

CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA VÀ SÁNG TẠO CỦA VƯƠNG QUỐC ANH

BUI HỒNG HẠNH* - NGUYỄN THỊ NGỌC LAN**

Công nghiệp văn hóa và sáng tạo đang ngày càng trở thành một thuật ngữ phổ biến trong việc hoạch định chính sách phát triển của nhiều quốc gia. Ở nhiều nền kinh tế trên thế giới, sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo đã và đang chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng thu nhập quốc dân, thậm chí trở thành mũi nhọn về xuất khẩu, được đặt ngang hàng với những ngành kinh tế truyền thống. Có thể nói, Vương quốc Anh hiện là một trong những quốc gia đi đầu trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo trên thế giới.

Cơ sở hình thành chính sách công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh

Khái niệm về các ngành công nghiệp văn hóa được hai nhà xã hội học, triết học người Đức Theo-đo A-đô-nô (Theodor W.Adorno) và Mác Hô-kai-mơ (Max Horkheimer) lần đầu tiên sử dụng vào năm 1944 trong cuốn “*Phép biện chứng của khai sáng*”. Các tác giả đã mô tả việc sản xuất và tiếp thị văn hóa như một nhánh của ngành công nghiệp, thường bao gồm nhiều lĩnh vực khác nhau, như kiến trúc, thủ công, sản xuất phim và truyền hình, âm nhạc, xuất bản...⁽¹⁾. Kể từ đó đến nay, khái niệm này đã được phát triển cùng với sự thay đổi mạnh mẽ của các phương thức sản xuất và phân phối văn hóa phẩm.

Các nước phương Tây là những quốc gia đi tiên phong trong việc xác định, điều chỉnh nội hàm của khái niệm công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Vào những năm 90 của thế kỷ XX, Ô-xtrây-li-a là quốc gia đầu tiên đưa ra khái niệm “công nghiệp sáng tạo”⁽²⁾, sau đó được Anh mở rộng và phát triển quan điểm này. Trong khi Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp

quốc (UNESCO) và một số nước khác, như Tây Ban Nha, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc... sử dụng khái niệm “công nghiệp văn hóa” thì các nước, như Anh, Ô-xtrây-li-a, Niu Di-lân, Xin-ga-po... thường sử dụng thuật ngữ các ngành “công nghiệp sáng tạo” (creative industries). Chính vì vậy, cũng có nhiều cách tiếp cận và định nghĩa về “công nghiệp văn hóa và sáng tạo”. Theo Hội nghị Liên hợp quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD), các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo là “chu trình sáng tạo, sản xuất và phân phối hàng hóa và dịch vụ sử dụng đầu vào chính là sự sáng tạo và vốn tri thức; tạo thành một tập hợp các hoạt động dựa trên tri thức, tập trung vào nghệ thuật nhưng không

* PGS, TS, Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

** Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

(1) Ieva Moore: Cultural and Creative Industry Concept - A Historical Perspective, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 110 (2014), tr. 738 - 746

(2) Ieva Moore: Cultural and Creative Industry Concept - A Historical Perspective, *Tlđđ*, tr. 738 - 746

chi giới hạn ở đó, có khả năng tạo ra doanh thu từ thương mại và quyền sở hữu trí tuệ; bao gồm các sản phẩm hữu hình và các dịch vụ nghệ thuật hoặc trí tuệ vô hình với nội dung sáng tạo, giá trị kinh tế và mục tiêu thị trường; nằm ở giao lộ giữa các lĩnh vực thủ công, dịch vụ và công nghiệp; và tạo thành một khu vực năng động mới trong thương mại thế giới⁽³⁾. Quan niệm của UNESCO về các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo là “những lĩnh vực hoạt động có tổ chức, có mục tiêu chính là sản xuất hoặc tái sản xuất, xúc tiến, phân phối hoặc thương mại hóa, hàng hóa, dịch vụ và các hoạt động có nội dung bắt nguồn từ văn hóa, nghệ thuật hoặc di sản⁽⁴⁾. Còn theo Liên minh châu Âu (EU), đó là “ngành công nghiệp dựa trên các giá trị văn hóa, sự đa dạng văn hóa, sự sáng tạo của cá nhân hoặc tập thể, kỹ năng và tài năng với tiềm năng tạo ra sự đổi mới, sự giàu có và việc làm thông qua việc tạo ra giá trị kinh tế và xã hội, đặc biệt là từ sở hữu trí tuệ⁽⁵⁾”.

