâng cao chất lượng đào tạo tại các trường chuyên ngành như văn hóa, điện ảnh, mỹ thuật...; xây dựng giáo trình chuẩn, đầu tư trang thiết bị giảng dạy, học tập theo hướng đồng bộ, chuyên môn hoá, chuyên nghiệp hoá ở các khâu

nghệ thuật, kỹ thuật, kinh tế, quản lý sản xuất, phát hành, bảo quản, truyền thông... Khuyến khích và cử cán bộ có trình độ đi đào tạo, học tập kinh nghiệm các nước có nền công nghiệp văn hóa phát triển.

Có thể nói những thành tựu mà Đà Nẵng đạt được trên lĩnh vực văn hoá trong thời gian qua đều xuất phát từ việc luôn giữ vững sự đoàn kết nhất trí, sự nỗ lực của ngành VH TT, sự đồng thuận xã hội cùng với vai trò lãnh đạo, chỉ đạo quyết liệt của lãnh đạo thành phố. Đây chính là sự vận dụng đúng đắn chủ trương của Đảng vào thực tế của địa phương và giải quyết thoả đáng yêu cầu quan trọng của việc xây dựng và phát triển văn hóa đồng bộ với phát triển kinh tế. Thời gian tới, Đà Nẵng sẽ không ngừng phát huy những kết quả đạt được, tập trung khắc phục những tồn tại, hạn chế với mục tiêu tiếp tục phát triển văn hoá ngang hàng với kinh tế, gắn với phát triển công nghiệp văn hoá; qua đó vừa quảng bá bản sắc văn hóa Đà Nẵng với bạn bè trong và ngoài nước, vừa góp phần gia tăng “sức mạnh mềm” văn hóa của quốc gia - dân tộc./.

ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP XÂY DỰNG CÁC THIẾT CHẾ VĂN HÓA: TRUNG TÂM VĂN HÓA - NGHỆ THUẬT, BẢO TÀNG, THƯ VIỆN TỈNH HÀ GIANG

UBND tỉnh Hà Giang

Những năm qua, Đảng và Nhà nước đã luôn quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo và có những chủ trương, chính sách để xây dựng đời sống văn hoá, trong đó có xây dựng phát triển hệ thống thiết chế văn hoá, thể thao cơ sở. Hệ thống thiết chế văn hóa, thể thao cơ sở có vai trò, vị trí quan trọng trong công tác tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước và tổ chức các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể dục thể thao góp phần xây dựng đời sống văn hoá cơ sở và giữ gìn phát huy bản sắc văn hoá dân tộc. Hệ thống thiết chế đã thực hiện tốt công tác tuyên truyền, phục vụ tốt các nhiệm vụ chính trị, kinh tế, văn hoá xã hội của Đảng, Nhà nước; tổ chức tốt các hoạt động văn hoá, thể thao, câu lạc bộ sở thích, các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ đáp ứng nhu cầu của người dân, các hoạt động đang từng bước được mở rộng đa dạng và phong phú, nội dung chương trình hoạt động ngày càng tinh, gọn, thiết thực và phù hợp hơn với nhu cầu của đông đảo người tham gia.

Thực hiện Nghị quyết Trung ương 5 (Khóa VIII) của Đảng về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Căn cứ Quyết định số 2164/QĐ-TTg ngày 11/11/2013 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển hệ thống thiết chế văn hóa, thể thao cơ sở giai đoạn 2013-2020, định hướng đến năm 2030; các Thông tư của Bộ Văn hóa, TTDL quy định về mẫu tổ chức, hoạt động và tiêu chí của nhà văn hóa - khu thể thao ở cơ sở. Trong những năm qua, các cấp chính quyền địa phương trong tỉnh đã quan tâm, chú trọng công tác quy hoạch, bố trí quỹ đất để đầu tư xây dựng thiết chế văn hóa, thể thao các cấp, gắn với Quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội phù hợp với Quy hoạch sử dụng đất, Quy hoạch đô thị, khu dân cư và được thực hiện lồng ghép trong quy hoạch xây dựng nông thôn mới, bố trí quỹ đất xây dựng tại vị trí trung tâm, nhằm thu hút và tạo điều kiện thuận lợi để nhân dân thường xuyên đến sinh hoạt, hưởng thụ văn hóa, luyện tập thể dục, thể thao và vui chơi giải trí... Một số công trình thiết chế văn hóa của tỉnh đã được đầu tư, bàn giao đưa vào sử dụng và đáp ứng nhu cầu sinh hoạt văn hóa của nhân dân. Trong giai đoạn 2011-2020, tỉnh Hà Giang đã đầu tư xây dựng nâng cấp, sửa chữa và xây mới được 650 thiết chế văn hóa, thể thao từ cấp tỉnh đến cơ sở, với tổng kinh phí là 290,897 tỷ đồng, trong đó: Nguồn vốn Trung ương hỗ trợ thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia về văn hóa giai đoạn 2011-2020 là: 3.897 triệu đồng; nguồn vốn NSDP và các nguồn huy động hợp pháp khác đầu tư là 125 tỷ đồng; ngân sách xã hội hóa 162 tỷ đồng.

Cùng với sự quan tâm chỉ đạo lãnh đạo của cấp ủy Đảng chính quyền và sự đồng tình ủng hộ của toàn thể quần chúng nhân dân, các thiết chế văn hóa cơ sở ở Hà Giang nói chung ngày càng phát triển. Tuy nhiên Hà Giang là một tỉnh vùng cao biên giới, cơ sở hạ tầng và kinh tế còn nghèo nên cũng gặp không ít khó khăn trong việc đầu tư xây dựng hệ thống thiết chế văn hóa cơ sở. Mặc dù cơ sở vật chất còn nhiều thiếu thốn, chưa được đầu tư đồng bộ nhưng với nỗ lực khắc phục khó khăn, hệ thống thiết chế văn hóa Hà Giang đã phát huy được hiệu quả trong tổ chức hoạt động khai thác và sử dụng có hiệu quả. Đồng thời thiết chế văn hóa, thể thao ở Hà Giang đã tổ chức thực hiện tốt chức năng nhiệm vụ, là công cụ tích cực tuyên truyền các chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước, là nơi hưởng thụ sáng tạo văn hóa, bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Thông qua hoạt động văn hóa văn nghệ, vui chơi giải trí, thể dục thể thao, thiết chế văn hóa, thể thao đã thực sự trở thành địa điểm công cộng thu hút mọi tầng lớp nhân dân đến tham gia hoạt động văn hóa, văn nghệ, tập luyện thể dục thể thao và các sinh hoạt xã hội khác, góp phần củng cố tinh thần đoàn kết trong cộng đồng dân cư.

Tính đến nay hệ thống thiết chế văn hóa từ tỉnh đến cơ sở phục vụ cộng đồng đã từng bước đáp ứng được các yêu cầu hoạt động văn hóa, văn nghệ, vui chơi giải trí của nhân dân:

Về thiết chế văn hóa cấp tỉnh hiện có 01 nhà văn hóa tỉnh, 01 thư viện tỉnh, 01 bảo tàng tỉnh. Trung tâm Văn hóa tỉnh được thành lập năm 1993, đầu tư xây dựng hoàn thành năm 1998, gồm nhà Đa năng và hội trường biểu diễn với 400 chỗ ngồi, có sân khấu biểu diễn, trang thiết bị âm thanh ánh sáng sử dụng chung cho các hoạt động văn hóa trong và ngoài hội trường. Đây là nơi tổ chức các liên hoan hội diễn của tỉnh và các đoàn nghệ thuật của Trung ương lên biểu diễn phục vụ nhân dân, nơi tập luyện của các diễn viên nghệ nhân biểu diễn trong các ngày lễ tết, và các chương trình đi tham gia với Trung ương. Các cơ quan đơn vị trong tỉnh tổ chức các sinh hoạt văn hóa, hội thảo, học tập nghị quyết. Hàng năm Trung tâm đã phối hợp giúp đỡ các đơn vị cơ quan trong tỉnh tổ chức nhiều hoạt động Liên hoan, Hội thi, Hội diễn phục vụ nhân dân từ 35 đến 60 buổi/ năm.

Hà Giang có 01 Thư viện tỉnh, và 11/11 thư viện các huyện thành phố. Trong những năm qua hệ thống thư viện công cộng không ngừng nâng cao chất lượng hoạt động, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của độc giả, từ tháng 01/2021 đến tháng 11/2022, Thư viện công cộng tỉnh Hà Giang đã bổ sung 9.246 bản sách từ các nguồn: ngân sách, chương trình mục tiêu Quốc gia, biếu tặng..., và trên 40 loại báo, tạp chí; Cấp mới và duy trì phục vụ 14.482 thẻ bạn đọc, phục vụ 333.858 lượt bạn đọc với 479.358 lượt sách, báo luân chuyển. Bên cạnh việc phục vụ bạn đọc tại chỗ, Thư viện tỉnh Hà Giang làm tốt công tác luân chuyển phục vụ tại các thư viện, tủ sách ở cơ sở góp phần tăng vòng quay của sách, phục vụ bạn đọc tại những vùng sâu, vùng xa,

vùng dân tộc thiểu số. Thư viện tỉnh còn phối hợp với các ngành, đơn vị liên quan tổ chức các hoạt động nhân ngày Sách Việt Nam, Sách và bản quyền Thế giới. Chỉ đạo, hướng dẫn hệ thống thư viện huyện và cơ sở tổ chức các hoạt động nhân ngày Sách Việt Nam (21/4) và Ngày Sách và Bản quyền thế giới (23/4). Hàng năm Thư viện đều Tổ chức Ngày hội Sách và Văn hóa đọc, phát động phong trào đọc và phát động cuộc thi Đại Sứ Văn hóa đọc, Tuyên truyền giới thiệu sách trực tuyến; Tổ chức các hoạt động hưởng ứng “Ngày Sách và Văn hoá đọc” tại các trường học trong tỉnh; duy trì tuyên truyền giới thiệu sách trên truyền hình qua chuyên mục “Nhịp cầu tri thức”, trong 2 năm duy trì được 104 số với trên 100 bản sách được giới thiệu. Nhằm từng bước thực hiện công tác chuyển đổi số trong lĩnh vực thư viện, Từ năm 2021, 2022 Thư viện tỉnh đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giới thiệu sách, chuyên mục sách nói trên các trang mạng, nền tảng số qua các chuyên mục: “*Tuyên truyền giới thiệu sách trực tuyến*”; chuyên mục “*Sách nói*”; “*Ebook*”... và chia sẻ đường link lên các trang mạng: Website: *Thuvienhagiang.com.vn*; trang Facebook: *Thư viện Hà Giang*; Zalo: *Thư viện Hà Giang*; Youtube: *Thư viện Hà Giang* để phục vụ đông đảo bạn đọc. Kết quả: năm 2022 đã có 297 bài viết, 27.143 lượt xem và truy cập; 162 lượt chia sẻ, 353 lượt like Fanpage...

Bảo tàng cấp tỉnh là loại hình Bảo tàng tổng hợp địa phương, hiện đang được xếp hạng II theo quyết định số 2779/QĐ-UBND ngày 17/12/2018 của UBND tỉnh Hà Giang. Bảo tàng được thành lập năm 1992 đến năm 2005 đã được đưa vào quy hoạch hệ thống bảo tàng Việt Nam đến năm 2020. Bảo tàng có tổng diện tích gần 1.000m² gồm 2 tầng, trong đó tầng 1 sử dụng để triển lãm chuyên đề; trưng bày các giá trị di sản CVDCTCCND và khu vực trải nghiệm; tầng 2 là nơi trưng bày chủ đạo của nhà bảo tàng với các nội dung về điều kiện tự nhiên, con người Hà Giang; Hà Giang thời tiền sử và sơ sử; Hà Giang trong thời kỳ chống giặc ngoại xâm và thành tựu trong xây dựng và bảo vệ tổ quốc của quân và dân Hà Giang từ năm 1975 đến nay. Bảo tàng hiện có trên 13.000 tài liệu, hiện vật (trong đó: trên 8.000 tài liệu, hiện vật; trên 5.000 phim, ảnh), hơn 600 mẫu địa chất và mẫu sinh vật vùng Cao nguyên đá Đồng Văn có niên đại từ 500 đến 250 triệu năm trước. Để làm tốt vai trò giáo dục di sản văn hoá, Bảo tàng đã chủ động liên kết với ngành giáo dục thực hiện chương trình "trường học thân thiện, học sinh tích cực", thực hiện các hoạt động học tập lịch sử, văn hóa các địa phương tại bảo tàng. Từ năm 2014 đến 2020, Bảo tàng tỉnh mở cửa nhà trưng bày được 3.613 buổi, phục vụ trên 100.000 nghìn lượt khách tham quan; tổ chức 36 cuộc trưng bày, triển lãm chuyên đề tại bảo tàng và phục vụ các sự kiện chính trị diễn ra trên địa bàn tỉnh Hà Giang. Năm 2020, với mục tiêu xây dựng Bảo tàng trở thành điểm đến du lịch văn hóa của tỉnh, UBND tỉnh Hà Giang đã phê duyệt dự án đầu tư xây dựng công trình: Cải tạo, nâng cấp nhà Bảo tàng tỉnh Hà Giang (Quyết định số 868/QĐ-UBND ngày 4/6/2020 về việc phê duyệt dự án đầu tư xây dựng Công trình: Cải tạo, nâng cấp Bảo tàng tỉnh Hà Giang). Theo dự án, Bảo tàng tỉnh được quy hoạch

với tổng diện tích 4.100 m²., bên cạnh đó sẽ cải tạo nâng cấp Bảo tàng hiện tại, tiến hành xây dựng mới các hạng mục: nhà sàn truyền thống của dân tộc Tày, nhà trình tường lợp ngói âm dương của dân tộc Mông vùng cao nguyên đá và không gian trưng bày ngoài trời, hệ thống hạ tầng kỹ thuật. Dự án chia làm 2 giai đoạn, giai đoạn 1 từ năm 2020 – 2021 (chủ yếu là cải tạo và xây dựng); giai đoạn 2 sau năm 2021, lắp đặt các hiện vật của Bảo tàng. Tổng kinh phí dự kiến sửa chữa, xây dựng Bảo tàng tính hơn 100 tỷ đồng. Song song với việc sửa chữa, xây dựng Bảo tàng, các chuyên gia về bảo tàng của Việt Nam cũng phối hợp với cán bộ, nhân viên Bảo tàng tỉnh lập Đề cương trưng bày các hiện vật, với mục tiêu là các hiện vật được trưng bày khoa học, rõ nét... Điểm mới của bảo tàng là sẽ bổ sung phần nội dung giới thiệu về các di sản văn hoá phi vật thể trực quan hơn. Bảo Tàng sau khi đưa vào sử dụng không chỉ là điểm đến thú vị của khách du lịch tham quan, học tập mà còn là nơi tổ chức, mô phỏng, trình diễn các lễ hội văn hóa truyền thống của các dân tộc tỉnh Hà Giang như: Nhảy lửa người Pà Thẻn, Gầu tào của người Mông, Cắp sắc của người Dao, Lồng tồng của người Tày, trình diễn dệt thổ cẩm, dệt lanh, nấu mèn mén, thắng cố của người vùng cao... Việc đổi mới này sẽ góp phần giữ gìn, bảo tồn các giá trị văn hóa vật thể, phi vật thể truyền thống của các dân tộc tỉnh Hà Giang. Đồng thời đưa bảo tàng tỉnh trở thành điểm đến hấp dẫn để thu hút khách du lịch

Tỉnh Hà Giang cho đến nay vẫn duy trì phát triển 1 đơn vị nghệ thuật chuyên nghiệp công lập là Đoàn nghệ thuật tỉnh. Đoàn nghệ thuật tỉnh Hà Giang được thành lập năm 1992. Đến nay Tỉnh Hà Giang chưa xây dựng được nhà hát nghệ thuật và nơi biểu diễn nghệ thuật dành riêng cho đoàn nghệ thuật chuyên nghiệp. Trong quá trình triển khai nhiệm vụ, Đoàn thực hiện có hiệu quả việc tuyên truyền đối với đồng bào các dân tộc ở vùng sâu, vùng xa về đường lối của Đảng, chính sách và pháp luật của nhà nước. Hàng năm vào các ngày lễ lớn, Đoàn nghệ thuật thường đi biểu diễn phục vụ đồng bào miền núi, vùng sâu, vùng xa cũng như phục vụ các nhiệm vụ chính trị của tỉnh bằng nguồn vốn do ngân sách nhà nước cấp. Trung bình một năm đoàn thực hiện khoảng 95-100 buổi biểu diễn, xây dựng 8 chương trình nghệ thuật mới và dàn dựng một số tiết mục. Mỗi năm Đoàn nghệ thuật tỉnh tham gia từ 1 đến 2 cuộc thi, liên hoan, hội diễn toàn quốc và liên hoan quốc tế.

Đến nay 11/11 huyện, thành phố có Trung tâm Văn hóa, Thông tin và Du lịch, có trụ sở làm việc được xây dựng đảm bảo tổ chức các hoạt động phục vụ nhiệm vụ chính trị và kế hoạch của huyện, thành phố và của ngành giao hàng năm; 07 nhà luyện tập TDTT. Có 150/193 xã, phường, thị trấn có nhà văn hóa hoặc Hội trường đa năng (43 xã chưa có), trong đó 47 nhà văn hóa đạt chuẩn (đạt 35%); 23/177 xã có sân vận động hoặc sân thể thao (154 xã chưa có sân vận động, sân thể thao). Có 1.760/2071 thôn, bản, tổ dân phố có nhà văn hóa kiêm hội trường chiếm 85% (311 thôn chưa có

nhà văn hóa), trong đó số nhà văn hóa đạt chuẩn theo quy định của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là 704 nhà (đạt 40%).

Bên cạnh những kết quả đã đạt được Hà Giang còn nhiều hạn chế, thể hiện như: Hệ thống thiết chế văn tuy có sự đầu tư nhất định song chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của đời sống xã hội, nhu cầu sinh hoạt, sáng tạo và hưởng thụ văn hóa trong nhân dân. Các đơn vị sự nghiệp văn hoá công lập như Trung tâm Văn hóa tỉnh, thư viện, bảo tàng, đoàn nghệ thuật tỉnh, gặp nhiều khó khăn về cơ sở vật chất, khả năng tự chủ thấp còn phụ thuộc chặt chẽ vào nguồn ngân sách nhà nước. Do hạn chế về nguồn nhân lực tỉnh chưa có rạp chiếu phim, nhà hát, triển lãm văn học nghệ thuật nên tỉnh Hà Giang gặp nhiều hạn chế về hợp tác phát triển nghệ thuật phục vụ nhu cầu của người dân đô thị.

Nguyên nhân hạn chế là do Hà Giang là tỉnh miền núi nghèo, thiếu diện tích đất để phát triển các thiết chế văn hoá; địa bàn giao thông không thuận tiện; khó đầu tư xây dựng hạ tầng cơ sở. Đời sống nhân dân vẫn còn nhiều khó khăn. Nguồn lực đầu tư phát triển văn hóa còn hạn chế. Nguồn thu ngân sách chưa đáp ứng được nhu cầu đầu tư phát triển văn hóa, do đó chưa chủ động được phần chi ngân sách nhà nước hàng năm cho lĩnh vực văn hoá. Nhiều công trình văn hóa nghệ thuật quan trọng chưa được xây dựng, nâng cấp và hoàn thiện nên chưa phát huy được hiệu quả sử dụng

Nhằm nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, địa phương và toàn xã hội về vị trí, vai trò của hệ thống thiết chế văn hóa thể thao các cấp. Đồng thời tiếp tục hoàn thiện đầy đủ, đồng bộ hệ thống thiết chế văn hóa thể thao của tỉnh đạt các tiêu chí quy định của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; khai thác hiệu quả các thiết chế văn hóa đã được đầu tư nhằm thu hút đông đảo các tầng lớp nhân dân tham gia tạo môi trường văn hóa lành mạnh góp phần xây dựng văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững. Đổi mới cơ chế quản lý, nâng cao chất lượng tổ chức các hoạt động; khuyến khích các tổ chức, cá nhân được liên doanh, liên kết đầu tư xây dựng và tổ chức các hoạt động tại thiết chế văn hóa. Thu hút và tạo điều kiện thuận lợi để nhân dân thường xuyên tham gia sinh hoạt, hưởng thụ văn hóa, vui chơi giải trí, tránh lãng phí sau đầu tư tỉnh Hà Giang xác định một số giải pháp cụ thể sau:

Thứ nhất: Quán triệt sâu rộng nghị quyết của Đảng về chủ trương xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, gắn kết chặt chẽ giữa tăng trưởng kinh tế căn với bảo tồn và phát triển văn hóa, con người Việt Nam toàn diện với những phẩm chất yêu nước, nhân ái, nghĩa tình, trung thực, đoàn kết, cần cù, sáng tạo. Phát huy vai trò của các thiết chế văn hóa tránh sự mất cân đối trong hưởng thụ các giá trị tinh thần của nhân dân, không để tình trạng người dân khó có thể thực hành, trao truyền, hưởng thụ và lan tỏa những giá trị văn hóa trong cộng đồng.

Thứ hai, Có kế hoạch tiếp tục đầu tư về nguồn lực tài chính cải tạo và xây mới các thiết chế văn hóa cấp tỉnh. Việc xây dựng thiết chế văn hóa phải phù hợp với địa

bàn, phong tục tập quán và truyền thống văn hóa tộc người và đáp ứng nhu cầu, lợi ích của người dân. Thiết chế văn hóa phải là những công trình kiên cố mang tính cộng đồng, chứa đựng những giá trị thẩm mỹ và khát vọng của nhân dân, tránh đơn điệu hóa các công trình. Đổi mới cơ chế, chính sách, tập trung vào các nhóm chính sách về quy hoạch và sử dụng đất dành cho các thiết chế văn hóa, thể thao; chính sách khuyến khích các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp tham gia đầu tư đối với các thiết chế văn hóa, thể thao.

Thứ ba, Tiếp tục kiện toàn, bổ sung đội ngũ cán bộ quản lý thiết chế văn hóa để vận hành, khai thác có hiệu quả các thiết chế văn hóa; tăng cường việc quảng bá hình ảnh, văn hóa đặc trưng của địa phương thông qua các hoạt động du lịch trải nghiệm, khám phá. Tăng cường công tác tuyên truyền, vận động cán bộ đảng viên, nhân dân tự nguyện, tích cực tham gia hoạt động tại các thiết chế văn hóa thể thao; phát huy tính chủ động, sáng tạo và vai trò của cộng đồng đối với việc giữ gìn, phát triển văn hóa thể thao.

Thứ tư, Trong quản lý, vận hành các thiết chế văn hóa cần xây dựng những mô hình thí điểm, từ đó rút kinh nghiệm, nhân rộng, học tập những mô hình hoạt động hiệu quả để nâng cao hiệu quả hoạt động, tận dụng tối ưu nguồn lực cơ sở vật chất, kinh phí và nhân sự của các thiết chế văn hóa. Đó là những cách làm sáng tạo nhằm phát huy vai trò, công năng của thiết chế văn hóa trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt với các loại hình nghệ thuật hiện đại. Đổi mới cơ chế, chính sách, tập trung vào các nhóm chính sách về quy hoạch và sử dụng đất dành cho các thiết chế văn hóa, thể thao; chính sách khuyến khích các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp tham gia đầu tư đối với các thiết chế văn hóa, thể thao.

Thứ năm, Nghiên cứu các mô hình ứng dụng khoa học công nghệ cao, công nghệ số 4.0, các ứng dụng kỹ thuật số 3D để trưng bày các sản phẩm, hiện vật; số hóa các tài liệu, hiện vật, sách báo tại thiết chế văn hóa cấp tỉnh để xây dựng thiết chế văn hóa hiện đại mang tầm cỡ quốc gia, quốc tế, tạo điểm nhấn cho nhân dân và du khách khi đến Hà Giang.

Có thể nói, xây dựng, hoàn thiện hệ thống thiết chế văn hóa đầy đủ, đồng bộ, hiện đại là yêu cầu cần thiết, cấp bách trong giai đoạn hiện nay, bởi đó là cơ sở, nền tảng đầu tiên để văn hóa có thể “cất cánh, thăng hoa”, nơi kết nối, giao lưu, sáng tạo và tập hợp ý chí, quyết tâm của toàn xã hội. Để kiến tạo lên những thiết chế văn hóa đáp ứng yêu cầu phát triển, đòi hỏi sự quan tâm của các cấp, ngành và sự tham gia của toàn xã hội, góp phần quan trọng vào sự nghiệp xây dựng, phát triển văn hóa và con người Việt Nam./.

ĐỊNH HƯỚNG, CHÍNH SÁCH VÀ NGUỒN LỰC CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA, XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU “THÀNH PHỐ SÁNG TẠO”

Sở Văn hóa và Thể thao Thành phố Hà Nội

Ngày 17/6/1999 Hà Nội đón nhận danh hiệu “Thành phố vì hòa bình” do UNESCO trao tặng. Sau 20 năm, ngày 30/10/2019, Thành phố Hà Nội tiếp tục được vinh danh là thành viên “Mạng lưới các Thành phố Sáng tạo của UNESCO” với mục tiêu lấy ***Nguồn lực văn hóa và Sáng tạo văn hóa làm nền tảng cho quá trình phát triển đô thị một cách bền vững***¹. Sự kiện này giúp xác lập mục tiêu phát triển văn hóa mới, truyền cảm hứng sáng tạo và định vị thương hiệu mới cho Hà Nội trên trường quốc tế; là bước tiến thuận lợi cho Thủ đô Hà Nội có điều kiện phát huy sức mạnh tổng hợp các nguồn lực kinh tế, chính trị, xã hội, nhất là khai thác, phát huy tối đa nguồn lực văn hóa và con người, đồng thời quyết tâm chuyển hóa cho nguồn lực ấy thành “sức mạnh mềm” văn hóa, đảm bảo thúc đẩy mạnh mẽ việc kế thừa và phát triển dòng chảy văn hóa sáng tạo của Thủ đô ngàn năm văn hiến.

Là nơi gặp gỡ Đông - Tây, Hà Nội là thành phố của sự đa dạng, có lịch sử ngàn năm văn hiến, nguồn tài nguyên văn hóa dồi dào, đa dạng về loại hình và có giá trị cao về lịch sử, văn hóa, kiến trúc, nghệ thuật với 5.922 di tích lịch sử văn hóa²; 1.793 di sản văn hóa phi vật thể³; Thủ tướng Chính phủ có quyết định công nhận 18 nhóm với 169 bảo vật quốc gia được lưu trữ tại Bảo tàng Hà Nội và các di tích lịch sử văn hóa trên địa bàn Thành phố, đặc biệt có 01 Bảo vật thuộc sở hữu tư nhân - là thành phố đầu tiên của cả nước có tư nhân sở hữu loại hình này. Hệ thống di sản văn hóa phong phú là những tài sản vô giá để Hà Nội phát huy nguồn lực văn hóa, tiếp thêm sức sáng tạo cho các hoạt động văn hóa, nghệ thuật và tài nguyên du lịch, góp phần quảng bá hình ảnh Thủ đô văn hiến, thành phố Sáng tạo đến bạn bè quốc tế.

Nhiều sự kiện lớn mang tầm quốc gia và quốc tế được tổ chức thành công thu hút đông đảo khách quốc tế tham gia khẳng định thương hiệu và vị thế của Thủ đô, như Lễ hội âm nhạc Gió mùa, Lễ hội hoa anh đào Nhật Bản - Hà Nội, Liên hoan phim

¹ Mạng lưới các thành phố Sáng tạo của UNESCO ra đời từ năm 2004, đến hết năm 2021 đã có sự tham gia của 246 thành phố đến từ các quốc gia trên thế giới theo 07 nhóm lĩnh vực: Thủ công và Nghệ thuật dân gian; Nghệ thuật truyền thông nghe nhìn - Media Arts; Điện ảnh; Thiết kế sáng tạo; Âm thực; Văn học và Âm nhạc. Hà Nội tham gia ở nhóm lĩnh vực Thiết kế.

² Trong đó có: 01 di sản văn hóa thế giới (Hoàng thành Thăng Long), 21 di tích và cụm di tích quốc gia đặc biệt, (89 di tích đơn lẻ), 1160 di tích cấp quốc gia, 1.452 di tích cấp Thành phố;

³ Theo số liệu công bố kết quả kiểm kê đến hết ngày 31/12/2016 của Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội, trong đó có 02 di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại (Hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc), Thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu Tam phủ của người Việt, 01 di sản cần bảo vệ khẩn cấp (Hát Ca trù), 01 di sản trong hồ sơ đa quốc gia (Nghỉ lễ và trò chơi Kéo co), 1 di sản tư liệu thế giới (82 bia đá Tiến sĩ triều Lê - Mạc di tích Văn Miếu - Quốc Tử Giám) và 26 di sản được ghi vào Danh mục Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia.

quốc tế Hà Nội - HANIFF, chương trình nghệ thuật thực cảnh “Tinh hoa Bắc Bộ”. Trước khi Hà Nội trở thành Thành phố sáng tạo về thiết kế, Hà Nội đã và tiếp tục triển khai nhiều chương trình, dự án lớn trong lĩnh vực sáng tạo thiết kế, phục vụ đời sống văn hóa của người dân. Điển hình như Không gian đi bộ hồ Hoàn Kiếm, trong hơn 3 năm đã có gần 400 sự kiện trong nước và quốc tế được tổ chức; Không gian bích họa Phùng Hưng; Hợp tác xã Vụn Art (mái nhà của người khuyết tật thiết kế tranh ghép từ những mảnh vải vụn); dự án Tinh hoa làng nghề Việt Nam (hoạt động thiết kế sáng tạo đương đại, kết nối thủ công mỹ nghệ truyền thống); Đề án Tổng kiểm kê, bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể Hà Nội; Không gian kiến trúc văn hóa Bảo tàng Hà Nội; Không gian văn hóa Phố sách nơi hội tụ nhiều nhà xuất bản lớn và uy tín với nhiều hoạt động về văn hóa đọc, lễ hội, triển lãm, xuất bản, mua bán sách. Con phố nhỏ nhưng đã đón hơn 3 triệu độc giả trong 5 năm qua... Những không gian văn hóa này đang tiếp tục đi tìm sức sống, sức sáng tạo mới cho cộng đồng.

Hà Nội còn là nơi hội tụ tinh hoa nghề thủ công truyền thống của cả nước. Trong số khoảng 5.400 làng nghề ở Việt Nam, riêng Hà Nội chiếm 1/3 với khoảng 1.350 làng nghề và làng có nghề, trong đó có hơn 300 làng nghề thủ công truyền thống tiêu biểu. Mạng lưới làng nghề thủ công rộng khắp cùng hàng trăm nghề nhân nhân dân, nghề nhân ưu tú lĩnh vực thủ công mỹ nghệ đã được Chủ tịch nước phong tặng cùng cộng đồng thợ giỏi và rất nhiều nhà sáng tạo trẻ đã đưa Hà Nội trở thành nơi nuôi dưỡng, hội tụ và thúc đẩy cảm hứng sáng tạo lan tỏa trong xã hội, nơi tôn vinh văn hóa Việt, đưa các sản phẩm thủ công truyền thống ra thị trường quốc tế.

Hà Nội cũng tự tin với tỷ lệ dân số vàng với 51,7% dân số trẻ⁴, có một cộng đồng sáng tạo mới mẻ, phong phú gồm các nhà thiết kế, nghệ sĩ, nhà khoa học, các không gian sáng tạo và hàng nghìn doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thiết kế sáng tạo và công nghiệp văn hóa⁵, đây chính là thế mạnh của thành phố trong kết nối quốc tế dựa trên sự sáng tạo gắn với công nghệ số. Phương thức quản trị hệ thống, các sáng kiến trong xây dựng chính quyền điện tử nhằm bảo tồn tự nhiên, phát huy di sản văn hóa dựa trên ứng dụng khoa học công nghệ đang truyền năng lượng sáng tạo mạnh mẽ đến các công dân thành phố.

Trong lĩnh vực văn hóa ở Hà Nội nói riêng và Việt Nam nói chung trong thời gian qua đã có nhiều cơ chế, chính sách mới hình thành nên môi trường để phát huy có hiệu quả các nguồn lực văn hóa để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, trong đó nền tảng đầu tiên là Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020⁶ và đến năm 2016 là

⁴ Số liệu thống kê và phân tích của chuyên gia tại Hồ sơ ứng cử gia nhập Mạng lưới các Thành phố Sáng tạo của UNESCO năm 2019.

⁵ Bao gồm: 20 Nhà hát, gần 40 cụm rạp chiếu phim hiện đại, 18 Bảo tàng, 02 Thư viện công, 05 Thư viện trực thuộc Đại sứ quán và hàng trăm Thư viện trực thuộc các trường Đại học, Cao đẳng, 06 đơn vị nghệ thuật chuyên nghiệp, 11 đơn vị nghệ thuật Trung ương, khoảng 200 không gian sáng tạo.

⁶ Ban hành kèm theo Quyết định số 581/QĐ-TTg ngày 06/5/2009 của Thủ tướng Chính phủ.

Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030⁷. Trên cơ sở khung chính sách của quốc gia, Thành phố Hà Nội đã ban hành các Chương trình công tác của Thành ủy⁸, Nghị quyết của HĐND Thành phố và Quyết định của UBND Thành phố với việc ưu tiên tập trung thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm để phát triển kinh tế - xã hội, trong đó có phát triển văn hóa, con người, phát triển du lịch, bảo tồn nghề thủ công truyền thống và di sản văn hóa... hướng tới mục tiêu phát triển bền vững⁹.

Với những thay đổi tích cực về chính sách, công nghiệp văn hóa/ công nghiệp sáng tạo của Thủ đô đã từng bước có sự chuyển động tích cực. Năm 2018, ngành công nghiệp văn hóa đóng góp khoảng 1,49 tỷ USD vào tổng sản phẩm trên địa bàn thành phố Hà Nội (chiếm tỷ trọng 3,7% GRDP của Thành phố), trong đó giá trị gia tăng của ngành nghệ thuật, vui chơi và giải trí đạt khoảng 196,5 triệu USD (chiếm tỷ trọng 0,49% GRDP của Thành phố). Tổng doanh thu trực tiếp từ làng nghề truyền thống và các làng có nghề của thành phố Hà Nội đạt khoảng 983,5 triệu USD năm 2018¹⁰ với tổng số gần 1 triệu lao động trực tiếp; kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng thủ công mỹ nghệ đạt 192 triệu USD (chiếm tỷ trọng 1,4% tổng kim ngạch xuất khẩu của Thành phố)¹¹. Năm 2019 Hà Nội đón gần 29 triệu lượt khách tham quan, bằng 1/3 lượng khách du lịch của cả nước, trong đó có hơn 7 triệu lượt khách quốc tế. Hà Nội luôn ở trong danh sách bình chọn của Tổ chức du lịch thế giới cho các điểm đến hàng đầu của châu Á và thế giới. Giai đoạn 2015-2020 cơ cấu kinh tế của Thành phố đang chuyển dịch theo hướng gia tăng nhanh ngành dịch vụ từ 57,2%/năm lên tới 64,1%GRDP đã giúp Hà Nội duy trì tăng trưởng khá, đạt bình quân 6,83%/năm. GRDP/người năm 2020 đạt 5.325 USD, gấp 2,3 lần năm 2010¹² và đang trở thành một thành phố năng động, phát triển. Đây là tiền đề thuận lợi để Hà Nội phát huy bề dày lịch sử và sự đa dạng văn hóa trong việc chuyển hóa nguồn tài nguyên văn hóa thành sự bứt phá của các ngành công nghiệp văn hóa.

Hà Nội ngày càng trẻ trung, hiện đại và sáng tạo trên nền tảng lịch sử, văn hóa ngàn năm văn hiến, trở thành một trong những thành phố năng động nhất trên thế giới

⁷ Ban hành tại Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ.

⁸ Chương trình số 04-CTr/TU ngày 26/4/2016 của Thành ủy Hà Nội về “Phát triển văn hóa - xã hội, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực Thủ đô, xây dựng người Hà Nội thanh lịch, văn minh giai đoạn 2016 - 2020”; Chương trình số 06-CTr/TU ngày 17/3/2021 của Thành ủy Hà Nội về “Phát triển văn hóa, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng người Hà Nội thanh lịch văn minh giai đoạn 2021-2025”; Nghị quyết số 06-NQ/TU ngày 26/6/2016 của Thành ủy Hà Nội về phát triển du lịch Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2016-2020 và những năm tiếp theo.

⁹ Đề án về “Đánh giá, đề xuất các giải pháp phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn Thủ đô Hà Nội trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế” năm 2018; Kế hoạch số 112/KH-UBND ngày 29/5/2017 của UBND Thành phố Hà Nội thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Thủ đô Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

¹⁰ Chưa bao gồm phần doanh thu gián tiếp do khu vực nghề thủ công truyền thống và nghệ thuật dân gian tạo ra.

¹¹ Số liệu đánh giá tại Tọa đàm Phát triển Công nghiệp văn hóa trên địa bàn Thủ đô, giai đoạn 2021-2025, định hướng đến 2030, tầm nhìn đến 2045 do Thành ủy Hà Nội tổ chức tháng 6 năm 2021.

¹² Số liệu thống kê của Thành phố Hà Nội.

(năm 2019) theo chỉ số tăng trưởng thành phố (CMI) do Jones Lang LaSalle (JLL) thực hiện. Với tư duy và tầm nhìn chiến lược, Đại hội lần thứ XIII của Đảng, vấn đề về phát triển Công nghiệp văn hóa tiếp tục được Đảng ta đề cập đến. Cụ thể, trong Báo cáo chính trị trình Đại hội XIII của Đảng đã định hướng nhiệm vụ và giải pháp xây dựng và phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam trong đó có nhấn mạnh đến nội dung *“Triển khai có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới”*. Cũng trong dự thảo Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2020 - 2030 trình Đại hội XIII của Đảng đã bổ sung rõ hơn về khâu đột phá chiến lược thứ hai là tiếp tục phát triển toàn diện nguồn nhân lực, khoa học, công nghệ *“đổi mới sáng tạo, khơi dậy khát vọng, lòng tự hào dân tộc, ý chí tự lực tự cường và phát huy giá trị văn hóa, con người Việt Nam”*¹³. Như vậy, nhận thức của Đảng và Nhà nước ta đối với lĩnh vực văn hóa nói chung, công nghiệp văn hóa nói riêng đã có sự thay đổi căn bản: 1- Thừa nhận có thị trường văn hóa phẩm và công nhận sản phẩm văn hóa như là hàng hóa được lưu thông trên thị trường; 2- Tạo điều kiện cho thị trường văn hóa phẩm phát triển bằng chính sách kinh tế trong văn hóa và chính sách văn hóa trong kinh tế; 3- Thông qua một số chính sách cụ thể, khuyến khích ngành công nghiệp văn hóa phát triển. Đây là cơ sở quan trọng để Thành ủy, HĐND, UBND Thành phố Hà Nội tiếp tục định vị và phát triển đúng đắn, bắt nhịp với hơi thở của thời đại, phấn đấu Hà Nội trở thành trung tâm của sự sáng tạo, định hướng phát triển bền vững trên cơ sở không chỉ bảo tồn các giá trị văn hóa, lịch sử mà còn phát triển các ngành công nghiệp văn hóa cho một thời đại mới bằng việc ban hành Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/02/2022 của Thành ủy về “Phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn Thủ đô giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” - Một trong hai Nghị quyết chuyên đề được xác định trong cả nhiệm kỳ. Đây được coi là bước đột phá trong phát triển văn hóa Thủ đô, nhằm đảm bảo hài hòa giữa bảo tồn và phát triển văn hóa, cải thiện chất lượng văn hóa, nâng cao đời sống tinh thần cho Nhân dân Thủ đô, thu hẹp dần khoảng cách, nâng cao khả năng thụ hưởng văn hóa giữa các vùng (khu vực đô thị, ngoại thành, khu xa trung tâm...) của Thủ đô, góp phần quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, gia tăng tỷ trọng đóng góp vào GRDP của Thành phố.

Mục tiêu chung được Thành phố Hà Nội xác định là tạo bước phát triển toàn diện các ngành công nghiệp văn hóa của Thủ đô cả về quy mô, chất lượng sản phẩm, dịch vụ và thị trường, đảm bảo phát triển bền vững, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tốc độ, tỷ trọng, giá trị gia tăng cao; hoạt động có tính chuyên nghiệp, với kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại; dịch vụ, sản phẩm văn hóa đa dạng, có chất lượng, có thương hiệu, đáp ứng nhu cầu sáng tạo, hưởng thụ của người dân trong nước, thúc đẩy phát triển du lịch và xuất

¹³ Đảng Cộng sản Việt Nam (2020), Văn kiện trình Đại hội XIII của Đảng, Lưu hành nội bộ, T2/2020 (Tài liệu sử dụng tại Đại hội Đảng bộ cấp huyện, tỉnh và tương đương), tr.130.

khẩu. Tập trung đầu tư phát triển một số lĩnh vực giàu tiềm năng, lợi thế của Thủ đô như: Du lịch văn hóa; Nghệ thuật biểu diễn; Thủ công mỹ nghệ; Thiết kế; Quảng cáo; Mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; Điện ảnh; Thời trang; Âm thực; Phần mềm và các trò chơi giải trí; Truyền hình và Phát thanh; Xuất bản... phù hợp với thực tiễn Thủ đô và từng giai đoạn cụ thể.

Một điểm mới được Thành ủy Hà Nội nhấn trong Nghị quyết về phát triển công nghiệp văn hóa của Thủ đô Hà Nội lần này không chỉ xác định mục tiêu phát triển đến năm 2030 mà còn định hướng phát triển đến năm 2045 (là năm kỷ niệm 100 năm thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa, nay là nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam). Cụ thể là: Đến năm 2025 công nghiệp văn hóa Thủ đô trở thành ngành kinh tế quan trọng, tạo động lực mới thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội; phấn đấu có mức đóng góp 5% GRDP của Thành phố; Đến năm 2030 công nghiệp văn hóa Thủ đô cơ bản trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác. Hà Nội nằm trong nhóm các thành phố có ngành công nghiệp văn hóa phát triển hàng đầu có thương hiệu, sản phẩm uy tín, khả năng cạnh tranh cao với các Thành phố trong khu vực; là "Thành phố sáng tạo" có sức ảnh hưởng ở khu vực Đông Nam Á. Phấn đấu doanh thu từ các ngành công nghiệp văn hóa tăng dần qua từng năm, đóng góp khoảng 8% GRDP của Thành phố; Đến năm 2045 công nghiệp văn hóa Thủ đô là ngành kinh tế mũi nhọn, phát triển toàn diện, là động lực phát triển các ngành, lĩnh vực khác, là tiền đề để xây dựng Hà Nội có chất lượng cuộc sống cao; kinh tế, văn hóa, xã hội phát triển toàn diện, bền vững; trở thành “Thành phố sáng tạo” của khu vực châu Á, thành phố kết nối toàn cầu, trung tâm văn hóa, du lịch lớn đặc sắc, có sức cạnh tranh quốc tế. Hình thành một số công trình văn hóa mới cho Thủ đô và Việt Nam, mang tính biểu tượng văn hóa có tầm cỡ khu vực và thế giới. Phấn đấu đóng góp khoảng 10% GRDP của Thành phố.

