

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA: THỰC TIỄN CỦA NHẬT BẢN VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

● PHẠM THỊ THU HÀ

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh toàn cầu hóa kinh tế và hội nhập thời đại cách mạng công nghiệp 4.0, công nghiệp văn hóa (CNVH) là ngành kinh tế có tiềm năng lớn, thu hút sự quan tâm của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Ở Nhật Bản, nhiều năm qua, CNVH được xem là một lĩnh vực kinh tế then chốt, tạo ra ưu thế cạnh tranh quốc gia, thúc đẩy sự đổi mới, sáng tạo và phát triển bền vững của nền kinh tế. Trong phạm vi bài viết, trên cơ sở khái quát một số vấn đề cơ bản từ thực tiễn phát triển CNVH của Nhật Bản, tác giả rút ra một vài kinh nghiệm cho sự phát triển CNVH ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Công nghiệp văn hóa, Nhật Bản, văn hóa, Việt Nam.

1. Khái niệm công nghiệp văn hóa

Hiện nay chưa có một khái niệm thống nhất về "công nghiệp văn hóa", mặc dù thuật ngữ này đã xuất hiện từ những thập niên 30 của thế kỷ XX. Ban đầu, có nhiều luồng tư tưởng cho rằng CNVH là sự biến tướng của dây chuyền sản xuất sản phẩm văn hóa hàng loạt, nhằm "tẩy nã", lôi kéo quần chúng để phục vụ cho các mục đích riêng của chủ nghĩa tư bản. Hoặc, cho rằng CNVH thực chất là sự "xâm lăng văn hóa", "áp đặt giá trị" đến từ các cường quốc công nghệ cao, có khả năng thống lĩnh thị trường tiêu thụ văn hóa. Cũng có nhiều nhà nghiên cứu cho rằng "kinh tế" và "văn hóa" là hai đường thẳng song song không có điểm chung, một bên là giá trị vật chất, một bên là tinh hoa tâm hồn; áp đặt kinh tế và văn hóa vào cùng một phạm trù sẽ làm làm thương hóa, vật chất hóa các giá trị văn hóa.

Đến năm 1944, trong cuốn sách *Dialectic of Enlightenment* của hai nhà nghiên cứu người Đức là Adorno và Horkheimer cho rằng "CNVH làm cho văn hóa bác học và văn hóa bình dân gặp gỡ" [4]. Trong khái niệm này, chữ "công nghiệp" không chỉ nói đến quá trình sản xuất, mà còn nói đến sự tiêu chuẩn hóa các sản phẩm, đặc biệt là sự hợp lý hóa kỹ thuật liên quan đến việc cung ứng, phân phối sản phẩm văn hóa. Tiếp sau đó, trong nhiều công trình của các nhà nghiên cứu ở nhiều quốc gia, khái niệm CNVH được diễn đạt theo nhiều cách khác nhau, nhưng tựu chung CNVH được xem là những ngành sản xuất ra những sản phẩm hữu hình hoặc vô hình mang tính nghệ thuật, sáng tạo và có tiềm năng tạo ra thu nhập, của cải thông qua việc khai thác các tài sản văn hóa, sản xuất hàng hóa, dịch vụ dựa trên tri thức (cả truyền thống và đương đại). Theo các nhà nghiên cứu,

khái niệm "công nghiệp" hên quan đến sản xuất hàng hóa, còn khái niệm "văn hóa" thường diễn đạt ý niệm trừu tượng về giá trị. Ghép hai khái niệm này với nhau làm bộc lộ sức mạnh tiềm ẩn của văn hóa về phương diện kinh tế mà trước đây chúng ta ít chú ý tới.

Khái niệm CNVH được sử dụng rộng rãi nhất hiện nay là của Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hiệp Quốc (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization - UNESCO), đưa ra vào năm 2007: "CNVH là các ngành sản xuất ra những sản phẩm vật thể và phi vật thể về nghệ thuật và sáng tạo, có tiềm năng thúc đẩy việc tạo ra của cải và thu nhập thông qua việc khai thác những giá trị văn hóa và sản xuất những sản phẩm và dịch vụ đưa vào tri thức (kể cả những giá trị văn hóa hiện đại và truyền thống). Điểm chung nhất của các ngành CNVH là nó sử dụng tính sáng tạo, tri thức văn hóa và văn hóa" [5]. Như vậy, có thể hiểu, CNVH là ngành công nghiệp thực các thành quả sáng tạo văn hóa thành hàng hóa thỏa mãn nhu cầu đa dạng của xã hội. Đặc trưng cơ bản của ngành công nghiệp này là dựa trên quá trình sáng tạo văn hóa và ứng dụng khoa học - công nghệ cao. Sản phẩm của CNVH có sự kết hợp chặt chẽ giữa giá trị kinh tế và giá trị văn hóa, có sức lan tỏa không bị hạn chế bởi giới hạn biên giới, quốc gia. CNVH bao gồm 11 nhóm ngành chính là: quảng cáo, kiến trúc, công nghệ kỹ thuật số, mỹ thuật đồ cổ và thủ công mỹ nghệ, thiết kế mỹ thuật, phim ảnh và video, in ấn xuất bản, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, phát thanh truyền hình và phần mềm điện tử.