Anh xác định các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo là “những ngành công nghiệp có nguồn gốc từ sự sáng tạo, kỹ năng và tài năng của cá nhân có tiềm năng tạo ra việc làm và của cải thông qua việc kiến tạo và khai thác sở hữu trí tuệ⁽⁶⁾”. Các ngành công nghiệp sáng tạo là dấu hiệu của sự tiến hóa tự nhiên của ngành công nghiệp văn hóa kéo theo những thay đổi mang tính cấu trúc do sự ra đời của các công nghệ và sản phẩm mới trong lĩnh vực công nghiệp giải trí.

Có thể thấy, quan niệm về các ngành công nghiệp sáng tạo của các nước Anh, Ô-xtrây-li-a... có nhiều nét tương đồng và thống nhất với định nghĩa về các ngành công nghiệp văn hóa của UNESCO. Tất cả các quan niệm và cách tiếp cận này đều có chung chủ đề về sự sáng tạo, chung quan điểm về các liên kết chung của văn hóa, thương mại và quyền sở hữu trí tuệ, nhất là bản quyền.

Là một quốc gia có nền văn hóa đa dạng, phong phú với nhiều giá trị đặc sắc, Anh có nhiều tiềm năng và lợi thế để phát huy nguồn tài nguyên văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội, chuyển hóa các giá trị văn hóa

thành “sức mạnh mềm”. Với những nền tảng được coi là “nguồn” của sức mạnh mềm, như văn hóa, ngôn ngữ..., lợi thế lớn của Anh là những di sản văn hóa, ngôn ngữ, tư tưởng... trải rộng khắp nơi trên thế giới vốn từng là những khu vực thuộc địa của “đế quốc mặt trời không bao giờ lặn”. Mặc dù kê từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai, Anh không còn là một trong những đế quốc hàng đầu nhưng vẫn giữ được “sức mạnh cứng” là kinh tế và quân sự. Trong bối cảnh đó, việc xác định đường lối phát triển đất nước, tập trung xây dựng và củng cố “sức mạnh mềm” vừa phù hợp với xu thế của thời đại, vừa phù hợp với hoàn cảnh nước Anh đóng vai trò hết sức quan trọng. Chính vì vậy, các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo cũng được xem là phương thức hữu hiệu để Anh đưa các giá trị văn hóa, tinh thần của mình ra thế giới, tăng cường sức ảnh hưởng với cộng đồng quốc tế.

Bên cạnh đó, Anh từng là một nước công nghiệp phát triển đi tiên phong trong việc chuyển từ nền văn minh nông nghiệp sang văn minh công nghiệp, do quốc gia này đã tiến hành quá trình công nghiệp hóa từ rất sớm. Hiện nay, trong cơ cấu nền kinh tế của Anh, việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo được xem là hướng đi tất yếu khi các ngành công nghiệp sản xuất truyền thống của Anh, như đóng tàu, dệt, sản xuất máy móc cơ khí... không thể tiếp tục cạnh tranh với những nền kinh tế mới phát triển được hậu thuẫn bởi nguồn nguyên liệu và nhân lực dồi dào, giá rẻ, như Trung Quốc, Ma-lai-xi-a, Hàn Quốc... Do đó, Anh

(3) UNCTAD: Creative economy, Report 2008, UNCTAD, Geneva

(4) Xem: <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF>, truy cập tháng 1-2021

(5) European Parliament: Report on a coherent EU policy for cultural and creative industries (2016/2072(INI)), *European Parliament*, Brussels, 2016

(6) Xem: <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/cultural-creative-industries-2>

đã chuyển hướng, tập trung phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo dựa trên nguồn lực tri thức và tiềm năng sáng tạo để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới mẻ, có giá trị gia tăng cao. Ở Anh, ngành công nghiệp sáng tạo được xem là một lĩnh vực thuộc kinh tế sáng tạo, đóng góp đáng kể vào sự hồi phục cũng như trở thành động lực phát triển của nền kinh tế Anh trong những năm vừa qua.