Từ nhận thức tới hành động, phát huy tiềm năng thế mạnh của mình thiết lập Hà Nội trở thành Thủ đô sáng tạo trong tương lai còn nhiều khó khăn, thách thức như đánh giá Thành ủy Hà Nội đó là: Nhận thức văn hóa là động lực, nguồn lực quan trọng cho phát triển, nhất là phát triển bền vững của Thủ đô ngàn năm văn hiến, cũng như về công nghiệp văn hóa của một số cấp, ngành, đơn vị còn hạn chế. Việc đầu tư, khơi thông nguồn lực văn hóa, lịch sử cho phát triển kinh tế - xã hội còn chưa đáp ứng yêu cầu; cơ sở hạ tầng cho công nghiệp văn hóa thiếu đồng bộ. Sự tăng trưởng kinh tế dựa vào khai thác thế mạnh văn hóa chưa ổn định, chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế; cơ chế và các chính sách đặc thù, ưu tiên cho sáng tạo văn hóa chưa hoàn thiện. Thiếu sự phối hợp, liên kết đồng bộ hiệu quả, liên ngành giữa các lĩnh vực khác nhau có liên quan. Giáo dục, đào tạo, phát hiện, bồi dưỡng nhân tài trong các lĩnh vực văn hóa và công nghiệp văn hóa chưa được quan tâm đúng mức và chưa theo kịp sự tiến bộ, phát triển chung của khu vực và thế giới. Việc triển khai thực hiện các cam kết với

UNESCO về “Thành phố sáng tạo” chưa được tập trung đẩy mạnh. Tình trạng vi phạm bản quyền ở nhiều lĩnh vực sáng tạo còn diễn ra; thị trường văn hoá phát triển chưa đồng bộ; chịu sự ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19...

Nguyên nhân của những hạn chế, tồn tại nêu trên chủ yếu là do nhận thức chưa đầy đủ, toàn diện về vị trí, vai trò của văn hóa và công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội. Thiếu nền tảng lý luận, thiếu quy hoạch, chiến lược, kế hoạch tổng thể và quản lý chi tiết đối với từng ngành công nghiệp văn hóa theo hướng phát triển bền vững. Nguồn lực dành cho hoạt động của công nghiệp văn hóa còn nhỏ lẻ, manh mún, thiếu đồng bộ; doanh nghiệp văn hóa phần lớn có quy mô nhỏ, sức cạnh tranh thấp. Chính sách xã hội hóa phát triển công nghiệp văn hóa còn hạn chế. Việc đầu tư, hợp tác, liên kết, phát triển công nghiệp văn hóa từ khâu tạo sản phẩm, dịch vụ, đến phát triển thị trường trong và ngoài nước chưa được chú trọng đúng mức, chưa gắn với chuỗi giá trị toàn cầu. Hệ thống kết cấu hạ tầng chưa đồng bộ, chất lượng môi trường hỗ trợ sáng tạo, cơ sở vật chất và nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa còn nhiều khó khăn; chưa xây dựng được cơ chế chính sách phù hợp để thu hút, khuyến khích các nguồn lực xã hội và các nhà đầu tư lớn vào phát triển công nghiệp văn hóa.

Đề trở thành một trong 3 trung tâm hàng đầu của cả nước về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, định vị thương hiệu “Thành phố Sáng tạo”, Thành ủy Hà Nội đã tập trung chỉ đạo thực hiện với 06 quan điểm: *Thứ nhất*, phát triển công nghiệp văn hóa được đặt trong tổng thể và dựa trên nền tảng phát triển văn hóa, con người Việt Nam nói chung và Thủ đô Hà Nội nói riêng; *Thứ hai*, phát triển công nghiệp văn hóa trên nguyên tắc đảm bảo hài hòa giữa bảo tồn và phát triển, phát huy tối đa những tiềm năng, thế mạnh, giá trị văn hóa truyền thống mang bản sắc của Thủ đô ngàn năm văn hiến; *Thứ ba*, phát triển công nghiệp văn hóa là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành, của toàn xã hội trên tinh thần “đầu tư cho văn hóa là đầu tư cho phát triển bền vững”; *Thứ tư*, quá trình phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với hoàn thiện thị trường văn hóa, đảm bảo có trọng tâm, trọng điểm, lộ trình theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, phát huy cao nhất lợi thế của Thủ đô; *Thứ năm*, đảm bảo kết cấu hạ tầng, tạo lập môi trường và hệ sinh thái đổi mới sáng tạo cho các ngành công nghiệp văn hóa phát triển; *Thứ sáu*, hoàn thiện quy hoạch, cơ chế, chính sách phát triển văn hóa và công nghiệp văn hóa để huy động, đầu tư, khai thác tối đa và sử dụng hiệu quả mọi nguồn lực để phát triển công nghiệp văn hóa Thủ đô vừa bao trùm, đặc sắc, vừa bền vững, hiện đại.

Tám nhóm nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu để phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn Thủ đô Hà Nội đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030, định hướng đến năm 2045 có nhiều điểm mới nhấn so với Đề án về phát triển công nghiệp văn hóa Thủ đô trước đó, như: Khơi dậy ý chí, khát vọng phát triển Thủ đô của Nhân dân Hà Nội và cả nước; đẩy mạnh cơ cấu lại kinh tế với nền tảng là văn hóa; lấy khoa học, công nghệ cao và đổi mới sáng tạo là động lực then chốt để xây dựng và phát triển Thủ đô; phát triển văn hóa, xây

dựng nền công nghiệp văn hóa Hà Nội thực sự là trung tâm hội tụ, kết tinh văn hoá của cả nước, trở thành nguồn lực phát triển mới cho Thủ đô; hoàn thiện hệ thống pháp luật về Thủ đô với cơ chế, chính sách phù hợp, đáp ứng yêu cầu phát triển Thủ đô trong giai đoạn mới, cụ thể là:

Đổi mới tư duy, nâng cao nhận thức về công nghiệp văn hóa, trong đó chúng ta cần đổi mới tư duy, đẩy mạnh truyền thông, nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, địa phương và toàn xã hội về vị trí, vai trò của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp trong việc đầu tư cho văn hóa như là một phần chiến lược kinh doanh và thể hiện trách nhiệm với xã hội, cộng đồng.

Tập trung xây dựng, hoàn thiện cơ chế, chính sách, trong đó chúng ta cần xây dựng, bổ sung và hoàn thiện các cơ chế, chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa, nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ và các quyền liên quan, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh trên thị trường; các chính sách ưu đãi về vốn, thuế, đất đai, khuyến khích sáng tạo đối với văn nghệ sỹ, các doanh nghiệp khởi nghiệp; cơ chế khuyến khích phát triển bền vững các không gian sáng tạo trở thành “hệ sinh thái sáng tạo”.

Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp văn hóa của Thủ đô phát triển, trong đó cần quan tâm kế hoạch phát triển nguồn nhân lực cho các ngành công nghiệp văn hóa có trình độ chuyên môn cao; Thực hiện tốt chính sách thu hút, trọng dụng nhân tài, ưu đãi, vinh danh đội ngũ trí thức, văn nghệ sỹ, nghệ nhân, các nhà khoa học ở trong và ngoài nước, các chuyên gia quốc tế đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam; Đầu tư phát triển nguồn nhân lực trong việc quảng bá, phát triển thị trường văn hóa, tạo mối liên kết thị trường về ngành nghề và khu vực, xây dựng thương hiệu quốc gia, quốc tế cho các ngành công nghiệp văn hóa của Thủ đô; Đẩy mạnh giáo dục sáng tạo trên địa bàn thành phố; Chú trọng tạo lập môi trường nuôi dưỡng văn hóa sáng tạo, phát triển hệ sinh thái giáo dục sáng tạo trong cộng đồng, nhà trường gắn với thúc đẩy giáo dục mở, xây dựng nhà trường sáng tạo, hình thành thể hệ công dân sáng tạo - công dân toàn cầu.

Tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ hiện đại trong sáng tạo, sản xuất, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm văn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ văn hóa, phù hợp với thị trường trong và ngoài nước; Tăng cường hợp tác, hội nhập với các thành phố của các quốc gia có nền công nghiệp văn hóa phát triển mạnh; Triển khai số hóa, hoàn thiện cơ sở dữ liệu với đầy đủ các nội dung về di sản văn hóa, "Thành phố sáng tạo", phục vụ phát triển công nghiệp văn hóa để quản lý, kết nối chia sẻ, quảng bá thông tin với các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, cộng đồng trong và ngoài nước.

Phát triển thị trường công nghiệp văn hóa, chú trọng khu vực có tiềm năng, lợi thế như ở khu vực đô thị, làng nghề truyền thống, thông qua các chương trình đào tạo, hoặc liên kết với chuyên gia quốc tế để nâng cao năng lực sáng tạo, hướng đến thị

trường quốc tế; Lựa chọn xây dựng các thương hiệu sản phẩm, dịch vụ chất lượng cao để quảng bá cho ngành công nghiệp văn hóa Hà Nội với cả nước và thế giới kết hợp với du lịch, các hoạt động thu hút đầu tư trong và ngoài nước; Đổi mới tư duy, đổi mới công nghệ sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất và sáng tạo các giá trị văn hóa mới, tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng cao tham gia vào thị trường văn hóa trong nước và quốc tế; Nâng cấp kết cấu hạ tầng về công nghiệp văn hóa và các mô hình tổ chức, quản lý của các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân, văn nghệ sĩ, trí thức, nghệ nhân, thợ giỏi nhằm phối hợp đồng bộ, phát triển nhanh và bền vững; Nâng cao nhận thức của các cơ quan quản lý Nhà nước, các tác giả, tổ chức, cá nhân liên quan và công chúng về quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm của mình, đặc biệt là ý thức tôn trọng sở hữu trí tuệ, quyền tác giả và các quyền khác liên quan...

Thu hút và hỗ trợ đầu tư thông qua việc Thành phố triển khai quy hoạch, bố trí quỹ đất, nguồn lực đầu tư của nhà nước và ngoài nhà nước cho các công trình, dự án phát triển văn hóa chất lượng cao, trong đó ưu tiên phát triển không gian công cộng, điểm du lịch văn hóa, vui chơi giải trí, nghệ thuật biểu diễn, kết hợp phố - không gian đi bộ, điểm mua sắm, mở rộng tạo không gian văn hóa giành cho cộng đồng; hình thành hệ thống quảng trường, không gian văn hóa nghệ thuật, trình chiếu ánh sáng, quảng bá sản phẩm tạo thành nơi hội tụ của các sản phẩm văn hóa có thương hiệu quốc gia và quốc tế; Thực hiện các chính sách ưu đãi, đẩy mạnh xúc tiến đầu tư phát triển các ngành công nghiệp văn hóa sẵn có lợi thế, tiềm năng như: Nghệ thuật biểu diễn, thủ công mỹ nghệ, thiết kế, phần mềm và các trò chơi giải trí, du lịch văn hóa, ẩm thực... Phát triển mạng lưới doanh nghiệp văn hóa, trong đó hình thành một số tập đoàn lớn về công nghiệp văn hóa; Tạo môi trường, điều kiện thuận lợi nhất để khai thác, phát huy những tiềm năng, giá trị văn hóa đặc sắc của từng địa phương, phát triển công nghiệp văn hóa gắn với du lịch văn hóa; Xây dựng một số công trình văn hóa mới, tạo thành các biểu tượng văn hóa mới cho Thủ đô và có tiềm năng phát triển công nghiệp văn hóa gắn với du lịch, đặc biệt là triển khai quyết liệt một số dự án, đồ án quy hoạch bảo tồn, phát huy giá trị di sản thế giới, di tích quốc gia đặc biệt, di tích quốc gia đã được Thành phố tập trung nguồn lực đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025 và những năm tiếp theo.

Mở rộng giao lưu, hợp tác trong nước và quốc tế về văn hóa, tiếp tục thực hiện hiệu quả ngoại giao văn hóa; Xây dựng kế hoạch tổ chức lễ hội, sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch có quy mô lớn, mang tầm khu vực và quốc tế; Xác lập thương hiệu các sản phẩm, dịch vụ, thương hiệu doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa Thủ đô, xây dựng các chương trình quảng bá, xúc tiến thương mại quốc gia, giới thiệu tại các hội chợ quốc tế, liên hoan du lịch quốc tế và các hoạt động quốc tế khác; Chủ động kết nối, mở rộng mạng lưới và tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế, các thành phố có kinh nghiệm, các quốc gia uy tín trong phát triển công nghiệp văn hóa.

Tham gia Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO là bước đi đầu tiên nhưng rất quan trọng đối với mục tiêu nâng cao vị thế và tạo dựng hình ảnh mới, hấp dẫn hơn cho Hà Nội. Đặc biệt, tầm nhìn và thương hiệu của một “Thành phố sáng tạo” sẽ tạo điều kiện để Hà Nội có thể thúc đẩy cạnh tranh trong thu hút đầu tư quy mô lớn, kích thích tái tạo đô thị và tập trung các chương trình phát triển kinh tế - xã hội... Vì thế, nội dung trọng tâm và xuyên suốt mà Thành phố Hà Nội đề ra trong thời gian tới là phải triển khai thực hiện có hiệu quả các sáng kiến và cam kết khi Hà Nội tham gia Mạng lưới thành phố sáng tạo của UNESCO (UCCN) gồm: kiến tạo một *Trung tâm thiết kế sáng tạo*; xây dựng và củng cố các không gian sáng tạo tại Hà Nội; chương trình truyền hình Tài năng sáng tạo Hà Nội; Lễ hội thiết kế sáng tạo Hà Nội; diễn đàn mạng lưới các thành phố sáng tạo Đông Nam Á và xây dựng mạng lưới các nhà thiết kế sáng tạo trẻ. Đây chính là một trong những giải pháp tạo tiền đề quan trọng để phát triển công nghiệp văn hóa Thủ đô.

Hà Nội là Thành phố đầu tiên của Việt Nam gia nhập Mạng lưới các Thành phố Sáng tạo của UNESCO và cũng là Thành phố đầu tiên ban hành Nghị quyết riêng về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Tháng 4/2022 Hội đồng nhân dân Thành phố đã thông qua Nghị quyết số 02/NQ-HĐND bổ sung kế hoạch đầu tư công trung hạn 5 năm 2021-2025 và những năm tiếp theo với hơn 14.000 tỷ đồng để tu bổ, tôn tạo và phát huy giá trị các di tích lịch sử văn hóa - nguồn lực vô cùng quan trọng cho phát triển du lịch văn hóa, xây dựng thành phố Sáng tạo. Đây là một quyết định mạnh mẽ, quyết liệt, chưa từng có để biến công nghiệp văn hóa thành ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ đô.

Ngay từ tên gọi ban đầu Thăng Long đã thể hiện khát vọng vươn lên, và từ đó Thủ đô Hà Nội đã có được những thương hiệu rất rõ ràng là: Thủ đô ngàn năm văn hiến, Thủ đô của lương tri và phẩm giá con người, Thành phố anh hùng, Thành phố vì hòa bình và Thành phố Sáng tạo. Hà Nội không chỉ là nơi hội tụ, kết tinh mà còn là nơi nuôi dưỡng, tỏa sáng những tài năng sáng tạo về văn hóa. Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, định vị thương hiệu Thành phố Sáng tạo cho Hà Nội cũng chính là tìm cho Hà Nội một giá trị cốt lõi từ đó kiến tạo hệ sinh thái sáng tạo xung quanh giá trị cốt lõi đó và tạo điều kiện tốt nhất để lực lượng lao động sáng tạo văn hóa tạo ra những giá trị văn hóa mới để Hà Nội thực sự trở thành trung tâm công nghiệp văn hóa của cả nước và khu vực, là thành phố kết nối toàn cầu, Văn hiến, Văn minh, Hiện đại và Sáng tạo, ngang tầm các thủ đô và thành phố hàng đầu trong khu vực. Vì vậy, đây là một công việc lâu dài, đòi hỏi đòi hỏi sự kiên trì và quyết tâm cao đối với một lĩnh vực quan trọng trong sự phát triển đất nước và Thủ đô./.

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI BẢO TỒN VÀ PHÁT HUY CÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG TỐT ĐẸP CỦA CÁC DÂN TỘC TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH HÒA BÌNH

UBND tỉnh Hòa Bình

Trong những năm gần đây, các ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam đang được quan tâm đầu tư và chú trọng phát triển. Văn hóa đã trở thành nguồn lực cho phát triển đất nước và là chủ trương xuyên suốt trong các văn kiện của Đảng. Nghị quyết Hội nghị lần thứ chín (Ban Chấp hành Trung ương khóa XI) đã xác định “*phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường văn hóa*” là nhiệm vụ quan trọng. Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII tiếp tục khẳng định nhiệm vụ này và coi đây là một trong những khâu đột phá trong việc xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước. Đại hội lần thứ XIII của Đảng nhấn mạnh: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hoá và dịch vụ văn hoá trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hoá Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị và thành tựu mới của văn hoá, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới”. Tại Hội nghị Văn hóa toàn quốc năm 2021, Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng nhấn mạnh: “Xây dựng môi trường văn hóa số phù hợp với nền kinh tế số, xã hội số và công dân số, làm cho văn hóa thích nghi, điều tiết sự phát triển bền vững đất nước trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Khẩn trương phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, xây dựng thị trường văn hóa lành mạnh”

Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Chính phủ ban hành ngày 08/9/2016 là tiền đề quan trọng để các tỉnh, thành phố xây dựng chương trình, kế hoạch triển khai thực hiện phù hợp với tình hình và điều kiện cụ thể của từng địa phương. Thông qua việc phát triển Công nghiệp văn hóa để quảng bá hình ảnh đất nước và con người; bảo tồn các giá trị văn hóa, bảo vệ môi trường, nâng cao đời sống tinh thần cho người dân, giảm khoảng cách phát triển giữa các vùng và khu vực trong cả nước. Chiến lược xác định 12 ngành công nghiệp văn hóa gồm: 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. Đồng thời, Chiến lược đưa ra quan điểm phát triển gồm:

- Các ngành công nghiệp văn hóa là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi nhằm thu hút tối đa nguồn lực từ các doanh nghiệp và xã hội để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa;

- Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa dựa trên sự sáng tạo, khoa học công nghệ và bản quyền trí tuệ; khai thác tối đa yếu tố kinh tế của các giá trị văn hóa;

- Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa có trọng tâm, trọng điểm, có lộ trình theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, phát huy được lợi thế của Việt Nam, phù hợp với các quy luật cơ bản của kinh tế thị trường; được đặt trong tổng thể phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ giữa các ngành, các khâu sáng tạo, sản xuất, phân phối, phổ biến và tiêu dùng;

- Phát triển công nghiệp văn hóa gắn liền với việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, góp phần bảo vệ, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình giao lưu, hội nhập và hợp tác quốc tế.

Hòa Bình là tỉnh miền núi nằm ở cửa ngõ vùng Tây Bắc, tiếp giáp với thủ đô Hà Nội, là vùng đất có truyền thống lịch sử văn hóa lâu đời, mang đậm bản sắc văn hóa của các dân tộc: Mường, Thái, Tày, Dao, Mông, là cái nôi của nền “*Văn hóa Hòa Bình*” nổi tiếng, với hơn 100 di tích đã được xếp hạng và nhiều lễ hội dân gian độc đáo của các dân tộc. Hòa Bình còn được thiên nhiên ban tặng cho nhiều cảnh quan hùng vĩ, tươi đẹp làm say đắm lòng người. Đặc biệt, hồ Hòa Bình với phong cảnh non nước hữu tình đang là điểm đến của nhiều nhà đầu tư phát triển loại hình du lịch sinh thái nghỉ dưỡng, thể thao, giải trí... Những tiềm năng, thế mạnh đó đã được tỉnh Hòa Bình tập trung khơi dậy và phát huy một cách mạnh mẽ, tạo động lực quan trọng và lợi thế cho phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho nhân dân các dân tộc trong tỉnh.

Công tác bảo tồn, phát huy di sản văn hóa truyền thống của các dân tộc đã được tỉnh Hòa Bình đặc biệt quan tâm. Tỉnh luôn xác định việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc trên địa bàn tỉnh Hòa Bình là nguồn lực quan trọng, là nền tảng bền vững của công nghiệp văn hóa. Để triển khai và cụ thể hóa các nhiệm vụ, mục tiêu của Chiến lược, Tỉnh đã ban hành nhiều văn bản chỉ đạo quan trọng: Ủy ban nhân dân tỉnh Hòa Bình ban hành Kế hoạch thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; ban hành các văn bản triển khai chỉ đạo nhằm thống nhất quản lý, bảo tồn, gìn giữ và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc trên địa bàn tỉnh, cụ thể: Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành các Quyết định: Ban hành Đề án bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa phi vật thể tiêu biểu các dân tộc tỉnh Hòa Bình giai đoạn 2018-2030; Ban hành Đề án “Bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa Mo Mường Hòa Bình, giai đoạn 2019-2025 và những năm tiếp theo; ban hành quy định quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa trên địa bàn tỉnh Hòa Bình; ban hành Đề án phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới tỉnh Hòa Bình đến năm 2030; phê duyệt Đề án phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình giai đoạn 2021-2025 tầm nhìn đến năm

2030; Kế hoạch thực hiện Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Hòa Bình.

Để tăng cường công tác chỉ đạo các cấp, các ngành trong công tác bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa các dân tộc trong tỉnh trong bối cảnh hiện nay, ngày 11/10/2021 Ban Thường vụ Tỉnh ủy ban hành Nghị quyết số 04-NQ/TU về bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa các dân tộc tỉnh Hòa Bình giai đoạn 2021-2025, định hướng đến 2030. Trong đó, xác định mục tiêu tổng quát là thực hiện có hiệu quả công tác bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa trên cơ sở kế thừa những tinh hoa văn hóa của các thế hệ trước, làm cho giá trị của các di sản văn hóa thấm sâu, lan tỏa trong đời sống xã hội nhằm giáo dục lịch sử, truyền thống văn hóa tốt đẹp của các dân tộc tỉnh Hòa Bình. Mở rộng giao lưu văn hóa để làm giàu thêm bản sắc văn hóa các dân tộc tỉnh Hòa Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế; hướng đến mục tiêu xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, phát huy những giá trị truyền thống tốt đẹp, xây dựng nhân cách con người Hòa Bình phát triển toàn diện. Khai thác, phát huy có hiệu quả di sản văn hóa các dân tộc tỉnh Hòa Bình gắn với phát triển du lịch bền vững, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội (*trên địa bàn tỉnh hiện có 5/8 KCN đã được thành lập và có chủ đầu tư hạ tầng; 06 KCN đã có nhà đầu tư thứ cấp với tổng số dự án đăng ký đầu tư là 104 dự án, trong đó 26 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài, tổng vốn đăng ký 528,1 triệu USD và 78 dự án đầu tư trong nước, tổng số vốn đăng ký 11.084,45 tỷ đồng; trong đó có 64 dự án đang hoạt động sản xuất kinh doanh; có 15 Cụm Công nghiệp được UBND tỉnh quyết định thành lập với tổng diện tích 626,4 ha, 10 CCN đã giao cho chủ đầu tư hạ tầng*).

Tỉnh Hòa Bình có 786 di sản văn hóa phi vật thể, gồm các loại hình như tiếng nói, chữ viết, ngữ văn dân gian, nghệ thuật trình diễn dân gian, nghề thủ công truyền thống, tập quán xã hội và tín ngưỡng; trong đó có 04 di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia: “Mo Mường Hòa Bình”; “Nghệ thuật Chiêng Mường”; “Tri thức dân gian Lịch tre dân tộc Mường tỉnh Hòa Bình” và “Lễ hội truyền thống Khai Hạ của người Mường”, với 01 nghệ nhân nhân dân và 44 nghệ nhân ưu tú thực hiện việc truyền dạy, giữ gìn và phát huy Di sản văn hóa phi vật thể các dân tộc trên địa bàn tỉnh. Tổng số di tích được xếp hạng là 102 di tích, trong đó có 41 di tích cấp quốc gia, 61 di tích cấp tỉnh và 386 điểm tín ngưỡng chưa được xếp hạng. Năm 2023, Ủy ban nhân dân tỉnh Hòa Bình sẽ hoàn thiện hồ sơ Mo Mường đệ trình UNESCO ghi danh vào danh sách Di sản văn hóa phi vật thể cần được bảo vệ khẩn cấp.

Tỉnh cũng thường xuyên chỉ đạo cơ quan chuyên môn, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố trong việc thực hiện mục tiêu bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống gắn với phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng của tỉnh; đẩy mạnh hoạt động trình diễn các loại hình dân ca, dân vũ, dân nhạc truyền thống tại các lễ hội dân gian các dân tộc, đây là bộ phận quan trọng của công nghiệp văn hóa, nhiều chương trình biểu diễn đã

sử dụng những chất liệu truyền thống để sáng tạo ra sản phẩm mới phù hợp với hiện tại và hấp dẫn khách du lịch, tiêu biểu như: Lễ hội Chùa Tiên, huyện Lạc Thủy; lễ hội Khai hạ Mường Bi, huyện Tân Lạc; lễ hội Đền Thác Bờ, huyện Đà Bắc; lễ hội Xên Mường người Thái, lễ hội Gầu Tào người Mông, huyện Mai Châu; lễ hội Mường Thàng, huyện Cao Phong; lễ hội Mường Động, huyện Kim Bôi...

Xác định mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tỉnh Hòa Bình đã xây dựng Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình giai đoạn 2014 - 2020, tầm nhìn đến 2030 và Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Hồ Hòa Bình, tỉnh Hòa Bình đến năm 2030 để thực hiện công tác quản lý phát triển du lịch trong đó các nội dung về đầu tư hỗ trợ phát triển hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, bảo tồn môi trường văn hóa truyền thống phục vụ phát triển du lịch văn hóa. Hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông được quan tâm đầu tư đáp ứng nhu cầu phát triển. Các tuyến đường bộ quốc gia quan trọng như đường Hồ Chí Minh, quốc lộ 6 và quốc lộ 12A, 12B, 15, 21A được nâng cấp; tuyến đường cao tốc Hà Nội - Hòa Lạc đi Hòa Bình thông tuyến đi vào hoạt động rút ngắn khoảng cách từ Hà Nội đi Hòa Bình gần 1h đồng hồ. Mạng lưới giao thông kết nối Hòa Bình với các tỉnh trong khu vực và các địa phương trong tỉnh khá thuận lợi. Giao thông đường thủy trên Sông Đà phía thượng lưu hồ Hòa Bình có cảng Thung Nai, Bích Hạ, cảng Ba Cấp được quy hoạch đầu tư xây dựng thành bến cảng du lịch đưa tàu thuyền theo tuyến sông đi trong khu Hồ Hòa Bình và lên tỉnh Sơn La, Điện Biên; phía hạ lưu hiện có tuyến du lịch đường thủy nội địa từ cảng Tuần Châu, tỉnh Quảng Ninh đi lên Hòa Bình phục vụ khách du lịch quốc tế. Thường xuyên tổ chức các đoàn Famtrip và Presstrip đến tỉnh Hòa Bình để khảo sát, xây dựng sản phẩm du lịch và quảng bá cho du lịch tỉnh Hòa Bình. Tập trung xây dựng các điểm du lịch cộng đồng mới như xóm Ngòi, xóm Ké, xóm Đức Phong (Đá Bia cũ) trên khu du lịch hồ Hòa Bình. Tỉnh đã xây dựng và duy trì Cổng thông tin du lịch thông minh để quản lý về số liệu khách, số hóa các điểm du lịch ... với mục tiêu trọng tâm phát triển du lịch gắn với bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa truyền thống.

Việc khai thác tiềm năng, lợi thế và giá trị văn hoá truyền thống tại Hoà Bình đã được tỉnh thực hiện có hiệu quả, hình thành nhiều sản phẩm du lịch độc đáo, có sức lôi cuốn đối với du khách trong nước và quốc tế, đóng góp đáng kể trong việc thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Năm 2022, Tổng khách Du lịch của tỉnh ước đạt 3.000.000 lượt khách, so với cùng kỳ năm trước đạt 203%, đạt 116,3% kế hoạch năm; trong đó: Khách quốc tế 100.000 lượt, so với cùng kỳ năm trước đạt 206,3%, đạt 105% kế hoạch năm; khách nội địa 2.900.000 lượt, so với cùng kỳ năm trước đạt 202,9%, đạt 116,9% kế hoạch năm. Tổng thu từ khách du lịch: Khoảng 3.100 tỷ đồng, so với cùng kỳ năm trước đạt 204,9%, đạt 129,3% kế hoạch năm.

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, việc phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc trên địa bàn

tỉnh Hòa Bình vẫn còn nhiều khó khăn, hạn chế: Số di sản văn hóa phi vật thể được kiểm kê khoa học chưa cao; một số loại hình di sản văn hóa phi vật thể có nguy cơ bị mai một, nhất là các loại hình nghệ thuật truyền thống; nhiều di tích đã xây dựng từ lâu, đến nay đã xuống cấp; nguồn ngân sách phục vụ cho công tác tu bổ, tôn tạo di tích còn hạn chế; việc huy động các nguồn lực xã hội hóa để trùng tu di tích còn khó khăn; nguồn thu từ các ngành công nghiệp văn hóa chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế; một bộ phận người dân nhận thức chưa đầy đủ về bảo tồn giá trị di sản văn hóa trong khai thác phát triển du lịch...

Để phát huy hiệu quả công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc, thời gian tới tỉnh Hòa Bình sẽ tập trung triển khai một số giải pháp sau:

Thứ nhất, tiếp tục tuyên truyền nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, địa phương và toàn xã hội về vị trí vai trò của việc phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc trên địa bàn tỉnh Hòa Bình.

Thứ hai, xây dựng cơ chế, chính sách đặc thù nhằm khai thác, sử dụng hiệu quả tối đa nguồn lực di sản văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa. Tăng cường hợp tác chặt chẽ, hiệu quả của các cơ quan đơn vị, doanh nghiệp trong phát triển công nghiệp văn hóa, đặc biệt là đơn vị, doanh nghiệp có liên quan đến các ngành công nghiệp văn hóa có sử dụng khai thác các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc tỉnh Hòa Bình.

Thứ ba, công nghiệp văn hóa phải được các cơ quan có trách nhiệm chỉ đạo, định hướng, tổ chức thực hiện ngay từ các khâu quy hoạch, xây dựng Kế hoạch, phê duyệt Dự án, Đề án đảm bảo đáp ứng được yêu cầu, mục tiêu phát triển công nghiệp văn hóa.

Thứ tư, chú trọng đến sản xuất các sản phẩm công nghiệp văn hóa từ di sản văn hóa độc đáo, có tính ứng dụng, nhưng vẫn thể hiện được bản sắc dân tộc, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ và tiêu dùng văn hóa ngày càng cao của người dân. Đặc biệt, hướng tới những sản phẩm văn hóa từ nguồn lực di sản mang đặc trưng riêng độc đáo.

Thứ năm, mở rộng giao lưu, hợp tác trong nước và quốc tế để giới thiệu, quảng bá các sản phẩm, dịch vụ văn hóa của tỉnh tại các hội chợ quốc tế, liên hoan quốc tế.

Thứ sáu, đào tạo phát triển nguồn nhân lực theo các ngành nghề đáp ứng yêu cầu về kiến thức, chuyên môn nghiệp vụ làm việc trong các nhóm ngành công nghiệp văn hóa của tỉnh./.

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI PHÁT HUY GIÁ TRỊ DI SẢN VĂN HÓA TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH - KHU VỰC CỔ ĐÔ HOA LƯ VÀ VÙNG DI SẢN TRÀNG AN

Sở Văn hóa và Thể thao tỉnh Ninh Bình

Ninh Bình mảnh đất địa linh nhân kiệt, nơi phát tích của 3 triều đại: Đinh, tiền Lê, Lý và là kinh đô đầu tiên của Nhà nước phong kiến Trung ương tập quyền ở Việt Nam từ thế kỷ thứ X, Ninh Bình là một trong những địa phương có nhiều danh lam, thắng cảnh, các di tích lịch sử, văn hóa nổi tiếng thuận lợi cho việc phát triển ngành công nghiệp văn hóa. Toàn tỉnh hiện có 1.821 di tích lịch sử văn hóa, trong đó 05 hiện vật được công nhận là bảo vật quốc gia; 02 di tích được công nhận di tích quốc gia; 01 di tích được xếp hạng di tích cấp Quốc gia đặc biệt; 81 di tích cấp Quốc gia, 307 di tích cấp tỉnh; 430 di sản văn hóa phi vật thể, bao gồm đầy đủ các loại hình: Nghệ thuật trình diễn dân gian: 97; Tri thức dân gian: 20; Nghề thủ công truyền thống: 38; Lễ hội truyền thống: 228; Tập quán xã hội: 41; Tiếng nói, chữ viết: 02; Ngữ văn dân gian: 04... Đặc biệt, Quần thể Danh thắng Tràng An được Tổ chức Khoa học, Giáo dục và Văn hóa Liên hợp quốc (UNESCO) ghi danh là Di sản Văn hóa và Thiên nhiên Thế giới. Đây là một trong 39 Di sản hỗn hợp của thế giới, là Di sản hỗn hợp đầu tiên của Việt Nam và khu vực Đông Nam Á. Nhận thức rõ việc xây dựng ngành công nghiệp văn hóa có vai trò quan trọng trong việc đẩy mạnh hoạt động giới thiệu và quảng bá hình ảnh, con người, những nét văn hóa đặc sắc cũng như thế mạnh, tiềm năng, cơ hội hợp tác đầu tư của tỉnh Ninh Bình đến bạn bè quốc tế, qua đó tạo điều kiện phát triển kinh tế- xã hội tại địa phương, thúc đẩy quá trình hội nhập quốc tế trên địa bàn tỉnh ngày càng sâu rộng và bền vững, trong 05 năm thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08 tháng 9 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, tỉnh Ninh Bình đã ban hành Kế hoạch số 42/KH-UBND ngày 12/4/2017 về triển khai thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tỉnh Ninh Bình đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; Nghị quyết số 02-NQ-TU ngày 17/8/2016 của Tỉnh ủy và Kế hoạch số 19/KH-UBND ngày 09/3/2017 của UBND tỉnh Ninh Bình về bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới Quần thể Danh thắng Tràng An trong phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020, Quyết định số 1274/QĐ-UBND, ngày 23/10/2019 phê duyệt Đề án “Khôi phục, bảo tồn và phát huy nghệ thuật hát Xẩm trên địa bàn tỉnh Ninh Bình, giai đoạn 2019 - 2021”; Đề án Khôi phục, bảo tồn và phát huy nghệ thuật hát Xẩm trên địa bàn tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2019 – 2022; Đề án xây dựng các sản phẩm văn hóa nhằm phát huy giá trị văn hóa, lịch sử Cổ đô Hoa Lư phục vụ phát triển du lịch giai đoạn 2021 - 2025 và những năm tiếp theo;

Đề án “Bảo tồn và phát huy giá trị lịch sử, văn hóa, truyền thống tốt đẹp của con người, vùng đất Cố đô Hoa Lư, giai đoạn 2021-2030”; Đề án “Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể Thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu Tam phủ của người Việt trên địa bàn tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2019 - 2022”; Đề án phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2021- 2030, định hướng đến năm 2045 trên địa bàn tỉnh Ninh Bình... và nhiều chương trình, kế hoạch phát triển văn hóa, du lịch. Với việc thực hiện đồng bộ nhiều nội dung, giải pháp hoạt động văn hóa, du lịch của tỉnh đã diễn ra phong phú, đa dạng ở nhiều ngành, lĩnh vực và địa phương, tác động đến nhiều đối tượng khác nhau, được triển khai chủ động, thống nhất và hiệu quả.

Quần thể danh thắng Tràng An nằm ở cực Nam của đồng bằng Châu thổ sông Hồng, có diện tích 12.252 ha, chiếm hầu hết khối đá vôi Tràng An với tuổi địa chất trên 250 triệu năm và trải rộng trên địa bàn 20 xã, phường thuộc 05 huyện, thành phố của tỉnh Ninh Bình, bao gồm 3 khu bảo tồn: Cố đô Hoa Lư, khu Danh thắng Tràng An - Tam Cốc - Bích Động và Rừng nguyên sinh đặc dụng Hoa Lư. Tại kỳ họp thứ 38, Ủy ban Di sản Thế giới đã ghi danh Quần thể danh thắng Tràng An là Di sản Văn hóa và Thiên nhiên Thế giới. Quần thể danh thắng Tràng An được vinh danh là Di sản văn hóa và thiên nhiên Thế giới không chỉ khẳng định chủ trương đúng đắn về bảo tồn các giá trị văn hóa và cảnh quan tự nhiên gắn với phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội trong bối cảnh mở rộng giao lưu và hợp tác quốc tế hiện nay của Tỉnh ủy, HĐND, UBND tỉnh qua các nhiệm kỳ, mà còn là công sức gìn giữ, bảo tồn và phát huy các giá trị di sản của các thế hệ người dân Ninh Bình, sự giúp đỡ và quan tâm chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các bộ, ngành ở Trung ương, các chuyên gia, các nhà khoa học trong nước và quốc tế. Nhận thức được vai trò, tầm quan trọng của Di sản, ngay sau khi đón nhận danh hiệu Di sản Thế giới, để tiếp tục khẳng định những cam kết, trách nhiệm trong công tác, quản lý, bảo tồn và phát huy giá trị nhằm chuyển giao Di sản cho các thế hệ tương lai theo đúng tinh thần Công ước Di sản Thế giới, trên nguyên tắc hài hòa giữa bảo tồn gắn với phát huy giá trị của Di sản, thúc đẩy phát triển du lịch, kinh tế - xã hội, Tỉnh ủy, Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân tỉnh đã quan tâm chỉ đạo các cấp, các ngành, chính quyền địa phương trong khu Di sản làm tốt công tác quản lý, bảo tồn Di sản gắn với phát triển du lịch. Sở Du lịch, Ban quản lý Quần thể danh thắng Tràng An đã tham mưu cho UBND tỉnh ban hành các văn bản về quản lý, bảo tồn Di sản. Các quy định, kế hoạch về quản lý, bảo tồn Di sản đã được các cấp, các ngành tổ chức triển khai thực hiện nghiêm túc, đồng thời các cơ quan chức năng đã chủ động, tham mưu, đề xuất các giải pháp quản lý, bảo tồn Di sản gắn với phát triển du lịch một cách bền vững và có trách nhiệm. Nhờ đó, ý thức bảo vệ, gìn giữ, phát huy giá trị Di sản của cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân có nhiều chuyển biến tích cực; các giá trị nổi bật toàn cầu của Di sản được tôn trọng và gìn giữ; sự phối hợp giữa các sở, ban, ngành, chính quyền địa phương và

các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch ngày một chặt chẽ; an ninh trật tự, vệ sinh môi trường được đảm bảo, cơ sở vật chất kỹ thuật được đầu tư; văn hóa, văn minh du lịch đã được nâng cao, chất lượng nguồn nhân lực trong quản lý Di sản và công tác phục vụ, đón tiếp khách du lịch đã cơ bản được nâng lên; công tác quảng bá xúc tiến du lịch luôn được chú trọng, đa dạng về nội dung và hình thức, lấy giá trị văn hóa truyền thống và cảnh quan thiên nhiên độc đáo để tạo dựng hình ảnh và thương hiệu của du lịch tại Quần thể danh thắng Tràng An.

Cố đô Hoa Lư là quần thể di tích quốc gia đặc biệt quan trọng của Việt Nam đồng thời là một trong 4 vùng lõi của quần thể di sản thế giới Tràng An đã được UNESCO công nhận. Hệ thống di tích ở Hoa Lư liên quan đến sự nghiệp của các nhân vật lịch sử thuộc ba triều đại nhà Đinh, nhà Tiền Lê và khởi đầu nhà Lý. Hoa Lư là kinh đô đầu tiên của nhà nước phong kiến Trung ương tập quyền ở Việt Nam với các dấu ấn lịch sử: thống nhất giang sơn, đánh Tống - dẹp Chiêm và phát tích quá trình định đô Hà Nội. Trong giai đoạn 2016-2020, được sự cho phép của UBND tỉnh, Sở Văn hóa và Thể thao đã thực hiện các dự án tu bổ, tôn tạo bằng nguồn vốn đầu tư xây dựng cơ bản đối với hầu hết các di tích tại Khu di tích Cố đô Hoa Lư như: Tu bổ, tôn tạo khu lăng mộ Vua Đinh Tiên Hoàng, tu bổ khu lăng mộ Vua Lê Đại Hành, đình Yên Thành; đình Yên Trạch, phủ Đông Vương, chùa Ngân (xã Trường Yên, huyện Hoa Lư). Ngoài ra, hàng năm, trên cơ sở khảo sát thực trạng các di tích trên địa bàn tỉnh, Sở đã tham mưu UBND tỉnh sử dụng nguồn kinh phí sự nghiệp văn hóa hàng năm để hỗ trợ chống xuống cấp các di tích, trong đó có các di tích thuộc Quần thể danh thắng Tràng An.

Trong 05 năm, từ năm 2016 -2020 đã có 10 lượt di tích trong vùng bảo vệ Quần thể danh thắng Tràng An được thực hiện tu bổ chống xuống cấp bằng nguồn ngân sách của tỉnh, với tổng kinh phí 2.000 triệu đồng. Bên cạnh nguồn lực từ ngân sách nhà nước, Sở đã hướng dẫn các địa phương huy động các nguồn lực để thực hiện tu bổ, tôn tạo và phát huy giá trị các di tích đảm bảo đúng quy định của Luật Di sản Văn hóa, Luật Tín ngưỡng, Tôn giáo và các quy định pháp luật khác, đặc biệt là những di tích nằm trong khu Quần thể Danh thắng Tràng An đáp ứng nhu cầu tham quan, du lịch và chiêm bái của nhân dân và du khách.

Các giá trị văn hóa và thiên nhiên của khu Di sản Tràng An đã thực sự đóng vai trò là hạt nhân, là nguồn lực quan trọng tạo sản phẩm du lịch độc đáo, có sức hấp dẫn cao, đây chính là những lợi thế nâng cao hình ảnh, vị thế du lịch Ninh Bình trên bản đồ du lịch trong nước và quốc tế. Ninh Bình đã được tạp chí Insider bình chọn top 50 điểm đến hấp dẫn nhất năm 2018. Lượng khách đến Ninh Bình ngày càng tăng, tốc độ tăng trưởng bình quân về lượt khách giai đoạn 2010-2018 đạt trên 12%/năm. Năm 2018, toàn tỉnh đón gần 7,4 triệu lượt khách, trong đó khách nội địa là 6,5 triệu lượt khách, khách quốc tế là 876.000 lượt khách. Doanh thu du lịch đạt trên 3.200 tỷ đồng. Năm

2019, toàn tỉnh đón 7,65 triệu lượt khách, tăng 4,79% so với năm 2018; trong đó: khách nội địa: 6,68 triệu lượt khách, tăng 3,9% so với năm 2018; khách quốc tế: 970 nghìn lượt khách, tăng gần 11% so với cùng kỳ năm 2018; Doanh thu du lịch: Đạt 3.600 tỷ đồng, tăng 12,5% so với năm 2018, vượt mục tiêu Đại hội Đảng bộ tỉnh đề ra.