2. Thực tiễn phát triển công nghiệp văn hóa của Nhật Bản

Nhật Bản là một quốc gia có nền kinh tế phát triển bậc nhất trong khu vực cũng như trên toàn thế giới. Không chỉ là cường quốc kinh tế, Nhật bản còn có một nền văn hóa lâu đời và vô cùng độc đáo. Khai thác lợi thế đó, CNVH đã sớm được chính phủ Nhật Bản quan tâm phát triển và đã thu được nhiều thành quả ấn tượng trong những năm gần đây. Hiện tại, CNVH là một trong những lĩnh vực kinh tế trụ cột, đóng góp giá trị lớn vào sự tăng trưởng và giải quyết việc làm thường xuyên cho hàng triệu lao động. Bên cạnh đó, ngành công nghiệp này còn tạo hậu thuẫn lớn cho Nhật Bản trong việc mở rộng

quan hệ ngoại giao, nâng cao vị thế quốc gia. Nghiên cứu thực tiễn phát triển CNVH Nhật Bản, có thể nhận thấy một số vấn đề cơ bản sau.

Một là, Nhật Bản đã sớm nhìn nhận, đánh giá đúng tài nguyên văn hóa quốc gia, xây dựng hệ thống chính sách phát triển, tạo cơ sở vững chắc cho sự phát triển của CNVH. Chiến lược CNVH Nhật Bản năm 2007 đánh giá: Nhật Bản là một quốc gia lớn về tài nguyên văn hóa. Tài nguyên lớn này tồn tại ở nhiều lĩnh vực trong đời sống xã hội Nhật Bản như: nghệ thuật, thiết kế, giải trí, tài sản văn hóa; lối sống của người Nhật từ ăn, mặc, ở... và được cộng đồng quốc tế thừa nhận. Chiến lược cũng khẳng định tài nguyên văn hóa nếu được nuôi dưỡng tốt sẽ là loại tài nguyên tồn tại lâu dài không cạn kiệt. Với thế mạnh của một quốc gia có truyền thống văn hóa lâu đời và nền sản xuất hiện đại, Nhật Bản tin tưởng rằng họ có thể không ngừng mở rộng nguồn tài nguyên văn hóa của mình. Từ những tư tưởng chỉ đạo lớn đó, chính phủ Nhật Bản chủ trương đánh giá một cách hệ thống, toàn diện tài nguyên văn hóa của quốc gia, như: tài sản văn hóa có tính lịch sử; hệ thống công trình kiến trúc truyền thống; những dãy phố cổ; văn hóa nghệ thuật, nghệ thuật truyền thống; văn hóa ẩm thực dựa trên lúa gạo... Việc đánh giá, bảo tồn, phát huy tài nguyên văn hóa luôn có sự kết hợp giữa chỉ đạo tập trung của chính phủ với tính năng động của các địa phương. Trong tiến trình phát triển, đi đôi với các hoạt động phát triển kinh tế, du lịch, các địa phương phải có chiến lược sử dụng hợp lý những nguồn tài nguyên văn hóa, góp phần bảo tồn, phát huy tài nguyên văn hóa chung của đất nước.

Để đưa nguồn tài nguyên văn hóa đó vào phục vụ phát triển CNVH. Chính phủ Nhật Bản đặc biệt coi trọng việc hoàn thiện hệ thống chính sách. Các chính sách văn hóa cơ bản của Nhật Bản luôn nhấn mạnh đến chính sách CNVH, đặc biệt là lĩnh vực công nghiệp giải trí. Việc nghiên cứu và hoàn thiện chính sách CNVH được giao cho Bộ Văn hóa, Bộ Giáo dục, Cục Văn hóa, cùng các Bộ, như: Bộ Ngoại giao; Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp; Bộ Hành chính; Bộ Giao thông; Bộ Nông, Lâm và Ngư nghiệp... cùng nghiên cứu và soạn thảo. Hệ thống chính sách văn hóa nói chung, chính sách CNVH nói riêng đã thể hiện những thay đổi trong nhận thức của Chính phủ, cũng như vai trò, vị

thể của CNVH trong đời sống xã hội, kinh tế, chính trị, ngoại giao của Nhật Bản; tạo hành lang pháp lý thuận lợi, đồng bộ cho CNVH ở Nhật Bản phát triển, thu được nhiều thành tựu quan trọng.