Nội dung và cách thức triển khai chính sách công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh

Nhận rõ tầm quan trọng của ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo đối với nền kinh tế của quốc gia, ngày 14-7-1997, Chính phủ Anh đã thành lập Bộ Kỹ thuật số, Văn hóa, Truyền thông và Thể thao (Department for Digital, Culture, Media & Sport - DCMS) nhằm bảo vệ, quảng bá di sản văn hóa và nghệ thuật, đồng thời giúp các doanh nghiệp và cộng đồng phát triển thông qua đầu tư vào đổi mới, đưa nước Anh trở nên nổi bật, trở thành một “điểm đến” thân thiện hấp dẫn.

Tiếp đó, tháng 10-1997, Thủ tướng Anh thành lập Tổ chức nhiệm vụ phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo (Creative Industries Task Force) nhằm nâng cao nhận thức về tiềm năng kinh tế của các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Tổ chức là diễn đàn để bộ trưởng các ngành và những nhân vật hàng đầu trong nền kinh tế gặp gỡ, phân tích nhu cầu của các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo, đồng thời phát triển chính sách hợp tác giữa các bộ, ngành của chính phủ, từ đó khai thác và phát huy giá trị kinh tế của các ngành này. Đây là những bước đi khoa học và hợp lý, bảo đảm cho sự phát triển của lĩnh vực công nghiệp văn hóa và sáng tạo.

Để tạo cơ sở pháp lý cho việc phát triển ngành công nghiệp mới này, Chính phủ Anh cũng đã xác định danh mục các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo, gồm 13 ngành⁽⁷⁾. Đề phù hợp hơn với sự phát triển của khoa học - công nghệ và bối cảnh mới, năm 2007,

các ngành này được xác định lại chỉ còn 11 lĩnh vực⁽⁸⁾. Tiếp đó, sau khi đưa ra phương pháp xác định ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo dựa trên nguyên tắc “cường độ sáng tạo” gồm ba bước: 1- Xác định nghề sáng tạo; 2- Tính tỷ trọng việc làm sáng tạo cho từng ngành (cường độ sáng tạo); 3- Các ngành có cường độ sáng tạo trên ngưỡng quy định được coi là các ngành công nghiệp sáng tạo; năm 2013, danh mục gồm 9 ngành⁽⁹⁾ thuộc các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo đã được công bố.

Năm 2014, DCMS đã giới thiệu hệ thống các chỉ số và phân loại nhằm đánh giá các hoạt động kinh tế của ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Hội đồng các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo Anh cũng đã đưa ra mục tiêu “nước Anh sáng tạo” (Creative UK) như một chiến lược công nghiệp nhằm thúc đẩy hơn nữa tăng trưởng trong lĩnh vực này. Năm 2017, Chính phủ Anh đã công bố *Sách trắng* về kế hoạch dài hạn để thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp đem lại thịnh vượng cho tất cả công dân của Anh. Trong đó, chiến lược các ngành công nghiệp sáng tạo được xây dựng dựa trên 5 nền tảng⁽¹⁰⁾: *một là*, Anh là nền kinh tế đổi mới nhất thế giới; *hai là*, người dân Anh có công việc tốt và nguồn