Theo đánh giá của các chuyên gia UNESCO, công tác bảo tồn và khai thác các giá trị di sản thế giới Tràng An và phát triển du lịch đã có sự cân bằng tương đối tốt, đảm bảo hài hòa lợi ích của nhà nước, người dân và doanh nghiệp. Di sản đã và đang thực sự mang lại lợi ích và ngày càng trở nên gắn bó mật thiết với cuộc sống của người dân địa phương. Với chủ trương và chính sách phát triển du lịch bền vững gắn với đảm bảo sinh kế cho người dân đã làm thay đổi bộ mặt nhiều địa phương trong khu di sản, làm chuyển đổi cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp sang dịch vụ du lịch, nhiều nghề thủ công truyền thống được khôi phục, nhiều ngành nghề mới, sinh kế mới được tạo ra, đặc biệt đã có sự gắn kết giữa các hoạt động du lịch với nông nghiệp và trải nghiệm cuộc sống của người dân như: *Hoạt động chèo đò*, trong khu Di sản Tràng An hiện có khoảng 4582 người chèo đò, với phương châm mỗi một người chèo đò vừa là người hướng dẫn du lịch vừa là đại sứ bảo vệ khu di sản, thu nhập bình quân của người chèo từ 3,5 triệu – 5 triệu đồng/tháng, vào mùa lễ hội có thể lên tới trên 10 triệu đồng/tháng. *Hướng dẫn du lịch* là một nghề mới được nhiều bạn trẻ ở các địa phương lựa chọn, hiện trong khu di sản có khoảng 70 người, có trình độ từ trung cấp và cao đẳng, được Sở Du lịch bồi dưỡng nghiệp vụ và cấp thẻ hướng dẫn viên tại điểm. *Kinh doanh cơ sở lưu trú và nhà hàng*, một số hộ bắt đầu kinh doanh lưu trú và nhà hàng từ năm 2000, khoảng 12 cơ sở, với sự tăng trưởng khách du lịch trung bình 12%/năm và sự gia tăng nhu cầu lưu trú nghỉ tại nhà dân (homestay) và ăn uống, đến nay có khoảng 236 cơ sở lưu trú và nhà hàng. *Kinh doanh dịch vụ đồ lưu niệm, đồ uống*: cũng khá phát triển đáp ứng nhu cầu mua sắm và ăn uống của khách du lịch, nhiều hộ dân đã giàu lên nhờ ngành nghề kinh doanh mới này. *Hoạt động biểu diễn nghệ thuật truyền thống*: hát chầu văn, hát chèo, hát Xẩm... hiện ở Tràng An có khoảng 7 nhóm nhạc, mỗi nhóm hơn 5-7 người đi hát phục vụ khách du lịch tại các cơ sở lưu trú, nhà hàng, chi phí cho một buổi biểu diễn có giá từ 700 nghìn đồng đến 3,5 triệu đồng/buổi. Hoạt động này đã góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc.

Tuy nhiên bên cạnh những kết quả đã đạt được thì việc giải quyết hài hòa giữa bảo tồn di sản và phát triển du lịch cũng đang gặp phải không ít khó khăn, thách thức. Số lượng khách du lịch đến tham quan các khu, điểm du lịch trong khu Di sản tăng nhanh kéo theo nhu cầu cao về lưu trú du lịch, đặc biệt ở các khu vực có cảnh quan tự nhiên và khu dân cư nằm xen kẽ giữa các điểm du lịch; Loại hình kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch theo hình thức nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê (dạng homestay) phát triển mạnh, tăng nhanh, chủ yếu tập trung trên địa bàn các xã nằm trong vùng lõi của di sản. Đồng thời, sự tăng trưởng dân số cũng dẫn đến nhu cầu về nhà ở của người

dân tăng lên đã tạo ra những khó khăn và áp lực nhất định cho công tác quản lý, bảo tồn cảnh quan môi trường Di sản, trong khi chưa có quỹ đất để di dời người dân sống rải rác trong vùng lõi của Di sản ra vùng đệm.

Để tiếp tục khai thác và phát hiệu quả, bền vững các giá trị của di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới Tràng An gắn với phát triển du lịch bền vững bên cạnh việc tuân thủ và chấp hành nghiêm các quy định, khuyến nghị của UNESCO, Luật Di sản văn hóa và các nghị định, quyết định của Chính phủ liên quan đến công tác bảo tồn, phát huy các giá trị Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới gắn với phát triển du lịch bền vững, cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau:

Một là, tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến kiến thức pháp luật, nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành, chính quyền các địa phương, các doanh nghiệp và cộng đồng dân cư trong khu Di sản nói riêng và toàn tỉnh nói chung về vai trò, tầm quan trọng của Di sản, để Di sản thực sự đi vào cuộc sống, mang lại lợi ích cho cộng đồng dân cư trong khu Di sản.

Hai là, tiếp tục duy trì và phát huy công tác quản lý Di sản có sự tham gia của các doanh nghiệp tư nhân, tiến tới xây dựng cơ chế quản lý Di sản theo mô hình hợp tác công - tư, trong đó xác định rõ vị trí, trách nhiệm của các chủ thể và cơ chế phối hợp “ba nhà”, gồm: Nhà nước, doanh nghiệp và người dân.

Ba là, tăng cường công tác tuần tra, thanh tra, kiểm tra, giám sát các hoạt động liên quan đến quản lý, bảo vệ Di sản, nhất là hoạt động kiểm tra liên ngành về các lĩnh vực như: xây dựng nhà ở dân sinh, cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, lưu trú; quản lý tài nguyên, bảo vệ môi trường; quản lý các di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh, các Di tích Khảo cổ, Di sản Địa chất; công tác bảo vệ rừng đặc dụng, đa dạng sinh học đặc biệt là đối với các khu vực rừng đang giao cho các tổ chức và cá nhân trông coi, bảo vệ.

Bốn là, đẩy mạnh áp dụng khoa học công nghệ trong quản lý Di sản, thu hút, đồng thời hỗ trợ các dự án nghiên cứu khoa học và các dự án đầu tư cơ sở hạ tầng trong khu Di sản, chú trọng bồi dưỡng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực về quản lý di sản; có những chính sách khuyến khích đầu tư phát triển các sản phẩm, dịch vụ du lịch mới, hấp dẫn và thân thiện với môi trường.

Năm là, thường xuyên giữ mối liên hệ với các cơ quan tư vấn của UNESCO để nắm bắt các quan điểm, định hướng quản lý bảo tồn di sản trong tình hình mới, chủ động tham vấn các chuyên gia trong nước và quốc tế đối với bất kỳ sự phát triển mới nào trong khu Di sản và bổ sung, cập nhật Kế hoạch quản lý Di sản trong giai đoạn tiếp theo./.

BẢO TỒN VÀ PHÁT HUY CÁC GIÁ TRỊ DI SẢN VĂN HÓA VẬT THỂ VÀ PHI VẬT THỂ TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH PHÚ THỌ

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Phú Thọ

Phú Thọ là vùng đất cội nguồn dân tộc, nơi các Vua Hùng dựng nước Văn Lang - nhà nước đầu tiên của dân tộc Việt Nam. Các di sản văn hóa phong phú trên địa bàn tỉnh Phú Thọ đã được các thế hệ người sáng tạo và gìn giữ với những giá trị đặc trưng mang đậm dấu ấn nền văn minh nông nghiệp, văn minh lúa nước; thể hiện một nền văn hóa lâu đời, thời kỳ rực rỡ văn hóa thời đại Hùng Vương, chứa đựng giá trị văn hóa mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam.

Phú Thọ tự hào là miền đất cội nguồn của dân tộc, nơi có đền thờ các Vua Hùng dựng nước, có một kho tàng văn hóa dân gian vô cùng phong phú, đậm đặc các truyền thuyết về thời đại Hùng Vương, đặc biệt có 2 di sản văn hóa được UNESCO ghi danh di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại đó là Hát Xoan Phú Thọ và Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ. Cùng với đó là hàng trăm di tích có giá trị về lịch sử, văn hóa, khoa học được xếp hạng.

Trong nhiệm kỳ 2020 - 2025, Đảng bộ tỉnh Phú Thọ tiếp tục xác định nhiệm vụ trọng tâm, đó là: “Chú trọng bảo tồn, phát huy giá trị lịch sử và các di sản văn hóa vật thể, phi vật thể phục vụ giáo dục truyền thống và gắn với phát triển du lịch bền vững. Tăng cường quản lý, bảo tồn và phát huy giá trị DSVH thời đại Hùng Vương gắn với 02 DSVH phi vật thể đại diện của nhân loại là “Hát Xoan Phú Thọ” và “Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ”; phục dựng các lễ hội truyền thống dân tộc, đặc biệt là các lễ hội gắn với tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương”.

Thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, trong những năm qua, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xây dựng kế hoạch triển khai Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Trong đó, đặc biệt là công tác bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đã được triển khai thực hiện và đạt được những kết quả đáng ghi nhận.

Bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể trong việc phát triển du lịch văn hóa

Di sản văn hóa vật thể và di sản văn hóa phi vật thể trên vùng đất cội nguồn dân tộc chiếm vị trí quan trọng trong kho tàng di sản văn hóa Việt Nam, đóng góp to lớn vào việc giáo dục tình yêu quê hương, đất nước, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc và nâng cao

đời sống tinh thần của nhân dân, góp phần vào sự phát triển bền vững kinh tế, xã hội của địa phương. Mỗi người dân Phú Thọ đều có quyền tự hào về kho tàng di sản văn hóa mà ông cha ta đã trao truyền và càng nhận thức đầy đủ hơn về trách nhiệm bảo tồn, phát huy, để di sản văn hóa trường tồn và ngày càng tỏa sáng trong thời đại mới.

Trong những năm qua, công tác phục dựng và mở rộng không gian các lễ hội văn hóa truyền thống luôn được quan tâm. Đây chính là chiếc cầu nối đưa mỗi người đến với hành trình trải nghiệm bởi nhiều gam màu văn hóa đặc sắc, đặc trưng, được hun đúc qua lịch sử hàng ngàn năm dựng nước.

Tỉnh Phú Thọ xác định du lịch là ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp liên ngành, liên vùng, có tính xã hội hóa cao và nội dung nhân văn sâu sắc. Kinh tế du lịch có khả năng đóng góp lớn vào phát triển kinh tế, tạo nhiều việc làm, chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tạo động lực cho các ngành phát triển. Bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống, đặc biệt với tư cách là chủ thể hai di sản văn hóa thế giới được UNESCO ghi danh; xây dựng các sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh kết hợp với sinh thái, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí mang đặc trưng văn hóa du lịch vùng Đất Tổ, góp phần thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIX nhiệm kỳ 2020 - 2025.

Phát huy giá trị du lịch của di sản nói chung, cũng như di sản văn hóa thời đại Hùng Vương nói riêng là phương cách hữu hiệu cho sự phát triển kinh tế, xã hội của địa phương, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, xã hội của tỉnh. Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên, tạo việc làm, đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao đời sống nhân dân, đẩy mạnh quá trình hội nhập, quảng bá hình ảnh đất và người Đất Tổ. Việc phát triển kinh tế du lịch của địa phương thông qua hoạt động khai thác giá trị kinh tế tại các di sản văn hóa là rất cần thiết, trở thành nhu cầu, là xu thế không phải chỉ cho phát triển lợi ích kinh tế mà còn cho việc bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa dân tộc.

Các sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh được duy trì và phát triển trên cơ sở khai thác giá trị 02 di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại được UNESCO ghi danh là Hát Xoan Phú Thọ và Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ, gắn với giá trị tiêu biểu của Khu di tích lịch sử Đền Hùng, Miếu Lãi Lèn - thành phố Việt Trì, Đền Mẫu Âu Cơ - huyện Hạ Hòa và các di tích lịch sử văn hóa trên địa bàn tỉnh. Sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh ngày càng được hoàn thiện đồng bộ, hạ tầng giao thông được nâng cấp, các di tích được cải tạo tu bổ, các hoạt động văn hóa lễ hội được chỉ đạo tổ chức hiệu quả, an toàn, đổi mới, hấp dẫn, các hoạt động dịch vụ thương mại được định hướng nâng cao chất lượng và quản lý chặt chẽ, an ninh trật tự được đảm bảo tạo sự hài lòng cho du khách khi đến tham quan và thực hành tín ngưỡng; qua đó, thu hút lượng lớn khách hành hương, tham quan du lịch đạt 6,5 - 7,5 triệu lượt khách mỗi năm, góp phần khẳng định thương hiệu sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh của du lịch Đất Tổ.

Trên cơ sở các giá trị tiềm năng của di sản văn hóa vật thể và phi vật thể tiêu biểu, các thiết chế văn hóa, ngành du lịch đã được đầu tư, khai thác để hình thành nên các khu, điểm du lịch văn hóa phục vụ khách du lịch. Một số địa phương phải kể đến như: thành phố Việt Trì và Khu di tích lịch sử Đền Hùng. Năm 2020, Khu di tích lịch sử Đền Hùng, thành phố Việt Trì đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã công nhận là Khu du lịch quốc gia. Các điểm du lịch văn hóa được hình thành và đưa vào phục vụ khách du lịch trong nước và quốc tế như: Hùng Lô, Miếu Lãi Lèn... phấn đấu đạt mục tiêu Việt Trì trở thành trung tâm lễ hội về với cội nguồn dân tộc Việt Nam. Hàng tháng, đình Hùng Lô - di tích lịch sử văn hóa quốc gia, đón 02 đoàn khách du lịch quốc tế và nhiều đoàn khách du lịch nội địa đến thăm quan, thưởng thức di sản văn hóa thế giới hát Xoan tại tỉnh. Năm 2021, điểm du lịch văn hóa cộng đồng Hùng Lô, thành phố Việt Trì được công nhận là điểm du lịch cấp tỉnh. Miếu Lãi Lèn: Thực hiện đầu tư giai đoạn 2 Miếu Lãi Lèn, đầu tư hỗ trợ trang thiết bị phục vụ cho các hoạt động du lịch trải nghiệm tại khu vực miếu. Hàng tháng nơi đây đón từ 2 - 5 đoàn khách đến tham quan và thưởng thức hát Xoan.

Khu du lịch Vườn Quốc gia Xuân Sơn, huyện Tân Sơn: Triển khai xây dựng công trình cải tạo cảnh quan môi trường sinh thái xóm Dù, nhà văn hóa xóm Dù và điểm tư vấn hỗ trợ khách du lịch gắn với trưng bày, tổ chức hoạt động văn hóa cộng đồng tại xóm Dù, xã Xuân Sơn; xây dựng một số mô hình tạo điểm nhấn phục vụ du khách tham quan chụp ảnh check - in điểm đến, các chòi nghỉ chân, “Cồn nước Xuân Sơn”, “Đường hoa du lịch Xuân Sơn”; xây dựng hệ thống biển quảng bá, giới thiệu gắn với biển chỉ dẫn vào Vườn Quốc gia Xuân Sơn; xây dựng mô hình hỗ trợ các hộ dân phát triển du lịch văn hóa cộng đồng homestay gắn với du lịch sinh thái... Khu du lịch Vườn Quốc gia Xuân Sơn được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt bổ sung vào danh mục các địa điểm tiềm năng phát triển Khu du lịch quốc gia để tiếp tục huy động các nguồn lực đầu tư phát triển du lịch.

Đền Mẫu Âu Cơ, huyện Hạ Hòa: Cơ sở hạ tầng giao thông gắn với phát triển du lịch được tập trung đầu tư đã góp phần hoàn thiện cơ sở hạ tầng điểm du lịch văn hóa Đền Mẫu Âu Cơ như: Mở rộng bãi đỗ xe, đường vào, khu vực trồng cây lưu niệm, quầy thông tin, giới thiệu và bán sản vật địa phương phục vụ khách du lịch. Hàng năm, nơi đây đón hàng trăm nghìn lượt du khách hành hương đến trải nghiệm.

Về xây dựng quảng bá thương hiệu du lịch Phú Thọ

Các sản phẩm du lịch có thể mạnh của tỉnh được hình thành rõ nét tạo điều kiện thuận lợi khai thác hiệu quả các tour du lịch phục vụ khách, như: "City tour Việt Trì"; "Tour du lịch hàng ngày Hà Nội - Phú Thọ"; "Hát Xoan Làng cổ" gắn với trải nghiệm làng nghề thu hút được lượng lớn khách tham quan tìm hiểu. Hành trình về nguồn, "Tour đêm Đền Hùng", Chương trình du lịch quốc tế đường sông duy trì ổn định bình quân 1-2 đoàn khách/tháng với loại hình du lịch văn hóa - trải nghiệm làng nghề; "Du

lich sinh thái cộng đồng Xuân Sơn", "Nghỉ dưỡng sinh thái Thanh Thủy - Xuân Sơn", "Khám phá di sản - trải nghiệm thiên nhiên Việt Trì - Xuân Sơn", "Du lịch liên kết - Vòng cung Tây Bắc"... các chương trình du lịch đã để lại ấn tượng tốt đẹp với du khách trong nước và quốc tế. Hàng năm, tỉnh Phú Thọ đón hàng trăm lượt du khách quốc tế đến tham quan và trải nghiệm du lịch. Chính vì thực hiện các biện pháp đồng bộ về phát triển du lịch, doanh thu ngành du lịch tỉnh Phú Thọ hàng năm đạt trên 2.000 tỷ đồng/năm, vượt mục tiêu đề ra.

Ứng dụng khoa học và công nghệ trong việc sáng tạo, sản xuất, phổ biến, lưu giữ các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể

Giai đoạn 2017 - 2022, Phú Thọ phê duyệt và tổ chức triển khai thực hiện 12 nhiệm vụ khoa học và công nghệ cấp quốc gia và cấp tỉnh về nghiên cứu, ứng dụng khoa học và công nghệ trong bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa, sản xuất, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm văn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ văn hóa,... với tổng kinh phí thực hiện 29.906,984 triệu đồng, trong đó: Vốn ngân sách sự nghiệp khoa học và công nghệ trung ương và của tỉnh hỗ trợ 23.531,614 triệu đồng, vốn huy động đối ứng khác 6.375,37 triệu đồng.

Các nhiệm vụ khoa học và công nghệ tập trung chủ yếu vào ứng dụng các tiến bộ khoa học hiện đại, công nghệ 4.0 để bảo tồn, phục dựng và quảng bá những giá trị của di sản văn hóa, nâng cao hàm lượng khoa học kỹ thuật trong sản xuất sản phẩm, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa tại địa phương, điển hình như: kết quả nghiên cứu về *“Đánh giá hiện trạng và đề xuất các giải pháp bảo tồn, khai thác giá trị văn hoá lịch sử của các ngôi nhà gỗ cổ tại làng cổ Hùng Lô, thành phố Việt Trì, tỉnh Phú Thọ”*, đã sưu tầm và xây dựng được bộ tư liệu (hình ảnh, 12 video clip, thuyết minh) về những ngôi nhà cổ tại xã Hùng Lô, thành phố Việt Trì; 05 bộ bản vẽ về kiến trúc cho 05 ngôi nhà cổ; bản dịch 34 bức hoành phi và câu đối của các ngôi nhà gỗ cổ xã Hùng Lô (bằng tiếng Anh và tiếng Việt). Kết quả của đề tài đã cung cấp được cơ sở khoa học và thực tiễn phục vụ công tác quản lý, ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ, bảo tồn và phát huy giá trị lịch sử, đồng thời góp phần thay đổi nhận thức của người dân địa phương và xã hội về giá trị của các ngôi nhà gỗ cổ, từ đó có kế hoạch, định hướng hợp lý trong công tác khai thác giá trị của các ngôi nhà gỗ cổ tại xã Hùng Lô, phục vụ cho phát triển du lịch của thành phố Việt Trì, tỉnh Phú Thọ. Các nghiên cứu về một số di sản văn hóa truyền thống điển hình của dân tộc Mường trên địa bàn huyện Thanh Sơn và người Dao Quần Chẹt huyện Yên Lập, tỉnh Phú Thọ đã tư liệu hóa bộ cơ sở dữ liệu về di sản văn hóa truyền thống, gồm di sản văn hóa vật thể và phi vật thể của người Mường huyện Thanh Sơn và người Dao Quần Chẹt trên địa bàn huyện Yên Lập qua các hình thức và phương tiện: Cơ sở dữ liệu số, sản phẩm 3D, trang website, thư điện tử, ảnh số, phim tài liệu, DVD,...; phục dựng được 03 di sản văn hóa truyền thống điển hình của người Dao Quần Chẹt thuộc loại hình Tập quán xã hội và Tín ngưỡng là Tết nhảy, lễ cúng Bàn Vương và Lễ cúng mả Tổ, 02 di sản văn

hóa phi vật thể thuộc loại hình nghệ thuật trình diễn dân gian và lễ hội truyền thống (lễ hội Đình Lúa, xã Tân Lập và Nghệ thuật trình diễn dân gian) và phục chế 01 di sản văn hóa vật thể truyền thống điển hình của đồng bào dân tộc Mường (là những công cụ lao động, sản xuất, đồ dùng sinh hoạt hàng ngày của người Mường như: Bộ dụng cụ xay thóc, giã gạo; dụng cụ lấy nước; dụng cụ sinh hoạt; dụng cụ nghề dệt thổ cẩm,...) phục vụ công tác bảo tồn, lưu giữ, tuyên truyền và quảng bá, thực hành, trao truyền và phát huy giá trị di sản văn hóa truyền thống điển hình của đồng bào dân tộc, đưa văn hóa truyền thống của người dân tộc thiểu số đến gần hơn với cuộc sống, gắn với phát triển du lịch bền vững, từ đó góp phần vào sự phát triển kinh tế, xã hội của địa phương. Dự án “*Sản xuất thử nghiệm một số sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng văn hoá Hùng Vương phục vụ phát triển du lịch trên quê hương đất Tổ*” đã nghiên cứu và sản xuất những sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng văn hóa Hùng Vương rõ nét, đa dạng về mẫu mã, chất liệu, hình thức sử dụng gồm: 500 cuốn cẩm nang; tái bản 1000 cuốn truyện tranh; 430 hộp đựng trà; 600 cốc; 220 tranh gốm; 100 tượng Chữ Đồng Tử - Tiên Dung; 500 chiếc khăn lụa; 150 phụ kiện cài áo,... các sản phẩm bước đầu đã góp phần bổ sung thêm sản phẩm quà tặng đặc trưng của tỉnh Phú Thọ, giúp quảng bá hình ảnh du lịch của tỉnh Phú Thọ gắn với tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương rộng rãi trong cả nước góp phần phục vụ phát triển du lịch Phú Thọ. Thông qua mô hình dự án đã hỗ trợ giải quyết việc làm tại chỗ cho người dân và quảng bá các làng nghề truyền thống tới người dân trong tỉnh, ngoài tỉnh và quốc tế (làng nón Sai Nga, Gia Thanh; gốm Đào Xá - Phú Thọ;...).

Bên cạnh đó, đã phê duyệt triển khai một số nhiệm vụ KH&CN hướng vào phát triển các ngành sản xuất sản phẩm, dịch vụ văn hóa truyền thống như in ấn, xuất bản, phát hành, biểu diễn nghệ thuật, sản xuất phim, giải trí, quảng cáo, triển lãm. Điển hình là kết quả dự án “*Ứng dụng công nghệ thông tin tuyên truyền, quảng bá di sản văn hoá và danh thắng nhằm thúc đẩy phát triển du lịch tỉnh Phú Thọ tới các quốc gia trên thế giới*” đã ứng dụng thành công công nghệ thông tin xây dựng bộ tài liệu giới thiệu, tuyên truyền về 05 di sản văn hóa (Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương, hát Xoan Phú Thọ, Khu di tích lịch sử Đền Hùng, Khu di tích đền Lãng Sương, Khu di tích đền Mẫu Âu Cơ) và 05 danh lam thắng cảnh tiêu biểu của tỉnh Phú Thọ (Vườn Quốc gia Xuân Sơn, đầm Ao Châu, làng cổ Hùng Lô, khu du lịch sinh thái Vườn Vua, khu du lịch Đảo ngọc xanh), dịch sang 06 thứ tiếng (Tiếng Anh, Tiếng Pháp, Hàn Quốc, Trung Quốc, Tây Ban Nha, Nhật Bản). Tổ chức thực hiện tuyên truyền, quảng bá di sản và danh thắng của tỉnh Phú Thọ trên các phương tiện thông tin đại chúng (Báo Thế giới và Việt Nam, Tạp chí Hữu nghị, Tạp chí Quê hương, Website, Khu di tích lịch sử Đền Hùng, Hội liên lạc người Việt Nam ở nước ngoài, Liên hiệp các tổ chức hữu nghị tỉnh Phú Thọ,...), góp phần đưa hình ảnh về con người, di sản văn hóa, thắng cảnh đẹp của Phú Thọ đến với bạn bè trong nước và quốc tế, để Phú Thọ thực sự trở thành điểm “dừng chân” của du khách trong và ngoài nước. Dự án “*Ứng dụng công nghệ sản xuất phim hoạt hình 3D về Truyền thuyết Hùng Vương*” đã sưu tầm tư liệu, biên tập và xây

dựng được 12 kịch bản phim hoạt hình 3D về các Truyền thuyết Hùng Vương đặc trưng, sản xuất thử được 05 tập phim hoạt hình 3D theo kịch bản đã xây dựng và tổ chức phát sóng trên Đài Phát thanh - Truyền hình tỉnh Phú Thọ. Góp phần nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền, giáo dục phổ biến về truyền thuyết Hùng Vương rộng rãi trong nhân dân, khách du lịch trong và ngoài nước, phục vụ phát triển văn hóa du lịch của tỉnh.

Ngoài những kết quả đạt được nổi bật trên, bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể cũng góp phần tạo nên những kết quả đáng khích lệ trong các lĩnh vực khác như:

Về nghệ thuật biểu diễn: Ngoài biểu diễn nghệ thuật theo chức năng, Đoàn Nghệ thuật tỉnh đã tích cực nghiên cứu, khai thác đề tài di sản văn hóa phi vật thể đặc trưng của vùng Đất Tổ như các truyền thuyết huyền thoại thời Hùng Vương dựng nước để xây dựng kịch bản tham gia các cuộc Liên hoan và đạt giải cao như: Tham gia Liên hoan sân khấu Chèo toàn quốc 2019 với vở diễn “Vua Hùng kén rể”, đạt 01 Huy chương Vàng, 02 Huy chương Bạc cho cá nhân, 01 Bằng khen và Giấy chứng nhận Giải đặc biệt về đề tài truyền thuyết cho tập thể... Năm 2022, tham gia Liên hoan Chèo toàn quốc với vở diễn “Chọn người kế vị” giành Huy chương Đồng tập thể toàn đoàn và 01 Huy chương Vàng, 02 Huy chương Bạc, 01 Huy chương Đồng cá nhân. Ngoài ra, Đoàn còn tham gia biểu diễn doanh thu đạt trung bình hơn 70 triệu đồng/năm.

Về mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm: Chú trọng đầu tư xây dựng các công trình mỹ thuật công cộng, phục vụ dân sinh, cảnh quan kiến trúc có giá trị thẩm mỹ và bản sắc địa phương. Nâng cao chất lượng, số lượng đội ngũ họa sĩ, nhà điêu khắc. Đã tổ chức cuộc thi sáng tác mẫu tranh hoành tráng “Chiến thắng Chân Mộng - Trạm Thán”; tổ chức trại sáng tác điêu khắc quốc tế chủ đề “Hướng về nguồn cội” thu hút nhiều nghệ sĩ người nước ngoài tham gia. Ngoài ra đã xây dựng các bộ sưu tập, triển lãm hình ảnh quê hương, văn hóa, con người Phú Thọ nhằm quảng bá văn hóa và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của khách du lịch trong nước, quốc tế. Ứng dụng công nghệ hiện đại tạo ra các tác phẩm nhiếp ảnh hấp dẫn, đa dạng. Tên địa bàn tỉnh hiện có trên 10 doanh nghiệp thuộc lĩnh vực hoạt động nhiếp ảnh, hoạt động thiết kế chuyên dụng, hoạt động sáng tác nghệ thuật và giải trí.

Tổ chức các hoạt động: cuộc thi Ảnh nghệ thuật về đề tài “*Vẻ đẹp quê hương, con người Phú Thọ*” lần thứ II với chủ đề “*Sắc màu giáo dục đào tạo đất Tổ*”; Triển lãm “*Ảnh đẹp du lịch và quê hương con người phú Thọ*”; Triển lãm Ảnh “*Quê hương - Đất nước - Con người*” của nghệ sĩ Nhiếp ảnh Lê Hiền... uyên truyền, vận động các nghệ sĩ tham gia các hoạt động: Triển lãm tranh - ảnh nghệ thuật “*Quê hương, con người Phú Thọ (Việt Nam) và Seoul (Hàn Quốc)*”; triển lãm ảnh nghệ thuật “*Kết nối các miền di sản*”; Liên hoan ảnh nghệ thuật khu vực các tỉnh miền núi phía Bắc; các

cuộc thi ảnh nghệ thuật trong nước và Quốc tế tại Việt Nam. Tham gia và đạt thành tích cao tại các cuộc thi ảnh nghệ thuật trong nước và quốc tế.

Ngoài ra, tỉnh Phú Thọ đã tổ chức nhiều cuộc triển lãm, hội chợ về xúc tiến quảng bá các sản phẩm, dịch vụ văn hóa và du lịch như: Hội chợ Hùng Vương; Hội chợ Bưởi Đoan Hùng; Hội chợ Xúc tiến thương mại... Tạo điều kiện để các sản phẩm, dịch vụ văn hóa của tỉnh tham gia các triển lãm, hội chợ có uy tín trong nước và quốc tế để quảng bá, giới thiệu sản vật, di sản văn hóa phi vật thể Hát Xoan và Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương như: Hội chợ Du lịch và ẩm thực các sản phẩm đặc sắc vùng Tây Bắc; Hội chợ Du lịch Quốc tế thành phố Hồ Chí Minh ITE - HCM...

Về thủ công mỹ nghệ: đã phát hiện và tôn vinh các sản phẩm của các làng nghề có chất lượng, có giá trị sử dụng cao, có tiềm năng phát triển sản xuất, mở rộng thị trường, đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng trong và ngoài nước. Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm đưa sản phẩm của nhiều làng nghề như: Ủ ấm Sơn Vy, chè Phú Thịnh, tương Dục Mỹ, chè Xanh Chùa Tà; mì gạo Hùng Lô, sản phẩm đồ mộc mỹ nghệ, hồng không hạt xã Gia Thanh, huyện Phù Ninh, cá chép thủy trầm, nếp gà gáy Mỹ Lung, rau an toàn Tân Đức, gà nhiều cựa Tân Sơn ...tham gia các Hội nghị giao thương, kết nối cung - cầu hàng hoá giữa các tỉnh và các vùng miền qua đó tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu tiềm năng thế mạnh về công nghiệp, thương mại và du lịch của tỉnh, giới thiệu các sản phẩm lợi thế của tỉnh thông qua các ấn phẩm, tài liệu xúc tiến thương mại; giới thiệu thương hiệu của các doanh nghiệp, hộ sản xuất trong tỉnh để tìm kiếm cơ hội chuyển giao công nghệ, ký kết các hợp đồng thương mại, đầu tư tạo đà phát triển cho các doanh nghiệp, hợp tác xã hội nhập kinh tế khu vực.

Hỗ trợ nghiên cứu, ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ cho 06 đề tài, dự án triển khai thực hiện nhằm tư liệu hóa, phục dựng di sản văn hóa và phát triển sản phẩm du lịch bước đầu được đánh giá cao như: Dự án “Sản xuất thử nghiệm một số sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng văn hoá Hùng Vương phục vụ phát triển du lịch trên quê hương đất Tổ” do Trường Đại học Hùng Vương chủ trì thực hiện bước đầu đã thiết kế và sản xuất hàng lưu niệm mang đặc trưng văn hoá Hùng Vương trên chất liệu gốm, sứ, lụa; sản phẩm lưu niệm phụ kiện cài áo mang đặc trưng văn hoá Hùng Vương.

Về Thiết kế, xuất bản: Hàng năm, Sở Thông tin và Truyền thông đã cấp trên 100 giấy phép xuất bản tài liệu không kinh doanh cho các cơ quan, đơn vị, địa phương, trong đó có một số tờ gấp, tờ rời, sổ tay, tập san... có nội dung giới thiệu tiềm năng, thế mạnh văn hóa, du lịch của tỉnh Phú Thọ, về bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống, giới thiệu văn hóa đồng bào các dân tộc thiểu số...

Chỉnh sửa, xuất bản 500 cuốn Cẩm nang biểu tượng mang đặc trưng Văn hoá Hùng Vương và tái bản 02 bộ truyện tranh (Truyện thuyết Hùng Vương và Truyện Dân gian đất Tổ) với số lượng 1.000 quyển. Thành phố Việt Trì in và phát hành các ấn phẩm: 6.000 ấn phẩm song ngữ Anh - Việt giới thiệu về các di tích lịch sử tiêu biểu của thành phố; 500 ấn phẩm kỷ yếu Hội thảo khoa học “Quy hoạch xây dựng thành

phố Việt Trì trở thành thành phố lễ hội về với cội nguồn dân tộc Việt Nam”; 2.000 ấn phẩm tuyên truyền về lịch sử tên đường, phố thành phố Việt Trì; Bản đồ di sản (500 tờ) và bản đồ du lịch thành phố Việt Trì (bản đồ gấp và số hóa; 10.000 bản tiếng Việt và 2.000 bản tiếng Anh).

Về Truyền hình và phát thanh: Chủ động tuyên truyền về phát triển du lịch, việc bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, đặc biệt là đối với hai di sản văn hóa thế giới được UNESCO ghi danh, việc xây dựng các sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh mang đặc trưng văn hóa vùng đất Tổ; việc bảo vệ môi trường và thiên nhiên, xây dựng môi trường, hình ảnh Phú Thọ thân thiện, an toàn và văn minh; bảo đảm quốc phòng, an ninh, trật tự an toàn xã hội.

Nhận thức sâu sắc vai trò của bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, Phú Thọ cũng thẳng thắn nhìn nhận hạn chế: tuy có nhiều lợi thế nhưng chưa thực sự khai thác hết tiềm năng của các giá trị DSVH trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

Trong thời gian tới, Phú Thọ sẽ tiếp tục chỉ đạo cơ quan chuyên môn nghiên cứu đề xuất các giải pháp hướng đến giải quyết những khó khăn, vướng mắc trong việc thực hiện phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh. Tiếp tục ưu tiên mọi nguồn lực cho công tác bảo tồn và phát huy giá trị DSVH, khuyến khích sự tham gia của nhiều bộ phận xã hội vào hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị DSVH; khuyến khích nhân dân sáng tạo, trao truyền và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc; gắn kết chính sách bảo tồn và phát huy giá trị DSVH với các chính sách, chương trình về phát triển công nghiệp văn hóa; áp dụng khoa học, công nghệ thông tin vào việc nghiên cứu, sưu tầm, tư liệu hóa, quảng bá về DSVH phi vật thể, khuyến khích sự tham gia của các tổ chức, doanh nghiệp vào hoạt động hỗ trợ, khai thác các nguồn lực DSVH vật thể và DSVH phi vật thể thúc đẩy công nghiệp văn hóa ...

Sức sáng tạo của con người đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra các sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng cao, chứa đựng những giá trị nhân văn nhằm quảng bá hình ảnh, vị thế của quốc gia, dân tộc, vừa mang lại sức sống mới cho nền kinh tế. Phát triển ngành Công nghiệp văn hóa là xu hướng tất yếu tạo sự phát triển bền vững, hài hòa, hướng đến mục tiêu tất cả vì hạnh phúc con người. Dù thực tiễn đang đặt ra những thách thức, khó khăn, nhưng những tiềm năng, thế mạnh vốn có từ nguồn nhân lực, truyền thống văn hóa, cơ chế, chính sách... sẽ là điều kiện căn bản để ngành Công nghiệp văn hóa Phú Thọ phát triển mạnh mẽ hơn nữa. Phú Thọ tin tưởng sẽ vượt qua những khó khăn, thách thức, tích cực tăng cường giao lưu học hỏi, có đóng góp tích cực vào sự nghiệp bảo tồn và phát huy các giá trị DSVH vật thể và phi vật thể trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của đất nước./.

KHAI THÁC VÀ PHÁT HUY CÁC GIÁ TRỊ DI SẢN VĂN HÓA VẬT THỂ VÀ PHI VẬT THỂ TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TỈNH QUẢNG NINH

UBND tỉnh Quảng Ninh

Nằm ở phía Đông Bắc của tổ quốc, tỉnh Quảng Ninh được ví như đất nước Việt Nam thu nhỏ, toàn tỉnh có 55 thành phần dân tộc anh em cùng sinh sống, mỗi dân tộc lại có bản sắc văn hoá riêng. Với vị trí “địa chiến lược về chính trị, kinh tế” với nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, độc đáo, nơi lưu giữ các giá trị nổi vật toàn cầu của di sản, kỳ quan thiên nhiên thế giới vịnh Hạ Long; nơi đức vua Trần Nhân Tông hóa phật, phát tích của thiền phái Trúc Lâm, cùng hàng trăm di tích lịch sử, văn hóa đặc sắc, là “*cái nôi*” của giai cấp công nhân Việt Nam, có truyền thống cách mạng của Công nhân vùng mỏ với di sản tinh thần vô giá “*Kỷ luật và Đồng tâm*” được hình thành và phát triển gần 150 năm nay, gắn liền với quá trình lao động, đấu tranh cách mạng đã hình thành nên một hệ thống di sản văn hóa vật thể và phi vật thể hết sức phong phú và đa dạng, mang lại nét đặc trưng văn hóa rất riêng của Quảng Ninh là nguồn vốn, nguồn tài sản quan trọng để Quảng Ninh khai thác và phát huy các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tỉnh. Đó là biến di sản thành tài sản, thành thế mạnh để khai thác phục vụ phát triển du lịch, dịch vụ. Cụ thể:

1- Bảo tồn di tích, lễ hội đồng thời cũng kết hợp phát huy giá trị, làm đa dạng phong phú sản phẩm du lịch (thuộc lĩnh vực du lịch văn hóa) tạo sự hấp dẫn thu hút mạnh mẽ khách du lịch, góp phần tăng trưởng kinh tế, đạt mục tiêu tốc độ tăng trưởng 2 con số của tỉnh, góp phần phát triển ngành công nghiệp văn hóa của tỉnh.

Tỉnh Quảng Ninh đang trong quá trình phát triển, đổi mới mô hình tăng trưởng, tái cấu trúc nền kinh tế từ phát triển theo chiều rộng, sang phát triển theo chiều sâu và chuyển đổi phương thức phát triển từ “**nâu**” sang “**xanh**”. Theo đó, Quy hoạch tổng thể phát triển ngành du lịch Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, đặt ra mục tiêu: Quảng Ninh trở thành một trung tâm du lịch đẳng cấp quốc tế để tham gia vào chuỗi giá trị quốc gia và toàn cầu; có hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại; có sản phẩm du lịch đa dạng, đặc sắc với chất lượng cao mang thương hiệu Quốc tế nhưng đậm đà bản sắc văn hóa các dân tộc Việt Nam; du lịch phải trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội góp phần xây dựng Quảng Ninh trở thành khu vực phòng thủ vững chắc về quốc phòng - an ninh, phòng tuyến hợp tác, cạnh tranh kinh tế quốc tế một cách chủ động và tích cực. Để đạt được điều đó, trong những năm qua, chính quyền và nhân dân tỉnh Quảng Ninh đã có rất

nhieu nỗ lực trong công tác bảo tồn và phát huy giá di sản văn hoá vật thể và phi vật thể của tỉnh. Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp chỉ có thể phát triển trên cơ sở khai thác tốt các giá trị tài nguyên. Các giá trị văn hoá vật thể và phi vật thể cùng hệ thống di tích thiên nhiên, lịch sử, văn hoá phong phú là nguồn tài nguyên du lịch lớn, góp phần quan trọng tạo nên sự hấp dẫn, độc đáo cho sản phẩm du lịch. Ở chiều ngược lại, thông qua hoạt động du lịch để giới thiệu, quảng bá, làm sống dậy các giá trị di sản văn hoá. Như vậy, có thể thấy giữa hoạt động bảo tồn, phát huy di sản văn hóa với phát triển du lịch có mối quan hệ tương hỗ mật thiết. Nếu biết quản lý, sử dụng đúng hướng, di sản văn hoá sẽ là nguồn lực lớn mang đến lợi nhuận lâu dài, bền vững cho du lịch nói riêng và nền kinh tế - xã hội nói chung.

Quảng Ninh hiện nay, trên địa bàn hiện có 637 di tích lịch sử văn hóa và danh lam thắng cảnh. Đặc biệt, tỉnh Quảng Ninh được thiên nhiên ưu đãi vịnh Hạ Long - một cảnh quan kỳ vĩ không nơi nào sánh được đã hai lần được UNESCO công nhận là di sản thiên nhiên thế giới với giá trị thẩm mỹ và địa chất địa mạo. Bên cạnh đó là các thiết chế văn hoá, thể thao như: Bảo tàng Quảng Ninh, Thư viện Tỉnh, Cung quy hoạch và triển lãm tỉnh được đầu tư đồng bộ, với kiến trúc hiện đại. Công tác quản lý, bảo tồn di sản văn hoá trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh đã đạt được những kết quả tích cực trên tất cả các mặt: quản lý di sản văn hóa phi vật thể, quản lý di sản văn hóa vật thể. Hệ thống di tích lịch sử - văn hóa và danh lam thắng cảnh được bảo tồn và phát huy giá trị tốt, nhiều công trình xuống cấp được tiến hành bảo quản, đầu tư đồng bộ hạ tầng kỹ thuật để đáp ứng nhu cầu sử dụng, phù hợp với định hướng chung của địa phương và của tỉnh về phát phát triển du lịch, dịch vụ. Các di sản văn hóa phi vật thể tiếp tục được nghiên cứu, bảo tồn, trong đó có việc tôn vinh các nghệ nhân nắm giữ di sản, phát huy giá trị tốt đẹp của di sản trong Tỉnh Quảng Ninh đang tích cực triển khai các Quy hoạch được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, như: Đề án mở rộng và phát triển Khu di tích lịch sử và danh thắng Yên Tử, Quy hoạch tổng thể bảo tồn và phát huy giá trị khu di tích lịch sử Chiến thắng Bạch Đằng và Quy hoạch tổng thể bảo tồn và phát huy giá trị khu di tích lịch sử nhà Trần ở Đông Triều, các dự án thành phần đã và đang được triển khai với số vốn hàng ngàn tỷ đồng¹, phần lớn là từ nguồn kinh phí xã hội hóa. Các di tích được đầu tư chống xuống cấp, tu bổ tôn tạo đã trở thành những sản phẩm du lịch - văn hóa đặc thù gắn kết với tuyến du lịch văn hóa, du lịch về cội

¹ Dự án tu bổ, tôn tạo: Chùa Ngoạ Vân, đền Thái, chùa Quỳnh Lâm (Đông Triều); chùa Một Mái, vườn Tháp, tượng Phật hoàng Trần Nhân Tông, Trường quay phim cổ trang Việt Nam, Khu trung tâm lễ hội, miếu Cu Linh (Uông Bí); đình Yên Giang (Quảng Yên); tuyến đường hành hương nối KDT Yên Tử với Ngoạ Vân - Hồ Thiên; hệ thống cáp treo và công trình phụ trợ tại Ngoạ Vân - Hồ Thiên... Chùa Nam Thọ trên 12 tỷ đồng; chùa Xuân Lan trên 25 tỷ đồng. (2) Thị xã Đông Triều: Chùa Nhuệ Hồ trên 46 tỷ đồng; Chùa Hoàng Xá trên 9 tỷ đồng; Cụm di tích Đình, chùa Quế Lát trên 18 tỷ đồng; Chùa Kim Sen (Đông Triều) gần 20 tỷ. (3) Thị xã Quảng Yên: Chùa Giữa Đồng 131 tỷ; Chùa Rui trên 35 tỷ; Chùa Quỳnh Biều trên 5 tỷ. (4) Huyện Hoành Bồ (cũ): Chùa Trới trên 27 tỷ. (5) Thành phố Hạ Long: Đình, chùa Tiêu Dao gần 60 tỷ

nguồn, đóng góp vào sự phát triển kinh tế - văn hoá - xã hội chung của cả tỉnh. Khu di tích danh lam thắng cảnh Yên Tử cùng với Khu di tích nhà Trần Đông Triều, di tích Bạch Đằng, chùa Ba Vàng, chùa Lôi Âm, Đền Cửa Ông, chùa Cái Bầu... đã trở thành tuyến du lịch tâm linh, mỗi năm thu hút hàng triệu lượt người trong và ngoài nước về tham quan, hành hương, lễ phật.