Hai là, Nhật Bản tăng cường đầu tư các nguồn lực cho phát triển CNVH. Để tập trung nguồn lực cho phát triển CNVH, Nhật Bản tập trung thực hiện các vấn đề sau:

Về nguồn vốn đầu tư: Hàng năm, Chính phủ dành một khoản ngân sách lớn cho văn hóa, năm 2004 là 101,6 tỷ yên [1]. Trong đó, 37,8% dành cho xúc tiến văn hóa nghệ thuật; 58,3 % dành cho bảo tồn di sản văn hóa; 3,9% chi cho các mục khác [1]. Nguồn vốn dành cho CNVH nằm trong 37,8% ngân sách chi cho xúc tiến văn hóa nghệ thuật. Nguồn ngân sách này được dùng hỗ trợ cho công tác phát triển CNVH; nâng cấp cơ sở hạ tầng văn hóa. Ví dụ như: xây dựng nhà văn hóa, trường quay... tổ chức lễ hội quốc tế; tổ chức sự kiện văn hóa; đào tạo nhân tài... Đồng thời, từ năm 2000, CNVH của Nhật Bản đã có sự đầu tư của các nhà đầu tư cá nhân, công ty tư nhân, công ty chứng khoán, ngân hàng. Vào tháng 12/2004, Luật Ủy quyền sở hữu tài sản trí tuệ đã được sửa đổi toàn diện, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư nội chung và các nhà đầu tư liên quan đầu tư tiền vào sản xuất sản phẩm CNVH. Cũng trong năm 2004, Hệ thống Ngân hàng Chính sách Nhật Bản đưa ra Chế độ Bảo chứng nợ và Cho vay (Yushi, saimuhoshom) đối với công nghiệp giải trí. Chính phủ đã ban hành những chính sách đãi ngộ thuế để tạo môi trường đầu tư cho CNVH

Về đào tạo nguồn nhân lực: Nguồn nhân lực CNVH Nhật Bản được chia làm 2 loại đó là: Nguồn nhân lực quản lý văn hóa và nguồn nhân lực sáng tạo văn hóa. Để đào tạo nguồn nhân lực quản lý văn hóa, từ những năm cuối của thế kỷ XX, các trường đại học của Nhật Bản đã nghiên cứu và đưa vào giảng dạy các mô hình quản lý văn hóa của các nước phương Tây; đưa ra nhiều sáng kiến trong công tác quản lý và phát triển sự nghiệp văn hóa nội chung. Việc phát hiện, bồi dưỡng, và thu hút nguồn nhân lực sáng tạo văn hóa ở Nhật Bản được đưa vào trong chương trình giáo dục phổ thông. Trẻ em trong toàn nước Nhật, ngay từ khi còn là học sinh mẫu giáo, tiêu học đã được học múa, hát, học vẽ... theo năng khiếu. Học sinh trung học trở lên đã

có những khóa học theo sở thích, theo năng khiếu như: đóng kịch, quay phim, chụp ảnh, đạo diễn... những chương trình học này đã giúp học sinh phát hiện năng khiếu của bản thân, định hướng phát triển khả năng của mình trong tương lai. Đồng thời, việc phát hiện, đào tạo tài năng văn hóa được thực hiện thông qua các chính sách hỗ trợ cho biểu diễn nghệ thuật; Hỗ trợ kinh phí tổ chức lễ hội phim; Lễ hội truyền tranh; Lễ hội phim hoạt hình; Liên hoan phim; Festival nghệ thuật (Arts Festival/ACA) . Nhật Bản còn chú trọng đến việc thu hút nguồn nhân lực từ nước ngoài tham gia vào phát triển CNVH, thông qua việc ký kết hợp đồng sản xuất với các công ty nước ngoài, các chương trình cấp học bổng thu hút học sinh, sinh viên nước ngoài đến học và làm việc ở Nhật Bản.

Ba là, Nhật Bản luôn chú trọng đến mở rộng loại hình văn hóa mới và mở rộng thị trường. Với quan điểm phát triển văn hóa không chỉ là văn hóa Nhật, mà là văn hóa trong nước Nhật, ngay từ những năm đầu của thế kỷ XXI, chính sách văn hóa Nhật Bản đã có nhiều thay đổi theo hướng "mở". Một mặt, bảo tồn và quảng bá văn hóa Nhật Bản với thế giới; mặt khác, tiếp nhận những tinh hoa của những nền văn hóa khác, như một sự "cộng, sinh" văn hóa... Chính sách này đã tác động tích cực đến việc nở rộ các loại hình văn hóa mới ở Nhật Bản.