(7), (8) 1- Quảng cáo; 2- Kiến trúc; 3- Thị trường nghệ thuật và đồ cổ; 4- Thủ công; 5- Thiết kế; 6- Thiết kế thời trang; 7- Điện ảnh video; 8- Phần mềm giải trí tương tác; 9- Âm nhạc; 10- Nghệ thuật biểu diễn; 11- Xuất bản; 12- Phần mềm và các dịch vụ máy tính; 13- Truyền hình và phát thanh

(9) 1- Quảng cáo và tiếp thị; 2- Kiến trúc; 3- Thủ công; 4- Thiết kế: sản phẩm, đồ họa và thiết kế thời trang; 5- Phim, truyền hình, video, phát thanh và nhiếp ảnh; 6- Công nghệ thông tin, phần mềm, các dịch vụ máy tính; 7- Xuất bản; 8- Bao tàng, trưng bày nghệ thuật và thư viện; 9- Âm nhạc, nghệ thuật trình diễn và nghệ thuật thị giác. Xem: Creative Industries Economic Estimates Methodology, Department for Culture, Media & Sport, 2016, <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-economic-estimates-methodology>

(10) Industrial Strategy: Building a Britain fit for the future, HM Government, 2017, <https://www.gov.uk/government/publications/industrial-strategy-building-a-britain-fit-for-the-future>

thu nhập lớn; *ba là*, hệ thống kết cấu hạ tầng được tiến hành nâng cấp mạnh mẽ; *bốn là*, Anh là nơi tốt nhất để khởi nghiệp và phát triển kinh doanh; *năm là*, cộng đồng thịnh vượng trên khắp đất nước Anh.

Để các chính sách phát triển ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo được đưa ra phù hợp và hiệu quả, Chính phủ Anh còn tiến hành nghiên cứu và thu thập dữ liệu về các nguồn lực, nhân lực, kết cấu hạ tầng và hoạt động của các doanh nghiệp/tổ chức trong lĩnh vực đã được xác định thuộc ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Đây là hoạt động đánh giá một cách hệ thống và toàn diện hiện trạng phát triển của các ngành này, là căn cứ thực tiễn quan trọng để đề xuất những giải pháp phát triển hiệu quả. Ngoài ra, chính những số liệu cụ thể và phân tích về quy mô của khu vực các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo và đóng góp của các ngành này đối với phát triển kinh tế quốc gia đã góp phần quảng bá cho các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo cả ở trong nước cũng như nước ngoài. Đây cũng là căn cứ để đánh giá tiềm năng, năng lực sản xuất và quy mô thị trường của các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo, tạo sức hút để nhiều cá nhân, doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh.

Bên cạnh đó, Chính phủ Anh đã thành công trong việc tạo môi trường thuận lợi để thúc đẩy đầu tư vào các ngành công nghiệp sáng tạo, khuyến khích các ngành này phát triển mạnh mẽ và năng động⁽¹¹⁾. Quỹ Hỗ trợ quốc gia cho khoa học, công nghệ và nghệ thuật (The National Endowment for Science, Technology and the Arts - NESTA) đã được Chính phủ Anh thành lập⁽¹²⁾. Đây là tổ chức có nhiệm vụ “làm cho nước Anh trở nên sáng tạo hơn”, khuyến khích sự sáng tạo và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh. Tổ chức này hỗ trợ về tài chính và kỹ năng quản lý cho các doanh nghiệp sáng tạo mới được thành lập, giúp đỡ họ những bước đi đầu tiên trong quá trình hình thành và phát triển. NESTA cũng có nhiệm vụ thông tin và tư vấn cho việc hoạch định

chính sách và thực hiện các chương trình hoạt động mang tính thực tiễn để trợ giúp các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Đặc biệt, NESTA đã phối hợp chặt chẽ giữa các lĩnh vực khoa học, công nghệ và nghệ thuật, đưa lại những ý tưởng và giải pháp mới từ nhiều hướng tiếp cận đa dạng. NESTA còn khuyến khích sự tham gia và phối hợp của nhiều lực lượng xã hội, từ các nhà hoạch định chính sách thuộc chính quyền Trung ương và địa phương đến những người sáng tạo, tổ chức cộng đồng, nhà giáo dục và nhà đầu tư để phát triển công nghiệp văn hóa và sáng tạo.