Cùng với giá trị văn hoá vật thể, Quảng Ninh còn có các giá trị di sản văn hóa phi vật thể rất phong phú và đậm bản sắc đặc trưng của vùng đất Quảng Ninh. Với 361 di sản văn hóa phi vật thể đã được kiểm kê trong đó: loại hình lễ hội dân gian truyền thống 75 di sản, nghề thủ công truyền thống 25 di sản, nghệ thuật trình diễn dân gian 22 di sản, ngữ văn dân gian 14 di sản, tập quán xã hội 168 di sản, tiếng nói chữ viết 07 di sản, tri thức dân gian 50 di sản. Quảng Ninh tự hào có 07 di sản văn hóa phi vật thể có tên trong Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Các lễ hội văn hoá, lịch sử truyền thống được tổ chức tại các địa phương đã góp phần làm thay đổi diện mạo đô thị và các trung tâm du lịch Quảng Ninh, thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp, tăng cường khả năng cạnh tranh, tạo ấn tượng mới cho thương hiệu du lịch Quảng Ninh. Quảng Ninh đã triển khai nhiều chương trình, dự án liên quan đến bảo tồn di sản văn hóa phi vật thể, như: tiến hành phục dựng thành công Nghi lễ cầu mùa của người Sán Chay và lễ hội đình Tràng Y, lễ hội đình Đàm Hà.... Nhiều di sản thoát khỏi nguy cơ mai một do những tác động cả về mặt chủ quan và khách quan. Công tác tuyên truyền về ý nghĩa, vai trò của di sản phi vật thể được tiến hành thường xuyên và liên tục đã góp phần nâng cao nhận thức của các tầng lớp nhân dân và du khách về vai trò quan trọng và sự cần thiết phải bảo vệ di sản văn hoá, để di sản văn hoá luôn được gìn giữ và tạo ra những giá trị mới. Đó là hướng đi, cách làm hướng tới sự bền vững lâu dài cho di sản văn hóa. Để có được kết quả này là nhờ có sự đóng góp của cộng đồng dân cư, đặc biệt là những nghệ nhân yêu di sản, có công lớn trong việc nghiên cứu, sưu tầm, gìn giữ, phát huy giá trị của các di sản, thông qua các hoạt động như: tham gia thành lập các câu lạc bộ nghệ thuật trình diễn, mở lớp truyền dạy nghề; bên cạnh đó các nghệ nhân đặc biệt là nghệ nhân nhân dân, nghệ nhân ưu tú tỉnh Quảng Ninh đã không ngừng phát huy nội lực bản thân để trao truyền, thực hành các di sản văn hoá phi vật thể cho các thế hệ trẻ, nhằm bảo tồn và phát huy giá trị di sản không để những di sản đó bị mai một theo thời gian, đây chính là nguồn tài nguyên dồi dào để phát triển du lịch cộng đồng ở Quảng Ninh

2. Xây dựng hồ sơ xếp hạng, bổ sung số lượng các di tích, di sản trên địa bàn tỉnh góp phần khẳng định, làm giàu giá trị văn hóa lịch sử vùng đất con người Quảng Ninh, tạo tiền đề cơ sở vật chất cho việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tỉnh.

Tỉnh Quảng Ninh luôn quan tâm đến công tác nghiên cứu, lập hồ sơ xếp hạng di tích các cấp. Căn cứ Luật Di sản Văn hóa, định kỳ 5 năm 1 lần, tỉnh tiến hành rà soát

các di tích không đủ tiêu chí xếp hạng để đưa ra ngoài Danh mục di tích, đồng thời bổ sung đối với những di tích có đủ tiêu chí để đưa vào Danh mục. Đến nay, cả tỉnh có 06 di tích xếp hạng cấp quốc gia đặc biệt (trong đó vịnh Hạ Long vừa là di tích quốc gia đặc biệt vừa là di sản thiên nhiên thế giới,² Quảng Ninh tự hào có 07 di sản văn hóa phi vật thể có tên trong Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia³, 58 di tích cấp quốc gia, 88 di tích cấp tỉnh, 485 di tích kiểm kê, phân loại. Tỉnh Quảng Ninh xây dựng thành công và được nhà nước công nhận 13 bảo vật quốc gia⁴. Đặc biệt, nhằm nâng tầm giá trị di tích, tỉnh đã phối hợp với tỉnh Hải Dương và Bắc Giang triển khai lập hồ sơ đề cử Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử (các tỉnh Quảng Ninh, Bắc Giang, Hải Dương) đề nghị UNESCO công nhận là Di sản văn hoá thế giới. Các đề án, dự án liên quan đến di sản được thực hiện⁵. Tất cả các nội dung này là nguồn tài sản quý giá để góp phần quảng bá, làm giàu thêm bản sắc văn hóa Quảng Ninh, sức hấp dẫn của Quảng Ninh với bạn bè trong nước quốc tế.

3. Kết quả đạt được và phương hướng bảo tồn, phát huy giá văn hoá gắn phát triển các ngành công nghiệp văn hóa

Bằng sự chỉ đạo tập trung, quyết liệt của cấp ủy, chính quyền; cùng với những lợi thế về địa chính trị, những giá trị văn hóa lịch sử và truyền thống của người Quảng Ninh, trong những năm qua **di sản văn hóa vật thể và phi vật thể đã góp phần trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa**, đó là Ngành du lịch, dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 -2020 có sự tăng trưởng vượt bậc, trong đó dựa trên nền tảng, khai thác bền vững tài nguyên di sản văn hóa: Tổng số khách du lịch ước đạt trên 53 triệu lượt (trong đó khách quốc tế đạt 19,3 triệu lượt). Tổng doanh thu từ hoạt động du lịch đạt 101.315 tỷ đồng, tăng bình quân 11,9%/năm. Trong tổng số khoảng 6 triệu lượt người đến di tích lịch sử và danh lam thắng cảnh hàng năm đã được thống kê, lượng du khách hàng năm hành hương về khu di tích Yên Tử khoảng 1 triệu lượt/năm, thăm quan danh thắng vịnh Hạ Long năm 2019 khoảng 4,3 triệu lượt. Riêng năm

² vịnh Hạ Long, Khu di tích lịch sử nhà Trần tại Đông Triều, Khu di tích lịch sử Bạch Đằng; Khu di tích lịch sử và danh thắng Yên Tử; Đền Cửa Ông; Khu lưu niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh trên đảo Cô Tô;

³ 07 di sản văn hóa phi vật thể đưa vào danh mục DSVHPVT quốc gia gồm: Then nghi lễ của người Tày ở Bình Liêu, Hát nhà tơ (hát cửa đình) tỉnh Quảng Ninh, Lễ hội đền Cửa Ông, thành phố Cẩm Phả, Lễ hội Tiên Công, thị xã Quảng Yên;

⁴ Hộp vàng Ngọa Vân - Yên Tử hay còn gọi là hộp vàng hình Hoa Sen (Niên đại thời Trần, nửa đầu thế kỷ 14); Trống đồng Quảng Chính có niên đại văn hóa Đông Sơn (Niên đại khoảng thế kỷ III - II trước Công Nguyên); Bình gốm Đầu Rằm hay còn gọi là gốm Hoàng Tân (Niên đại văn hóa Phùng Nguyên muộn, cách đây hơn 3.000 năm); Thổng đồng (Niên đại thời Trần, thế kỷ 13-14; Mâm bông gốm men vẽ nhiều màu (Niên đại thời Lê sơ, thế kỷ 15); Bình gốm hoa sen (Niên đại dưới thời Lý, thế kỷ 11-12); Bình gốm hoa nâu Kinnari (Niên đại thời Lý, thế kỷ 11-12); Thạp gốm hoa nâu (Niên đại thời Lý, thế kỷ 11 – 12); Tượng Phật Hoàng Trần Nhân Tông (Niên đại thế kỷ 17); Thạp đồng Văn hóa Đông Sơn (Niên đại: Thế kỷ III - II trước Công nguyên); Thổng gốm hoa nâu An Sinh (Niên đại: Thế kỷ XIII); Thạp gốm hoa nâu thời Trần (Niên đại: Thế kỷ XIII – XIV); Bình gốm men vẽ nhiều màu (Niên đại: Thế kỷ XV);

⁵ Đề án bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị hệ thống di tích lịch sử, văn hóa và danh lam thắng cảnh tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2020-2030”; Đề án “Quản lý và tổ chức lễ hội trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030”; xây dựng hồ sơ đề nghị Thủ tướng Chính phủ xếp hạng di tích cấp quốc gia đặc biệt cho Quần thể di tích thương cảng Vân Đồn

2020, 2021 vừa qua, nằm trong bối cảnh chung bị ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch Covid - 19, lượng người đến các di tích danh thắng trên địa bàn tỉnh cũng bị giảm rõ rệt, chỉ còn khoảng 1,4 triệu lượt/năm. năm 2022 đến nay, có hơn 5 triệu lượt người đến di tích danh thắng. Đó là những tín hiệu khả quan góp phần tăng trưởng kinh tế, đạt mục tiêu tốc độ tăng trưởng 2 con số của tỉnh, góp phần phát triển ngành công nghiệp văn hóa của tỉnh.

Trong quá trình nghiên cứu khai thác, tỉnh Quảng Ninh đã nhìn nhận một cách đầy đủ, toàn diện và đưa ra một số giải pháp tăng cường sự gắn kết hoạt động bảo tồn văn hoá với phát triển du lịch bền vững và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa như sau:

1. Nâng cao nhận thức, trách nhiệm của các cấp, các ngành, chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ, chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng cho cán bộ, công chức, người lao động và cộng đồng địa phương về bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá thông qua việc:

- Tuyên truyền, phổ biến các quy chế, quy định của nhà nước, địa phương nhằm nâng cao nhận thức, ý thức, trách nhiệm và thái độ trong việc chấp hành nghiêm túc các quy định về bảo vệ di sản văn hoá cũng như những lợi ích mà cộng đồng được hưởng khi tham gia các hoạt động bảo vệ di sản văn hoá và phát triển du lịch.

- Tập trung đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ, chuyên môn, nghiệp vụ cho cán bộ, viên chức và người lao động về nghiệp vụ quản lý, bảo vệ, khai thác bền vững giá trị di sản văn hoá; xây dựng chiến lược dài hạn về đào tạo nguồn nhân lực phục vụ bảo tồn di sản văn hoá và phát triển du lịch.

2. Tăng cường công tác quản lý nhà nước về di sản văn hoá và hoạt động du lịch:

- Tiếp tục rà soát, bổ sung, hoàn thiện các quy chế, cơ chế quản lý nhà nước về di sản văn hoá và du lịch; tổ chức triển khai và thực hiện nghiêm quy hoạch chung phát triển du lịch tỉnh Quảng Ninh, Kế hoạch quản lý di sản, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về tài nguyên du lịch, cảnh quan môi trường, hoạt động du lịch, quy hoạch kiến trúc.

- Xây dựng và hoàn thiện cơ chế, mô hình hợp tác công tư trong quản lý, bảo tồn di sản văn hoá và phát triển du lịch, đảm bảo hài hòa lợi ích của nhà nước, doanh nghiệp và người dân địa phương; tổ chức thực hiện, kiểm tra, giám sát và xử lý nghiêm các vi phạm xâm hại đến di sản; tăng cường đảm bảo an ninh, trật tự, an toàn các điểm du lịch.

3. Tăng cường đầu tư, tu bổ, tôn tạo các điểm di tích lịch sử văn hoá, hoàn thiện cơ sở hạ tầng và phát triển các cơ sở dịch vụ du lịch:

Thực hiện các dự án tu bổ, tôn tạo di sản văn hoá đã được phê duyệt; Tiếp tục kêu gọi, huy động nguồn lực xã hội hoá để thực hiện các dự án tu bổ, tôn tạo cảnh quan môi

trường khu di sản văn hoá; định hướng phát triển không gian khu vực di sản, phân định ranh giới vùng cấm và hạn chế xây dựng; hoàn thiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất cần thiết phục vụ du lịch nhằm kết nối các khu, điểm du lịch, các di sản trong và ngoài tỉnh.

4. Nâng cao hiệu quả công tác bảo tồn, quản lý Di sản gắn với phát triển du lịch:

Tiếp tục phối hợp với Bộ, ngành Trung ương, các viện nghiên cứu, các trường đại học trong nước và quốc tế có uy tín tổ chức khảo sát, nghiên cứu về giá văn hoá của các di tích làm cơ sở cho việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản.

5. Tăng cường hợp tác, kết nối các tour, tuyến, khu, điểm du lịch trong nước và quốc tế để hình thành các chương trình, sản phẩm du lịch chuyên đề, liên vùng:

- Trên cơ sở quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Quảng Ninh, xây dựng các tour, tuyến kết nối từ di sản văn hoá tới các khu, điểm du lịch trong và ngoài tỉnh, trong khu vực, nhằm thu hút và điều hòa lượng du khách tham quan vừa đáp ứng nhu cầu của du khách, vừa giảm tải trong một thời điểm đối với Di sản.

- Tích cực chủ động phối hợp liên kết với các tỉnh, thành phố có di sản văn hoá, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, các hãng lữ hành trong nước và quốc tế để xây dựng các chương trình du lịch liên vùng, liên tỉnh theo chủ đề và tổ chức kết nối, hỗ trợ nhau trong công tác xúc tiến, quảng bá di sản văn hoá và du lịch.

Với những kinh nghiệm thực tiễn và kết quả trong công tác bảo tồn văn hoá và phát triển du lịch trong thời gian qua cho thấy: việc đảm bảo hài hoà giữa bảo tồn văn hoá và phát triển du lịch bền vững gắn với phát triển các ngành công nghiệp văn hóa chỉ có thể thực hiện tốt nếu có sự phối hợp đồng bộ của các ngành, các cấp và có sự tham gia của cộng đồng. Công việc bảo tồn văn hoá và phát triển du lịch là hai mặt gắn kết, muốn phát triển du lịch bền vững phải quan tâm làm tốt công tác bảo tồn văn hoá và ngược lại, chỉ có bảo tồn được các giá trị văn hoá mới đảm bảo cho du lịch phát triển bền vững được, do đó, mỗi cá nhân, mỗi tổ chức và cộng đồng đều phải có trách nhiệm trong vấn đề này./.

CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH ĐẶC THÙ NHẪM CẢI THIỆN ĐIỀU KIỆN KINH DOANH DỊCH VỤ, SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA, NÂNG CAO HIỆU QUẢ VIỆC THỰC THI QUYỀN TÁC GIẢ, QUYỀN LIÊN QUAN, THÚC ĐẨY CẠNH TRANH LÀNH MẠNH

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thanh Hóa

“Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa Việt Nam có nhiều hình thức sở hữu, nhiều thành phần kinh tế, trong đó: kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo; kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác không ngừng được củng cố, phát triển; kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng; kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài được khuyến khích phát triển phù hợp với chiến lược quy hoạch và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội” (Trích Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, H, 2021, t.I, tr. 128-129). Để phát triển bất kỳ thị trường sản phẩm, dịch vụ hàng hóa nào cũng cần có chính sách phù hợp để phát huy nguồn lực từ các thành phần kinh tế này.

Thị trường sản phẩm và dịch vụ văn hóa cũng như các thị trường sản phẩm hàng hóa khác, là nơi các sản phẩm được lưu thông và thực hiện theo các quy luật của kinh tế thị trường. Các chủ thể sản xuất, cung ứng dịch vụ văn hóa tuy sở hữu các sản phẩm mang tính cá thể hóa cao nhưng khi đã kết nối với thị trường thì người nghệ sĩ, người sáng tác, nghệ nhân... cũng phải tuân theo các quy luật của thị trường. Đó không chỉ là các cơ chế chia sẻ lợi ích kinh tế, mà còn là tinh thần, thái độ làm việc chuyên nghiệp (sản xuất sản phẩm bảo đảm chất lượng, cung ứng sản phẩm đúng thời hạn, cùng chia sẻ rủi ro...). Tuy nhiên, với những đặc thù riêng, thị trường sản phẩm và dịch vụ văn hóa cũng có điểm khác các thị trường khác. Do vậy, chính sách phát triển thị trường sản phẩm công nghiệp văn hóa, dịch vụ văn hóa cần quan tâm đến những đặc thù riêng để khai thác được tối đa lợi thế, giảm thiểu rủi ro, thúc đẩy thị trường này nhanh chóng phát triển.

Phát huy tiềm năng, lợi thế thiên nhiên ban tặng, những năm qua, tỉnh Thanh Hóa đã ban hành nhiều chủ trương, cơ chế, chính sách nhằm thúc đẩy phát triển văn hóa nói chung và ưu tiên phát triển các ngành công nghiệp văn hóa là thế mạnh của tỉnh nói riêng, bước đầu góp phần quan trọng vào phát triển kinh tế-xã hội của tỉnh. Trong giai đoạn từ 2016 đến nay, tỉnh Thanh Hóa luôn tạo cơ chế, chính sách khuyến khích và tạo môi trường để huy động và phát huy hiệu quả các nguồn lực to lớn từ xã hội để phát triển các sản phẩm, dịch vụ văn hóa. Thúc đẩy phong trào khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo; nâng cao hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp nhỏ và vừa thông qua việc tạo môi trường và điều kiện thuận lợi để các hộ kinh doanh tự nguyện liên kết hình thành các tổ chức hợp tác hoặc hoạt động theo mô hình doanh nghiệp; khuyến khích, sẵn sàng hỗ trợ hình thành các tập đoàn kinh tế tư nhân đa sở hữu hoạt động trong ngành công

ngành văn hóa có tiềm lực, quy mô lớn không chỉ phát triển thị trường trong nước mà còn có tầm nhìn hướng ra thị trường ngoài nước, để đủ sức cạnh tranh trong môi trường quốc tế, cụ thể như:

Chính sách hỗ trợ làng nghề: Có chính sách hỗ trợ các làng nghề phát triển, đặc biệt là các làng nghề đã được công nhận, nằm trong danh mục cần được bảo tồn. Cụ thể, đối với các làng nghề chưa có khả năng tự phát triển thì hỗ trợ về kết cấu hạ tầng, đầu ra sản phẩm... Đối với các làng nghề có khả năng phát triển độc lập, tương đối bền vững thì có chính sách hỗ trợ, tạo điều kiện phát triển các loại hình doanh nghiệp quy mô lớn hơn.

Các chính sách *đối với sản phẩm:* Hỗ trợ xây dựng thương hiệu sản phẩm, quảng bá sản phẩm ra thị trường; xây dựng website giới thiệu, cung cấp thông tin thường xuyên về thị trường, những quy định về chất lượng, mẫu mã sản phẩm, thị hiếu tiêu dùng làm cơ sở định hướng sản xuất, xuất khẩu phù hợp; xây dựng “bản đồ” thị trường các sản phẩm và dịch vụ văn hóa để từng bước chuyên nghiệp hóa thị trường, đồng thời liên kết phát triển với ngành du lịch, tạo giá trị gia tăng cho các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Chính sách *đối với các nghệ nhân tài năng*, đặc biệt trong các lĩnh vực hội họa, kiến trúc, nghệ thuật biểu diễn...: có chế độ đãi ngộ xứng đáng để các nghệ nhân, nghệ sĩ yên tâm sáng tác, biểu diễn tạo ra các tác phẩm có giá trị cao. Chính sách *đối với lao động phổ thông tại các làng nghề:* mở các lớp tập huấn để nâng cao trình độ, kỹ năng nhằm tạo ra sản phẩm có chất lượng cao, giá thành hạ, từ đó gia tăng giá trị cho sản phẩm, nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Chính sách giải quyết hài hòa lợi ích của chủ thể sản xuất, cung ứng với các bên liên quan.

Một số loại hình sản phẩm và dịch vụ văn hóa trong thị trường văn hóa đã đạt được những thành công nhất định, như: Nghệ thuật biểu diễn (nhiều chương trình của các đơn vị nghệ thuật chuyên nghiệp đã thu hút hàng triệu lượt khách đến thụ hưởng như Nhà hát Ca múa kịch Lam Sơn với các chương trình sân khấu thiếu nhi, sân khấu truyền hình, các chương trình ca múa nhạc; Nhà hát Nghệ thuật truyền thống với nhiều vở diễn thuộc các thể loại Chèo, Cải lương... Tổng doanh thu của các đơn vị nghệ thuật giai đoạn 2017 đến nay đạt: 15.751.854.300^d (Mười lăm tỷ bảy trăm năm mươi một triệu tám trăm năm mươi tư ngàn ba trăm đồng)); nhiều di sản văn hóa, du lịch đã thu hút hàng chục triệu lượt khách, trở thành “điểm đến” đối với nhiều du khách quốc tế, góp phần mở rộng, quảng bá thị trường sản phẩm và dịch vụ văn hóa tỉnh Thanh Hóa đến du khách trong nước và quốc tế như: Khu Di tích lịch sử Lam Kinh, Di tích lịch sử và kiến trúc nghệ thuật quốc gia đặc biệt Bà Triệu, Đền Nưa (Am Tiêm), Di sản Thế giới Thành Nhà Hồ...

Chính sách đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ văn hóa đồng thời với chính sách quản lý thị trường phù hợp, hiệu quả.

Tỉnh luôn khuyến khích các nghệ nhân, thợ giỏi thiết kế nhiều mẫu mã sản phẩm trên cơ sở vừa giữ được nét truyền thống, vừa đáp ứng được nhu cầu thị trường. Hỗ trợ đầu tư công nghệ hiện đại theo hướng kết hợp giữa công nghệ tiên tiến với công nghệ cổ truyền để tăng chất lượng, giảm giá thành sản xuất, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường.

Chính sách phát triển thị trường đối với từng sản phẩm, dịch vụ văn hóa chủ yếu
Đối với điện ảnh: Tổ chức thực hiện hiệu quả Luật Điện ảnh năm 2022 và các văn bản pháp luật liên quan phù hợp với các điều ước quốc tế mà Việt Nam đã ký kết, tham gia. Khuyến khích đầu tư tư nhân vào sản xuất các bộ phim có chất lượng, “ăn khách”, tăng dần tỷ trọng phim truyện Việt Nam chiếu tại các rạp để thúc đẩy thị phần phim trong nước trước sự áp đảo của phim nước ngoài. Nâng cao chất lượng đào tạo đạo diễn, thiết kế mỹ thuật (sân khấu), kỹ thuật - công nghệ, diễn viên..., chú trọng đưa các tài năng đi đào tạo, bồi dưỡng ở những cơ sở đào tạo có chất lượng trong nước.

Đối với nghệ thuật biểu diễn: Thanh Hóa luôn tạo điều kiện phát triển thị trường cho các tác phẩm sân khấu, chương trình biểu diễn, các sản phẩm âm nhạc... Đặc biệt quan tâm, tạo điều kiện về mọi mặt để khuyến khích phát triển các đơn vị nghệ thuật ngoài công lập. Hình thành các trung tâm trình diễn nghệ thuật đa năng ứng dụng công nghệ cao trên địa bàn tỉnh.

Đối với mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm: Đầu tư, xây dựng các công trình mỹ thuật công cộng có cảnh quan kiến trúc và giá trị thẩm mỹ cao vừa phục vụ nhân dân, vừa tạo điểm đến thu hút du khách, đáp ứng yêu cầu phát triển thị trường sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Phát triển đội ngũ nghiên cứu phê bình lý luận văn học, giám tuyển mỹ thuật có trình độ chuyên môn cao. Chủ động đầu tư, xây dựng các bộ sưu tập giới thiệu, quảng bá về đất và người Xứ Thanh, có ứng dụng công nghệ hiện đại tạo ra các tác phẩm nhiếp ảnh hấp dẫn, đa dạng. Đầu tư xây dựng Trung tâm Triển lãm - Hội chợ.

- Quảng cáo tỉnh với quy mô lớn nhằm thúc đẩy công tác quảng bá, mua, bán các sản phẩm, dịch vụ văn hóa và du lịch, thực hiện hợp tác, liên doanh, liên kết trong sáng tạo, sản xuất, phổ biến và tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ văn hóa.

Đối với quảng cáo: Triển khai thực hiện hiệu quả Luật quảng cáo, các văn bản dưới luật và Quyết định số 3212/QĐ-UBND ngày 24/8/2018 của Ủy ban nhân dân tỉnh Phê duyệt điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo ngoài trời tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020, định hướng đến năm 2030, trên cơ sở đó tạo điều kiện thuận lợi để hoạt động quảng cáo phát triển; thúc đẩy xã hội hóa các hoạt động quảng cáo; ứng dụng công nghệ cao, hiện đại trong quảng cáo; khuyến khích các doanh nghiệp quảng cáo đào tạo đội ngũ thiết kế quảng cáo có khả năng tiếp thu và ứng dụng tiến bộ khoa học - kỹ thuật, nắm vững kiến thức văn hóa, kiến thức thị trường; thúc đẩy phát triển quảng cáo trong và ngoài nước...

Đối với du lịch văn hóa: Thúc đẩy liên kết thị trường sản phẩm, dịch vụ văn hóa với thị trường du lịch. Bổ sung, ban hành chính sách khuyến khích phát triển các loại hình du lịch văn hóa, đặc biệt là du lịch di sản, du lịch tâm linh,... Vì vậy, trong những năm qua, du lịch văn hóa tỉnh Thanh Hóa có bước chuyển biến tích cực, ngày càng đa dạng hơn, chất lượng được đổi mới đáng kể, trong đó du lịch văn hóa - lịch sử gắn với tâm linh tiếp tục khẳng định vị thế. Thường xuyên chỉ đạo các doanh nghiệp lữ hành trong tỉnh xây dựng các chương trình tham quan du lịch trong đó kết nối các điểm du lịch văn hóa, lịch sử, tâm linh nổi bật như: Khu Di tích lịch sử Lam Kinh, Di tích lịch sử và kiến trúc nghệ thuật quốc gia đặc biệt Bà Triệu, Quần thể di tích Quốc gia Đền Nưa (Am Tiêm), Di sản Thế giới Thành Nhà Hồ,... nhằm khai thác và phát huy hiệu quả các tour du lịch di sản.

Đối với ngành thủ công mỹ nghệ: tỉnh luôn tạo cơ chế mở rộng quy mô các DNNN, DNTN, các hộ kinh doanh cá thể hoạt động trong lĩnh vực này như: Nghề dệt Nhiều Hồng Đô, cói Nga Sơn, đúc đồng Thiệu Trung, mỹ nghệ Tiên Sơn, Gốm Làng Vồm, nghề chạm khắc đá, nghề Mây tre đan Hoàng Thịnh,...); xây dựng các làng nghề truyền thống xanh, phát triển bền vững; có cơ chế, chính sách đãi ngộ thỏa đáng để phát huy tài năng các chủ thể sản xuất, cung ứng sản phẩm, dịch vụ văn hóa; hoàn thiện chính sách, tạo môi trường, điều kiện để các sản phẩm thủ công mỹ nghệ có vị trí, vai trò quan trọng hơn nữa trên thị trường, trở thành một trong những trụ cột quan trọng cho thị trường sản phẩm và dịch vụ văn hóa trên địa bàn tỉnh.

Đối với việc thực thi quyền tác giả, quyền liên quan.

Thực hiện Đề án “Tăng cường năng lực quản lý và thực thi hiệu quả pháp luật bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan đến năm 2020, định hướng đến năm 2025” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 88/QĐ-TTg ngày 20-1-2017, việc thực thi bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan đã nhận được sự quan tâm chỉ đạo của các cấp ủy Đảng, chính quyền, sự phối hợp chặt chẽ của các cơ quan chức năng từ tỉnh đến cơ sở trong hướng dẫn tuyên truyền, xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện Đề án. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã làm tốt công tác tham mưu UBND tỉnh ban hành các văn bản chỉ đạo, hướng dẫn thực hiện các quy định của pháp luật, chế độ, chính sách về quyền tác giả, quyền liên quan; phối hợp với các sở, ban, ngành, các địa phương trong tỉnh đẩy mạnh công tác quản lý, thực hiện các biện pháp bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan. Trong đó, đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến các quy định Luật Sở hữu trí tuệ về quyền tác giả, quyền liên quan trên các lĩnh vực: văn hóa, thông tin, thể thao, du lịch và quảng cáo và các chế tài xử lý vi phạm... tới các đơn vị sự nghiệp trực thuộc Sở, Phòng Văn hóa và Thông tin, Trung tâm Văn hóa, Thông tin, Thể thao và Du lịch các huyện, thị xã, thành phố. Đồng thời, hướng dẫn, yêu cầu các cá nhân, đơn vị, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực biểu diễn nghệ thuật trên địa bàn thực hiện nghiêm các quy định pháp luật về quyền tác giả, quyền liên quan khi sử dụng các tác phẩm để

biểu diễn nhằm thúc đẩy đổi mới, sáng tạo và xây dựng ý thức, trách nhiệm tôn trọng quyền tác giả, quyền liên quan. Các văn bản chỉ đạo, tuyên truyền được Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cập nhật, đăng tải trên Cổng thông tin điện tử của Sở (<http://svhttdl.thanhhoa.gov.vn>); phối hợp với Báo Thanh Hóa, Đài PT-TH tỉnh tuyên truyền, phổ biến. Công tác quản lý Nhà nước về quyền tác giả, quyền liên quan trên địa bàn tỉnh cơ bản được thực hiện tốt theo quy định của pháp luật. Công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm pháp luật về quyền tác giả, quyền liên quan được ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan hữu quan, chính quyền các cấp phối hợp thực hiện, góp phần phòng ngừa, ngăn chặn các trường hợp vi phạm các quy định về quyền tác giả, quyền liên quan, qua đó tạo điều kiện thuận lợi để các ngành công nghiệp văn hóa trên địa bàn phát triển đúng hướng, đúng quy định.

Để công nghiệp văn hóa Việt Nam phát triển trong thời gian tới, cần thực hiện tốt một số giải pháp cụ thể như sau:

Thứ nhất, về nhận thức: Đề nghị cấp ủy, chính quyền các địa phương tăng cường nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành về tầm quan trọng cũng như tiềm năng của các ngành công nghiệp văn hóa trong việc khai thác các thế mạnh của địa phương.

Thứ hai, giải pháp phát triển nhân lực: Các địa phương của Việt Nam đều là những vùng đất giàu có về tài nguyên văn hóa. Mỗi miền đều có những bản sắc, những câu chuyện lịch sử rất riêng. Làm thế nào để biến những tài sản văn hóa đó thành sản phẩm văn hóa đưa lại giá trị kinh tế, rồi từ sản phẩm văn hóa chuyển hóa thành sản phẩm du lịch để thu hút du khách là những câu chuyện không hề dễ dàng. Do vậy, các địa phương cần chú ý việc đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ và thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao liên quan đến văn hóa sáng tạo để có thể biến tiềm năng trở thành động lực trong phát triển của địa phương mình.

Thứ ba, giải pháp về thu hút xã hội hóa: Cần có cơ chế thu hút nguồn lực từ xã hội tham gia vào quá trình phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Trong bối cảnh nguồn vốn đầu tư cho lĩnh vực văn hóa còn tương đối eo hẹp, việc thu hút các nguồn vốn từ các doanh nghiệp, các tổ chức xã hội đầu tư vào các lĩnh vực của ngành công nghiệp văn hóa là hết sức quan trọng, không chỉ cung cấp thêm vật lực mà còn tạo động lực mới cho các lĩnh vực được đầu tư.

Thứ tư, giải pháp về tính liên kết giữa phát triển các ngành công nghiệp văn hóa với du lịch, trong đó có du lịch văn hóa: Các địa phương cần coi trọng sự phối hợp chặt chẽ giữa công nghiệp văn hóa và lĩnh vực du lịch với cách tiếp cận.

Công nghiệp văn hóa là động lực để phát triển du lịch, du lịch văn hóa là một bộ phận cấu thành các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Ngược lại, du lịch là cơ sở để thúc đẩy công tác giữ gìn, bảo tồn các giá trị văn hóa - nguồn tư liệu của các

ngành công nghiệp văn hóa. Trên cơ sở đó, địa phương cần tăng cường tính liên kết giữa các ngành, các vùng nhằm phát huy sức mạnh tổng hợp trong việc phát triển công nghiệp văn hóa.

Thứ năm, tăng cường việc ứng dụng công nghệ thông tin, thúc đẩy số hóa các ngành công nghiệp văn hóa địa phương. Cùng với sự chuyển đổi số mạnh mẽ trong nền kinh tế, các ngành công nghiệp văn hóa cũng đang có quá trình số hóa phương thức sản xuất, kinh doanh, phân phối hàng hóa văn hóa đến người tiêu dùng. Số hóa tạo nên sự thay đổi về chất trong các ngành công nghiệp văn hóa. Vì vậy, các địa phương cần tận dụng vai trò của công nghệ trong việc khai thác các tiềm năng lợi thế về văn hóa trong phát triển công nghiệp văn hóa và du lịch tại địa phương mình./.

PHÁT TRIỂN NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA, CÔNG NGHIỆP SÁNG TẠO - HƯỚNG ĐI MỚI ĐỂ XÂY DỰNG THÀNH PHỐ HUẾ XỨNG TẦM LÀ TRUNG TÂM VĂN HÓA, CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA ĐẶC SẮC CỦA CẢ NƯỚC, KHU VỰC ĐÔNG NAM Á VỀ DU LỊCH, ẨM THỰC

UBND Thành phố Huế

1. Mở đầu

Là đô thị cổ được hình thành hơn 700 năm, từng là Kinh đô của triều Tây Sơn, là thủ phủ của 9 đời chúa, 13 triều vua, cố đô Huế ngày nay vẫn còn lưu giữ những di sản văn hóa vật thể và phi vật thể chứa đựng nhiều giá trị biểu trưng cho trí tuệ và tâm hồn của dân tộc Việt Nam. Cho đến nay, Huế đang sở hữu và đồng sở hữu 7 danh hiệu về di sản được UNESCO vinh danh, chiếm đến 1/4 tổng số di sản được UNESCO công nhận tại Việt Nam: Quần thể Di tích Cố đô Huế, Nhã nhạc cung đình Huế, Mộc bản triều Nguyễn, Châu bản triều Nguyễn và Hệ thống thơ văn trên kiến trúc cung đình Huế; hai di sản phi vật thể đồng sở hữu với các địa phương khác là Tín ngưỡng thờ Mẫu và Bài Chòi. Có thể nói rằng, Huế có nhiều lợi thế nổi trội, đặc sắc và độc đáo không chỉ trong khu vực miền Trung, mà còn của cả nước. Cùng với những cảnh đẹp thiên nhiên của miền sông Hương núi Ngự, những di sản văn hóa vật thể và phi vật thể (*thành quách, lăng tẩm, đền đài, phủ đệ, những ngôi chùa, những ngôi nhà vườn, khu phố hàng trăm năm tuổi,...*), Huế còn có hàng trăm lễ hội lớn nhỏ khác nhau, con người Huế thân thương, bình dị, hiếu khách đã tạo nên một nét riêng rất Huế, xứng danh là vùng đất của văn hóa, di sản. Chính vì vậy Huế có sức thu hút khách du lịch rất lớn không chỉ trong phạm vi quốc gia mà còn trên toàn thế giới.

Ngày 10/12/2019, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 54-NQ/TW (NQ 54) về xây dựng và phát triển Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Mục tiêu xuyên suốt của Nghị quyết là xây dựng Thừa Thiên Huế trở thành Thành phố trực thuộc Trung ương trên nền tảng cố đô di sản. Cùng với chính sách cởi mở của tỉnh và thành phố Huế, Nghị quyết 54/2019 của Bộ Chính trị là "chìa khóa vàng" để thành phố Huế hướng tới nền công nghiệp sáng tạo, công nghiệp văn hóa. Nghị quyết số 1264/NQ-UBTVQH14 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội có hiệu lực kể từ ngày 01/7/2021, địa giới hành chính thành phố Huế cũng được mở rộng gấp 3,76 lần diện tích tự nhiên so với trước. Đây cũng là cơ hội và những thách thức mới, là điều kiện thuận lợi cho việc khai thác các tiềm lực, phát triển quan hệ giao lưu kinh tế - văn hóa với các vùng trong nước và quốc tế.

Hiện nay, tỉnh và thành phố Huế rất chú trọng vai trò, vị thế của di sản văn hóa bằng quyết tâm chính trị qua việc thực hiện một loạt Đề án, tiêu biểu là Đề án di dời dân cư, giải phóng mặt bằng khu vực I Kinh thành Huế - được xem là "cuộc di dân lịch sử",

từ đó thực hiện trùng tu, bảo tồn, khai thác Quần thể di tích Cố đô Huế. Trong thời gian đến, tỉnh và thành phố sẽ có sự đầu tư lớn hơn để từng bước phục hồi, tôn tạo, trùng tu hệ thống di sản, phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể phong phú với kho tàng di sản tư liệu đồ sộ, kho tàng cổ vật quý giá, các lễ hội, âm nhạc, ngành nghề thủ công truyền thống, nghệ thuật ẩm thực, lối sống Huế... Diện mạo đô thị Huế cũng đã có nhiều thay đổi tích cực, không chỉ giữ được nét cổ kính của hệ thống di tích Kinh thành Huế mà hạ tầng và không gian đô thị cũng không ngừng được chỉnh trang, mở rộng theo hướng xanh, sạch, hiện đại, góp phần xây dựng thành phố Huế xứng tầm đô thị di sản quốc gia, là trung tâm văn hóa, công nghiệp văn hóa đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch và ẩm thực.

2. Xây dựng Huế là trung tâm văn hóa, công nghiệp văn hóa đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch, ẩm thực

Định hướng của Huế trong việc xây dựng thành phố Huế xứng tầm là trung tâm văn hóa, công nghiệp văn hóa đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch với các nội dung: Tập trung đầu tư xây dựng hạ tầng phát triển du lịch, ưu tiên hạ tầng phát triển du lịch thông minh và bền vững; xây dựng các sản phẩm du lịch chủ lực thương hiệu Huế; tăng cường quảng bá và xúc tiến du lịch.

2.1. Đầu tư cơ sở hạ tầng phát triển du lịch, ưu tiên phát triển du lịch thông minh và bền vững

Nghị quyết 04-NQ/TU ngày 29/12/2021 của Tỉnh ủy Thừa Thiên Huế đã xác định mục tiêu, tầm nhìn nhằm phát triển văn hóa, du lịch của tỉnh: Đến năm 2025, Thừa Thiên Huế trở thành trung tâm văn hóa, du lịch đặc sắc của cả nước, Thành phố Festival đặc trưng của Việt Nam, Thành phố Văn hóa ASEAN, Thành phố Du lịch sạch ASEAN, Thành phố bền vững môi trường ASEAN và đạt danh hiệu Thành phố sáng tạo về văn hóa. Đến năm 2030, Thừa Thiên Huế xứng tầm là một trong những trung tâm văn hóa, du lịch lớn, đặc sắc của khu vực Đông Nam Á; là tiền đề để xây dựng Thừa Thiên Huế trở thành một trong những trung tâm văn hóa, du lịch lớn, đặc sắc, thành phố Festival của châu Á vào năm 2045.

Để đạt được mục tiêu đó, thời gian qua, thay vì tập trung vào các ngành công nghiệp cần nhiều tài nguyên thiên nhiên, dễ tác động xấu tới môi trường, đặc biệt là hệ thống các di sản văn hóa, chính quyền thành phố Huế đã dần hướng tới nền công nghiệp sáng tạo, công nghiệp văn hóa. Thành phố Huế xác định rõ trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay, công nghiệp văn hóa sẽ có nhiều cơ hội để phát triển. Huế sẽ phồn vinh nếu phát triển công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo đúng nghĩa nhờ lợi thế văn hóa di sản và thương hiệu cố đô xanh.

Vì vậy, những năm gần đây, thành phố Huế tiếp tục tạo nên những điểm sáng trong bức tranh chung của tỉnh nhà thể hiện qua việc xây dựng thương hiệu Huế -

thành phố Festival, thành phố văn hóa ASEAN, thành phố du lịch sạch ASEAN, thành phố bền vững về môi trường ASEAN, thành phố Xanh quốc gia; đồng thời tập trung toàn lực vào công tác chỉnh trang, phát triển hạ tầng đô thị, ưu tiên xanh hóa đô thị, xử lý nước thải và rác thải hiệu quả. Cùng với sự hỗ trợ kinh phí của tỉnh kết hợp với nguồn kinh phí dành cho dự án thí điểm của Chính phủ Hàn Quốc tài trợ (và gần đây là dự án xây dựng "Huế thành phố văn hóa, du lịch thông minh" do KOICA tài trợ), thành phố Huế đã nỗ lực dành một phần ngân sách để đầu tư, chỉnh trang các tuyến đường trung tâm thành phố, không gian hai bờ sông Hương, hình thành phố đi bộ Phố đêm Hoàng Thành Huế, đầu tư xây dựng tuyến phố đi bộ Hai Bà Trưng, chỉnh trang hệ thống các công viên, điểm xanh, đường đi bộ Nguyễn Đình Chiểu, đầu tư hệ thống điện chiếu sáng cầu Trường Tiền, công viên Thương Bạc, Phú Xuân... tạo nên sự kết nối gần như toàn bộ hệ thống các tuyến đường đi bộ dọc bờ sông Hương phía Nam và phía Bắc của thành phố Huế, đồng thời hoàn thành các dự án hạ tầng kỹ thuật khu dân cư Bắc Hương Sơ, tập trung dự án đầu tư bảo tồn, tu bổ và tôn tạo hệ thống di sản văn hóa vật thể Huế: như bảo tồn hệ thống nhà vườn, nhà rường cổ tại phố cổ Bao Vinh, trùng tu các đình làng có giá trị văn hóa tiêu biểu,...