Nhằm hướng tới "Toàn cầu hóa nền CNVH" Nhật Bản, dùng CNVH thu hút thị trường ở nước ngoài, Bộ Văn hóa giáo dục, Quỹ Giao lưu văn hóa, Đại sứ quán, Tổ chức Xúc tiến Thương mại hải ngoại... tổ chức các hoạt động văn hóa ở nước ngoài, như: Lễ hội Quốc tế công nghiệp giải trí (Festival content), lễ hội Phim hoạt hình (Festival anime), Lễ hội Quốc tế trò chơi (Festival game), Lễ hội Quốc tế truyện tranh (Festival manga), Lễ hội Quốc tế Cosplay; Franse Japan EXPO... Đồng thời, tổ chức các sự kiện như: "Sức hút Nhật Bản"; "Đại sứ văn hóa"... nhằm quảng bá nền CNVH của Nhật Bản với các nước. Chính phủ Nhật Bản có nhiều chính sách đồng bộ nhằm mở rộng thị trường cho CNVH như: Hỗ trợ các doanh nghiệp điều tra, cung cấp thông tin thị trường các nước; Cung cấp nhân lực và nguồn vốn cho sự nghiệp phát triển thị trường nước ngoài; Khuyến khích phát triển xuất khẩu các sản phẩm CNVH ra các nước châu Á, Âu, điều kiện

thuận lợi để mọi công dân có cơ hội tiếp xúc, hưởng thụ công nghiệp giải trí; Hỗ trợ cho các nghệ sĩ và các nhóm biểu diễn nghệ thuật biểu diễn phục vụ trong các nhà dưỡng lão, cho người tàn tật, trẻ em...

Từ sự nỗ lực của Chính phủ và toàn dân, những năm gần đây, CNVH đã góp phần quan trọng vào việc tăng trưởng GDP Nhật Bản, với doanh thu ròng hàng năm chiếm khoảng 7% doanh thu nền kinh tế và thu hút 5% nhân công lao động của toàn quốc [1]. Ngay cả khi nước này liên tiếp trải qua các thảm họa thiên nhiên hay rơi vào tình trạng suy thoái kinh tế thì ngành CNVH Nhật Bản vẫn tăng trưởng ổn định, trở thành trụ cột cho toàn bộ nền kinh tế. cụ thể như cuộc suy thoái kinh tế thế giới 2008 hay thảm họa kinh năm 2011. CNVH thực sự đã trở thành động lực, là chỉ số phát triển kinh tế quốc gia của Nhật Bản.

3. Một số bài học kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa cho Việt Nam

Hiện nay, Đảng, Nhà nước ta xác định phát triển CNVH là một trong những nhiệm vụ cơ bản của xây dựng văn hóa, để đạt mục tiêu văn hóa là nền tảng tinh thần vững chắc của xã hội, là sức mạnh nội sinh bảo đảm cho sự phát triển bền vững đất nước. Về cơ bản, có thể đánh giá Việt Nam đã bước đầu hình thành thị trường văn hóa và kết cấu hạ tầng có khả năng thúc đẩy CNVH phát triển, mở rộng thị trường và tăng cường khả năng hội nhập quốc tế của các ngành CNVH. Tuy nhiên, CNVH Việt Nam còn yếu, phát triển manh mún, không cân bằng, hiệu quả kinh tế và tỷ trọng còn thấp trong nền kinh tế quốc dân, vị trí trụ cột của CNVH chưa được xác lập.

Từ việc nghiên cứu thực tiễn phát triển CNVH của Nhật Bản có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm nhằm thúc đẩy sự phát triển CNVH của Việt Nam thời gian tới. Cụ thể là:

Thứ nhất, liên tục hoàn chỉnh chiến lược phát triển CNVH. Hiện nay, Việt Nam đã có Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, do đó Chính phủ và các Bộ, ngành, địa phương cần tiếp tục nghiên cứu, cụ thể hóa các nội dung Chiến lược nhằm thúc đẩy CNVH phát triển một cách hợp lý. Trong quá trình triển khai, thực hiện Chiến lược cần có sự nghiên cứu, chỉnh sửa, bổ sung cho phù hợp với tình hình. Quá trình đó, chúng ta có thể học tập

kinh nghiệm của các quốc gia đi trước, có nền CNVH phát triển, mà Nhật Bản là một điển hình.