Kết quả triển khai chính sách công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh

Việc triển khai chính sách công nghiệp văn hóa và sáng tạo dẫn đến sự phát triển mạnh mẽ của các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo tại Anh. NESTA đã lập bản đồ quy mô của các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo trên khắp nước Anh⁽¹³⁾, cho thấy quốc gia này có sự bùng nổ về tinh thần kinh doanh sáng tạo. *Về kinh tế*, theo nghiên cứu của NESTA và Hội đồng Công nghiệp sáng tạo Anh, các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh đang thúc đẩy tăng trưởng mạnh mẽ kinh tế địa phương và quốc gia. Giá trị đóng góp của các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo trung bình là 11% trong giai đoạn 2011 - 2014 và 2015 - 2016, nhanh gấp hai lần so với các ngành khác (tăng trưởng

(11) Creative Industries Strategy 2013-2016. Technology Strategy Board Driving Innovation, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/362253/Creative_Industries_Strategy_2013-16.pdf

(12) Quỹ Hỗ trợ quốc gia về khoa học, công nghệ và nghệ thuật - The National Endowment for Science, Technology and the Arts - NESTA, <https://www.nesta.org.uk/>

(13) Xem: <http://data-viz.nesta.org.uk/creative-nation>

(14) Press release “Creative industries are driving economic growth across the UK, on track to create one million new creative industries jobs between 2013 and 2030”, 2018, *Tlđđ*

trung bình 5,5%)⁽¹⁴⁾. Riêng năm 2018, ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo đã đóng góp 111,7 tỷ bảng Anh cho Anh, chiếm 5,8% giá trị gia tăng của đất nước này, tương đương 306 triệu bảng/ngày. Chỉ trong hai năm 2017 và 2018, giá trị gia tăng của các ngành công nghiệp sáng tạo đã tăng 7,4% theo giá trị thực, cao hơn 5 lần so với tốc độ tăng trưởng của toàn nền kinh tế Anh (tăng 1,4%). Trong đó, ngành phim, truyền hình, phát thanh và nhiếp ảnh đã đóng góp 20,8 tỷ bảng Anh, tăng 3% kể từ năm 2017⁽¹⁵⁾. Quảng cáo và tiếp thị là hai trong những động lực chính thúc đẩy tăng trưởng trong công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Lĩnh vực này được hỗ trợ lớn từ các dịch vụ công nghệ, ngành công nghiệp điện ảnh và truyền hình, đóng góp lần lượt 45,4 tỷ bảng Anh và 20,8 tỷ bảng Anh cho nền kinh tế, tăng 11,5% so với năm 2017, chiếm 1/4 tổng mức tăng trưởng của các công nghiệp văn hóa và sáng tạo⁽¹⁶⁾. So với các ngành công nghiệp khác, công nghiệp văn hóa và sáng tạo có tốc độ tăng trưởng năm 2015 - 2016 là 7,6% về giá trị gia tăng. Điều này có nghĩa là ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo đã tăng trưởng gấp hai lần so với toàn bộ nền kinh tế Anh, với tốc độ tăng trưởng theo giá trị gia tăng là 3,5%⁽¹⁷⁾.

Ngoài việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trên nước Anh, các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo còn giúp tạo thêm nhiều cơ hội việc làm và đầu tư. NESTA ước tính có 162.000 nhân viên mới trong các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh trong giai đoạn 2011 - 2016. Nếu các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo tiếp tục phát triển với tốc độ tương tự, theo Báo cáo nền kinh tế sáng tạo và tương lai của việc làm Anh năm 2015, ước tính từ năm 2013 đến năm 2030, sẽ có gần một triệu việc làm mới được tạo ra từ các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo⁽¹⁸⁾. Về đầu tư vào Anh, chỉ riêng phim và truyền hình cao cấp đã thu hút hơn 2 tỷ bảng Anh trong năm 2017, góp phần tạo thêm việc làm, thúc đẩy du lịch và thậm chí mang đến cho Anh những tài năng toàn cầu. Giá trị xuất khẩu của các ngành công nghiệp

văn hóa và sáng tạo gần gấp hai lần tỷ trọng của các ngành này trong nền kinh tế, là một thành phần quan trọng làm nên một quốc gia thương mại toàn cầu⁽¹⁹⁾.