Hiện nay, Thành phố đang tập trung đẩy nhanh tiến độ thực hiện chuẩn bị đầu tư các dự án: Cải tạo, chỉnh trang khu vực đồi Vọng Cảnh; tiếp tục nâng cấp tuyến đường dọc bờ sông Hương (phía nam) đoạn từ cầu Dã Viên đến đường Huyền Trân Công Chúa, bãi cồn Dã Viên... Mục tiêu của những dự án mà thành phố đã và đang triển khai là tạo điểm nhấn cảnh quan, nghệ thuật và không gian “mở” để người dân và du khách tiếp cận nhiều hơn vẻ đẹp thơ mộng của dòng sông Hương, qua đó phát triển du lịch, phát triển công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo.

2.2. Phát triển công nghiệp văn hóa trên cơ sở hình thành và phát triển công nghiệp văn hóa gắn với việc quảng bá thương hiệu Huế, con người Huế.

Trong thời gian qua, thành phố Huế đã không ngừng đầu tư các dự án về cơ sở hạ tầng phục vụ hoạt động sáng tạo, thu hút lực lượng lao động sáng tạo và tạo ra các sản phẩm sáng tạo; chính vì vậy Huế đã trở thành “phim trường” của không ít các đạo diễn chọn làm bối cảnh phim để tạo nên những khung hình đẹp cho những bộ phim nổi tiếng, đạt giải cao trong các Liên hoan phim danh tiếng trong nước và quốc tế. Từ năm 2019 đến nay, hàng chục bộ phim được quay tại Huế và được khán giả đón nhận nồng nhiệt, đánh dấu sức hút của Huế đối với điện ảnh. Điển hình như Phim "Hoa nở về đêm" dự liên hoan phim Cannes, phim "Gái già lắm chiêu 3" và "Mất biếc" có doanh thu trên 100 tỷ đồng,... Đây là tiềm năng để Huế trở thành phim trường lớn và mở ra cơ hội cho ngành du lịch địa phương phát triển mạnh với những tour, tuyến gắn liền với địa danh, hình ảnh, con người đã từng xuất hiện trong các bộ phim.

Thành phố Huế chính thức được mở rộng kể từ ngày 01-7-2021 theo Nghị

quyết 1264 của Ủy Ban Thường vụ Quốc Hội, sau khi điều chỉnh địa giới hành chính và sắp xếp, thành lập các phường, thành phố Huế có 265,99km² diện tích tự nhiên (tăng 3,76 lần so với trước đây), dân số 652.572 người (tăng 1,8 lần). Quy hoạch đô thị xác định tầm nhìn đến năm 2050, với mục tiêu xây dựng Huế là một đô thị văn hóa lịch sử sống động, định hướng phát triển Huế trở thành đô thị văn hoá sáng tạo; để thực hiện mục tiêu đó, cần xây dựng Huế là một đô thị công nghiệp tri thức, do đó, Huế sẽ ưu tiên phát triển ngành công nghiệp tri thức chất lượng cao. Phần đầu xây dựng đô thị thân thiện môi trường, văn minh, sạch đẹp và hài hòa với cảnh quan thiên nhiên để sớm phát triển Huế là một trong những đô thị sáng tạo, đô thị môi trường “kiểu mẫu”, hướng tới xây dựng Thừa Thiên Huế trở thành một trong sáu đô thị cấp quốc gia trong hệ thống đô thị Việt Nam.

Thành phố Huế sẽ từng bước tạo nên một thị trường cung ứng hàng quà tặng, các làng nghề truyền thống nói chung và các cơ sở sản xuất thủ công mỹ nghệ ở Huế nói riêng, bước đầu đã nhận thấy được vai trò của sự sáng tạo đổi mới sản phẩm. Qua 8 kỳ Festival nghề truyền thống Huế do thành phố Huế tổ chức, Thành phố đã định hướng cho các làng nghề, ngành nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống vươn mình bằng sự sáng tạo, đột phá từ ý tưởng đến tư duy sản xuất trong kinh doanh như nón lá sen, nón lá bàng, áo dài Huế, hoa giấy, giấy trúc chỉ,... Nhiều sản phẩm không đơn thuần là những mặt hàng lưu niệm mà là những sản phẩm thời trang mang tính thương hiệu không chỉ trong nước mà đã vươn tầm quốc tế.

Đối với các nghệ nhân trong các lĩnh vực sản xuất thủ công mỹ nghệ đã và đang tạo ra một làn gió mới không chỉ bảo tồn mà còn phát huy những giá trị văn hóa truyền thống. Sự kết hợp giữa các ngành nghề đã tạo ra nhiều dấu ấn sáng tạo mới, việc tích hợp thêm những mục đích sử dụng khác đã được chú trọng, việc ứng dụng các công nghệ mới vào cải tiến sản phẩm cũng được các nghệ nhân quan tâm để tạo nên các sản phẩm sáng tạo có hiệu quả kinh tế cao. Hình thức bao bì sản phẩm cũng góp phần thể hiện sự đổi mới, “chỉnh phục” du khách từ cái nhìn đầu tiên. Hiện nay, tại các cơ sở sản xuất nghề và làng nghề truyền thống Huế có đội ngũ thiết kế có tiềm năng, từ các nghệ nhân, thợ thủ công thường xuyên được đào tạo bồi dưỡng chuyên môn lĩnh vực thiết kế, sáng tạo. Thành phố thường xuyên tổ chức các hội thi, thiết kế sản phẩm nhằm tạo ra nhiều mẫu mã mới, tinh xảo đáp ứng nhu cầu thị trường, đồng thời triển khai phổ biến, hướng dẫn vận động các cơ sở sản xuất triển khai đăng ký sử dụng con dấu nhận diện sản phẩm thủ công mỹ nghệ để nâng cao giá trị sản phẩm, tạo ra nét riêng, điểm chấm phá độc đáo tôn vinh sản phẩm “made in Huế”. Thành phố luôn tạo điều kiện để các làng nghề, cơ sở sản xuất có điều kiện tiếp cận với các tư liệu, tài liệu về các bảo vật, các kiến trúc đặc sắc, từ đó lấy ý tưởng sản xuất các sản phẩm mang “hồn” của Huế, đậm chất văn hóa Huế.

2.3. Tăng cường quảng bá và xúc tiến du lịch Huế

Thừa Thiên Huế là một trong 5 tỉnh thuộc vùng kinh tế trọng điểm miền Trung; Huế là một trong những địa phương có nhiều tài nguyên thiên nhiên phong phú bậc nhất của cả nước, nguồn tài nguyên này có vai trò quan trọng đối với việc khai thác và thu hút du lịch; đặc biệt là Cố đô Huế - Thành phố di sản văn hóa thế giới, thành phố Festival. Huế hội tụ đủ các tiềm năng, thế mạnh để phát triển các ngành kinh tế, trong đó có du lịch.

Hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch Huế thường xuyên được đổi mới và tăng cường theo hướng chuyên nghiệp để mở rộng thị trường: Ứng dụng công nghệ 4.0 trong hoạt động tuyên truyền quảng bá du lịch giới thiệu hình ảnh điểm đến, ẩm thực, dịch vụ du lịch Huế trên các trang mạng xã hội facebook, tiktok, instagram, youtube, zalo... của Visit Hue và các trang mạng khác.

Để xây dựng thành phố Huế xứng tầm là trung tâm văn hóa, công nghiệp văn hóa đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch, thành phố Huế sẽ cùng với các Sở, ngành của tỉnh tập trung xây dựng thương hiệu du lịch: "Huế - thành phố của lễ hội", "Huế - Kinh đô ẩm thực" và "Huế - Kinh đô áo dài", tạo động lực nhằm góp phần phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Trọng tâm là triển khai các giải pháp phục hồi và cơ cấu lại ngành du lịch, nhất là thị trường khách du lịch và sản phẩm du lịch; xây dựng chiến lược dài hạn cũng như đẩy mạnh công tác xúc tiến quảng bá với nhiều hình thức mới, nhất là quảng bá trực tuyến trong bối cảnh tình hình dịch bệnh COVID-19 vẫn còn diễn biến phức tạp. Việc xây dựng các thương hiệu trên của Huế sẽ góp phần thúc đẩy phát triển du lịch, các nghề thủ công truyền thống Huế, ẩm thực Huế và các ngành sáng tạo phụ kiện hỗ trợ cùng phát triển. Đây chính là cách phát triển công nghiệp văn hóa, vừa lan tỏa giá trị văn hóa truyền thống của Huế vừa tăng nguồn thu cho địa phương cũng như giải quyết việc làm, nâng cao đời sống cho người dân Huế.

3. Một số giải pháp thực hiện mục tiêu xây dựng Huế là trung tâm văn hóa, công nghiệp văn hóa đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch, ẩm thực

Sau đại dịch Covid-19, thành phố đã triển khai các giải pháp kích cầu du lịch, tìm kiếm các sản phẩm dịch vụ mới phục vụ du lịch, đa dạng hóa thị trường, cơ cấu lại nguồn khách, tiếp tục xây dựng tuyến phố văn minh thương mại, đặc biệt đã xây dựng Đề án "Hoàn thiện và phát triển các sản phẩm du lịch, dịch vụ về đêm của thành phố Huế giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030" và đã được thông qua.

Trong thời gian đến, để thúc đẩy công nghiệp văn hóa phát triển mạnh, góp phần xây dựng Huế là trung tâm văn hóa, công nghiệp văn hóa đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch, ẩm thực, thành phố sẽ tiếp tục tập trung nguồn lực hình thành nhiều không gian văn hóa sáng tạo nhằm tạo lập, hình thành các sản phẩm

văn hóa, du lịch đặc sắc, hấp dẫn gắn với nét văn hóa riêng có của từng không gian, trong đó chú trọng các không gian sau:

Thứ nhất, hình thành không gian văn hóa sáng tạo tại các công viên dọc hai bờ sông Hương, lấy dòng sông Hương là chủ thể trọng tâm với hệ thống các công viên vệ tinh và tuyến đường đi bộ hai bờ sông Hương là điểm nhấn. Đây sẽ là điểm đến, một không gian công cộng đặc biệt dành cho sinh hoạt văn hóa cộng đồng. Không gian này có lợi thế là tỉnh và thành phố Huế đã đầu tư hạ tầng để hình thành nên không gian văn hóa nghệ thuật với trục không gian chính là tuyến đường Lê Lợi.

Thứ hai, không gian đi bộ trải nghiệm với việc nâng cao chất lượng hoạt động của phố đi bộ Phạm Ngũ Lão-Chu Văn An-Võ Thị Sáu, đường đi bộ Nguyễn Đình Chiểu, cầu đi bộ trên sông Hương, trục không gian văn hóa nghệ thuật tại đường Lê Lợi và hình thành đường đi bộ Hai Bà Trưng (dự kiến đưa vào hoạt động vào đầu năm 2023), công viên Hồ Thủy Tiên (sẽ hoạt động vào tháng 3/2023)...

Thứ ba, tiếp tục phát triển Phố đêm Hoàng Thành Huế trở thành không gian sáng tạo văn hóa tại các tuyến đường quanh Hoàng Thành Huế. Không gian này sẽ hình thành tuyến phố đêm lung linh, huyền ảo mang đậm nét văn hóa hoàng cung, Đại Nội về đêm, hình thành sản phẩm ***Đêm Hoàng Cung*** với định hướng không gian xung quanh Hoàng Thành theo chủ đề mang đậm chất văn hóa Huế đặc trưng để tạo không gian phù hợp, đồng thời dựa vào yếu tố lịch sử để hình thành các không gian dịch vụ, thương mại, văn hóa, nghệ thuật đầy tính sáng tạo, là một trong những sản phẩm du lịch về đêm phục vụ du khách và nhân dân.

Thứ tư, hình thành không gian trải nghiệm sông Hương. Tại đây sẽ tổ chức các sự kiện văn hóa nghệ thuật đặc sắc vùng sông nước như: Chương trình sông Hương ngày hội sẽ được hình thành và tổ chức hàng năm tại các dịp Festival, tổ chức các hoạt động ca Huế trên sông Hương, các sân khấu thực cảnh và sẽ tùy theo các nội dung hoạt động văn hóa để xây dựng phương án trang trí không gian hai bờ sông Hương phù hợp.

Thứ năm, hình thành không gian ẩm thực dân gian Huế tại các tuyến đường dọc sông Đông Ba và phố cổ Bao Vinh-Gia Hội, như đường Bạch Đằng, Huỳnh Thúc Kháng, Chi Lăng... thành phố Huế sẽ có quy hoạch cụ thể để bảo tồn và phát triển các tuyến phố này trở thành một điểm đến của du lịch Huế về ẩm thực dân gian.

4. Kết luận

Hiện nay, tỉnh và thành phố đang tập trung xây dựng và triển khai các nhiệm vụ phát triển văn hóa Huế đậm đà bản sắc dân tộc và bản sắc văn hóa Huế, trở thành động lực phát triển kinh tế - xã hội; nâng cao chất lượng và tính chuyên nghiệp trong tổ chức các hoạt động văn hóa, lễ hội; nghiên cứu xây dựng và phát triển các ngành công

ng nghiệp văn hóa có lợi thế như điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, quảng cáo, thủ công mỹ nghệ, giải trí, thời trang... Từng bước mở rộng và phát triển các loại hình dịch vụ văn hóa, gắn kết chặt chẽ văn hóa với nhiệm vụ phát triển kinh tế, ổn định xã hội, bảo vệ môi trường; khai thác có hiệu quả các sản phẩm văn hóa đặc trưng, tiềm năng và lợi thế của di sản văn hóa vào phát triển du lịch. Để làm được điều đó rất cần sự đồng lòng, trách nhiệm, quyết tâm cao của Đảng bộ, chính quyền và nhân dân thành phố Huế; sự chung tay, góp sức của các chuyên gia, nhà khoa học, trí thức, văn nghệ sĩ, các doanh nghiệp, cộng đồng doanh nhân sáng tạo, các cơ quan ban ngành cấp tỉnh, các cơ quan thông tấn báo chí Trung ương và địa phương đóng trên địa bàn với tinh thần “Hợp tác và phát triển”, để Huế xứng tầm là “nòng cốt” đưa toàn Tỉnh trở thành Thành phố trực thuộc Trung ương vào trước năm 2025 theo Nghị quyết 54/2019 của Bộ Chính trị; Huế - thành phố di sản, thành phố văn hóa, thành phố bền vững về môi trường ASEAN, thành phố du lịch sạch, thành phố Xanh quốc gia của Việt Nam và các danh hiệu vinh dự cao quý khác./.

NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP VÀ CÁC CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH ĐẶC THÙ PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA, SẢN PHẨM DU LỊCH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

Tổng cục Du lịch

Kính thưa các Quý vị đại biểu,

Trong cả một giai đoạn dài, du lịch được đánh giá là ngành có dư địa và tiềm năng phát triển to lớn. Trước khi bị tác động bởi dịch bệnh Covid-19, du lịch Việt Nam có sự phát triển hết sức mạnh mẽ. Lượng khách quốc tế đến tăng gấp 2 lần chỉ trong 3 năm, tốc độ tăng trưởng đạt từ 21-29%/năm. Năm 2019 đón 18 triệu lượt khách du lịch quốc tế, 85 triệu lượt khách du lịch nội địa, tổng thu đạt 720.000 tỷ đồng. Năm 2022, cùng với chính sách mở cửa lại, hoạt động du lịch đang dần khôi phục và sôi động ở khắp các địa phương.

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam qua các giai đoạn luôn xác định Du lịch văn hóa là một trong những định hướng quan trọng. Văn hóa là yếu tố nền tảng tạo nên sự khác biệt cho mỗi điểm đến. Quan điểm phát triển du lịch cũng là một phương thức quan trọng để bảo tồn và làm sống các giá trị văn hóa. Du lịch tìm hiểu văn hóa là mục đích và hoạt động chính của phần lớn du khách đến với Việt Nam. Việc phát huy các giá trị văn hóa, hình thành các sản phẩm du lịch, tour tuyến du lịch, trải nghiệm du lịch văn hóa trong thời gian qua đã được chú trọng.

Với bề dày lịch sử dựng nước và giữ nước hàng nghìn năm đã để lại trên mọi miền đất nước hệ thống di tích với nhiều giá trị lịch sử, văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, khảo cổ, di tích cách mạng có nhiều giá trị trong việc hình thành các điểm hấp dẫn thu hút du lịch. Hầu hết các di sản văn hóa, di tích cấp quốc gia đặc biệt đã được quy hoạch định hướng phát triển thành các khu, điểm du lịch quốc gia và đang được các cấp, các ngành, địa phương quản lý khai thác xây dựng thành những sản phẩm du lịch độc đáo của Việt Nam, có sức cạnh tranh cao trong khu vực.

Các giá trị văn hóa dân tộc đặc sắc của 54 dân tộc anh em với những nét văn hóa truyền thống, phong tục tập quán riêng, tạo nên bản sắc vùng miền độc đáo. Tất cả đã tạo nên một nền văn hóa Việt Nam đa dạng và phong phú. Sự đa dạng thành phần các dân tộc là kho tàng vô giá có thể khai thác phục vụ phát triển du lịch với giá trị trải nghiệm du lịch hấp dẫn, sinh động, độc đáo và vô tận.

Với nền văn minh lúa nước và lịch sử phát triển hàng nghìn năm, Việt Nam là quê hương của các lễ hội dân gian gắn với văn minh sản xuất nông nghiệp. Cả nước có hơn 3.000 lễ hội dân gian thể hiện sinh động bản sắc độc đáo của văn hóa 54 dân tộc ở Việt Nam và trở thành tài nguyên du lịch đặc sắc có sức cuốn hút khách trong nước và

quốc tế. Nhiều lễ hội trở thành những sự kiện văn hóa, du lịch của quốc gia, của vùng và của địa phương, được lồng ghép trong các sản phẩm du lịch và trở thành yếu tố đặc sắc để quảng bá hình ảnh về đất nước, con người, văn hóa và du lịch Việt Nam. Bên cạnh đó, hệ thống các làng nghề truyền thống cũng đã được khai thác vừa phục vụ khách tham quan, trải nghiệm vừa là cơ sở sản xuất hàng lưu niệm phục vụ khách du lịch.

Ẩm thực Việt Nam nổi tiếng, đặc trưng ở mỗi vùng miền, mỗi dân tộc đã trở thành tài nguyên du lịch thu hút khách, đồng thời đã được định hướng khai thác phát triển, quảng bá trở thành thương hiệu mạnh cho du lịch Việt Nam.

Bên cạnh đó, trong thời gian gần đây nhiều nhà đầu tư đã bắt đầu chú trọng đầu tư các loại hình trình diễn. Hiện nay, ngoài nghệ thuật truyền thống múa rối nước được giới thiệu với du khách thì nhiều loại hình trình diễn nghệ thuật hoành tráng đã được lần lượt ra đời thu hút số lượng lớn khách du lịch văn hóa. Điển hình như nhưng show trình diễn nghệ thuật hoặc biểu diễn thực cảnh như Làng tôi (Hà Nội), À Ố Show (Tp. Hồ Chí Minh), Ký ức Hội An (Hội An), Tinh hoa Bắc Bộ (Hà Nội), Galina show (Nha Trang)... Đây có thể coi là những sản phẩm công nghiệp văn hóa quan trọng trong lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn. Trong điều kiện hoạt động du lịch bình thường, hàng ngày mỗi suất diễn của các buổi trình diễn này thu hút hàng nghìn người, tạo ra nguồn thu lớn, giữ chân khách du lịch lưu trú dài ngày hơn và chi tiêu nhiều hơn, đồng thời cũng tìm hiểu được thêm nhiều giá trị văn hóa của Việt Nam.

Việc khai thác các hình thức trải nghiệm mới mẻ của di tích lịch sử như các tour khám phá di tích Hòa Lò, Hoàng Thành Thăng Long buổi tối, xây dựng những vở diễn nghệ thuật mới mẻ, phát huy các không gian và hình thức trình bày của các bảo tàng để đưa vào các tour du lịch cũng những cách làm công nghiệp văn hóa.

Gần đây, các khu vui chơi giải trí hiện đại, đặc biệt là các công viên chuyên đề được đầu tư cũng đã góp phần đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ du lịch, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, qua đó thúc đẩy phát triển du lịch ở các địa phương.

Tuy nhiên, nếu so với tiềm năng, lợi thế, các giá trị văn hóa to lớn của đất nước thì việc phát triển sản phẩm du lịch văn hóa vẫn còn hạn chế, đặc biệt là các sản phẩm về công nghiệp văn hóa. Vẫn còn nhiều giá trị văn hóa chưa được khai thác hết để hình thành các sản phẩm du lịch trình diễn, tương tác và trình diễn văn hóa. Còn thiếu các công trình văn hóa nghệ thuật, các trung tâm văn hóa đặc sắc để có thể hấp dẫn du khách.

Thực hiện Chiến lược công nghiệp văn hóa trong 5 năm qua, ngành du lịch đã tập trung định hướng mạnh vào lĩnh vực di sản và lĩnh vực ẩm thực để thúc đẩy phát triển công nghiệp văn hóa thông qua du lịch. Đã tập trung xây dựng đề án phát triển thương hiệu du lịch văn hóa và chú trọng thực hiện các hoạt động xúc tiến quảng bá.

Trong thời gian tới, để phát huy hơn nữa những giá trị văn hóa, hình thành những sản phẩm công nghiệp văn hóa đặc sắc, có sức hút, có thể phục vụ khách du lịch, cần tập trung với những quan điểm, định hướng sau:

Thứ nhất. Tập trung phát triển du lịch văn hóa, coi đây là lĩnh vực “đặt hàng” cũng như thị trường “tiêu thụ” các sản phẩm công nghiệp văn hóa của các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật.

Thứ hai. Tiếp tục phát huy và đẩy mạnh các kết quả thúc đẩy chiến lược công nghiệp văn hóa giai đoạn 2016-2021 về phát triển du lịch di sản và du lịch ẩm thực để trở thành những sản phẩm mang tính thương hiệu. Song song đó, phát huy tối ưu các giá trị văn hóa, lịch sử, nghệ thuật, cách mạng để phát triển du lịch. Tận dụng các giá trị đa chiều của di tích, di sản để sáng tạo, xây dựng các sản phẩm công nghiệp văn hóa phù hợp thị hiếu của khách du lịch.

Thứ ba. Trên cơ sở các sản phẩm sáng tạo của các lĩnh vực công nghiệp văn hóa như điện ảnh, mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, nghệ thuật biểu diễn để xây dựng sản phẩm du lịch, tour du lịch đặc sắc, thu hút khách du lịch và quảng bá hình ảnh con người, các nét văn hóa truyền thống đặc sắc.

Thứ tư. Hình thành sự kết nối giữa các lĩnh vực sáng tạo của công nghiệp văn hóa với doanh nghiệp và thị trường khách, tạo ra chuỗi giá trị từ sáng tạo, cung ứng đến kết nối, tiêu dùng và lại đặt hàng lại sản phẩm công nghiệp văn hóa.

Thứ năm. Phát triển du lịch văn hóa kết hợp với mục tiêu xây dựng nông thôn mới thông qua các loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp gắn với phát triển công nghiệp văn hóa.

Để triển khai thực hiện các quan điểm, định hướng trên, cần chú trọng vào triển khai các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm gồm:

- Phối hợp với lĩnh vực điện ảnh lựa chọn chủ đề, hình ảnh, địa danh du lịch để tổ chức sản xuất các sản phẩm điện ảnh có chất lượng hình ảnh đẹp, thu hút thị trường, tạo dấu ấn, là điểm đến mong muốn của du khách, là phim trường – địa điểm du lịch tương lai.

- Phối hợp với lĩnh vực nhiếp ảnh, triển lãm, quảng cáo lựa chọn di tích, địa danh để sản xuất các bộ ảnh du lịch, các bộ quà lưu niệm du lịch dưới các hình thức đa dạng, phong phú để thu hút khách du lịch; xây dựng các tài liệu quảng bá du lịch; lựa chọn, xây dựng các sản phẩm trình diễn ánh sáng, sáng tạo nghệ thuật tại các di tích, thắng cảnh để tạo ra những sản phẩm du lịch mới lạ, hấp dẫn du khách.

- Phối hợp với các lĩnh vực điện ảnh, nhiếp ảnh để định vị văn hóa ẩm thực, phổ biến và lan tỏa ra quốc tế văn hóa ẩm thực của Việt Nam. Tổ chức các hoạt động đẩy mạnh du lịch ẩm thực.

- Tổ chức nghiên cứu phát triển sản phẩm, tổ chức tọa đàm, hội thảo, trải nghiệm thực tế cho các doanh nghiệp du lịch; các đoàn khảo sát, kết nối, xây dựng sản phẩm, kết nối tiêu dùng, đánh giá sản phẩm; các diễn đàn, kết nối các tư duy sáng tạo, tạo điều kiện các cá nhân, doanh nghiệp các lĩnh vực nhiếp ảnh, điện ảnh, nghệ thuật.

Để các nhiệm vụ, giải pháp triển khai được quyết liệt, cần có các chính sách hỗ trợ để các ngành công nghiệp văn hóa có thể được triển khai mạnh mẽ và đi vào cuộc sống:

+ Cần có chính sách tập trung ưu tiên nguồn lực cho phát triển các ngành công nghiệp văn hóa để gây dựng các nền tảng cho sự phát triển bền vững trong tương lai, đặc biệt vừa phát triển văn hóa – xã hội, vừa tăng trưởng kinh tế và gia tăng vị thế quốc gia.

+ Có chính sách ưu tiên, khuyến khích các nhà đầu tư, doanh nghiệp đầu tư phát triển các sản phẩm sáng tạo từ các giá trị văn hóa.

+ Chính sách hỗ trợ các nghệ nhân, nghệ sỹ để khuyến khích sự sáng tạo nghệ thuật, kết nối với doanh nghiệp, với thị trường du lịch để nhận biết nhu cầu với các hình thái công nghiệp văn hóa.

+ Tạo dựng cơ chế chính sách thuận lợi cho việc kết nối các đối tác là các nhà đầu tư, nghệ sỹ sáng tạo, cộng đồng, doanh nghiệp với cơ chế hưởng lợi rõ ràng để vận hành bền vững được những mô hình mới của du lịch văn hóa gắn với các sản phẩm công nghiệp văn hóa.

+ Khuyến khích và định hướng các doanh nghiệp, địa phương xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch di sản, ẩm thực và quảng bá giới thiệu đến khách du lịch trong và ngoài nước.

+ UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương cũng cần có các chính sách đặc thù ở địa phương để khuyến khích các nhà đầu tư, các đơn vị quản lý trực tiếp các bảo tàng, di tích lịch sử, nhà hát/trung tâm biểu diễn nghệ thuật, chiếu phim để kết nối các trung tâm, địa điểm sáng tạo, hình thành điểm đến du lịch với các điểm trải nghiệm công nghiệp văn hóa.

Du lịch phát triển nhanh chóng cùng với sự gia tăng của nhu cầu tìm kiếm nhiều hình thức trải nghiệm. Trải nghiệm các giá trị từ ngành công nghiệp văn hóa là một cách làm tích cực để thông qua du lịch, xuất khẩu tại chỗ và lan tỏa, quảng bá nền công nghiệp văn hóa của Việt Nam, mang đến những giá trị đích thực và phát triển bền vững./.

NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN LĨNH VỰC ĐIỆN ẢNH – CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH ĐẶC THÙ CHO CÁC DOANH NGHIỆP, ĐƠN VỊ SẢN XUẤT, PHÁT HÀNH, PHỔ BIẾN PHIM

Cục Điện ảnh

I. Mở đầu

Điện ảnh là ngành nghệ thuật sáng tạo luôn được sự quan tâm, lãnh đạo của Đảng và Nhà nước, có những đóng góp quan trọng trong việc định hướng giáo dục chính trị, tư tưởng và nâng cao thẩm mỹ, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa nghệ thuật của nhân dân. Cùng với các ngành nghệ thuật khác, điện ảnh đã góp phần trong công cuộc phát triển văn hóa dân tộc, đưa văn hóa trở thành nền tảng tinh thần, mục tiêu và động lực của sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước; đã và đang tạo động lực để thu hút các thành phần kinh tế trong nước tham gia cũng như thu hút doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào điện ảnh.

Giai đoạn 05 năm đầu thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (sau đây gọi là Chiến lược) theo Quyết định số 1755/QĐ-TTg trong bối cảnh tình hình kinh tế, chính trị - xã hội của Việt Nam đạt được những thành tựu to lớn, khẳng định uy tín, vị thế trên trường quốc tế như lời Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng đã phát biểu tại phiên Khai mạc Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng ngày 26/01/2021: *“Đất nước ta chưa bao giờ có được cơ đồ, tiềm lực, vị thế và uy tín quốc tế như ngày nay”*. Nền kinh tế đạt mức tăng trưởng cao, chuyển biến tích cực, toàn diện trên nhiều lĩnh vực. Công nghệ thông tin và cuộc cách mạng công nghệ 4.0 có bước phát triển mạnh mẽ. Lĩnh vực văn hóa, môi trường văn hóa, đời sống văn hóa được quan tâm phát triển đồng bộ; vừa phát huy những giá trị tốt đẹp của dân tộc, vừa tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại để văn hóa thực sự là nền tảng tinh thần, nguồn lực nội sinh và động lực đột phá cho phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế. Sản phẩm văn hóa phát triển ngày càng đa dạng, văn minh, lành mạnh trong đó, các tác phẩm điện ảnh đã góp phần tích cực đáp ứng nhu cầu mới, ngày càng phong phú của đời sống xã hội và công chúng.

Với các mục tiêu và giải pháp trọng tâm của Chiến lược, toàn ngành điện ảnh đã nghiêm túc, tích cực chủ động triển khai nhiệm vụ, liên tục rà soát, xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý, cơ chế, chính sách, tạo thuận lợi cho các hoạt động điện ảnh. Trên cơ sở đó, đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận, góp phần xây dựng môi trường văn hóa và quảng bá văn hóa, du lịch Việt Nam ra thế giới, trong đó Luật Điện ảnh năm 2022 được Quốc hội ban hành ngày 15/6/2022 đã được ghi nhận như một kết quả rõ nét.

Giai đoạn 2016 - 2022 là thời điểm điện ảnh Việt Nam có nhiều những thay đổi sâu sắc. Trong nước là sự gia tăng mạnh mẽ về số lượng các doanh nghiệp nước ngoài tham gia vào hoạt động sản xuất, phát hành và phổ biến phim tại Việt Nam; cùng với đó là sự xuống cấp, chuyển đổi mục đích sử dụng của các rạp chiếu phim và hãng phim nhà nước bởi sự gia tăng của các doanh nghiệp sản xuất phim tư nhân với phần lớn phim được sản xuất thường chú trọng yếu tố thương mại và giải trí. Thêm vào đó là khó khăn trong việc tài trợ, đặt hàng sản xuất phim phục vụ nhiệm vụ chính trị - những bộ phim đã từng là gương mặt đại diện của điện ảnh Việt Nam với nhiều thành tựu đạt được sự ghi nhận của nhiều thế hệ công chúng.

Quá trình hội nhập quốc tế về điện ảnh đang thúc đẩy vốn đầu tư nước ngoài đổ vào ngành công nghiệp điện ảnh Việt Nam. Hệ thống rạp với cơ sở hạ tầng, máy móc, thiết bị kỹ thuật hiện đại đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế được xây dựng tại nhiều thành phố lớn trên cả nước. Số lượng phim nước ngoài phổ biến chiếu tại rạp Việt Nam cũng tăng mạnh, chiếm hơn 70%. Xu hướng sản xuất phim remake - làm lại từ các phim nổi tiếng nước ngoài phát triển khá mạnh và bước đầu thành công về doanh thu.

Đời sống vật chất của nhân dân từng bước được cải thiện, mức thu nhập của người dân tăng lên (Mức GDP so với năm trước của một số năm: Năm 2016 đạt 6,21%; năm 2017 đạt 6,81%; năm 2018 GDP đạt 7,08%; năm 2019 GDP đạt 7,02%; năm 2020, do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, GDP đạt 2,91%) đã từng bước đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa nói chung và điện ảnh nói riêng.

Tổ chức bộ máy quản lý nhà nước của ngành điện ảnh được củng cố, kiện toàn từ Trung ương đến địa phương đã tạo ra sự đồng bộ, thống nhất trong công tác quản lý hoạt động sản xuất, phát hành và phổ biến phim. Hơn thế nữa, sự lớn mạnh, năng động của các doanh nghiệp tư nhân đã tác động tích cực đến sự phát triển của thị trường điện ảnh, hình thành một thế hệ những người làm điện ảnh trẻ, tâm huyết, tài năng vừa có khả năng bảo tồn, kế thừa, phát huy được truyền thống văn hóa dân tộc, vừa có khả năng hội nhập quốc tế.

Bên cạnh đó, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ Tư, đặc biệt sự phát triển của Internet và các nền tảng mạng xã hội như: Facebook, Youtube, Instagram, Twitter... đã làm tăng khả năng tiếp cận của nhiều tầng lớp khán giả, hội nhập sâu rộng hơn vào đời sống điện ảnh chung của thế giới.

Tuy nhiên, tại cuộc họp ngày 07/4/2021 về nhiệm vụ, giải pháp phát triển các ngành Công nghiệp văn hóa năm 2021 và những năm tiếp theo tại Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ trưởng Nguyễn Văn Hùng đã kết luận về việc ghi nhận sự cố gắng của các đơn vị trong tổ chức thực hiện nhiệm vụ được giao, nhưng so với yêu cầu nhiệm vụ Chiến lược đề ra kết quả đạt được còn thấp, một số mục tiêu chưa đạt. Do vậy, để triển khai có hiệu quả Chiến lược, Bộ trưởng đã giao các đơn vị, trong đó có

Cục Điện ảnh tập trung thực hiện nhiệm vụ, trong đó tập trung vào các nhiệm vụ trọng tâm (theo Thông báo số 180/TB-VP ngày 08/4/2021).

Cục Điện ảnh đã tích cực, nghiêm túc thực hiện Kết luận của Bộ trưởng. Hôm nay, tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg, Cục Điện ảnh đã xác định nhiệm vụ, giải pháp thực hiện Chiến lược nhằm tiếp tục phát triển công nghiệp điện ảnh trong thời gian tới.

II. Nhiệm vụ thực hiện trong thời gian tới.

Luật Điện ảnh năm 2022 với những điểm mới cơ bản về khái niệm (Điều 3), về chính sách của Nhà nước về phát triển điện ảnh, công nghiệp điện ảnh (Điều 5), về những nội dung và hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động điện ảnh (Điều 9), về sản xuất phim (Chương II), về chế độ ưu đãi đối với tổ chức nước ngoài sử dụng dịch vụ sản xuất phim Việt Nam (Điều 41), về phát hành phim (Chương III), về phổ biến phim (Chương IV, Điều 21, 22, 27, 31, 32), về lưu chiếu, lưu trữ phim (Chương V), về liên hoan phim, giải thưởng phim, cuộc thi phim, chương trình phim và tuần phim tại Việt Nam (Điều 38), về Quỹ hỗ trợ phát triển điện ảnh (Điều 44, 45).

Luật Điện ảnh năm 2022 đã kế thừa có chỉnh lý, sửa đổi, bổ sung 32 điều và quy định mới 18 điều so với Luật Điện ảnh năm 2006, sửa đổi bổ sung năm 2009, sẽ có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2023 đã tạo hành lang pháp lý và điều kiện hết sức thuận lợi cho việc tiếp tục thực hiện Chiến lược với các nhiệm vụ cụ thể của ngành điện ảnh.

- Cụ thể hoá Luật Điện ảnh số 05/2022/QH15 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XV, kỳ họp thứ 3 thông qua ngày 15 tháng 6 năm 2022 (có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2023) đi vào thực tiễn. Xây dựng hành lang pháp lý toàn diện cho hoạt động điện ảnh trong nền kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Triển khai đồng bộ về xây dựng cơ chế chính sách để phát triển nền điện ảnh dân tộc, nhân văn, hiện đại, “tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” trong thị trường điện ảnh.

Trong giai đoạn 2022 - 2023 xây dựng và trình Thủ tướng Chính phủ ban hành 02 Nghị định (trong đó có 01 Nghị định hướng dẫn thi hành Luật Điện ảnh 2022); xây dựng và trình Bộ trưởng ban hành 13 Thông tư (trong đó có 05 Thông tư hướng dẫn thi hành Luật Điện ảnh 2022).

- Tiếp tục thực hiện có hiệu quả các mục tiêu, giải pháp được đề ra tại Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030. Trong đó, phát triển điện ảnh vừa là ngành nghệ thuật, vừa là ngành kinh tế theo hướng công nghiệp, hiện đại, hội nhập, mang đậm bản sắc dân tộc, phục vụ tốt nhu cầu về đời sống văn hóa, tinh thần của nhân dân, đặc biệt đối với vùng đồng bào dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng xa có điều kiện kinh tế khó khăn. Từng bước phấn đấu xây dựng ngành điện ảnh Việt

Nam trở thành ngành công nghiệp văn hóa mũi nhọn, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo vị thế trên trường quốc tế.

- Thúc đẩy quá trình chuyển đổi số ở tất cả các khâu của ngành điện ảnh nhằm đáp ứng kịp thời sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế số, xã hội số; sự biến động sâu sắc của xã hội dưới tác động của đại dịch Covid-19, thói quen mới thường thức điện ảnh trên nền tảng trực tuyến ngày càng phổ biến trong kỷ nguyên số; đồng thời thích ứng với cuộc Cách mạng công nghệ lần thứ tư, nhiệm vụ cấp bách đối với Điện ảnh Việt Nam hiện nay là cần phải đổi mới phương thức, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý của Nhà nước, đặc biệt trong hoạt động phát hành, phổ biến phim; thực hiện số hóa dữ liệu phòng vé, là động lực phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong giai đoạn chuyển đổi số quốc gia hiện nay, đáp ứng những tác động tích cực từ Luật Điện ảnh năm 2022.

- Lan tỏa rộng rãi tinh thần “Người Việt yêu phim Việt”, củng cố và đầu tư cho hệ thống phát hành, phổ biến phim cho các doanh nghiệp, đơn vị của Việt Nam. Khuyến khích các tổ chức, cá nhân đầu tư xây dựng và phát triển các cụm rạp, phòng chiếu phim chất lượng cao phục vụ nhu cầu xã hội; đáp ứng tiềm năng phát triển luôn được đánh giá tích cực của thị trường điện ảnh Việt Nam. Tăng tỷ lệ phổ biến những tác phẩm điện ảnh có giá trị về nội dung và tư tưởng; giới thiệu đất nước, con người Việt Nam; góp phần thực hiện hiệu quả chính sách văn hóa đối ngoại và ngoại giao văn hóa trong tình hình mới.

- Tiếp tục đẩy mạnh xã hội hoá hoạt động điện ảnh, khuyến khích các tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành điện ảnh; huy động các nguồn vốn đầu tư phát triển điện ảnh có trọng tâm, trọng điểm vào các khu vực theo những dự án cụ thể phù hợp với quy định pháp luật hiện hành.

- Nâng cao tính chuyên nghiệp trong tổ chức các sự kiện điện ảnh và đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến hoạt động điện ảnh, đồng thời quảng bá hình ảnh đất nước, con người, bản sắc văn hóa Việt Nam; xây dựng các chương trình hành động như: Xây dựng thành phố Điện ảnh; Việt Nam - điểm đến của nhà sản xuất phim quốc tế...

- Liên kết hợp tác với các hãng phim trong nước và quốc tế sản xuất các tác phẩm nghệ thuật điện ảnh giới thiệu về vùng đất con người Việt Nam. Tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ sở sản xuất phim khai thác tiềm năng bối cảnh về di tích lịch sử - văn hoá, cảnh quan thiên nhiên Việt Nam.

- Tiếp tục hoàn thiện hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và nguồn nhân lực của ngành điện ảnh để sản xuất, phổ biến những tác phẩm điện ảnh có giá trị tư tưởng, giáo dục, thẩm mỹ và giải trí nhằm đáp ứng nhu cầu về đời sống tinh thần ngày càng cao của nhân dân, hướng tới mục tiêu xây dựng và phát triển toàn diện con người Việt Nam, phù hợp với yêu cầu phát triển bền vững đất nước và hội nhập quốc tế.

III. Giải pháp thực hiện

1. Về cơ chế chính sách

- Hoàn thiện cơ sở pháp lý đồng bộ với Luật Điện ảnh năm 2022 để điều chỉnh phù hợp các hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực điện ảnh và các hoạt động liên quan, đặc biệt đối với hình thức phổ biến phim trên không gian mạng đang gia tăng mạnh mẽ cả về số lượng và các vấn đề phát sinh trong thực tiễn.

- Nghiên cứu đề xuất thay đổi về các cơ chế trong hợp tác đầu tư sản xuất phim. Tăng cường công tác bảo hộ quyền tác giả và quyền sở hữu tác phẩm điện ảnh, đề phòng và ngăn chặn tình trạng vi phạm bản quyền, thực hiện cam kết quốc tế về bản quyền.

- Xây dựng các cơ chế pháp lý nhằm khuyến khích đầu tư, thu hút đa dạng các nguồn vốn đầu tư vào thị trường điện ảnh. Thông qua việc nâng cao năng lực tài chính, các doanh nghiệp điện ảnh sẽ tạo ra nhiều tác phẩm điện ảnh có chất lượng về nội dung và hình thức, đồng thời đưa nền điện ảnh trở thành một sản phẩm giải trí mang tầm quốc tế để hình thành và phát triển thị trường xuất khẩu sản phẩm điện ảnh.

- Đề xuất và phối hợp với các cơ quan chức năng liên quan xây dựng những chính sách ưu đãi về các loại thuế cho đầu ra của phim; cơ chế ưu đãi khi nhà nước mua bản quyền những bộ phim chất lượng về nội dung và nghệ thuật để khuyến khích các nhà sản xuất phim tiếp tục làm ra những bộ phim tốt hơn.

- Xây dựng những chính sách nhằm thu hút các đạo diễn, biên kịch, quay phim có trình độ cao trong nước và nước ngoài tham gia vào hoạt động sản xuất phim tại Việt Nam.

2. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

- Nghiên cứu công tác đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đầu tư chương trình đào tạo chuyên sâu, đặc thù cho ngành điện ảnh thông qua chính sách học bổng đào tạo đội ngũ các nhà làm phim chuyên nghiệp: biên kịch, đạo diễn, diễn viên, quay phim, thiết kế mỹ thuật, âm nhạc, hóa trang, phục trang, kỹ xảo, công nghệ, lý luận phê bình, sản xuất phim, phát hành phim, quản lý điện ảnh được đào tạo chuyên sâu, có trình độ và năng lực đáp ứng được nhu cầu phát triển của công nghiệp điện ảnh trong thời kỳ mới.