Thứ hai, hoàn thiện hệ thống chính sách, tạo hành lang pháp lý cho CNVH phát triển thuận lợi. Đây là hệ thống công cụ quan trọng giúp Chính phủ điều hành vì mô đối với văn hóa và CNVH. Nhiệm vụ của chính sách phát triển CNVH hiện nay là bảo đảm định hướng, hỗ trợ kịp thời cho CNVH phát triển ổn định, liên tục bền vững. Từ thực tiễn của Nhật Bản cho thấy, việc xây dựng, hoàn thiện chính sách CNVH khoa học, gắn với tính đặc thù của CNVH là hết sức quan trọng, liên quan đến thành bại của phát triển CNVH.

Thứ ba, cần có sự đầu tư các nguồn lực cho phát triển CNVH một cách đồng bộ, đúng mức. Với tư cách là một ngành kinh tế độc lập, CNVH cần có sự đầu tư phù hợp về nguồn lực để phát triển. Học tập từ thực tiễn Nhật Bản, Việt Nam cần chú trọng kêu gọi hợp tác, đầu tư từ nhiều nguồn trong và ngoài nước cho ngành CNVH trong nước; đồng thời đào tạo nguồn nhân lực nhằm đáp ứng đòi hỏi phát triển của CNVH trong từng thời điểm cụ thể.

Thứ tư, tạo môi trường cho sự sáng tạo, phát triển văn hóa trong cộng đồng. Thực tế cho thấy, ở Nhật Bản, hàng năm có hàng loạt các chương trình tìm kiếm tài năng không chuyên, từ đó phát hiện được rất nhiều nghệ sĩ không chuyên nhưng vô cùng tài năng và tâm huyết. Những nghệ sĩ không qua đào tạo chính quy không chỉ mang đến những "làn gió mới" cho sự sáng tạo văn hóa; mà hơn thế còn góp phần tạo động lực phát triển tổng hợp cho CNVH. Từ kinh nghiệm này, thời gian tới, Việt Nam cần chú trọng đến việc tạo ra môi trường xã hội thuận lợi cho việc sáng tạo, phát triển văn hóa trong cộng đồng. Hoạt động này sẽ tạo cơ sở vững chắc cho sự phát triển của CNVH.

Thứ năm, mở rộng thị trường cho CNVH phát triển. Thị trường luôn là vấn đề sống còn đối với sự phát triển của một ngành kinh tế. Là một ngành kinh tế "đi sau" trong nền kinh tế quốc dân, để CNVH Việt Nam phát triển, rất cần có những chính sách, biện pháp mở rộng thị trường đồng bộ, không chỉ trong nước mà cả ở nước ngoài. Cách thức, biện pháp mở rộng thị trường CNVH của Nhật Bản là kinh nghiệm quý, giúp Việt Nam có thể mở rộng thị trường CNVH một cách bài bản, hiệu quả cao ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Hồng Thái (Chủ biên, 2015). *Sự phát triển của công nghiệp văn hóa ở Nhật Bản và Hàn Quốc*. Nhà Khoa học xã hội, Hà Nội
2. Thủ tướng Chính phủ (2016). *Quyết định số 1755/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, ngày 8/09/2016, Hà Nội.
3. Đoàn Minh Tuấn - Nguyễn Ngọc Hà (2014). "Công nghiệp văn hóa", *Top chí Li luận chính trị*, số 12-2014.
4. T. W. và Horkheimer, M. *Dialectic of enlightenment*, Vol. 15, Verso, 1997
5. UNESCO: Các ngành công nghiệp văn hóa - *Tâm điểm của văn hóa trong tương lai*. Website: <http://portal.unesco.org/culture/en/>.

Ngày nhận bài: 2/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 3/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/1/2020

Thông tin tác giả:

PHẠM THỊ THU HÀ

Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Nhật Bản,

Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội

DEVELOPING THE CULTURE INDUSTRY: PRACTICAL EXPERIENCES FROM JAPAN AND LESSONS FOR VIETNAM

● PHAM THI THU HA

Faculty of Japanese Language and Culture
University of Languages and International Studies
Vietnam National University - Hanoi

ABSTRACT:

In the context of economic globalization and the era of Industry 4.0, the culture industry is an economic sector with great potential, attracting the attention of most countries in the world. In Japan, the culture industry has considered a key economic sector for many years, creating a national competitive advantage, boosting innovation and promoting creativity and sustainable economic development. By generalizing some fundamental issues from the development of Japan's culture industry, this article presents some experiences for the development of Vietnam's culture industry.

Keywords: Culture industry, Japan, culture, Vietnam.