Về văn hóa, hiện các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh đang tiếp tục phát triển với tỷ lệ tăng trưởng cao và vươn ra thị trường toàn cầu một cách mạnh mẽ. Cuộc cách mạng công nghệ viễn thông với sự hình thành của các mạng lưới kỹ thuật số đã tạo ra thị trường toàn cầu mới, nhân rộng điểm phân phối sản phẩm và thúc đẩy nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ sáng tạo. Mức thu nhập và trình độ dân trí ở các nước đang phát triển ngày càng được nâng cao nên lượng khán giả/khách hàng sử dụng những nội dung bằng tiếng Anh và các thiết kế, sáng tạo của Anh ngày càng đông đảo.

Chính vì vậy, các sản phẩm của ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo không chỉ từng bước làm phong phú, đa dạng, thỏa mãn các nhu cầu về đời sống văn hóa tinh thần của người dân Anh, có vai trò quan

(15) DCMS Sectors Economic Estimates 2018: GVA. Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2020, <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2018-gva>

(16) Press release "UK's Creative Industries contributes almost £13 million to the UK economy every hour". Department for Digital, Culture, Media & Sport and Nigel Adams MP, 2020, <https://www.gov.uk/government/news/uks-creative-industries-contributes-almost-13-million-to-the-uk-economy-every-hour>

(17) Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin. Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2009, <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-economic-estimates-january-2009>

(18) Press release "Creative industries are driving economic growth across the UK, on track to create one million new creative industries jobs between 2013 and 2030", 2018, Xem: NESTA: <https://www.nesta.org.uk/press-release/creative-industries-are-driving-economic-growth-across-the-uk-on-track-to-create-one-million-new-creative-industries-jobs-between-2013-and-2030/>

(19) Industrial Strategy: Creative Industries Sector Deal, HM Government, 2018, <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal>

trọng trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, mà còn góp phần gia tăng “sức mạnh mềm” của quốc gia này trên trường quốc tế. Hiện nay, Anh là một trong những quốc gia hàng đầu thế giới về phát triển các ngành công nghiệp nội dung, đây cũng là yếu tố cơ bản của nền kinh tế mới. Các ngành công nghiệp nội dung chính của Anh chủ yếu sản xuất phim hoạt hình, trò chơi điện tử (các phần mềm giải trí tương tác), âm nhạc, điện ảnh, phát thanh và truyền hình, quảng cáo và xuất bản.

Điện hình là ngành công nghiệp âm nhạc - một trong những ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo có quy mô lớn nhất và sức ảnh hưởng về văn hóa mạnh mẽ nhất của Anh. Ngành công nghiệp này gồm nhiều thành phần, như các nhà soạn nhạc, nhà sản xuất, quản lý, xuất bản âm nhạc, nghệ sỹ, nhạc công, tổ chức quảng cáo, công ty ghi âm và doanh nghiệp kinh doanh âm nhạc trực tuyến. Tất cả lực lượng này gắn kết, tác động qua lại lẫn nhau để tạo thành một ngành công nghiệp âm nhạc năng động và bền vững. Nước Anh vốn là thị trường lớn thứ ba trên thế giới và là thị trường lớn nhất châu Âu về tiêu thụ các sản phẩm ghi âm âm nhạc. Ngành công nghiệp âm nhạc của Anh đã chiếm lĩnh đáng kể thị trường quốc tế, thể hiện ở việc Anh là quốc gia thứ hai trên thế giới, chỉ đứng sau Mỹ trong việc sản xuất các sản phẩm âm nhạc. Các tài năng âm nhạc của Anh tham gia vào khoảng 20% sản phẩm âm nhạc được bán trên toàn cầu và chiếm 10% - 15% thị phần của thế giới. Giá trị xuất khẩu của ngành công nghiệp âm nhạc của Anh ước tính đạt 1,3 tỷ bảng Anh, nhiều gấp hai lần giá trị nhập khẩu các sản phẩm này.