- Xây dựng kế hoạch đào tạo cấp bách đội ngũ các nhà quản lý điện ảnh, có đủ trình độ và năng lực phát triển điện ảnh Việt Nam mang tính dân tộc, hiện đại, nhân văn; vừa là ngành nghệ thuật, vừa là một ngành kinh tế.

- Tạo điều kiện cho các nhà làm phim trẻ, phim đầu tay, công chúng yêu điện ảnh tổ chức các hoạt động chuyên đề thường xuyên, chia sẻ các thông tin, cập nhật các xu hướng điện ảnh mới, giao lưu trình chiếu các bộ phim nghệ thuật, phim thử nghiệm, tài liệu, khoa học, môi trường...

3. Về cơ sở vật chất và dịch vụ

- Tiếp tục phát huy thế mạnh kết hợp về cơ sở vật chất, hạ tầng dịch vụ chiếu phim như hiện nay. Đặc biệt là các cụm rạp chiếu phim kết hợp trung tâm thương mại, giải trí. Hoàn thiện hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và nguồn nhân lực của ngành điện ảnh để sản xuất, phổ biến nhiều tác phẩm điện ảnh có giá trị tư tưởng, giáo dục, thẩm mỹ và giải trí.

- Xây dựng trường quay quốc gia có bối cảnh nội, bối cảnh ngoại, bối cảnh dưới nước với trang thiết bị kỹ thuật hiện đại, bảo đảm đáp ứng nhu cầu phục vụ khâu kỹ thuật tiên kỳ, hậu kỳ trong sản xuất phim theo công nghệ hiện đại. Huy động vốn đầu tư theo cơ chế xã hội hóa, trong đó Nhà nước hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng và một số hạng mục ban đầu.

- Tiếp tục đẩy mạnh đầu tư xây dựng Trung tâm chiếu phim tại miền Trung, miền Nam và hệ thống phát hành, phổ biến phim ở các tỉnh, thành phố hiện đại để kinh doanh, đồng thời kết hợp bảo đảm yêu cầu tổ chức Liên hoan phim quốc gia và Liên hoan phim quốc tế và các sự kiện điện ảnh trong nước và quốc tế khác.

- Đẩy mạnh công tác số hóa kho phim nhựa do Việt Nam sản xuất (từ năm 1945 đến nay) và đồng bộ hệ thống công nghệ lưu trữ quốc gia kỹ thuật số để phổ biến và khai thác trên các nền tảng số của quốc gia và ngành điện ảnh.

- Đầu tư xây dựng và nâng cấp Trung tâm Kỹ thuật điện ảnh Việt Nam trở thành trung tâm hàng đầu cung cấp các hoạt động dịch vụ kỹ thuật trong sản xuất phim theo công nghệ hiện đại.

- Điện ảnh Việt Nam cần phát huy vai trò công nghiệp sáng tạo, việc phát triển các dịch vụ đi kèm của bộ phim đều góp phần quan trọng trong chiến lược phát triển của công nghiệp điện ảnh. Những sản phẩm được quảng bá theo tác phẩm điện ảnh như: bối cảnh, bất động sản, thời trang; mỹ phẩm, hàng hóa tiêu dùng, sản phẩm âm nhạc... cần có chính sách hỗ trợ phát triển.

4. Về thị trường điện ảnh và sản phẩm

Tập trung nghiên cứu nâng cao chất lượng sản phẩm, hình thành và phát triển hoạt động xuất khẩu tác phẩm điện ảnh mang bản sắc văn hóa Việt Nam, góp phần quảng bá thương hiệu Điện ảnh Việt Nam trên trường quốc tế, phát huy vai trò của điện ảnh là một trong những sản phẩm nghệ thuật trong xây dựng chiến lược quảng bá hình ảnh văn hóa quốc gia, khai thác bộ phim cùng các giá trị liên quan như một công cụ hữu hiệu để thực hiện các chiến dịch quảng bá văn hóa cũng như sản phẩm tiêu dùng, góp phần phát triển kinh tế, xã hội.

5. Về quảng bá và hợp tác quốc tế

- Đầu tư các dự án sản xuất phim mang bản sắc văn hóa Việt Nam, lịch sử dân tộc kết hợp giới thiệu du lịch tại các địa phương.

- Hợp tác quốc tế: tranh thủ nguồn vốn, kỹ thuật và công nghệ, kinh nghiệm quản lý, tiếp cận thị trường khu vực và quốc tế, nâng cao năng lực cạnh tranh trong hội nhập quốc tế ở lĩnh vực điện ảnh. Bên cạnh đó, tăng cường tần suất giới thiệu các loại hình phim Việt trên các kênh chiếu phim (truyền hình, không gian mạng, các ứng dụng xem phim trực tuyến) và hỗ trợ, định hướng đầu tư sản xuất, để giới thiệu sản phẩm điện ảnh Việt Nam ra thị trường quốc tế.

- Chú trọng việc xây dựng tác phẩm điện ảnh để đối ngoại. Tổ chức những sự kiện điện ảnh: Yêu cầu phải phù hợp với văn hóa Việt Nam, không trùng lặp với những sự kiện đã có, đặc biệt chú trọng khai thác nguồn lực xã hội hóa... Xây dựng Đề án cho những Liên hoan phim mang dấu ấn riêng của đất nước: Liên hoan phim ngắn, phim đề tài thiếu nhi, đề tài môi trường; ... theo định kỳ. Tổ chức các cuộc thi kịch bản, sản xuất phim thể nghiệm, phim đầu tay, thi tài năng trẻ. Thi tuyển diễn viên, Dạ hội Điện ảnh... Trong thời gian tới cần mở rộng hợp tác song phương, đa phương với các nước khu vực và quốc tế để khuyến khích xuất khẩu sản phẩm điện ảnh, góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới. Phát triển công nghiệp điện ảnh có sự kết hợp giữa tính dân tộc và hội nhập quốc tế.

- Chợ phim: mở rộng, giao lưu, hợp tác sản xuất và cung cấp dịch vụ làm phim với nước ngoài nhằm nâng cao tay nghề, cập nhật kiến thức, quảng bá tác phẩm, phổ biến văn hóa nghệ thuật đất nước ra khu vực và quốc tế, tổ chức giới thiệu, mua bán phim, các thiết bị vật chất kỹ thuật của ngành điện ảnh; mở đường cho việc xuất khẩu phim bằng con đường thương mại, phù hợp với chủ trương biến những sản phẩm điện ảnh thành sản phẩm hàng hóa bán ra nước ngoài.

IV. Đề xuất

Với những nhiệm vụ và giải pháp phát triển lĩnh vực điện ảnh, cùng các cơ chế, chính sách đặc thù cho các doanh nghiệp, đơn vị sản xuất, phát hành, phổ biến phim như đã được trình bày ở trên, ngành điện ảnh tha thiết đề nghị Chính phủ quan tâm chỉ đạo, bố trí tăng nguồn ngân sách cho các hoạt động sản xuất, phát hành và phổ biến phim nhà nước đặt hàng phục vụ các nhiệm vụ chính trị, đặc biệt là kinh phí để cải tạo, nâng cấp rạp/cụm rạp chiếu phim thuộc các Trung tâm Phát hành và Chiếu bóng tại các tỉnh, thành. Cấp ngân sách xây dựng hệ thống số hóa kho phim nhựa do Việt Nam sản xuất (từ năm 1945 đến nay) và đồng bộ hệ thống công nghệ lưu trữ quốc gia kỹ thuật số để phổ biến và khai thác rộng rãi tới công chúng trong nước và nước ngoài trên các nền tảng truyền thông, đặc biệt là nền tảng xem phim trực tuyến, thực hiện hiệu quả mục tiêu ”Người Việt xem phim Việt”, lan tỏa tinh thần ”Người Việt yêu phim Việt”./.

TÌM GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG MỸ THUẬT, NHIẾP ẢNH THỰC HIỆN NHIỆM VỤ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

Cục Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm

Cục Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm là một trong năm đơn vị của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch được giao triển khai thực hiện các nhiệm vụ tại Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp Văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm được xác định là một trong mười hai ngành kinh tế mũi nhọn trong phát triển công nghiệp văn hóa. Cụ thể, trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, 12 lĩnh vực này được xem là các “ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế và giải quyết việc làm thông qua việc sản xuất ngày càng nhiều sản phẩm, dịch vụ văn hóa đa dạng, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu sáng tạo, hưởng thụ, tiêu dùng văn hóa của người dân trong nước và xuất khẩu; góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam; xác lập được các thương hiệu sản phẩm, dịch vụ văn hóa”. Riêng với lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm mục tiêu phấn đấu của ngành đến năm 2020 doanh thu đạt khoảng 80 triệu USD, đến năm 2030 doanh thu đạt khoảng 125 triệu USD.

Với vai trò là cơ quan quản lý nhà nước về lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, Cục Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm ý thức được vai trò, trách nhiệm trong việc thực hiện nhiệm vụ phát triển ngành công nghiệp văn hóa thuộc lĩnh vực quản lý, góp phần xây dựng nền công nghiệp văn hóa Việt Nam phát triển trong tương lai. Những kết quả đã đạt được trong 5 năm qua có thể kể đến, cụ thể như:

Tham mưu, xây dựng trình Chính phủ ban hành Nghị định số 23/2019/NĐ-CP ngày 26/2/2019 về hoạt động triển lãm, góp phần hoàn thiện hành lang pháp lý để quản lý các hoạt động triển lãm đang diễn ra ngày càng phức tạp với đa dạng loại hình như hiện nay. Sự ra đời của Nghị định số 23/2019/NĐ-CP về hoạt động triển lãm cùng với Nghị định số 113/NĐ-CP về hoạt động mỹ thuật và Nghị định số 72/NĐ-CP về hoạt động nhiếp ảnh ra đời trước đó là khung pháp lý vững chắc để thực hiện quản lý nhà nước về mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm, dần góp phần hình thành môi trường hoạt động sáng tạo nghệ thuật lành mạnh, không còn hiện tượng sao chép, vi phạm bản quyền tác giả.

Thành lập Trung tâm Giám định và Triển lãm tác phẩm mỹ thuật, nhiếp ảnh tại Nhà triển lãm 29 Hàng Bài, Hà Nội đáp ứng nhu cầu đòi hỏi của xã hội trước thực trạng tranh mạo danh tác giả, tranh sao chép không đúng quy định, tranh nhái phong

cách tác phẩm, vi phạm bản quyền tác giả đang tác động xấu đến thị trường Mỹ thuật Việt Nam ở trong nước và quốc tế.

Bước đầu hoàn thành cơ sở dữ liệu của lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm giai đoạn I, in phát hành trong tập Niên giám Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm nhằm cung cấp thông tin cho công chúng trong và ngoài nước, nghiên cứu và tìm hiểu về mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, phát triển du lịch văn hóa nghệ thuật.

Đề án xây dựng và quảng bá thương hiệu quốc gia “Nghệ thuật Sơn mài Việt Nam” giai đoạn 2020-2030 được ban hành theo Quyết định số 4345/QĐ- BVHTTDL ngày 31/12/2020 với mục tiêu bảo tồn và phát huy giá trị nghệ thuật sơn mài truyền thống của Việt Nam. Thúc đẩy sự phát triển của nghệ thuật sơn mài Việt Nam, góp phần phát triển thị trường văn hóa, chấn hưng và khẳng định giá trị trên thị trường trong nước và quốc tế. Đồng thời, đẩy mạnh giao lưu, chú trọng quảng bá thương hiệu quốc gia thông qua việc giới thiệu các sản phẩm, tác phẩm sơn mài Việt Nam trở thành sản phẩm văn hóa, nghệ thuật góp phần xây dựng công nghiệp văn hóa. Khuyến khích các doanh nghiệp, làng nghề, nghệ sĩ, nghệ nhân chế tác, sáng tác các sản phẩm sơn mài trở thành những sản phẩm hàng hóa tiêu thụ trong nước và quốc tế. Năm 2022, tổ chức quảng bá, giới thiệu sản phẩm nghệ thuật sơn mài Việt Nam tại Đà Nẵng thông qua hình thức tổ chức triển lãm Sản phẩm sơn mài Việt Nam. Triển lãm trưng bày đa dạng các sản phẩm sơn mài từ các làng nghề sơn mài nổi tiếng của Việt Nam như làng nghề Hạ Thái, Bình Dương... Triển lãm thu hút sự quan tâm của người dân địa phương cũng như khách du lịch quốc tế mong muốn tìm hiểu và sưu tầm về sản phẩm của nghệ thuật sơn mài Việt Nam, tạo ra doanh thu, từng bước đóng góp cho sự phát triển chung của nền kinh tế, xã hội.

Đề án xây dựng và quảng bá thương hiệu quốc gia “Festival Nhiếp ảnh quốc tế Việt Nam” đã được Lãnh đạo Bộ phê duyệt, ban hành theo Quyết định số 1516/QĐ- BVHTTDL ngày 03/6/2020 với mục tiêu phát huy thế mạnh của nghệ thuật nhiếp ảnh để sáng tạo ra các giá trị văn hóa mới, tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ nhiếp ảnh có chất lượng cao tham gia vào thị trường văn hóa trong nước và quốc tế, từ đó phát triển thị trường của nhiếp ảnh nói riêng, ngành công nghiệp văn hóa nói chung, đóng góp vào sự phát triển văn hóa, kinh tế, du lịch của đất nước. Năm 2021, Cục đã tổ chức thành công “Festival Nhiếp ảnh quốc tế Việt Nam” lần đầu tiên tại Ninh Bình. Qua Festival bước đầu xây dựng thương hiệu cho nhiếp ảnh Việt Nam, góp phần quảng bá hình ảnh đẹp về đất nước, con người Việt Nam, thu hút khách du lịch, tăng cường giao lưu, hợp tác quốc tế thông qua hoạt động nhiếp ảnh.

Để đưa mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm trở thành thế mạnh, ngành mũi nhọn trong phát triển công nghiệp văn hóa cần thúc đẩy phát triển song hành với phát triển thị trường. Trong những năm gần đây thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh phát triển khá đa

dạng, nở rộ với nhiều hình thức. Bên cạnh những hoạt động trưng bày, giới thiệu bằng hình thức triển lãm vật lý là xu hướng ứng dụng công nghệ số để thích ứng với thời kỳ công nghệ 4.0 cũng như những sự thay đổi môi trường xã hội do ảnh hưởng của dịch bệnh covid trên toàn cầu. Sau dịch bệnh, sự mở cửa trở lại của nhiều gallery, sàn đấu giá trực tuyến góp phần làm sôi nổi thị trường giao dịch, đáp ứng như cầu sưu tập, thưởng thức nghệ thuật của công chúng. Điều này tác động tích cực đến chuyển động giao dịch, tạo ra doanh thu, hình thành thị trường. Tuy nhiên, khi thị trường phát triển cần phải có chính sách, cơ chế quản lý chặt chẽ, đẩy mạnh xử lý vi phạm về bản quyền tác phẩm mỹ thuật, nhiếp ảnh để tạo sự minh bạch, đảm bảo các giá trị thật góp phần xây dựng thị trường nghệ thuật trong sạch, bền vững tạo được niềm tin với công chúng, thúc đẩy tâm lý muốn mua, sưu tập các tác phẩm nghệ thuật đã được đảm bảo bởi các chính sách quản lý thị trường nghệ thuật.

Có thể nói vai trò quản lý nhà nước là hết sức quan trọng trong việc tạo dựng và thúc đẩy sự phát triển của thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh trong nước. Trong đó, cần đưa ra những chủ trương, định hướng để mỹ thuật, nhiếp ảnh phát triển dựa trên sự sáng tạo, ứng dụng khoa học công nghệ, trí tuệ nhân tạo... Các chính sách về thuế, hỗ trợ và tài trợ, kiểm duyệt nghệ thuật, cơ chế tài chính trong việc mua bán, sưu tập mỹ thuật, nhiếp ảnh cũng như tạo ra cơ chế chính sách nhằm liên kết các ngành lại với nhau để cùng xây dựng và phát triển, mỹ thuật, nhiếp ảnh phải phát triển đồng bộ giữa các ngành và tương quan với sự phát triển kinh tế, xã hội.

Định hướng phát triển thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh trong thời gian tới

- Xây dựng chiến lược phát triển thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh với đa dạng loại hình, lâu dài và bền vững.
- Nghiên cứu xây dựng các chính sách, quy định cho sự phát triển thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh.
- Xây dựng các chương trình, dự án liên quan đến phát triển mỹ thuật, nhiếp ảnh. Thúc đẩy xây dựng các môi trường dành cho sáng tạo nghệ thuật thông qua các trung tâm nghệ thuật, các hoạt động đào tạo, giáo dục nghệ thuật.
- Xây dựng các thiết chế cần thiết phục vụ cho sự phát triển của thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh.
- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực là thế hệ nghệ sĩ mới vừa phát huy được tính sáng tạo, dấu ấn riêng, có khả năng tiếp cận ứng dụng công nghệ hiện đại để bắt nhịp với xu hướng thế giới.
- Đào tạo, xây dựng và phát triển đội ngũ giám tuyển có trình độ chuyên sâu, có kỹ năng quản lý các hoạt động của gallery, tham gia tích cực vào thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh.

- Tăng cường các hoạt động giao lưu quốc tế, thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch để tạo dựng, quảng bá thương hiệu quốc gia về lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh với bạn bè quốc tế.

Đề xuất giải pháp, thúc đẩy phát triển thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh

- Tiếp tục xây dựng cơ chế, chính sách, tạo hành lang pháp lý để hình thành và vận hành thị trường trong nước.

- Có chính sách ưu đãi về thuế đối với cá nhân, tổ chức đầu tư, hỗ trợ cho các hoạt động, dự án mỹ thuật phục vụ cộng đồng và các nghệ sỹ tài năng.

- Xây dựng nguồn nhân lực hoạt động trong thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh như nghệ sỹ là người sáng tạo ra tác phẩm, người làm công tác quản lý lĩnh vực, giám tuyển, nhà tổ chức đấu giá, chuyên gia thẩm định nghệ thuật.

- Các hoạt động hợp tác quốc tế, tham gia các hội chợ nghệ thuật, phiên đấu giá, triển lãm giao lưu, quảng bá mỹ thuật, nhiếp ảnh.

- Đẩy mạnh thực thi bảo hộ quyền tác giả đối với tác phẩm mỹ thuật, nhiếp ảnh; tăng cường thanh tra, kiểm tra, xử lý các vi phạm trong hoạt động mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm.

Cục Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm hy vọng trong thời gian tới cùng với các ngành, đơn vị liên quan sẽ có những bước tiến mới, vững chắc trong việc xây dựng và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nói chung và lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh nói riêng, góp phần vào sự phát triển chung của đất nước./.

BÀN VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KIẾN TRÚC VIỆT NAM

TS. KTS. Phan Đăng Sơn

Chủ tịch Hiệp hội Kiến trúc sư Việt Nam

Trên thế giới, thuật ngữ “Công nghiệp Văn hóa” (The culture industry) đã xuất hiện rất sớm, từ những năm giữa thế kỷ 20. Nó được đề cập trong cuốn sách của hai nhà nghiên cứu người Đức là Adorno và Horkheimer trong cuốn sách “Phép biện chứng của sự khai sáng” (Dialectic of Enlightenment): “Văn hóa thống trị bởi các hàng hóa được sản xuất bởi công nghiệp văn hóa và các hàng hóa này trong khi nhằm đến mục đích là những hàng hóa mang tính dân chủ, cá nhân và đa dạng hóa, trên thực tế lại có tính chuyên chế, hòa đồng và tiêu chuẩn cao... Chữ “công nghiệp” không nhằm chỉ quá trình sản xuất mà chỉ sự tiêu chuẩn hóa các sản phẩm cũng như hợp lý hóa kỹ thuật liên quan đến việc cung ứng, phân phối sản phẩm”. Đến năm 1982, UNESCO đưa ra khái niệm: “Công nghiệp Văn hóa xuất hiện khi các hàng hóa và dịch vụ văn hóa được sản xuất và tái sản xuất, được lưu trữ và phân phối trên dây chuyền công nghiệp thương mại, tức trên quy mô lớn, phù hợp với chiến lược kinh tế hơn là phát triển văn hóa”. Đồng thời UNESCO cũng đưa ra quan niệm: “Công nghiệp văn hóa” là một thuật ngữ chỉ các ngành công nghiệp mà có sự kết hợp giữa sáng tạo, sản xuất và khai thác các nội dung có bản chất phi vật thể và văn hóa. Các nội dung này thường được bảo vệ bởi luật bản quyền và thể hiện dưới dạng các sản phẩm hay dịch vụ”[1]



Cầu Vàng - Điểm du lịch thu hút du khách trong nước và quốc tế đến với khu du lịch Bà Nà - Đà Nẵng.

Ở Việt Nam, ngay từ thời đất nước giành độc lập, đã luôn coi trọng vấn đề văn hóa như là nền tảng để phát triển xã hội. Về mặt thể hiện trong đường lối, thuật ngữ công nghiệp văn hóa bắt đầu được đề cập từ 2014 tại Nghị quyết số 33/NQ-TW Đảng khóa XI: “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...; đổi mới, hoàn thiện thể chế, tạo môi trường pháp lý thuận lợi để xây dựng, phát triển thị trường văn hóa và công nghiệp văn hóa”. Đại hội Đảng lần thứ XIII (2021) xác định: “Khẩn trương triển khai có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học kỹ thuật, công nghệ của thế giới” [2].

Về phía Chính phủ, chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến 2030 được Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016. Trong đó đã xác định: Mục tiêu phát triển ngành công nghiệp văn hóa - “Trở thành những ngành dịch vụ quan trọng, phát triển rõ rệt về chất và lượng, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế và giải quyết việc làm thông qua việc sản xuất ngày càng nhiều sản phẩm dịch vụ văn hóa đa dạng, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu sáng tạo, hưởng thụ và tiêu dùng văn hóa của người dân trong nước và xuất khẩu; góp phần quảng bá thương hiệu sản phẩm, dịch vụ văn hóa; ưu tiên phát triển các ngành có nhiều lợi thế, tiềm năng của Việt Nam”[3]. Tại Quyết định này cũng xác định công nghiệp văn hóa gồm 13 lĩnh vực: 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.

Vậy thì, những điểm mạnh chính để công nghiệp văn hóa nói chung ở nước ta có thể dựa vào, khai thác là gì? Một là, nền văn hóa nước ta so với khu vực và thế giới khá giàu có về tích lũy, độc đáo và đa dạng; hai là, Con người Việt Nam thông minh, có khả năng sáng tạo dồi dào; ba là, Lịch sử phát triển thể hiện sự thích ứng cao cũng như sẵn sàng làm mới; bốn là sự đoàn kết đồng lòng, kiên định và cần cù; năm là, Sự hội nhập được xác định là tất yếu trong môi trường công nghiệp văn hóa trên thế giới đã phát triển định hình rõ; sáu là, Đường lối chủ trương chính sách; bảy là sự khát khao và sẵn sàng của toàn cộng đồng và giới chuyên môn. Tuy nhiên, ta cũng có thể nhìn thấy những điểm yếu cơ bản: Cơ chế quản trị của nước ta chưa cập nhật thuận lợi và tạo điều kiện cho công nghiệp văn hóa; sự yếu kém về nhân lực chuyên lĩnh vực được đào tạo chuẩn hướng và bài bản; mức độ mơ hồ về khái niệm và nội dung công nghiệp văn hóa còn khá phổ cập ở tất cả mọi đối tượng từ cấp quản lý đến lực lượng thực hành; mạng lưới kết nối và tinh thần hợp tác đồng bộ còn cách xa yêu cầu thực tiễn; thị trường nội địa và quốc tế cho các sản phẩm công nghiệp văn hóa còn bấp bênh

không dễ tạo lập ổn định; kinh phí đầu tư, đặc biệt là đầu tư tạo nền tảng, cú hích cho lĩnh vực công nghiệp văn hóa là bài toán nhiều khó khăn.



Tháp Bitexco với ngôn ngữ kiến trúc độc đáo làm phố "cũ" Sài Gòn trở nên quyến rũ đặc biệt

Từ đó, cũng có thể nhìn thấy các thách thức cơ bản của phát triển công nghiệp văn hóa ở nước ta hiện nay là: hành động chưa kịp thời, đúng lúc của chính quyền các cấp và đối tác; thiếu hụt kỹ năng và kinh nghiệm, cần một thời gian rất dài mới bù đắp được; cách tiếp cận thị trường ở trình độ thấp, không đồng đều; thiết chế chưa đồng nhất, thông suốt; nhu cầu thị trường trong nước và quốc tế chưa xác lập rõ ràng; sự trì bệ về phát triển kinh tế kéo theo. Về mặt cơ hội, cần nhìn rõ và tận dụng tối đa, mọi nơi mọi lúc, đó là: Thị trường nội địa và quốc tế rất rộng lớn và tiềm năng; Nhà nước, Chính phủ đang quyết tâm hành động kiến tạo, đột phá để phát triển; các luật định đã khép kín dần các lĩnh vực và phạm vi cần có, tạo nền tảng ngày càng rõ ràng; đổi mới đang là một yêu cầu, động lực tất yếu của mọi cấp - ngành, trong đó có lĩnh vực văn hóa; các tổ hợp và mạng lưới chuyên sâu về văn hóa đang hình thành mạnh và rộng; sự nhập cuộc đầy khát khao, trăn trở, chủ động của mọi tầng lớp trong cộng đồng; sự giao thoa quốc tế về nhân lực và phương cách đều rộng mở; định vị các ngành công nghiệp văn hóa đã khá rõ ràng và đầy đủ, vừa tạo tính tự chủ độc lập, vừa tạo sự dung hòa để phát triển.

Kiến trúc là một ngành nghệ thuật mang tính ứng dụng cao, được xác định đứng thứ 2 các ngành cần triển khai trong chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ. Vậy hành động ngành nên và cần diễn ra như thế nào? Thời gian qua đã chứng minh, đây là một vấn đề rất hóc búa. Những thành công phần nào đó bước đầu, biểu hiện rõ nhất về phía người trực tiếp thực hiện vẫn là những cá nhân, hội nhóm tự phát là chính. Hầu như chưa có những chương trình vạch ra và kết nối thực hiện đồng bộ xuyên suốt từ các tổ chức chính thống, ngay cả từ các hội nghề

nghiệp. Đây là điều chúng ta nên thẳng thắn nhìn nhận và tìm cách đổi mới, thoát khỏi bảo thủ trì trệ. Chúng tôi xin nêu một số suy nghĩ, bắt đầu của chính những người “tay cuốc, tay cày” trong lĩnh vực này, đồng thời, đề xuất về cơ chế chính sách để công nghiệp hóa, hiện đại hóa “lao động nghệ thuật” để Kiến trúc phát huy được sức mạnh tối đa trong phát triển công nghiệp văn hóa - Hướng tới thực hiện hiệu quả chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa trong lĩnh vực kiến trúc:

- Kiến trúc gắn với thuộc tính con người và xã hội: Cũng như Văn hóa nói chung, Kiến trúc là một thuộc tính cơ bản của nhân loại, do nhân loại cùng nhau hun đúc tạo nên. Tại mỗi quốc gia dân tộc, do đặc tính nhiều mặt khác nhau, nên đã hình thành các vùng kiến trúc khác nhau. Kiến trúc, sau khi con người tạo ra thì quay lại phục vụ chính con người. Vậy là Kiến trúc luôn gắn kết máu thịt và luôn thuộc về con người. Vậy tại sao hiện nay ở nước ta, tầng lớp nhân dân mơ hồ, xem nhẹ Kiến trúc lại chiếm tỷ trọng lớn và có xu hướng gia tăng? - Bởi vì xã hội và con người đang phát triển cùng khoa học kỹ thuật theo ngày giờ, trong lúc đó nhiều lĩnh vực cốt lõi của văn hóa trong đó có Kiến trúc vẫn chủ quan, tìm an toàn an ủi trong giữ gìn bản sắc truyền thống, sợ sáng tạo làm mới. Kiến trúc quá khứ lúc đó dần dần không thuộc về con người đương đại nữa mà trở nên xa lạ. Xa lạ thì không thể trở thành nền tảng động lực để “bay” lên được. Vấn đề này rất rõ ở sự tôn sùng dòng “Kiến trúc Pháp thuộc” hiện tại ở nước ta chẳng hạn, một loại hình mà bản thân người sáng tạo ra nó đã xếp vào quá khứ hàng trăm năm! Tất nhiên, kiểu nệ cổ này không phải chỉ có ở lĩnh vực Kiến trúc, một loại hình tương là dễ hội nhập thời đại nhất như âm nhạc: Sự thừa nhận của giới chính thống làm âm nhạc hàn lâm ở ta hiện nay vẫn là dòng nhạc giao hưởng, dòng dân ca cổ truyền không được mai một, dòng nhạc cách mạng hoành tráng hào hùng. Còn những dòng Pop, Rock, Jazz... hay những dòng dân gian biến điệu vẫn chỉ được xem là hàng “chợ” tạp nham. Trong lúc đó, đại bộ phận thanh niên lại nhập tâm sâu sắc và theo đuổi thưởng thức dòng nhạc này. Nhạc Trịnh Công Sơn, một dòng có bản sắc dân tộc, được gắn với giọng ca Khánh Ly, ai hát khác Khánh Ly cơ bản là hỏng. Rồi đến lúc xuất hiện Hà Lê, một người du học Anh về mang theo một các hát pha trộn chất đương đại Châu Âu thời thượng vào, hát phá cách, thì xã hội bưng bình, hóa ra nhạc Trịnh còn có những các biểu hiện khác không kém thành công. Hay nói về Mỹ thuật, có một sự kiện cũng làm xôn xao cộng đồng vừa qua, đó là cách làm “không gian nghệ thuật” đường Phùng Hưng – Hà Nội. Khi tác phẩm nghệ thuật cộng đồng làm mới các vòm cầu đường sắt cũ kỹ được Giám tuyển Thế Sơn và nhóm họa sĩ quốc tế trình bày xong, từ một con phố ngủ yên trầm lặng trong lòng thành phố, Phùng Hưng bỗng thức dậy tươi vui, đầy năng lượng sống mới, cuốn hút hàng vạn lượt người nô nức đến chiêm ngưỡng và “check in”. Một cách làm công nghiệp văn hóa hiệu quả lại hé lộ, mang đến bài học “Hãy gần gũi với con người!” thật sinh động. Còn rất nhiều trực quan sinh động nữa về vấn đề này có thể đưa ra mổ xẻ có thể đi đến một điều suy tư: Văn học nghệ thuật nói chung, trong đó có Kiến trúc cần

phải vận động theo thời cuộc. Bản sắc truyền thống không thể là một cái gì bất biến, cứ mang ra mài giũa để làm nguyên liệu có hữu. Con người đương đại đã nhập cuộc đương đại, vì vậy mỗi ngành cũng cần phải tỉnh táo đổi mới, tiếp biến thật mạnh mẽ để tồn tại và phát triển - Công nghiệp văn hóa trong Kiến trúc chính là hướng đi đó.

- Kiến trúc phục vụ con người, thích ứng từng giai đoạn phát triển: Trước đây, khi Liên Xô và các nước XHCN đưa mô hình văn hóa ở là “tiểu khu nhà ở dạng tập thể cao tầng đô thị” vào thiết kế xây dựng hàng loạt ở Việt Nam, người Việt nô nức bỏ những ngôi nhà dân gian quen thuộc chuyển về đó, ở với tinh thần “đời sống mới đầy kỳ vọng tương lai”. Một thời gian rất dài, khi xã hội phát triển theo hướng kinh tế kế hoạch tăng bậc, mô hình này rất thành công, đã giải quyết được an sinh quốc dân cho hàng triệu người. Văn hóa ở của cộng đồng người Việt thời đó đã thay đổi cơ bản. Thời kỳ đổi mới, tinh thần Kiến trúc vì cộng đồng có nhiều thay đổi theo điều kiện phát triển kinh tế xã hội, đòi hỏi tiện nghi đời sống. Những mô hình kiến trúc tại các nước phát triển, được các nhà đầu tư đồng loạt cho du nhập. Khi triển khai mô hình này Việt Nam, được hầu hết cộng đồng chấp nhận, gom góp để đầu tư chuyển đổi môi trường ngụ cư từ những căn phòng tập thể lý tưởng ngày xưa sang đó. Văn hóa mới về ở thực sự đổi thay, thể hiện tính tiến bộ hơn hẳn, hợp với nhu cầu, trạng thái thời đại. Cũng xin lưu ý rằng, văn hóa ở kiểu mới này có nội địa thích ứng về bản sắc, nhưng cốt lõi vẫn là mô hình công nghiệp văn hóa phổ cập của thế giới văn minh. Vậy thì muốn luôn đóng vai trò chủ động nhập cuộc, Kiến trúc không thể “khoanh vùng - đóng khung - yên vị”, mà rõ ràng phải tự vận hành, thu nạp, rèn giũa để thích nghi. Chính vậy, công nghiệp văn hóa là một hướng đi cách mạng đột phá sáng tạo cần theo đuổi. Lĩnh vực Kiến trúc hoàn toàn hội đủ điều kiện trở thành một mũi tiên phong trong thực hiện cuộc cách mạng này.

- Vai trò “trực tiếp sản xuất” với phát triển công nghiệp văn hóa kiến trúc: Khi Kiến trúc trở thành một mặt trận xây dựng ngành công nghiệp văn hóa của nước nhà, mỗi người làm Kiến trúc phải đóng vai trò như là một mũi xung kích. Đây chính là một sự hiển nhiên. Nhưng, phải nhìn thấy rõ ràng, những thành tựu sản phẩm văn hóa Kiến trúc nước ta vừa qua là còn khá mờ nhạt, do đó tiếng vang trong lòng nhân dân cũng thường ngắn ngủi và nông cạn. Tại sao như vậy thì ai cũng dường như nhìn thấy, dù mờ hồ ở mức khác nhau. Đã có rất nhiều chương lý luận phê bình dày dặn phân tích, tìm vấn đề. Nhưng có lẽ xuất phát điểm lớn nhất là một bộ phận quan trọng “trực tiếp sản xuất” chưa thực dấn thân, bắt kịp hơi thở cuộc sống, cảm nhận sự khốc liệt gian nan. Vì tại mặt trận này, cần phải tích lũy một nền kiến thức từ học tập sách vở, phải có những kinh nghiệm nghiên cứu mang tính chuyên sâu về khoa học và kỹ thuật, phải có sự đầu tư dài hạn và kiên trì. Người nghệ sĩ trên mặt trận này không thể tùy tâm sáng tạo theo tự cảm riêng, mà còn cần chiến lược, bài bản, đối diện với sự đòi hỏi - xung đột. Phần nữa, đích cuối cùng phải tạo ra được sản phẩm có hiệu quả về kinh tế, đủ sức tái tạo lao động và đóng góp cho phát triển xã hội. Điều này chính là mục tiêu không thể thiếu khi

phát triển mỗi ngành nghệ thuật theo hướng công nghiệp văn hóa, trên cơ sở Văn hóa vừa là nền tảng vừa là động lực. Gần đây đã có những thành công hứa hẹn tươi sáng về cách làm này, những công trình do KTS Việt Nam thiết kế đã sánh bước với những nền kiến trúc phát triển cao, đầy hiệu quả như Nhật Bản, Malaysia, Trung Quốc, Hàn quốc... Các tác phẩm của Võ Trọng Nghĩa, Hoàng Thúc Hào... chiếm giải cao liên tục trong những cuộc thi lớn quốc tế, thời gian rất dài... Đó là những người làm nghề tràn nhiệt huyết, say sưa sáng tạo công hiến, luôn tìm ra điều mới, cách làm mới, liên tục đổi thay để được cộng đồng chấp nhận một cách bền vững. Như vậy, về mặt công nghiệp hóa mà nói, người chiến sĩ nghệ sĩ phải làm sao để sức lan tỏa của mình rộng, sâu và dài hạn, không ai làm thay được.



Phòng trưng bày hiện vật - Tuần Lễ Khơi nguồn sáng tạo 2021

- Vấn đề học tập và hợp tác quốc tế: Điều này lãnh tụ Hồ Chí Minh cũng đã từng nói “Văn hóa Việt Nam ảnh hưởng lẫn nhau của văn hóa Đông phương và Tây phương chung đúc lại (...). Tây phương hay Đông phương có cái gì tốt ta phải học lấy để tạo ra một nền văn hóa Việt Nam”[4], “Văn hóa của các dân tộc khác cần phải được nghiên cứu toàn diện, chỉ có trong trường hợp đó mới có thể tiếp thu được nhiều hơn cho văn hóa của chính mình”[5]. Việc vận dụng và triển khai thực sự còn rất ít bài bản và chưa thành hệ thống, dẫn hướng ở các ngành nghệ thuật, trong đó có Kiến trúc. Việc thực hành của giới nghệ thuật còn mang tính tự phát nhiều hơn. Điều đó dẫn đến hiệu quả cụ thể và khả năng kiểm soát nội dung, hiệu suất còn rất hạn chế. Trong sự hợp tác học hỏi này, ở khía cạnh tổng phổ điều hành chung, tính khư khư giữ gìn bản sắc của chúng ta còn rất nặng, trong lúc đó hồn cốt truyền thống lại đóng khung, ít bổ sung, đổi mới. Do đó khả năng lan tỏa ảnh hưởng và khả năng được chấp nhận, nhân lên như là ý nghĩa “công nghiệp” khó xảy ra. Việc nhân rộng, lan tỏa và sinh lợi về kinh tế ở đó (hai đặc điểm rất quan trọng của công nghiệp văn hóa) hầu như chưa nhiều cơ hội thành công. Đây là một hạn chế mang tính nguy cơ, ảnh hưởng đến sự

phát triển. Trong khi đó, sự vươn mình của các cá nhân nghệ sĩ tự do, hoặc tổ hợp tư nhân hiệu quả toàn diện trong các hoạt động này lại tốt hơn. Sự ảnh hưởng cần có về Kiến trúc từ nước ngoài vào Việt Nam hiện nay vẫn còn hạn chế và chậm trễ, sự làm mới Kiến trúc Việt Nam để “mang chuông đi đánh nước người” cũng trong tình trạng như vậy, đặc biệt là khu vực Nhà nước. Ta chưa đúc rút học được nhiều cái hay, cái tiến bộ một cách cốt lõi. Việc nghiên cứu toàn diện cũng chưa thành hệ thống, chưa có địa chỉ cụ thể phụ trách. Vì vậy, sự tiếp thu kịp thời, bài bản chưa được vận hành đồng bộ và thường xuyên. Cần có vận động của cả hệ thống và nhiều phía, những cá nhân riêng lẻ chỉ tạo nên những tiếng chuông ngân đơn điệu, với tinh thần “một cây làm chẳng nên non”.



Phố cổ Hội An được khai thác nhuần nhuyễn trong hoạt động du lịch

- Khai thác di sản và nền tảng có sẵn: Một trong những điều có thể thấy rõ nữa là sự lãng phí trong khai thác văn hóa về Kiến trúc có sẵn, tìm cơ hội tạo lập không gian văn hóa sáng tạo ở khắp mọi vùng miền Việt Nam, nhất là tại các TP lớn. Trên thế giới có thể thấy hiệu quả của sự đánh thức này lớn đến mức độ nào. Như TP Detroit bang Michigan-Hoa Kỳ đang vào thời kỳ điêu tàn, dân số giảm nhanh chóng, khách du lịch xóa điểm đến hấp dẫn một thời. Vậy mà chỉ cần một cách làm kiến trúc văn hóa không tiêu tốn nhiều chi phí: Khôi phục và làm mới hoạt động của quảng trường trung tâm, lập tức tình hình được cải thiện, thành phố trở lại sống động, níu kéo người dân quay về định cư rất lớn, lượng khách du lịch đột biến tăng trở lại. Hoặc như sự khôi phục dòng sông Hàn ở thủ đô Seoul - Hàn Quốc đã làm tăng lượng khách du lịch quốc tế đến đó hàng năm không ít... Đó chính là những cách phát triển công nghiệp văn hóa với vai trò nổi bật của Kiến trúc, rất hiện thực và hiệu quả.



Những khu nhà ở cao tầng xây hàng "loạt" - Một cách phát triển theo hướng công nghiệp

Ở nước ta, ngay tại Hà Nội và TP HCM, việc triển khai khai thác nền tảng này còn rất chùng mực và rất kém hiệu quả. Tại Hà Nội, một thời gian rất dài cho đến nay, các không gian văn hóa sẵn có trong thành phố, các di tích lịch sử văn hóa, các khoảng trống đô thị có thể khai thác, các làng nghề truyền thống, các chương trình di dời nhà máy gắn với tái tạo khai thác không gian văn hóa sáng tạo... vẫn còn là những mảnh đất hoang trống hoặc làm theo kiểu được chăng hay chớ. Khả năng tự cân bằng và sinh lợi góp phần phát triển kinh tế hầu hết còn rất xa vời. TP HCM thì việc khai thác các không gian công cộng hiện hữu tốt hơn, có những chương trình rất thành công như việc thiết kế tạo lập và khai thác đường hoa Nguyễn Huệ vào Tết Nguyên đán hàng năm, hay hệ thống công viên mở tự do không hàng rào... nhưng về tổng quan mà nói, việc phát triển công nghiệp văn hóa trong lĩnh vực này vẫn còn mờ nhạt, kém hiệu quả. Tại các đô thị khác và các vùng nông thôn, bức tranh này càng ảm đạm. Trong khi đó tiềm năng, thế mạnh của nước ta nằm trong топ đầu hấp dẫn của Đông Nam Á, chưa nói là có chỗ đứng hàng đầu trên thế giới.

Kết quả đến nay là vậy, thực tế hiện tại đang như vậy! Liệu theo con đường nào để công nghiệp văn hóa về Kiến trúc tại Việt Nam thực sự và thực chất phát triển trong những năm tới? Chúng tôi cho rằng, điều quan trọng nhất là cần đổi mới cách làm. Thay vì cách làm từ trên xuống thì nên là cách làm bắt đầu từ dưới lên. Nghĩa là trước đây Chính phủ, Ban Bộ ngành đề ra quy định, chế tài rồi dưới ráp vào thực hiện. Thì nay nên để người “lao động trong lĩnh vực”, từng tổ chức thực hành trong lĩnh vực, lực lượng thực chất gắn với “hơi thở cuộc sống”, tự phát hiện, tự nghiên cứu, đề xuất những mô hình thích hợp để trên phê duyệt thực hiện. Từ kế hoạch chương trình tổng quan, phải chọn những chương trình trọng tâm thích ứng theo thời gian, từ những chương trình được chọn phải làm thử để rút kinh nghiệm trên cơ sở có thể chấp nhận thất bại để tìm kiếm thành công; cơ chế định rõ cho các cấp, các ngành và phải đồng bộ, lấy hiệu quả nền tảng tinh thần - Động lực phát triển đi đôi với hiệu quả kinh tế tự sản tự tiêu và góp được cho tích lũy phát triển xã hội; kiên quyết xóa bỏ bao cấp... Một yếu tố quan trọng nữa là cần tạo điều kiện để huy động được sức mạnh chất xám của các hội Chính trị, Chính trị - xã hội - nghề nghiệp, xã hội - nghề nghiệp mà lĩnh vực Kiến trúc là Hội KTS Việt Nam, các Hội liên quan khác tham gia không phải chỉ

với vai trò phản biện, tham khảo mà phải đóng vai trò tổng hợp, đề xuất là kênh chính thống, tham gia soạn thảo chính sách, và đặc biệt là thẩm tra, thẩm định, sát hạch, cấp phép đi đôi với tập huấn đào tạo phát triển. Hội chính là nơi nắm được sâu rộng nhất tình cảnh, tâm tư nguyện vọng, mức độ trí tuệ của người lao động trực tiếp trong lĩnh vực, từ đó, đi đến tạo lập những mô hình công nghiệp văn hóa trong lĩnh vực Kiến trúc thích dụng, hiệu quả và bền vững nhất. Mỗi con người lao động trực tiếp trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật cũng phải thay đổi cách nghĩ cách làm bị động cố hữu trước đây. Phải tự cứu mình, tự gia nhập thị trường bằng tự thân vận động và tìm giải pháp thích ứng. Tự sáng tạo và đề xuất sáng tạo trên cơ sở tìm khả năng cân bằng hiệu quả kinh tế theo đúng hướng, cùng cộng đồng bình đẳng phát triển văn hóa Kiến trúc công nghiệp. Như vậy, có thể tóm lược một cách hình tượng là, nền văn hóa nói chung đi từ nguyên thể “trí thức văn hóa” sang “công nghiệp văn hóa” trong nhận thức và vận hành, trong lĩnh vực Kiến trúc đó là “bản ngã riêng” sang “kết nối hòa đồng”. Mọi ngành nghệ thuật, đi theo con đường công nghiệp văn hóa cần tạo lập con đường riêng của mình trong “bản giao hưởng” phát triển chung. Như vậy sự thành công và hiệu quả thực sự, nhất định sẽ đơm hoa kết trái đầy đặn và bền sâu./.

Tài liệu tham khảo

- [1] Unesco - Các ngành công nghiệp văn hóa – Tâm điểm của văn hóa tương lai – <http://portal.unesco.org/culture/en/ev>.
- [2] Đảng Cộng sản Việt Nam, văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, t1, NXB Chính trị Quốc gia – sự thật, Hà Nội 2021 – tr145.
- [3] Thủ tướng Chính phủ, chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016.
- [4][5] Giáo trình Tư tưởng Hồ Chí Minh, NXB Chính trị Hành chính, 2011.

THAM LUẬN

Tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030

Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam

I. Đánh giá chung

1. Trên thế giới, ngành công nghiệp văn hóa (CNVH) đã phát triển từ khá lâu và mang lại cho nền kinh tế của các nước phát triển một nguồn lợi không nhỏ. Theo thống kê của Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên hợp quốc (UNESCO) công bố năm 2017. Doanh thu của ngành CNVH và sáng tạo toàn cầu là 2,25 nghìn tỷ USD, thu hút lực lượng lao động nhiều hơn các ngành công nghiệp xe hơi của Châu Âu, Nhật Bản và Hoa Kỳ cộng lại (29,5 triệu việc làm so với 25 triệu). Trong đó, tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương, doanh thu của ngành này là 743 tỷ USD và tạo việc làm cho 12,7 triệu lao động.

Ở phạm vi hẹp hơn, tầm quốc gia tại Anh, CNVH tạo ra thu nhập khoảng 112.5 tỷ bảng/năm, đóng góp 5% GDP, chiếm 10 - 15% thị phần CNVH thế giới. Tại Đức báo cáo năm 2019, một năm trước đại dịch Covid-19, cho thấy, ngành này mang về tổng doanh thu 174.1 tỷ euro và tạo việc làm cho khoảng 1,8 triệu người, trong đó, doanh thu cao nhất đến từ phần mềm/trò chơi với hơn 50 tỷ euro. Ở Ấn Độ, doanh thu từ điện ảnh là 3.6 tỷ USD, trong khi tại Nhật Bản, CNVH chiếm khoảng 7% doanh thu nền kinh tế. Trong đó, thị trường truyện tranh và tạp chí hàng năm mang về khoảng 3.2 tỷ USD.

Những con số này đủ để chúng ta thấy sức mạnh khủng khiếp của ngành CNVH - đang là “con gà đẻ trứng vàng” cho nhiều quốc gia và kết quả cuối cùng là dịch vụ, sản phẩm văn hóa của họ nở rộ, xuất khẩu đi khắp nơi.

2. Ở nước ta đã từng coi du lịch là ngành công nghiệp xanh, quảng cáo là ngành công nghiệp “trắng”... nhưng nhiều ngành trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật vẫn chỉ được coi là những ngành hoạt động tinh thần, ít mang lại lợi ích kinh tế, thậm chí còn gây tốn kém ngân sách nên chưa được quan tâm đúng mức. Rất may là trong quá trình vận hành nền kinh tế. Đảng và Nhà nước ta đã coi văn hóa là động lực phát triển kinh tế nên đã có sự chấn chỉnh kịp thời và được thể hiện cụ thể bằng văn bản chỉ đạo, điều hành. Trong đó Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08 tháng 09 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ “*Phê duyệt chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” là một quyết định rất quan trọng. Với Quyết định 1755/QĐ-TTg, 12 ngành trong lĩnh vực văn hóa sáng tạo đã được khẳng định là những ngành công nghiệp văn hóa, và là bộ phận cấu thành quan trọng

của nền kinh tế quốc dân có chiến lược chung và những mục tiêu, giải pháp rất cụ thể cho từng ngành.

Từ khi Quyết định 1755/TTg được ban hành, tuy thời gian còn ngắn nhưng chúng tôi cũng nhận thấy Quyết định đã tạo ra sự chuyển biến khá rõ rệt về nhận thức và hành động trong cộng đồng đối với các ngành CNVH.

Trước hết, cơ quan quản lý các cấp, các ngành đã đồng loạt triển khai các quyết định, chương trình, kế hoạch của đơn vị để thực hiện Quyết định 1755/QĐ-TTg. Đồng thời có sự hỗ trợ tích cực, tạo điều kiện hơn đối với các ngành CNVH trong phạm vi quản lý của mình. Với những tổ chức, cá nhân hoạt động trong các ngành CNVH thấy được sự quan tâm, khích lệ, đôi cánh sáng tạo đã được cởi bỏ khiến họ yên tâm bám nghề, và hăng hái hơn trong hoạt động sáng tạo, tạo thêm nhiều sản phẩm, dịch vụ đóng góp thiết thực cho sự phát triển kinh tế của địa phương, đất nước. Từ đó, xã hội cũng đã có sự nhìn nhận tích cực hơn, cổ vũ, hướng ứng, tham gia nhiều hơn vào các hoạt động trong các hoạt động văn hóa, sáng tạo.

Về phía Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam, nhận thức được tầm quan trọng đặc biệt của Quyết định 1755/QĐ-TTg đối với ngành quảng cáo nên ngay khi Quyết định được ban hành và công bố. Hiệp hội đã nhanh chóng ph biến cho hội viên thông qua trang Website, email nội bộ hoặc lồng ghép nội dung Quyết định 1755/QĐ-TTg qua các cuộc hội nghị, hội thảo của Hiệp hội để hội viên thấy rõ ý nghĩa, tầm quan trọng và gắn với trách nhiệm của Hiệp hội, của hội viên trong việc thi hành Quyết định này. Bên cạnh đó, Hiệp hội đã phối hợp với Cục Văn hóa cơ sở (Bộ VH-TT-DL) tổ chức hội thảo xây dựng thương hiệu Quốc gia về quảng cáo, phối hợp với Bộ VH-TT-DL tổ chức Giải thưởng Quảng cáo Sáng tạo Việt Nam mang tầm Quốc gia. Mở một số lớp bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn theo yêu cầu của cơ sở. Mặt khác, Hiệp hội luôn khuyến khích, động viên và kịp thời biểu dương, quảng bá việc hội viên nghiên cứu ứng dụng khoa học và công nghệ trong việc sáng tạo, sản xuất, phổ biến các sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ. Do vậy, trong mấy năm gần đây bằng các hình thức, phương tiện đa dạng, bằng sự năng động sáng tạo của mình, các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo đã cố gắng vượt qua nhiều khó khăn, thách thức đưa ra nhiều sản phẩm quảng cáo mới, số hóa hiện đại, tiên tiến không thua kém thế giới đã được ứng dụng và phát triển tại thị trường Việt Nam, góp phần tích cực trong việc thu hút đầu tư, phát triển thị trường và đóng góp không nhỏ vào sự phát triển kinh tế, xã hội của địa phương.

3. Tuy nhiên, qua theo dõi tình hình thực tế, chúng tôi cũng nhận thấy việc triển khai Quyết định 1755/QĐ-TTg còn một số hạn chế nhất định, đó là:

- Công tác phổ biến, nâng cao nhận thức về Quyết định 1755/QĐ-TTg chưa được sâu rộng. Các cơ quan quản lý còn chưa thật sự quyết liệt trong việc triển khai. Tham khảo Kế hoạch triển khai Quyết định 1755/TTg của các cấp, các ngành cũng như của

các cơ quan chức năng, Hiệp hội nhận thấy phần lớn các kế hoạch còn rất chung chung, hình thức: nặng về lý thuyết, thiếu chỉ tiêu phấn đấu trong từng giai đoạn, thiếu giải pháp cụ thể, hữu hiệu. Vai trò của các doanh nghiệp, hội nghề nghiệp trong lĩnh vực CNVH một đối tượng quan trọng để thực hiện Quyết định 1755 QĐ-TTg một cách hiệu quả thì chưa được quán triệt đầy đủ, chưa được huy động, giao nhiệm vụ rõ ràng.

- Việc xây dựng cơ sở dữ liệu cho từng ngành còn yếu, khó có căn cứ cho việc hoạch định kế hoạch phát triển cho mỗi giai đoạn.

- Riêng ngành quảng cáo hiện có nhiều doanh nghiệp làm dịch vụ quảng cáo? Doanh thu quảng cáo hàng năm của cả nước, của từng loại hình, của mỗi địa phương là bao nhiêu? Cơ sở nào, biện pháp nào để ngành quảng cáo đạt chỉ tiêu doanh thu 1.500 triệu USD năm 2020 và 3.200 triệu USD vào năm 2030 đóng góp bao nhiêu % vào GDP cả nước, bao nhiêu % cho GDRP của địa phương?... đều là những thông kê cơ bản, cần thiết nhưng từ lâu vẫn chưa có cơ quan nào cung cấp được một cách đầy đủ, chính xác, tin cậy.

- Các văn bản quản lý Nhà nước còn chồng chéo, thiếu đồng bộ, chậm sửa đổi gây nhiều khó khăn cho doanh nghiệp trong quá trình hoạt động, làm ảnh hưởng đến mục tiêu do Quyết định 1755/TTg đề ra. Riêng ngành quảng cáo trong báo cáo tổng kết 5 năm và 10 năm thực hiện Luật Quảng cáo. Hiệp hội đã tổng hợp và đưa ra nhiều khó khăn, vướng mắc về cơ chế, chính sách đang chờ các cơ quan quản lý xem xét, giải quyết. Đặc biệt, Luật Quảng cáo đã triển khai được 10 năm đến nay đã bộc lộ nhiều hạn chế. Hiệp hội và các hội viên đã đề xuất sửa đổi, bổ sung 28/43 điều trong Luật Quảng cáo hiện nay.

II. Một số kiến nghị, đề xuất giải pháp khắc phục trước mắt và lâu dài

1. Kiến nghị, đề xuất chung

- Trước hết, Hiệp hội đề nghị các cơ quan chức năng quản lý chuyên ngành cần căn cứ vào những mục tiêu, nhiệm vụ do Quyết định 1755/TTg giao cho để đánh giá một cách đầy đủ, toàn diện và xây dựng một kế hoạch hoặc một chiến lược riêng của từng ngành một cách toàn diện, cụ thể để thực hiện Quyết định 1755/TTg được hiệu quả.

- Đề nghị tăng cường mạnh mẽ các hình thức tuyên truyền, nâng cao nhận thức trong xã hội, trong các ngành, các cấp, trong các doanh nghiệp, các hội nghề nghiệp liên quan đến các ngành CNVH. Một trong những hình thức phổ biến, rất có hiệu quả xã hội là ngoài việc khuyến khích các ngành CNVH tổ chức các cuộc hội chợ, triển lãm của riêng từng ngành thì hàng năm Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nên tổ chức một cuộc hội chợ, triển lãm Quốc gia có tính tổng hợp giới thiệu cho công chúng những thành tựu mới, xuất sắc của 12 ngành CNVH.

- Đề nghị các cơ quan quản lý nhanh chóng có sự rà soát, điều chỉnh, sửa đổi bổ sung các văn bản chưa đồng bộ, còn chồng chéo, đảm bảo tính công khai, minh bạch.

- Đề nghị các cơ quan chức năng quan tâm, chú trọng việc xây dựng cơ sở dữ liệu chuyên ngành; xây dựng chi tiêu cụ thể cho từng lĩnh vực, cho từng giai đoạn.

Đề nghị các cơ quan quản lý nên tận dụng, phát huy tiềm năng của các doanh nghiệp, hội nghề nghiệp trong việc thực hiện Quyết định 1755/TTg.

2. Kiến nghị, đề xuất cho ngành công nghiệp quảng cáo

Nói về vị trí, chỉ tiêu doanh thu của Chính phủ giao cho 12 ngành CNVH tại Quyết định 1755/QĐ-TTg thì ngành quảng cáo chỉ đứng sau ngành du lịch văn hóa. Mục tiêu chủ yếu đến năm 2020 ngành quảng cáo đạt khoảng 1.500 triệu USD (ngành du lịch văn hóa chiếm 10 - 15% trong tổng số khoảng 8.000 - 19.000 USD doanh thu từ khách du lịch.); năm 2030 ngành quảng cáo đạt khoảng 3.200 triệu USD (ngành du lịch văn hóa chiếm 15 - 20% trong tổng số khoảng 40.000 triệu USD doanh thu từ khách du lịch). Trong điều kiện kinh tế đang phục hồi và phát triển như hiện nay với sự năng động, sáng tạo của các doanh nghiệp quảng cáo còn rất lớn cho ngành quảng cáo. Đặc biệt, với tốc độ phát triển rất nhanh của quảng cáo kỹ thuật số thì những mục tiêu này rất khả thi. Dựa trên kết quả khảo sát 167 doanh nghiệp Việt Nam có doanh thu lên tới 500 tỷ đồng/năm do nhóm chuyên gia dẫn đầu bởi Novaon thực hiện thì quy mô thị trường quảng cáo trực tuyến Việt Nam giai đoạn 2020-2025 sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CARG) là 21.5%.

Tuy vậy, ngoài những khó khăn vướng mắc chung như các ngành CNVH chúng tôi đã đề cập ở trên thì ngành quảng cáo ở Việt Nam hiện cũng còn những khó khăn, vướng mắc riêng cần được tháo gỡ mà chúng tôi đã nhiều dịp phản ánh với cơ quan quản lý các cấp. Chúng tôi xin phép không nhắc lại nhưng với mong muốn ngành quảng cáo Việt Nam, một ngành có thể mạnh trong 12 ngành CNVH được phát huy, phát triển như kỳ vọng của Chính phủ, nhân Hội nghị chúng tôi xin có vài kiến nghị, đề xuất riêng cho ngành như sau:

- Trong quá trình nâng cao nhận thức chung của xã hội về các ngành CNVH thì cần chú tâm hơn đến việc giải tỏa những nhận thức chưa đầy đủ. thậm chí còn có phần định kiến về ngành quảng cáo.

- Các cơ quan quản lý sớm nghiên cứu, có biện pháp điều chỉnh, sửa đổi những văn bản quản lý chồng chéo, không phù hợp; công khai, minh bạch quy hoạch quảng cáo ở địa phương. Đặc biệt là Nhà nước sớm cho sửa đổi, bổ sung Luật Quảng cáo đã có nhiều bất cập qua 10 năm thực hiện.

- Các cơ quan quản lý cần phát huy hơn nữa khả năng và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, các hội quảng cáo đóng góp cho sự phát triển của địa phương.

- Đề nghị Bộ Văn hóa. Thể thao và Du lịch tiếp tục chủ trì, phối hợp với

HHQCVN duy trì điều kiện Giải thưởng Quảng cáo sáng tạo Việt Nam thường niên theo Quyết định 1927/QĐ-BVHTTDL ngày 07/7/2020 của Bộ VHTTDL để thương hiệu quảng cáo Việt Nam được quảng bá rộng rãi trong nước và quốc tế.

- Hiệp hội Quảng cáo VN sẽ tích cực tham gia đóng góp vào các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan theo yêu cầu của các cơ quan quản lý, đặc biệt trong việc cải cách thủ tục hành chính, xây dựng sửa đổi, bổ sung Luật Quảng cáo và sẵn sàng hỗ trợ cơ quan quản lý trong việc xây dựng cơ sở dữ liệu, đẩy mạnh công tác chuyển đổi số trong lĩnh vực quảng cáo./.

THAM LUẬN
Của UBND tỉnh Điện Biên tại Hội nghị đánh giá 05 năm thực hiện
Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08 tháng 9 năm 2016 của Thủ tướng
Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa
Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030
(Gửi kèm theo Công văn số: 2581/SVHTTDL-QLVHGĐ ngày 08/12/2022 của Sở
Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Điện Biên)

***Kính thưa quý vị đại biểu;
Thưa Hội nghị !***

Hôm nay, tại Thủ đô Hà Nội, tỉnh Điện Biên rất vinh dự được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch mời tham dự và có bài tham luận tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08 tháng 9 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Tỉnh Điện Biên xin được tham luận với nội dung như sau:

Kính thưa quý vị đại biểu, thưa Hội nghị!

Ngay sau khi Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1755/QĐ-TTg, ngày 08/9/2016 về việc Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Ngày 26/5/2017, UBND tỉnh Điện Biên đã ban hành Kế hoạch số 1324/KH-UBND về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Điện Biên để cụ thể hóa các mục tiêu, nhiệm vụ đảm bảo phù hợp với Chiến lược của Chính phủ và tình hình thực tiễn của địa phương.

Công tác lãnh đạo, chỉ đạo tổ chức thực hiện được tỉnh đặc biệt quan tâm chú trọng, đã ban hành nhiều văn bản chỉ đạo thực hiện, tập trung vào 03 nội dung: Công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức; ban hành chính sách, chương trình đề án phát triển văn hóa; chỉ đạo triển khai Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa gắn với thực hiện các nhiệm vụ phát triển văn hóa, kinh tế - xã hội của tỉnh.

Sau 5 năm triển khai Chiến lược phát triển công nghiệp hóa văn hóa, tỉnh Điện Biên đã đạt được một số kết quả cụ thể như sau:

1. Đã ban hành hệ thống chương trình, đề án phát triển văn hóa, du lịch tạo tiền đề phát triển Ngành Công nghiệp văn hóa, cụ thể: Nghị quyết số 11- NQ/TU ngày 29/7/2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Điện Biên về bảo tồn và phát triển văn hóa các dân tộc tỉnh Điện Biên gắn với phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030; Nghị quyết số 03-NQ/TU ngày 07/5/2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch tỉnh Điện Biên đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; Đề án bảo tồn văn hóa; Đề án phát triển du lịch, các Kế hoạch thực hiện chiến lược văn hóa, đối ngoại văn hóa, phát triển điện ảnh, quy hoạch quảng cáo... hiện tại đang nghiên cứu ban hành

một số chính sách hỗ trợ văn hóa như: Hỗ trợ kinh phí hoạt động đội văn nghệ thôn bản, hỗ trợ phát triển du lịch...vv.

2. Kết quả các nguồn lực phát triển Ngành công nghiệp văn hóa:

- *Về phát triển Du lịch văn hóa:* Tỉnh luôn quan tâm chú trọng đầu tư về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kinh doanh du lịch. Đổi mới công tác tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch, thu hút các nguồn lực đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng du lịch, liên kết hợp tác với các địa phương, triển khai hợp tác đối ngoại phát triển du lịch; đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch... Đã góp phần phát triển các loại hình du lịch văn hóa đặc biệt là loại hình du lịch cộng đồng, du lịch di sản, du lịch khám phá trải nghiệm....

Về nghệ thuật biểu diễn: Đã quan tâm đầu tư trang thiết bị, đổi mới phương thức lãnh đạo, quản lý; xây dựng các chương trình nghệ thuật truyền thống, đậm chất dân gian, nâng lên tầm hiện đại, trên cơ sở khai thác và phát triển vốn văn hóa của các dân tộc. Thông qua việc tổ chức các chương trình nghệ thuật phục vụ nhiệm vụ chính trị, giao lưu, quảng bá nét văn hóa đặc sắc trong lĩnh vực biểu diễn nghệ thuật của các dân tộc trong tỉnh đáp ứng nhu cầu thưởng thức nghệ thuật của nhân dân, góp phần bảo tồn và phát huy các loại hình nghệ thuật truyền thống của các dân tộc trong tỉnh.

Về Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm: Những năm qua tỉnh đã chỉ đạo các đơn vị đẩy mạnh hoạt động mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm; tham gia hưởng ứng các cuộc thi, cuộc vận động sáng tác cấp khu vực, toàn quốc. Các cuộc triển lãm được tổ chức trong và ngoài tỉnh đã góp phần quảng bá hình ảnh con người, vùng đất, những nét văn hóa đặc sắc của Điện Biên đến bạn bè trong và ngoài nước; qua đó góp phần thu hút du khách đến với Điện Biên, đồng thời mở ra nhiều cơ hội liên kết, đầu tư phát triển du lịch với các tỉnh, thành trong cả nước.

Về Quảng cáo: Công tác quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo được quan tâm, bám sát chỉ đạo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, tỉnh Điện Biên đã tăng cường công tác quản lý hoạt động quảng cáo từng bước đưa hoạt động quảng cáo đi vào nền nếp, đồng thời bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo, góp phần tích cực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ hiện đại trong quảng cáo, đặc biệt trong lĩnh vực kỹ thuật số; đa dạng hóa các hình thức quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng, ngoài trời và trên sản phẩm, dịch vụ văn hóa, du lịch.

Về Thủ công mỹ nghệ: Công tác phát triển làng nghề, làng nghề truyền thống được quan tâm, đã có nhiều chính sách hỗ trợ phát triển các loại hình ngành nghề, làng nghề truyền thống. Hiện nay trên địa bàn tỉnh có 7 làng nghề cơ bản đạt các tiêu chí. Các ngành nghề thủ công như: Mây tre đan, dệt thổ cẩm, trang phục truyền thống...vv, của tỉnh hiện đang dần trở thành các sản phẩm thủ công đặc trưng, góp phần tạo công ăn việc làm, tăng thu nhập, nâng cao mức sống của người dân.

Về điện ảnh: Tỷ trọng phim Việt Nam và phổ biến các tác phẩm điện ảnh có giá trị nghệ thuật cao trên địa bàn tăng dần. Nhiều tác phẩm điện ảnh có chất lượng được Trung tâm văn hóa, điện ảnh khai thác, công chiếu phục vụ nhu cầu khán giả, góp phần nâng cao đời sống tinh thần và định hướng, tư duy nghệ thuật, thẩm mỹ cho Nhân dân.

Ngoại giao văn hóa: Các hoạt động văn hóa đối ngoại, thông tin đối ngoại được tăng cường, kết hợp tổ chức các sự kiện văn hóa như: Tổ chức Hội thảo liên kết, hợp tác phát triển du lịch vùng biên giới Việt Nam - Lào, Lễ hội tung còn 3 nước Việt Nam - Lào - Trung Quốc; đặc biệt đã đăng cai tổ chức thành công Ngày hội giao lưu văn hóa, thể thao và du lịch vùng biên giới Việt Nam - Lào lần thứ III, năm 2022,...

Các hoạt động hợp tác quốc tế về lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch đã góp phần tuyên truyền, quảng bá về hình ảnh mảnh đất, con người, nét văn hóa đặc sắc của các dân tộc tỉnh Điện Biên đến bạn bè trong nước và quốc tế, góp phần làm phong phú hơn mối quan hệ hợp tác, thắt chặt hơn tình đoàn kết, hữu nghị của tỉnh Điện Biên với bạn bè quốc tế.

Lĩnh vực thương mại: Thông qua chương trình khuyến công quốc gia và khuyến công địa phương, tỉnh đã chỉ đạo triển khai, tổ chức các hoạt động khuyến công nhằm hỗ trợ các cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn có điều kiện phát triển, mở rộng sản xuất, nâng cao năng suất, chất lượng và giá thành sản phẩm, thúc đẩy phát triển sản xuất nông nghiệp và chế biến công nghiệp, tạo việc làm, tăng thu nhập, chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn...

Kính thưa quý vị đại biểu

Tuy đạt được một số kết quả nêu trên. Song việc triển khai Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh Điện Biên còn gặp nhiều khó khăn như:

Điện Biên vẫn là một tỉnh nghèo, kinh tế chậm phát triển, cơ sở hạ tầng khó khăn, chi ngân sách chủ yếu dựa vào sự hỗ trợ từ Trung ương, do vậy nguồn lực đầu tư cho phát triển các ngành công nghiệp văn hóa còn rất hạn chế.

Cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển ngành công nghiệp văn hóa của tỉnh Điện Biên chưa có; các hoạt động xúc tiến, quảng bá văn hóa, du lịch tại các thị trường nước ngoài chủ yếu là lồng ghép khi các đoàn khách quốc tế đến thăm và làm việc tại Việt Nam nên hạn chế trong việc thu hút sự đầu tư từ ngoài nước.

Nguồn nhân lực phục vụ cho phát triển công nghiệp văn hóa và các lĩnh vực biểu diễn nghệ thuật, nhiếp ảnh, mỹ thuật còn yếu và thiếu.

Nguồn thu từ các dịch vụ văn hóa, du lịch, phát thanh, truyền hình còn thấp, sự tăng trưởng trong các lĩnh vực chưa đồng đều do mặt bằng điều kiện kinh tế - xã hội của tỉnh còn thấp. Do đó chưa tạo đà phát triển cho ngành công nghiệp văn hóa của tỉnh trong giai đoạn hiện nay.

Kính thưa quý vị đại biểu

Để phát huy vai trò của các ngành công nghiệp văn hóa đối với sự phát triển bền vững của địa phương, tỉnh Điện Biên đề ra một số giải pháp sau:

- Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức trách nhiệm của các cấp, các ngành, địa phương, doanh nghiệp và nhân dân trên địa bàn về vị trí, vai trò của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế, xã hội.

- Tăng cường quảng bá, giới thiệu hình ảnh, con người, nét văn hóa đặc sắc của tỉnh đến với bạn bè trong nước và quốc tế thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch, văn hóa đối ngoại...

- Huy động tối đa các nguồn lực đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch; hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng các làng nghề.

- Tiếp tục bổ sung cơ chế, chính sách nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh dịch vụ văn hóa; các chính sách ưu đãi về thuế, vốn, đất đai, chế độ ưu đãi đối với lực lượng văn nghệ sỹ, các doanh nghiệp khởi nghiệp.

- Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực, như: Đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp cho các ngành công nghiệp văn hóa; nâng cao năng lực và cải thiện kỹ năng quản lý cho cán bộ, công chức, viên chức có liên quan trực tiếp đến các ngành công nghiệp văn hóa.

- Đẩy mạnh ứng dụng các thành tựu học kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong sản xuất, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm văn hóa, nghệ thuật và nâng cao chất lượng dịch vụ; đổi mới và phát triển các ngành công nghiệp sản xuất sản phẩm, dịch vụ văn hóa truyền thống (in ấn, phát hành, biểu diễn nghệ thuật, quảng cáo...vv).

- Hỗ trợ các doanh nghiệp, làng nghề, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ gia đình tiếp cận với ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ mới phục vụ phát triển sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm; tổ chức đưa các sản phẩm tiêu thụ công nghiệp nông thôn tiêu biểu giới thiệu tại các hội chợ triển lãm trong và ngoài nước; thường xuyên cập nhật, cung cấp thông tin thị trường, tìm kiếm đối tác kinh doanh giúp doanh nghiệp, làng nghề, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ gia đình giữ vững thị trường nội địa, hướng tới thị trường xuất khẩu.

- Tiếp tục mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế; đổi mới công nghệ sản xuất để tạo ra các sản phẩm văn hóa có chất lượng cao; xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng của tỉnh giới thiệu với bạn bè trong và ngoài nước ...

Tỉnh Điện Biên kiến nghị, đề xuất với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch một số nội dung sau:

- 1 - Tạo điều kiện cho tỉnh Điện Biên tham gia tích cực và chủ động vào các sự kiện văn hóa nghệ thuật có uy tín trong khu vực và quốc tế nhằm tạo môi trường cho các nghệ sỹ, đơn vị văn hóa nghệ thuật của tỉnh có cơ hội giao lưu và quảng bá văn hóa nghệ thuật của địa phương.

- 2 - Xây dựng quy hoạch mạng lưới các doanh nghiệp công nghiệp văn hóa, trong đó hình thành một số tập đoàn doanh nghiệp mạnh có chương trình, chiến lược riêng dành cho miền núi.

3 - Xây dựng hệ thống chỉ tiêu thống kê ở tất cả các ngành công nghiệp văn hóa trong hệ thống dữ liệu thống kê quốc gia, ứng dụng cho các địa phương thuận lợi trong công tác triển khai.

4 - Tổ chức các chương trình tập huấn, hội nghị trao đổi kiến thức và nâng cao năng lực chuyên môn công nghiệp văn hóa.

Trên đây là tham luận của tỉnh Điện Biên tại Hội nghị đánh giá 05 năm triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08 tháng 9 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ.

Trân trọng cảm ơn các vị đại biểu đã quan tâm theo dõi./.

**ĐẨY MẠNH CÔNG TÁC PHỐI HỢP GIỮA CÁC SỞ, NGÀNH, ĐỊA PHƯƠNG
TRONG VIỆC THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP
VĂN HÓA ĐÁP ỨNG NHU CẦU HƯỞNG THỤ VĂN HÓA CỦA XÃ HỘI
TẠI TỈNH KIÊN GIANG**

UBND tỉnh Kiên Giang

1. Mở đầu

Hiện nay, ở nhiều quốc gia trên thế giới, công nghiệp văn hóa đang đóng vai trò là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của nền kinh tế tri thức, có khả năng to lớn trong việc truyền bá, bảo vệ, phát huy bản sắc giá trị văn hóa dân tộc. Phát triển công nghiệp văn hóa là một trong những câu chuyện thành công về kinh tế trên toàn cầu trong hơn hai thập kỷ qua. Ở Việt Nam, vào những năm 90 của thế kỷ XX, bắt đầu xuất hiện nhận thức mới về lao động sáng tạo văn hóa - nghệ thuật, coi đó là một loại lao động đặc biệt và tìm tòi nhiều phương thức nhằm phát triển văn hóa - nghệ thuật trong điều kiện nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên cho đến nay, cả về lý luận và thực tiễn phát triển công nghiệp văn hóa chỉ mới ở giai đoạn đầu, có nhiều vấn đề đang đặt ra cần phải tiếp tục nghiên cứu.

Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa VIII (Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII) được coi như Nghị quyết có ý nghĩa đột phá chỉ rõ vai trò của văn hóa đối với sự phát triển kinh tế: “Văn hóa là kết quả của kinh tế, đồng thời là động lực của sự phát triển kinh tế. Các nhân tố văn hóa phải gắn kết chặt chẽ với đời sống và hoạt động xã hội trên mọi phương diện chính trị, kinh tế, xã hội, luật pháp, kỷ cương... biến thành nguồn lực nội sinh quan trọng nhất của phát triển”.

Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 theo Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ đã đề ra các mục tiêu thực hiện trong các giai đoạn tiếp theo. Và tỉnh Kiên Giang, trong 05 năm thực hiện theo Quyết định của Thủ tướng, đã gặt hái được nhiều kết quả rất đáng ghi nhận.

2. Kết quả đạt được trong công tác phối hợp giữa các sở, ngành, địa phương trong việc thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa của xã hội.

2.1. Hoạt động quảng cáo ngoài trời

Từ 2017 đến nay, Ủy ban nhân dân tỉnh Kiên Giang chỉ đạo Sở Văn hóa và Thể thao tiếp tục triển khai thực hiện quản lý hoạt động quảng cáo theo quy định của Luật Quảng cáo và các văn bản hướng dẫn thực hiện Luật Quảng cáo; các quy định có liên quan về quản lý hoạt động quảng cáo đối với những sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt: đối với hoạt động quảng cáo bia, rượu hướng dẫn các tổ chức, cá nhân thực hiện

theo Luật phòng, chống tác hại của rượu, bia; Nghị định 24/2020/NĐ-CP ngày 24/02/2020 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia; đối với quảng cáo casino hướng dẫn thực hiện theo quy định tại Nghị định số 03/2017/NĐ-CP ngày 16/01/2017 của Chính phủ quy định về kinh doanh casino;...

Tiếp tục chỉ đạo triển khai thực hiện có hiệu quả Quyết định số 356/QĐ-UBND ngày 17/02/2014 của Ủy ban nhân dân tỉnh Kiên Giang về việc phê duyệt Quy hoạch quảng cáo trên phạm vi toàn đảo Phú Quốc giai đoạn 2013- 2020 và tầm nhìn đến năm 2030; Quyết định số 2443/QĐ-UBND ngày 31/10/2018 của Ủy ban nhân dân tỉnh Kiên Giang về việc phê duyệt “Đề án tổng thể quảng cáo ngoài trời và xây dựng, lắp đặt bảng chỉ dẫn các khu, điểm tuyến du lịch trên địa bàn tỉnh Kiên Giang đến năm 2025, tầm nhìn 2040; trên cơ sở đó tạo điều kiện thuận lợi để hoạt động quảng cáo phát triển; đồng thời, còn tạo điều kiện cho tổ chức, cá nhân thực hiện tốt về hoạt động tuyên truyền, quảng cáo. Đến nay, tại thành phố Phú Quốc đã có 04 đơn vị được chấp thuận chủ trương đầu tư quy hoạch quảng cáo; các huyện, thành phố còn lại, tỉnh cũng đã chỉ đạo Sở Văn hóa và Thể thao phối hợp cùng với một số sở, ngành, đơn vị liên quan hướng dẫn cho các nhà đầu tư hoàn thiện thủ tục trình Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt chủ trương đầu tư thực hiện quy hoạch.

2.2. Điện ảnh

Đối với ngành Điện ảnh, tỉnh đã chỉ đạo Sở Văn hóa và Thể thao tăng cường đổi mới hoạt động của Trung tâm Phát hành phim và Chiếu bóng để mở rộng hoạt động phục vụ, tăng doanh thu, tạo nguồn đầu tư cho hoạt động phát hành phim và chiếu bóng. Từ năm 2017 đến nay, tổng kinh phí đầu tư từ nguồn ngân sách cho hoạt động phát hành phim và chiếu bóng là: 10.250.713.378 đồng. Tổng doanh thu: 20.714.155.000, trong đó phim trong nước: 11.945.615.000 đồng, phim nước ngoài: 8.768.540.000 đồng; tổng số phim chiếu rạp: 535, trong đó có 145 phim trong nước và 390 phim nước ngoài. Phục vụ cho 416.817 lượt người xem trên địa bàn tỉnh.

2.3. Nghệ thuật biểu diễn

Để bảo tồn và phát huy nghệ thuật truyền thống các dân tộc, tạo ra nhiều tác phẩm đặc trưng, chất lượng cao, thể hiện được tính sáng tạo, độc đáo của nghệ thuật truyền thống; Ủy ban nhân dân tỉnh đã ban hành Quyết định số 1125/QĐ-UBND ngày 14/5/2018 về việc phê duyệt Đề án “Bảo tồn và phát huy giá trị Nghệ thuật đờn ca tài tử Nam Bộ tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2018-2020”; Quyết định số 1201/QĐ-UBND ngày 17-5-2022 về phê duyệt Đề án “Bảo tồn và phát huy giá trị Nghệ thuật Đờn ca tài tử Nam bộ trên địa bàn tỉnh Kiên Giang, giai đoạn 2021 - 2025”; Quyết định số 1200/QĐ-UBND ngày 17-5-2022 về phê duyệt “Đề án bảo tồn và phát huy giá trị nghệ thuật truyền thống dân tộc Khmer trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025”.

Tăng cường các cuộc biểu diễn giao lưu của các đoàn nghệ thuật trong tỉnh với các tỉnh bạn nhằm giới thiệu và quảng bá văn hóa, nghệ thuật của các dân tộc trên địa bàn tỉnh. Đoàn nghệ thuật Khmer và Đoàn Cải lương nhân dân Kiên Giang dàn dựng nhiều vở diễn, chương trình nghệ thuật tổng hợp, tổ chức biểu diễn phục vụ nhiệm vụ chính trị, phục vụ nhân dân cùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo. Tham gia các hội thi, liên hoan trong khu vực và toàn quốc đạt nhiều kết quả: Từ 2017 đến nay, 02 đoàn nghệ thuật tổ chức được 348 chương trình biểu diễn; Trung tâm Văn hóa tỉnh tổ chức và phối hợp tổ chức được 341 chương trình nghệ thuật, giao lưu văn hóa, văn nghệ, triển lãm, trưng bày tranh, ảnh phục vụ các ngày lễ lớn, các sự kiện chính trị của đất nước, của tỉnh.

2.4. Mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm

Thời gian qua, các hoạt động mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm tại địa phương phát triển khá tốt về chất lượng tác phẩm cũng như quy mô; tuy nhiên, vẫn tập trung chủ yếu ở thành phố Rạch Giá và các địa phương có ưu thế về du lịch như: Thành phố Phú Quốc, huyện Kiên Hải, thành phố Hà Tiên. Công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm được thực hiện nghiêm túc, tuân thủ các quy định của pháp luật. Công tác triển khai, tuyên truyền phổ biến các văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm đã góp phần thúc đẩy sự phát triển về chất lượng cũng như hiệu quả, hiệu lực của công tác quản lý nhà nước. Từ năm 2017 đến năm 2022, tỉnh đã cấp 18 giấy phép xây dựng tượng đài, tranh hoành tráng (mỹ thuật).

Hội Văn học và Nghệ thuật tỉnh hàng năm đều có tổ chức triển lãm về mỹ thuật, nhiếp ảnh, tổ chức cho các văn nghệ sĩ trong tỉnh đi thực tế các địa phương trong và ngoài tỉnh để sáng tác. Hàng năm, nhân dịp các lễ hội truyền thống như Lễ hội Nguyễn Trung Trực, Lễ hội Tao đàn Chiêu Anh các, Ngày hội Văn hóa, Thể thao và Du lịch đồng bào Khmer... các đơn vị như: Bảo tàng tỉnh, Trung tâm văn hóa tỉnh, Thư viện tỉnh và các Công ty tổ chức sự kiện đã tổ chức triển lãm và giới thiệu làng nghề truyền thống, những tranh, ảnh, hiện vật có liên quan đến đời sống và sinh hoạt của nhân dân tỉnh Kiên Giang. Một số sản phẩm đặc trưng tiêu biểu của địa phương như: Rượu Đường Xuông, khóm cầu Đúc, tiêu Vĩnh Hòa Hưng Bắc và các loại trái cây khác,... Các sản phẩm nông thủy sản, mặt hàng thủ công mỹ nghệ đặc trưng, ngành nghề truyền thống của tỉnh. Tổng ngân sách đầu tư cho hoạt động mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm từ 2017 đến nay: 1.159.573.080 đồng. Các sự kiện đã được tổ chức: 44 sự kiện, trong đó mỹ thuật 03 cuộc, nhiếp ảnh 09 cuộc, triển lãm 32 cuộc.

2.5. Du lịch

Tỉnh đã chỉ đạo ngành Du lịch phối hợp với ngành Văn hóa và Thể thao và các ngành, địa phương trong tỉnh triển khai thực hiện đạt được một số kết quả sau:

- Kết quả thực hiện các chỉ tiêu phát triển du lịch: Giai đoạn từ 2017 - tháng 10/2022, tỉnh đã đón và phục vụ trên 37 triệu lượt khách đến Kiên Giang tham quan du lịch, trong đó khách quốc tế đạt 2 triệu lượt; doanh thu đạt hơn 65.000 tỷ đồng. Riêng năm 2020 - 2021, trong bối cảnh kinh tế thế giới và trong nước có nhiều diễn biến phức tạp, cả nước nói chung và tỉnh Kiên Giang nói riêng đối mặt với không ít khó khăn, thách thức trước tình hình dịch Covid-19 kéo dài làm cho một số chỉ tiêu du lịch giảm mạnh.

- Về phát triển đa dạng sản phẩm du lịch, các ngành dịch vụ du lịch:

+ Về phát triển sản phẩm du lịch: Việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù hiện có để phục vụ cho phát triển du lịch, gồm: Du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp; du lịch hội nghị cao cấp; tham quan công viên động vật hoang dã; tham quan và mua sắm tại trang trại nuôi trồng và cửa hàng sản phẩm ngọc trai; tham quan nghiên cứu và hoạt động du lịch sinh thái tại rừng nhiệt đới trên đảo; trải nghiệm tại các công viên chuyên đề. Thực hiện đầu tư phát triển sản phẩm du lịch mới chủ yếu là dựa vào thế mạnh về tài nguyên du lịch, tập trung ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái; chất lượng dịch vụ du lịch ngày càng được nâng lên. Phát triển đa dạng các tuyến du lịch, các loại hình du lịch ven biển, các đảo,... Đồng thời rà soát tài nguyên du lịch làm cơ sở xây dựng sản phẩm đặc thù; hình thành tour, tuyến để thu hút khách du lịch. Một số lễ hội được quan tâm đầu tư nâng cấp, đã thu hút khách du lịch trong và ngoài tỉnh đến tham qua¹.

+ Về dịch vụ vận chuyển khách du lịch:

Đường hàng không trước khi có dịch Covid-19: Sân bay Rạch Giá duy trì đường bay Rạch Giá - thành phố Hồ Chí Minh và ngược lại; chuyến Hà Nội - Rạch Giá. Sân bay quốc tế Phú Quốc khai thác tốt các tuyến nội địa từ Phú Quốc đến thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Cần Thơ, Vinh, Đà Lạt, Thanh Hóa; phát triển các tuyến quốc tế, hiện đã có một số đường bay thẳng và các chuyến bay thuê bao (charter) kết nối Phú Quốc với các nước Nga, Ý, Thụy Điển, Đức, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia, Thái Lan, Siêm Riệp (Campuchia), Quảng Châu (Trung Quốc), Kazan, Cộng hòa Tatarstan, Liên Bang Nga, Anh, Kuala Lumpur... (trước năm 2020); hiện nay đang nỗ lực phục hồi lại các đường bay quốc tế với các đường bay đã kết nối gồm: Hàn Quốc, Thái Lan, Malaysia, Ấn Độ, Uzbekistan.