Không chỉ mang đến những giá trị và lợi nhuận kinh tế, các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh còn đưa những “thuật ngữ”, như Ha-ri Pót-tơ (Harry Potter)⁽²⁰⁾, Gren Thíp Au-tu (Grand Theft Auto)⁽²¹⁾, Sát-chi & Sát-chi (Saatchi & Saatchi)⁽²²⁾, Sa-vin Râu (Savile Row)⁽²³⁾, đến giải bóng đá ngoại hạng Anh trên truyền hình... trở nên

quen thuộc với công dân toàn cầu. Đó chính là nguồn “sức mạnh mềm” của Anh. Tăng cường xuất khẩu sản phẩm văn hóa là mắt xích quan trọng để Anh nâng cao “sức mạnh mềm” văn hóa. Mở rộng sự có mặt của sản phẩm văn hóa trên thị trường nước ngoài sẽ tạo ra cơ sở “cứng” để Anh tích lũy “quyền năng mềm”, cạnh tranh với các đối thủ nước ngoài không chỉ trong lĩnh vực kinh tế mà cả trong lĩnh vực văn hóa và các giá trị khác.

Từ trường hợp của Anh có thể thấy, bằng những chính sách và việc triển khai chính sách đúng đắn đó, thế giới biết đến quốc gia này không chỉ là một quốc gia phát triển về kinh tế, mà còn là một cường quốc về “sức mạnh mềm” văn hóa. Ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo ngày càng có vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển chung của Anh, là kênh mới mà Chính phủ Anh lựa chọn nhằm đa dạng hóa cơ cấu kinh tế, thúc đẩy nhiều ngành khác phát triển. Chìa khóa cho những thành công đó của Anh dựa trên một *chiến lược định vị thương hiệu quốc gia thông qua quá trình chuyên hóa nguồn tài nguyên văn hóa thành “sức mạnh mềm” văn hóa, trong đó có chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo.*

Anh đã có nhiều chính sách hỗ trợ tích cực cho sự phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Từ nhận thức đầy đủ của Chính phủ Anh về vai trò của lĩnh vực này, Nhà nước Anh đã thành lập những tổ chức chuyên trách về điều tra nhu cầu, khảo sát hiện trạng, từ đó *hoạch định chính sách và phối hợp giữa nhiều ngành, nhiều lực lượng xã hội trong đầu tư, hỗ trợ các doanh nghiệp công nghiệp sáng tạo.* Trong khi bảo đảm vai trò hỗ trợ ở tầm vĩ mô của

(20) Nhân vật chính trong bộ truyện cùng tên của nữ nhà văn Gi. K. Râu-ling (J. K. Rowling)

(21) Sê-ri trò chơi điện tử nổi tiếng của Anh

(22) Mạng lưới đại lý quảng cáo và truyền thông đa quốc gia của Anh với 114 văn phòng tại 76 quốc gia

(23) Một con phố ở trung tâm Thủ đô Luân-đôn, nổi tiếng với truyền thống may đo âu phục cho nam giới

nhà nước, Anh khuyến khích sự năng động, chủ động của các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa và sáng tạo, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hình thành và hoạt động một cách tự chủ và linh hoạt. Đây là những nhân tố tạo nên sự phát triển vững chắc của lĩnh vực công nghiệp văn hóa và sáng tạo ở Anh và là những gợi ý kinh nghiệm cho nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam.