Đường bộ: Ngoài hệ thống phương tiện vận tải khách theo tuyến cố định, các doanh nghiệp lữ hành đều có xe từ 4 chỗ đến 45 chỗ, đáp ứng nhu cầu vận tải khách du lịch tham quan các khu, điểm du lịch, tập trung ở các địa bàn thành phố Rạch Giá,

¹ Như: Lễ kỷ niệm ngày hy sinh của AHDT Nguyễn Trung Trực (Rạch Giá); Lễ kỷ niệm ngày hy sinh của Anh hùng lực lượng vũ trang Phan Thị Ràng (Hòn Đất); Lễ hội Óoc-om-bok (Gò quao); Lễ hội Tao Đàn Chiêu Anh Các và du lịch Hà Tiên, Lễ giỗ Đức khai trấn Mạc Cửu, lễ giỗ bà Mạc Mi Cô (Hà Tiên); Lễ hội Nghinh ông Kiên Hải...

thành phố Phú Quốc, Tp.Hà Tiên...; công ty vận tải hành khách có 11 hãng taxi, xe điện đáp ứng cơ bản nhu cầu phục vụ du khách.

Đường biển: Du lịch đường biển bắt đầu từ cảng du lịch Rạch Giá hoặc thành phố Hà Tiên kết nối với đảo Phú Quốc, quần đảo Nam Du (huyện Kiên Hải), quần đảo Hải Tặc (thành phố Hà Tiên) với hơn 40 phương tiện chở khách và 15 phương tiện phà biển chở ô tô. Ngoài ra, còn có trên 150 tàu vận chuyển khách tham quan đảo, thực hiện các dịch vụ câu cá, lặn biển... tập trung nhiều ở đảo Phú Quốc, một số đảo tại huyện Kiên Lương và Kiên Hải; một số tàu nhỏ vận chuyển khách đi lại trên sông, rạch, suối tham quan các điểm du lịch tại các vùng du lịch góp phần quan trọng đưa khách du lịch đến các điểm du lịch trên địa bàn.

+ Dịch vụ vui chơi giải trí: Từ năm 2017-2022, bên cạnh khu vui chơi giải trí: Cáp treo hòn Thơm; Safari; VinWonder; Phú Quốc United Center; khu vui chơi giải trí có thưởng (casino), chợ đêm Phú Quốc; công viên lặn ngắm san hô; sản phẩm du lịch tại Vườn Quốc gia Phú Quốc, Vườn Quốc gia U Minh Thượng... làm phong phú thêm hoạt động vui chơi giải trí góp phần đáp ứng một phần nhu cầu khách du lịch đến tỉnh Kiên Giang.

2.6. Công tác liên kết, hợp tác và quảng bá du lịch

Triển khai thực hiện “Đề án Truyền thông tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2019 - 2020 và định hướng đến năm 2025”; triển khai thực hiện Dự án “Hệ thống website tích hợp video thực tế ảo quảng bá hình ảnh du lịch, hệ thống mua vé trực tuyến, ứng dụng di động (mobile app) và các hoạt động quảng bá hình ảnh du lịch”; xây dựng các phim tư liệu về tiềm năng thương mại, cơ hội đầu tư và phát triển du lịch để quảng bá, giới thiệu đến các nhà đầu tư, các doanh nghiệp, các du khách trong và ngoài nước; phát hành các ấn phẩm phục vụ cho công tác xúc tiến du lịch². Xây dựng, kết nối tour, tuyến mới trong và ngoài tỉnh; tổ chức các hoạt động kích cầu du lịch³... Công tác liên kết, hợp tác phát triển du lịch được quan tâm; (1) ở trong nước, ngành du lịch đã tham gia ký kết hợp tác với cụm phía Tây đồng bằng sông Cửu Long gồm 7 tỉnh, thành; các vùng du lịch trọng điểm như: Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh. (2) ở nước ngoài, đã trao đổi, hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh ven biển miền Đông Thái Lan và Tây

² Bản đồ du lịch Kiên Giang; Hướng dẫn Du lịch Hà Tiên, Kiên Lương; Phát hành phim du lịch Phú Quốc; phim 04 vùng du lịch Kiên Giang;...

³ Phối hợp với Hiệp hội Du lịch (HHDL) ĐBSCL, HHDL cộng đồng Việt Nam, Trung tâm Xúc tiến các tỉnh, thành phố ĐBSCL tổ chức chương trình hợp tác, khảo sát điểm đến du lịch an toàn để kích cầu du lịch vào tỉnh Kiên Giang tại thành phố Hà Tiên và thành phố Phú Quốc; Giao lưu, trao đổi kinh nghiệm kinh doanh du lịch với Đoàn HHDL tỉnh Thái Nguyên

Nam của Campuchia để kết nối tuyến du lịch hành lang ven biển phía Nam (tuyến du lịch R.10)⁴.

3. Bài học kinh nghiệm

Qua 5 năm thực hiện theo Quyết định số 1755/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, tỉnh Kiên Giang đã gặp nhiều thuận lợi nhưng cũng không ít những khó khăn, nhiều bài học kinh nghiệm được đúc kết như: chú trọng đào tạo phát triển nguồn nhân lực; ứng dụng khoa học và công nghệ trong việc sáng tạo, sản xuất, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm văn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ văn hóa; thu hút và hỗ trợ đầu tư cho ngành, địa phương; đẩy mạnh giao lưu và hợp tác quốc tế trong các ngành công nghiệp văn hóa, và cuối cùng, một trong những bài học quan trọng, đó là đẩy mạnh công tác phối hợp giữa các sở, ngành, địa phương trong việc thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Cụ thể:

Những năm qua, Ủy ban nhân dân tỉnh Kiên Giang chỉ đạo các cơ quan, đơn vị cấp tỉnh đến địa phương, báo, đài, các tổ chức xã hội,... tăng cường công tác tuyên truyền trên các phương tiện thông tin, các trang thông tin điện tử của các cơ quan, sở, ban, ngành và các địa phương nhằm nâng cao nhận thức của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức và người dân về vị trí, vai trò của ngành công nghiệp văn hóa trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Huy động các nguồn lực trong và ngoài nước ngoài đầu tư phát triển kinh tế, văn hóa - xã hội, nhất là vận động đầu tư cho các ngành công nghiệp văn hóa tại địa phương. Thông qua công tác tuyên truyền góp phần nâng cao nhận thức của các tầng lớp nhân dân và toàn xã hội về nội dung, ý nghĩa thiết thực của phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, thu hút được sự quan tâm của xã hội, thu hút các nguồn lực trong tỉnh, ngoài tỉnh và ngoài nước đầu tư cho các ngành công nghiệp văn hóa tại địa phương, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương, góp phần xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.

- Chỉ đạo báo, đài, công thông tin điện tử tỉnh, hệ thống thông tin cơ sở và trang Thông tin điện tử các sở, ngành, địa phương: Đa dạng hình thức tuyên truyền, quán triệt, nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, địa phương và toàn xã hội về vị trí, vai trò của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh; nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp trong việc đầu tư cho văn hóa như là một phần chiến lược kinh doanh và thể hiện trách nhiệm với xã hội, cộng đồng. Tăng cường các chương trình văn hóa, văn nghệ trên các phương tiện thông tin đại chúng, chuyển tải trên môi trường internet các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, điện ảnh, thư viện, bảo tàng, sáng tác, triển lãm, các hội thi, vui chơi giải trí; các sự kiện tập

⁴ Tổ chức chương trình khảo sát và khai thác tuyến du lịch đường biển Phú Quốc - Nam Du - Cà Mau. Ngày 07/7/2020, tuyến tàu cao tốc Cà Mau (tại cửa biển Sông Đốc, huyện Trần Văn Thời - Nam Du - Phú Quốc đã chính thức đưa vào vận hành khai thác).

trung đông người... phải được tổ chức linh hoạt, phù hợp với tình hình dịch Covid-19 trên địa bàn tỉnh. Đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá các sự kiện văn hoá của địa phương diễn ra hằng năm; tuyên truyền quảng bá hình ảnh du lịch Kiên Giang và du lịch Việt Nam tới cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và người dân trong nước.

4. Kết luận

Việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa hiện nay trên địa bàn tỉnh Kiên Giang là đáp ứng nhu cầu sáng tạo, học tập, trao đổi, hưởng thụ, gìn giữ văn hóa và phát triển thể thao của các tầng lớp Nhân dân, đóng góp tích cực và hiệu quả vào GRDP của tỉnh, cũng như tiếp tục tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội. Việc khai thác tốt nhất tiềm năng, lợi thế của thị trường văn hóa và ngành công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh, sẽ góp phần thúc đẩy chiến lược hợp tác phát triển ngành công nghiệp này của Việt Nam nói chung và tỉnh Kiên Giang nói riêng với thị trường quốc tế.

Trong những năm tiếp theo, Kiên Giang sẽ xây dựng nền công nghiệp và thương hiệu công nghiệp văn hóa tỉnh Kiên Giang với tầm nhìn trung, dài hạn, có lộ trình cho từng giai đoạn phát triển, các sản phẩm, dịch vụ văn hóa có thương hiệu uy tín và tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị sản phẩm, dịch vụ văn hóa toàn cầu./.

**ĐẦU TƯ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ MỚI TRONG MỘT SỐ NGÀNH
CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA MŨI NHỌN, NHẪM TẠO RA CÁC SẢN PHẨM
VĂN HÓA, NGHỆ THUẬT CÓ CHẤT LƯỢNG, THAM GIA
THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ**

UBND Thành phố Hải Phòng

Nền kinh tế Việt Nam đang phát triển theo xu thế hội nhập quốc tế, dần hình thành một nền kinh tế tri thức trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Các ngành công nghiệp văn hóa ra đời muộn hơn so với nhiều ngành công nghiệp khác, nhưng là ngành có triển vọng lớn, có thể phát triển nhanh, mang lại hiệu quả cao, là động lực mới cho sự phát triển. Tuy nhiên, cần có những định hướng, chủ trương, cơ chế, chính sách, lộ trình thực hiện cụ thể, phù hợp với xu thế chung và bối cảnh và điều kiện cụ thể của từng địa phương.

1. Chủ trương định hướng và hiện trạng phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam.

Ở Việt Nam, phát triển các ngành công nghiệp văn hóa được xem như một khâu đột phá trong phát triển văn hóa, con người Việt Nam. Tại Văn kiện Đại hội lần thứ XIII của Đảng nhấn mạnh: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu (các giá trị và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới”. Tại Nghị quyết số 52-NQ/TW của Bộ Chính trị ngành Công nghiệp văn hóa số được Bộ Chính trị chỉ đạo tập trung phát triển như một ngành ưu tiên có mức độ sẵn sàng cao. Tại Hội nghị văn hóa toàn quốc năm 2021, Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng cũng nhấn mạnh yêu cầu: “Xây dựng môi trường văn hóa số phù hợp với nền kinh tế số, xã hội số và công dân số, làm cho văn hóa thích nghi, điều tiết sự phát triển bền vững đất nước trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Khẩn trương phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, xây dựng thị trường văn hóa lành mạnh”.

Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 xác định các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam bao gồm 12 ngành, trong đó 05 ngành mũi nhọn tập trung khai thác nâng tỷ trọng đóng góp cho GDP của cả nước và tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội là ngành điện ảnh; ngành nghệ thuật biểu diễn; ngành mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; ngành quảng cáo và ngành du lịch văn hóa; 8 ngành có sẵn lợi thế, tiềm năng phát triển gồm: Điện ảnh; nghệ thuật biểu diễn, quảng cáo; thủ công mỹ nghệ; phần mềm và các trò chơi giải trí; truyền hình và phát thanh; thời trang; du lịch văn hóa.

Có thể thấy rằng, Đảng và Nhà nước đã có những chủ trương, chính sách và chỉ đạo đúng đắn và xuyên suốt để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, công nghiệp văn hóa số. Tuy nhiên, là một ngành mới, việc triển khai phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của từng địa phương phụ thuộc vào nhiều yếu tố như vị trí địa lý, mức độ quyết tâm của lãnh đạo, nguồn tài chính, nguồn nhân lực, hạ tầng khoa học kỹ thuật.... Hiện nay, các thành phố lớn đã đầu tư phát triển một số ngành văn hóa có lợi thế như thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh có lợi thế phát triển các ngành điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, truyền hình, quảng cáo, thời trang, du lịch văn hóa; Đà Nẵng, Nha Trang, Thừa Thiên Huế, Quảng Ninh phát triển các ngành du lịch văn hóa. Song nhìn chung, trên cả nước nhiều ngành công nghiệp văn hóa còn có nhiều hạn chế về việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ, dịch vụ hỗ trợ, công nghệ, nguồn lực và cơ chế khuyến khích để phát triển đồng bộ.

2. Thực trạng phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của thành phố Hải Phòng

Thành phố Hải Phòng, với vị trí địa chính trị - kinh tế đặc biệt của cả nước. Tại Nghị quyết số 45-NQ/TW của Bộ Chính trị về “Xây dựng và phát triển thành phố Hải Phòng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” đã đề ra mục tiêu xây dựng và phát triển Hải Phòng trở thành thành phố đi đầu cả nước trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Việc thành phố Hải Phòng đầu tư phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nói chung và đầu tư ứng dụng công nghệ mới trong phát triển một số ngành công nghiệp văn hóa tại thành phố Hải Phòng thời gian qua là đúng đắn và phù hợp với các chủ trương, định hướng của Đảng, Nhà nước; phù hợp với xu thế phát triển và hội nhập quốc tế về văn hóa.

- Thời gian qua, thành phố Hải Phòng phát triển một số ngành công nghiệp văn hoá thế mạnh của địa phương như:

+ Đối với lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn: Hải Phòng có 6 đơn vị công lập có chức năng tổ chức hoạt động biểu diễn nghệ thuật và một số các đơn vị nghệ thuật ngoài công lập. Bình quân hàng năm tổ chức khoảng 500 chương trình, vở diễn với nhiều loại hình nghệ thuật truyền thống dân tộc được giữ gìn, bảo vệ và phát huy như Chèo, Cải lương, Múa rối, Ca trù, Hát đúm... kết hợp với các loại hình nghệ thuật đương đại. Tỷ lệ nguồn thu dịch vụ biểu diễn nghệ thuật trên tổng kinh phí hoạt động bình quân của các đơn vị sự nghiệp văn hóa công lập đạt 28%/năm; các đoàn nghệ thuật truyền thống chỉ đạt từ 13% - 15%/năm; ngoài ra các đơn vị nghệ thuật công lập khác trên địa bàn thành phố bình quân đạt trên 17%/năm. Tổng số có 02 nhà hát, 04 rạp hát được xây dựng từ thời thuộc Pháp, trong đó chỉ có 02 nhà hát bảo đảm điều kiện tổ chức các hoạt động quy mô từ 300 đến 500 ghế. Nhiều loại hình nghệ thuật truyền thống dân tộc được giữ gìn, bảo vệ và phát huy như Chèo, Cải lương, Múa rối, Ca trù, Hát đúm...

Việc ứng dụng công nghệ mới đối với lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn đã tạo nên những thay đổi trong hoạt động nghệ thuật truyền thống như việc sử dụng màn hình led khổ lớn, kỹ thuật trình chiếu 3D, âm thanh, ánh sáng kỹ thuật số đã mang lại hiệu ứng ấn tượng cho các buổi biểu diễn. Tuy nhiên, các công nghệ trong hoạt động quảng bá, dịch vụ bán vé, đặt chỗ trực tuyến thông qua hệ thống thanh toán trên mạng còn hạn chế. Các công nghệ thực tế ảo, vũ trụ ảo... còn mới lạ chưa được đầu tư ứng dụng.

+ Đối với lĩnh vực điện ảnh, truyền hình và phát thanh: Đến nay, trên địa bàn thành phố Hải Phòng có 07 rạp chiếu phim, trong đó 03 rạp công lập chủ yếu phục vụ các hoạt động chính trị của thành phố, phục vụ nhân dân vùng sâu và vùng xa; đang xây dựng các phương án liên doanh, liên kết cải tạo cơ sở vật chất, nâng cấp và hiện đại hóa trang thiết bị đáp ứng tiêu chuẩn phục vụ; 04 rạp ngoài công lập được đầu tư hiện đại với tổng số 24 phòng chiếu hoạt động hiệu quả do khai thác các phim có sử dụng các công nghệ hiện đại như trong xây dựng nhân vật, diễn viên, diễn xuất, kỹ xảo điện ảnh; thành phố chỉ đạo nghiên cứu đầu tư xây dựng một số cụm rạp phim hiện đại với quy mô phù hợp tại các huyện ngoại thành từ nguồn kinh phí xã hội hóa. Bình quân hàng năm các rạp tổ chức khoảng 6.000 buổi chiếu phim, phục vụ trên 1 triệu lượt người xem, doanh thu đạt trên 30 tỷ/năm. Hệ thống phát thanh truyền và truyền hình Hải Phòng gồm đài phát thanh các quận huyện, cơ bản vẫn hoạt động theo mô hình truyền thống.

+ Đối với lĩnh vực quảng cáo: Hiện nay, truyền thông số, truyền thông xã hội là phương thức truyền thông phổ biến của xã hội đương đại. Tỷ lệ dân số xem truyền hình đạt 100%, hạ tầng mạng băng thông rộng cáp quang phủ 90% hộ gia đình, 100% xã, phường, thị trấn; tỷ lệ dân số sử dụng điện thoại thông minh ngày càng nhiều. Sự phát triển hình thức truyền thông website, báo điện tử qua kênh truyền internet, tivi truyền qua vệ tinh... đã kéo theo lĩnh vực quảng cáo có những thay đổi theo hướng tích cực và hiệu quả hơn so với trước đây.

Hoạt động quảng cáo ngoài trời phát triển tương đối ổn định. Trên địa bàn thành phố có gần 300 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo, một số công nghệ mới được ứng dụng trong hoạt động như công nghệ LED trang trí bảng hiệu, LED quảng cáo, LED công nghiệp, màn hình LED, song về cơ bản vẫn sử dụng các hình thức quảng cáo truyền thống bằng bảng biển.

+ Lĩnh vực du lịch văn hóa cũng là một điểm mạnh của thành phố Hải Phòng với những tiềm năng về di tích, di sản văn hóa của thành phố. Du lịch văn hóa là ngành công nghiệp có sự phối hợp giữa ngành du lịch. Thành phố Hải Phòng hiện có hơn 1.133 di tích, bao gồm nhiều loại hình khác nhau, trong đó có 531 di tích đã được các cấp xếp hạng gồm 02 di tích quốc gia đặc biệt, 116 di tích xếp hạng cấp quốc gia, 413 di tích cấp thành phố; toàn thành phố có 10 di sản văn hóa phi vật thể được đưa vào danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Hệ thống bảo tàng thành phố hiện

có 06 bảo tàng, trong đó có 04 bảo tàng công lập và 02 bảo tàng ngoài công lập. Riêng Bảo tàng thành phố có tổng số trên 22 nghìn hiện vật, đã thực hiện cập nhật 12.700 cơ sở dữ liệu hiện vật vào phần mềm quản lý hiện vật bảo tàng; quét ảnh trên 11 nghìn ảnh tư liệu vào quản lý bằng máy vi tính. Thành phố thực hiện gắn mã QR lên 2.300 biển tên đường, phố và công trình công cộng thành phố của 450 tên đường phố. Thành phố đang triển khai số hóa, xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu phục vụ công tác quản lý di sản văn hóa trên địa bàn thành phố Hải Phòng tuy nhiên còn gặp khó khăn trong xây dựng dự toán do chưa có quy định về định mức kỹ thuật và định mức, đơn giá của Bộ Tài chính, Bộ Thông tin và Truyền thông và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Chưa ứng dụng được các công nghệ mới như công nghệ quét 3D, mô phỏng 3D, công nghệ tạo lập dữ liệu lớn (big data) về không gian văn hóa ảo trên không gian mạng. Đây là kênh thông tin hiệu quả để phát triển ngành công nghiệp văn hóa du lịch trong tình hình mới.

- Các ngành công nghiệp văn hóa như kiến trúc, thủ công mỹ nghệ, xuất bản, thời trang, mỹ thuật nhiếp ảnh và triển lãm ... một số ngành đã ứng dụng được công nghệ mới như thực hiện số hóa dữ liệu để tra cứu trực tuyến thông tin liên quan tới Quy hoạch kiến trúc trên nền tảng Gis; hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất thủ công mỹ nghệ thực hiện xúc tiến thương mại qua môi trường mạng; hầu hết hoạt động theo phương pháp truyền thống; giới thiệu tuyên truyền, quảng bá sản phẩm OCOP của các doanh nghiệp sản xuất thủ công mỹ nghệ, song cơ bản các lĩnh vực này việc ứng dụng các công nghệ mới còn hạn chế cần có thời gian và lộ trình phát triển để trở thành ngành kinh tế dịch vụ, góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội.

3. Đề xuất kiến nghị phát triển phát triển ngành công nghiệp văn hóa và đầu tư ứng dụng công nghệ mới phát triển ngành công nghiệp văn hóa tại thành phố Hải Phòng.

Thời gian tới, thành phố Hải Phòng sẽ tiếp tục triển khai phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, đặc biệt tập trung ứng dụng đầu tư ứng dụng công nghệ mới trong một số ngành công nghiệp văn hóa mũi nhọn có tiềm năng của thành phố như du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn, từng bước phát triển một số ngành có lợi thế như quảng cáo, mỹ thuật nhiếp ảnh và triển lãm, âm nhạc; phần đầu doanh thu của các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GRDP của thành phố. Tôi xin có một số đề xuất kiến nghị để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và ứng dụng công nghệ mới trong các ngành công nghiệp văn hóa của cả nước nói chung và Hải Phòng nói riêng như sau:

- Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức của các cấp lãnh đạo, quản lý về tầm quan trọng của phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ mới phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Cần phải xác định sự nghiệp văn hóa là ngành sản xuất có khả năng tạo ra các sản

phẩm tinh thần cao đẹp, đồng thời mang lại những hiệu quả kinh tế thiết thực, từ đó mới tạo ra sự chuyển biến trong định hướng, cũng như các chính sách quản lý phát triển văn hóa.

Xây dựng chính sách sử dụng tài nguyên văn hóa, chính sách thuế, tài chính, chính sách bồi dưỡng nhân tài về văn hóa nghệ thuật, chính sách xã hội hóa... nhằm tạo môi trường tốt cho phát triển công nghiệp văn hóa như chính sách hỗ trợ, hợp tác công - tư trong xây dựng các trung tâm chiếu phim hiện đại, các công trình trình mỹ thuật công cộng; mạng lưới liên kết sản xuất giữa các doanh nghiệp trong các ngành, lĩnh vực; chính sách phát triển thị trường cho các tác phẩm sân khấu, các chương trình biểu diễn; các sản phẩm du lịch văn hóa với các nước ASEAN, liên kết vùng và địa phương...

- Xây dựng hệ thống chính sách về kết cấu công nghiệp văn hóa, chính sách tổ chức quản lý và chính sách phân bổ ngành nghề khu vực văn hóa. Đặc biệt chú trọng chính sách phát triển khoa học kỹ thuật như chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, đa dạng hóa phương thức, hình thức sản xuất các sản phẩm văn hóa bằng công nghệ hiện đại chuyển tải đến công chúng qua môi trường số, có hiệu quả về kinh tế; các chính sách thúc đẩy tự do sáng tạo; chính sách mở rộng hợp tác quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực các ngành, lĩnh vực trong ứng dụng công nghệ cao đáp ứng yêu cầu của công nghệ 3D, 4D, công nghệ thực tế ảo, công nghiệp lần thứ 4.

- Tăng cường sự phối hợp trong phát triển công nghiệp văn hóa giữa các cấp, ngành tạo sự gắn bó với nhau giữa các ngành công nghiệp văn hóa để làm nên sức mạnh tổng hợp cho không chỉ các ngành này, mà còn cả với nền kinh tế của đất nước.

- Đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các bộ ngành liên quan sớm ban hành các định mức kỹ thuật, định mức, đơn giá đối với các hoạt động đầu tư ứng dụng công nghệ trong ngành văn hóa và ngành công nghiệp văn hóa để có cơ sở lập dự toán đầu tư tại địa phương.

- Đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trên cơ sở đánh giá 05 năm triển khai thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2022 của Thủ tướng Chính phủ tham mưu ban hành các cơ chế chính sách, hướng dẫn và định hướng phát triển các ngành công nghiệp văn hóa phù hợp với tổng thể chung của cả nước và đặc thù của từng địa phương./.

CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH – TIỀM NĂNG, ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Đồng chí Võ Trọng Nam
Phó Giám đốc Sở Văn hóa và Thể thao TP. Hồ Chí Minh

Kính thưa Hội nghị!

Thành phố Hồ Chí Minh với vai trò trung tâm kinh tế, giáo dục, khoa học công nghệ, là thị trường lớn về văn hóa nghệ thuật của vùng và cả nước, đầu mối giao lưu quốc tế. Là địa phương có nguồn tài nguyên văn hóa phong phú và đa dạng, có sự kết nối, giao thoa giữa truyền thống và hiện đại, sự pha trộn giữa văn hóa phương Đông và phương Tây. Ngành công nghiệp văn hóa vừa là loại hình nghệ thuật sáng tạo, là nhân tố quan trọng tạo nên thị trường văn hóa, các loại hình dịch vụ văn hóa, thúc đẩy sự phát triển kinh tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam với thế giới.

Trong những năm qua, Đảng và nhà nước đã đề ra các chủ trương, chính sách để phát triển công nghiệp văn hóa. Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng tiếp tục nhấn mạnh “*Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hoá và dịch vụ văn hoá trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hoá Việt Nam*”. Từ đó, Thành phố Hồ Chí Minh luôn đề cao vai trò, vị trí đặc biệt của công nghiệp văn hóa; tập trung quán triệt, lãnh đạo, chỉ đạo toàn thành phố phát triển công nghiệp văn hóa trở thành nguồn động lực nội sinh thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội. Quan điểm đó được khẳng định xuyên suốt qua các kỳ Đại hội Đảng, cụ thể hóa thành các chương trình, nghị quyết, kết luận, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội. Tại Nghị quyết Đại hội đảng bộ Thành phố lần thứ XI khẳng định “*Phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường văn hóa; trọng tâm là thực hiện Đề án Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2020 – 2030*”.

Trong giai đoạn cách mạng công nghiệp 4.0, công nghiệp văn hóa tạo ra những sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng cao, thúc đẩy tiến trình đổi mới, phát triển dịch vụ sáng tạo; phát triển kinh tế tri thức, kinh tế văn hóa; tăng cường đẩy mạnh hợp tác văn hóa trên trường quốc tế. TPHCM đã xây dựng hoàn chỉnh Đề án Phát triển ngành công nghiệp văn hóa TPHCM đến năm 2030; ưu tiên tập trung vào **08** lĩnh vực giàu tiềm năng, thế mạnh của TP, thích ứng với xu hướng của thời đại, gồm: Điện ảnh, Nghệ thuật biểu diễn, Mỹ thuật, Nhiếp ảnh, Triển lãm, Quảng cáo, Du lịch văn hóa, Thời trang.

Kính thưa Hội nghị!

Trong bài tham luận này, Sở VH TT TPHCM trình bày các vấn đề sau:

1. Những đóng góp của ngành công nghiệp văn hóa cho sự phát triển ở Thành phố Hồ Chí Minh trong thời gian qua

- Hiện nay, số doanh nghiệp hoạt động sản xuất, kinh doanh thuộc lĩnh vực văn hóa có 17.670 doanh nghiệp, chiếm 7,74% số doanh nghiệp của toàn thành phố. Các doanh nghiệp hoạt động trên lĩnh vực điện ảnh; phát thanh – truyền hình; quảng cáo; nhiếp ảnh, thời trang, kiến trúc; du lịch; triển lãm; nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật; bảo tàng và các hoạt động văn hóa khác.

- Giá trị sản xuất hàng năm của các doanh nghiệp hoạt động trên lĩnh vực công nghiệp văn hóa đều tăng. Năm 2010, giá trị sản xuất của ngành công nghiệp văn hóa đạt trên 19.313 tỷ đồng, đến năm 2020 đạt khoảng 36.732 tỷ đồng.

- Giá trị đóng góp của sản xuất ngành công nghiệp văn hóa trong GRDP ngày càng tăng, thể hiện vị thế quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội của thành phố. Đóng góp sản xuất công nghiệp văn hóa vào GRDP năm 2010 chiếm tỷ lệ 3,77%, đến năm 2019 chiếm tỷ lệ 3,98%, trong đó ngành có tỷ lệ đóng góp lớn nhất là ngành quảng cáo. Năm 2020, do bị ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19 nên giá trị sản xuất của ngành công nghiệp văn hóa có sự phát triển chậm lại, đạt 36.732 tỷ đồng, chiếm 3,62% tổng GRDP của toàn thành phố.

Như vậy, tỷ trọng đóng góp của ngành công nghiệp văn hóa đối với GRDP và sự phát triển kinh tế của thành phố ngày càng tăng. Việc lựa chọn loại hình, các lĩnh vực trọng tâm và cơ chế, chính sách phù hợp sẽ tạo động lực để các ngành công nghiệp văn hóa thành phố phát triển, hội nhập.

2. Những thuận lợi và khó khăn, cơ hội và thách thức đối với sự phát triển công nghiệp văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh

2.1. Những thuận lợi

- Thành phố Hồ Chí Minh có nền văn hóa phong phú và đa dạng, nhiều loại hình lễ hội, di tích lịch sử - văn hóa, nghệ thuật, kiến trúc, nghề thủ công, các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể đa dạng. Công nghiệp văn hóa đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy bản sắc văn hóa và hiện đại hơn cho đất nước.

- Là địa phương giàu tài năng sáng tạo, tiềm năng về nguồn nhân lực, thế hệ trẻ ngày càng có khả năng biểu đạt cao, sáng tạo và kết nối toàn cầu.

- Ngành công nghiệp văn hóa có tầm quan trọng vì giá trị trực tiếp đóng góp cho kinh tế và xã hội, thông qua giá trị gián tiếp đã xây dựng nâng cao chất lượng, hình ảnh của du lịch văn hóa, cải tiến thương hiệu, phát triển dịch vụ, giới thiệu và quảng bá hình ảnh, truyền thống tốt đẹp của dân tộc đến với quốc tế.

2.2. Những khó khăn

- Các mô hình quản lý, đầu tư chưa phù hợp với sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa; chưa có các cơ chế, chính sách đặc thù, làm đòn bẩy để phát triển công nghiệp văn hóa.

- Thiếu sự hợp tác chặt chẽ giữa các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp trong lĩnh vực văn hóa.

- Thiếu hụt các kỹ năng quản trị doanh nghiệp và sự tổng thể về giáo dục mang tính sáng tạo; thiếu kết nối mạng lưới, các tổ hợp sáng tạo, mức độ xúc tiến thị trường lao động thấp.

- Thị trường nội địa và quốc tế cho ngành công nghiệp văn hóa chưa phát triển đồng bộ.

2.3. Những cơ hội

- Trong bối cảnh toàn cầu hóa, sự phát triển của các quốc gia ngày càng ảnh hưởng, phụ thuộc lẫn nhau, ngành công nghiệp văn hóa chính là tài sản chiến lược trong chính sách ngoại giao, hợp tác quốc tế, đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy bản sắc văn hóa tiên tiến và giá trị thời đại cho mỗi quốc gia.

- Là công cụ hữu hiệu cho sự tăng trưởng, đổi mới và cạnh tranh của nền kinh tế, làm cho văn hóa trở thành một thành tố quan trọng của thương mại và cạnh tranh quốc tế, xây dựng nền kinh tế sáng tạo mạnh mẽ; tạo ra cơ hội để nuôi dưỡng các tài năng.

- Thúc đẩy sự cố kết xã hội thông qua việc tham gia các cộng đồng doanh nghiệp, tổ chức văn hóa chuyên nghiệp; tạo ra “tác động lan tỏa”, hấp dẫn đối với mô hình du lịch văn hóa đương đại, nâng cao năng lực cạnh tranh của lĩnh vực dịch vụ và sản xuất.

2.4. Những thách thức

- Hiện trạng các lĩnh vực của ngành công nghiệp văn hóa cần có sự đổi mới căn bản, do còn phụ thuộc vào ngân sách; đang phải đối mặt với các vấn đề do thu nhập thấp, thiếu các kỹ năng quản lý và kinh doanh chuyên nghiệp, công nghệ số hóa chưa được ứng dụng rộng rãi.

- Nhiều tài năng chưa phát huy tối đa tiềm năng và thế mạnh; lực lượng lao động chưa được tiếp cận các kỹ năng và chuyên môn phù hợp để thích ứng, vận hành hiệu quả các mô hình tổ chức, kinh doanh trong thời đại công nghệ.

- Tình trạng vi phạm bản quyền, tranh chấp quyền sở hữu trí tuệ vẫn còn tồn tại, bất cập.

- Các cơ chế chính sách, ưu đãi về thuế... chưa tạo động lực để thu hút doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp văn hóa.

3. Mục tiêu phát triển công nghiệp văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh trong thời gian tới

Căn cứ vào mục tiêu Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 và dự kiến chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm nội địa trên địa bàn TPHCM giai đoạn 2021 – 2025 là 4%, giai đoạn 2026 – 2030 là 7%. TPHCM phấn đấu thực hiện đạt các chỉ tiêu phát triển công nghiệp văn hóa như sau:

- Giai đoạn 2021 - 2025, tốc độ tăng trưởng ngành công nghiệp văn hóa đạt bình quân 14%/năm; giai đoạn 2026 - 2030 tốc độ tăng trưởng ngành công nghiệp văn hóa đạt bình quân 12%/năm;

- Doanh thu các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp khoảng 5,7% GRDP vào năm 2025 và 7,2% GRDP vào năm 2030, trong đó đóng góp của 08 ngành cụ thể như sau:

- + Ngành điện ảnh có tốc độ phát triển trung bình khoảng 12%/năm, đạt trên 5.000 tỷ đồng (phim Việt Nam đạt khoảng 30% doanh thu), đóng góp khoảng 0,4% GRDP vào năm 2025; tốc độ phát triển trung bình khoảng 13%, đạt khoảng 10.000 tỷ đồng (phim Việt Nam đạt khoảng 50% doanh thu), đóng góp khoảng 0,56% GRDP vào năm 2030;

- + Ngành nghệ thuật biểu diễn đạt gần 1.000 tỷ đồng, đóng góp 0,08% GRDP vào năm 2025; đạt khoảng 1.600 tỷ đồng, đóng góp 0,09% GRDP vào năm 2030;

- + Ngành mỹ thuật đạt gần 300 tỷ đồng, đóng góp khoảng 0,02% GRDP vào năm 2025; đạt trên 500 tỷ đồng, đóng góp khoảng 0,03% GRDP vào năm 2030;

- + Ngành nhiếp ảnh đạt trên 1.800 tỷ đồng, đóng góp 0,15% vào năm 2025; đạt trên 3.000 tỷ đồng, đóng góp 0,18% GRDP vào năm 2030;

- + Ngành triển lãm đạt khoảng 6.000 tỷ đồng, đóng góp 0,5% GRDP vào năm 2025; đạt khoảng 11.000 tỷ đồng, đóng góp trên 0,6% GRDP vào năm 2030;

- + Ngành quảng cáo đạt khoảng 32.000 tỷ đồng, đóng góp khoảng 2,6% vào năm 2025; đạt khoảng 55.000 tỷ đồng, đóng góp khoảng 3,2% GRDP vào năm 2030;

- + Ngành du lịch văn hóa đạt trên 4.100 tỷ đồng, đóng góp trên 0,3% GRDP vào năm 2025; đạt khoảng 8.400 tỷ đồng, đóng góp 0,5% GRDP vào năm 2030;

- + Ngành thời trang đạt khoảng 3.000 tỷ đồng, đóng góp 0,24% GRDP vào năm 2025; đạt khoảng 5.300 tỷ đồng, đóng góp 0,3% GRDP vào năm 2030.

3. Một số giải pháp, định hướng phát triển công nghiệp văn hóa ở Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030

3.1. Nghiên cứu, đề xuất bổ sung vào quy hoạch chung của thành phố các khu công nghiệp văn hóa. Đầu tư xây dựng Nhà hát Giao hưởng – Nhạc, Vũ kịch; Trung tâm Nghệ thuật truyền thống; Rạp xiếc và biểu diễn đa năng Phú Thọ; phim trường; trung tâm chiếu

phim hiện đại; trung tâm kỹ thuật điện ảnh; biểu diễn nghệ thuật đa năng; cơ sở đào tạo chuyên ngành công nghiệp văn hóa; trung tâm thời trang; trung tâm giám định và đấu giá các tác phẩm nghệ thuật, không gian công cộng và phố đi bộ...

3.2. Đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến thương mại, hợp tác và giao lưu công nghiệp văn hóa. Lồng ghép các chương trình quảng bá phát triển công nghiệp văn hóa của Thành phố gắn với các sự kiện ngoại giao trong và ngoài nước. Liên kết với ngành du lịch để có định hướng phát triển phù hợp.

3.3. Cụ thể hóa các chính sách ưu đãi về vốn, thuế, đất đai, khuyến khích sáng tạo đối với văn nghệ sĩ, các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực văn hóa từ khâu bắt đầu đến hoàn chỉnh của sản phẩm công nghiệp văn hóa. Có cơ chế, chính sách đặc thù cho Thành phố trong khuyến khích nguồn lực xã hội về xây dựng và phát triển công nghiệp văn hóa.

3.4. Đề xuất các chính sách để các doanh nghiệp trong và ngoài nước tăng cường đầu tư vào các hoạt động sáng tạo văn hóa, sản xuất các sản phẩm và dịch vụ văn hóa; phát triển mạng lưới doanh nghiệp, phát triển một số tập đoàn lớn về công nghiệp văn hóa ở các lĩnh vực truyền thông, điện ảnh, phát thanh và truyền hình trên địa bàn Thành phố

3.5. Nghiên cứu phương án thành lập Trung tâm phát triển công nghiệp văn hóa Thành phố để kết nối, xây dựng và tổ chức thực hiện hỗ trợ, kết nối, quy tụ các nguồn lực, phát huy giá trị sáng tạo, mở rộng thị trường công nghiệp văn hóa trong và ngoài nước.

3.6. Gắn kết và đẩy mạnh liên kết vùng để tạo động lực cho công văn hóa phát triển; xây dựng các tuyến, tour sản phẩm du lịch văn hóa đặt trung của khu vực; liên kết trong việc tổ chức, thực hiện các sự kiện văn hóa lớn mang tính thường niên như các Lễ hội Âm nhạc quốc tế, Liên hoan phim quốc tế....

Nghiên cứu xây dựng Đề án cho Liên hoan phim mang dấu ấn riêng của thành phố: Liên hoan phim ngắn, đề tài thiếu nhi, đề tài môi trường, giáo dục văn hóa truyền thống tốt đẹp của dân tộc... Nâng cao năng lực sản xuất, có cơ chế ưu đãi sản xuất để làm ra những bộ phim có tiếng vang lớn trong nước và quốc tế. Tổ chức các cuộc thi kịch bản, sản xuất phim thể nghiệm, phim đầu tay, thi tài năng trẻ, thi tuyển diễn viên, dạ hội điện ảnh... Tổ chức Chợ phim đại diện cho điện ảnh nước nhà để mở rộng giao lưu, hợp tác sản xuất và cung cấp dịch vụ làm phim với nước ngoài; Nghiên cứu xây dựng Bảo tàng Điện ảnh lưu giữ tất cả hình ảnh, hiện vật về Điện ảnh Nam Bộ, Thành phố Hồ Chí Minh và cả nước. Phục hồi hoạt động của ngành Phát hành phim thành phố để điều hành, quản lý công tác phát hành trên địa bàn, quản lý nhà nước về hoạt động của hệ thống rạp chiếu phim, quản lý công tác xuất nhập khẩu phim.

3.8. Quan tâm đầu tư, phát triển nguồn nhân lực có chất lượng cao để đáp ứng kịp thời với nhu cầu, trình độ phát triển ngày càng cao của công nghiệp điện ảnh và công nghiệp âm nhạc.

3.9. Tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ, chuyển đổi số một cách thực chất và quyết liệt thông qua ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong các khâu của quá trình sản xuất sản phẩm, dịch vụ của ngành công nghiệp văn hóa Thành phố.

3.10. Thực hiện quyền sở hữu trí tuệ và các quyền liên quan một cách chặt chẽ, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh trên thị trường.

Kính thưa Hội nghị

Để lĩnh vực công nghiệp văn hóa phát triển, Thành phố Hồ Chí Minh đề xuất, kiến nghị các nội dung sau:

- **Một là**, đề xuất Quốc hội cho phép Thành phố Hồ Chí Minh được áp dụng cơ chế đặc thù triển khai thực hiện các dự án đầu tư, xây dựng cơ sở vật chất lĩnh vực văn hóa và thể thao theo Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư.

- **Hai là**, Quốc hội đánh giá việc thực thi Luật quản lý, sử dụng tài sản công ban hành ngày 21 tháng 6 năm 2017 trong thời gian qua tại các địa phương còn tồn tại và phát sinh những bất cập; nghiên cứu, ban hành cơ chế, chính sách để các địa phương có tiềm năng, thế mạnh và những điều kiện thuận lợi riêng để tăng cường phát triển công nghiệp văn hóa một cách hiệu quả nhất.

- **Ba là**, các cơ quan thẩm quyền của Trung ương hướng dẫn việc triển khai, cụ thể hóa Kết luận số 14-KL/TW ngày 22 tháng 9 năm 2021 của Bộ Chính trị về chủ trương khuyến khích và bảo vệ cán bộ năng động, sáng tạo vì lợi ích chung nhằm khuyến khích cán bộ có tư duy sáng tạo, cách làm đột phá, tháo gỡ, giải quyết những điểm nghẽn, nút thắt trong cơ chế, chính sách hoặc thực hiện thí điểm, bảo đảm không trái với Hiến pháp và Điều lệ Đảng... làm cơ sở để nghiên cứu, triển khai thực hiện các dự án.

KẾT LUẬN

Nhằm đảm bảo yêu cầu để ngành văn hóa thành phố phát triển tương xứng với vị trí, tiềm năng và tầm vóc của một đô thị đặc biệt. Thành phố Hồ Chí Minh cần có một cơ chế, chính sách đặc thù, tạo hành lang pháp lý để lĩnh vực văn hóa và thể thao thực hiện những bước đột phá mới, đáp ứng sự kỳ vọng và niềm tin của Đảng bộ, chính quyền và Nhân dân thành phố, kiến nghị các cơ quan thẩm quyền của Trung ương quan tâm, có ý kiến chỉ đạo giải quyết đối với các nội dung kiến nghị của Thành phố Hồ Chí Minh nêu trên.

Ngành Văn hóa và Thể thao Thành phố trân trọng cảm ơn sự quan tâm lãnh đạo của các cơ quan ban ngành Trung ương, của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch; sự phối

hợp, hỗ trợ của các tỉnh thành bạn. Sở Văn hóa và Thể thao Thành phố rất mong trong thời gian tới tiếp tục nhận được sự quan tâm sâu sát của các đồng chí để Ngành Văn hóa và Thể thao Thành phố có những đóng góp tích cực hơn nữa nhằm góp phần thực hiện thắng lợi nhiệm vụ xây dựng và phát triển ngành cũng như Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Thành phố lần thứ XI đã đề ra.

Trân trọng cảm ơn!