Tháng 1-2020, việc Anh chính thức rời khỏi Liên minh châu Âu (EU), hay còn gọi là “Brexit”, đã đặt ra cho ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của quốc gia này nhiều vấn đề. Việc rời khỏi EU sẽ hạn chế việc thu hút các nhân tài đến làm việc tại nước Anh. Có ít nhất khoảng 11% số người làm việc trong các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo ở Anh không phải là công dân Anh, vì vậy bất kỳ rào cản tự do đi lại nào cũng sẽ ảnh hưởng đến Anh - trung tâm sáng tạo hàng đầu thế giới. Ngoài ra, việc không còn là thành viên của EU sẽ khiến Anh mất đi cơ hội được tiếp cận với các quỹ hỗ trợ của châu Âu. Anh có thể sẽ mất tài trợ từ các chương trình của EU, như 1,46 tỷ ơ-rô hằng năm của chương trình “sáng tạo châu Âu”⁽²⁴⁾. Thậm chí, nếu không đạt được những thỏa thuận chung, việc rời khỏi thị trường chung châu Âu sẽ có nguy cơ làm chậm lại một ngành phát triển nhất của Anh khi không tiếp cận được thị trường xuất khẩu của châu Âu. Tuy nhiên, vấn đề luôn có tính hai mặt, Brexit có thể là động lực khiến ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh có thể cải thiện hoặc thay đổi do không còn bị ràng buộc các quy tắc, quy định, trợ cấp của EU. Nếu Chính phủ Anh có được một phương pháp tiếp cận phù hợp để đạt thỏa thuận thương mại EU - Anh, ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh sẽ phát triển mạnh mẽ dưới sự hỗ trợ chính sách của chính phủ. Đây được xem là phương án khả thi, có khả năng giải quyết những khó khăn của Brexit, để tiếp tục phát triển hơn nữa những thành tựu mà các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo của Anh đã đạt được trong những thập niên qua.

Việt Nam có nguồn tài nguyên sáng tạo là nền văn hóa phong phú, đậm đà bản sắc dân tộc, với nguồn nhân lực trẻ và tăng trưởng nhanh. Trong những năm qua, Việt Nam ngày càng tích cực hơn trong việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. Mặc dù nằm trong khu vực kinh tế năng động, có nhiều quốc gia phát triển về ngành công nghiệp văn hóa, như Nhật Bản, Hàn Quốc, Xin-ga-po, Trung Quốc...; tuy nhiên, nếu xét theo nghĩa chuẩn về nền công nghiệp văn hóa và sáng tạo của các nước phát triển, dường như các ngành này của Việt Nam còn khá nhỏ lẻ, tự phát, chưa thực sự chuyên nghiệp, nhiều lĩnh vực còn thiếu vắng vai trò quản lý của Nhà nước⁽²⁵⁾. Nhận rõ vai trò của ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo đối với sự phát triển của quốc gia, gần đây Việt Nam đã đẩy mạnh triển khai phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Nghị quyết số 33-NQ/TW, ngày 9-6-2014, của Hội nghị Trung ương 9 khóa XI, “Về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”, Văn kiện Đại hội XIII của Đảng, “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 theo Quyết định số 1755/NQ-TTg, ngày 8-9-2016, đều khẳng định vai trò quan trọng của nhóm ngành này đối với kinh tế - xã hội đất nước. Đó là những động lực và nền tảng để Việt Nam trên cơ sở thực tế, xem xét những kinh nghiệm của các quốc gia đi trước, từ đó có những bước đi nhanh và đúng hướng. □

(24) Sung Tích (tổng hợp): Ngành công nghiệp sáng tạo Anh Quốc và tác động của Brexit, <http://review.siu.edu.vn/kinh-te/nganh-cong-nghiep-sang-tao-anh-quoc-va-tac-dong-cua-brexit/247/4338>

(25) Hoàng Chí Bảo: “Vai trò, tác dụng của công nghiệp văn hóa đối với phát triển bền vững đất nước trong tiến trình đổi mới và hội nhập quốc tế”, Tọa đàm Phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế, Ban Kinh tế Trung ương, Hà Nội, 2015