

QUẢN LÝ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG THỜI KỲ MỚI

NGUYỄN QUANG VINH*

Trong những năm gần đây, công nghiệp văn hóa đã và đang trở thành xu hướng phát triển của nhiều quốc gia, vùng lãnh thổ trên phạm vi toàn cầu. Nằm trong xu thế đó, Việt Nam đã có nhiều chủ trương, chính sách để phát triển công nghiệp văn hóa, góp phần đáng kể trong tăng trưởng nền kinh tế trong nước và hội nhập quốc tế, giao thoa với văn hóa khu vực và thế giới. Những thành tựu đã đạt được về công nghiệp văn hóa do nhiều yếu tố tạo nên, trong đó có vai trò quản lý nhà nước của các cơ quan chức năng từ trung ương đến địa phương. Tuy nhiên, so với tiềm năng và yêu cầu thực tiễn, công tác quản lý nhà nước vẫn còn những hạn chế nhất định, cần phải có những điều chỉnh phù hợp để đẩy mạnh phát triển công nghiệp văn hóa trong tình hình mới.

Từ khóa: Quản lý nhà nước; phát triển; công nghiệp văn hóa; kinh tế văn hóa; di sản văn hóa.

In recent years, the cultural industry has become a development trend in many countries and territories, including Vietnam which has issued many guidelines and policies to develop the cultural industries, contributing significantly to the growth of the domestic economy and international integration, intersecting with regional and world culture. The achievements in cultural industries are due to various factors, including the state management role of the authorities from the central to local levels. However, compared to the potential and practical requirements, state management has exposed certain limitations, which require appropriate adjustments to promote the development of cultural industry in the new situation.

Keywords: State management; development; cultural industries; cultural economy; cultural heritage.

NGÀY NHẬN: 15/10/2023

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 15/12/2023

NGÀY DUYỆT: 15/01/2024

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.336.2024.739>

1. Công nghiệp văn hóa Việt Nam

Mặc dù hoạt động công nghiệp văn hóa của Việt Nam đã có từ thời kỳ đổi mới, nhưng thuật ngữ “công nghiệp văn hóa” mới xuất hiện ở các văn bản quy phạm pháp luật trong những năm gần đây. Nghị quyết 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, đề ra mục tiêu cụ thể là: “xây dựng thị trường văn

hóa lành mạnh, đẩy mạnh phát triển công nghiệp văn hóa, tăng cường quảng bá văn hóa Việt Nam”¹. Đến Đại hội XII, trong Báo cáo Chính trị của Ban Chấp hành Trung ương (khóa XI) trình Đại hội XII nêu nhiệm vụ phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường dịch vụ và sản phẩm văn hóa².

* TS, Học viện Hành chính Quốc gia

Thực hiện nghị quyết của Đảng, ngày 08/9/2016, Thủ tướng Chính phủ ban hành 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, khẳng định: “Các ngành công nghiệp văn hóa là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân”³. Theo đó, Nhà nước đã tạo điều kiện thuận lợi nhằm thu hút cao nhất các nguồn lực trong xã hội để phát triển công nghiệp văn hóa, khai thác yếu tố kinh tế của các giá trị văn hóa; đồng thời, gắn công nghiệp văn hóa với 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.

Để thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa theo hướng đồng bộ và hiện đại, đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế, đồng thời, quảng bá sự đa dạng của văn hóa Việt Nam, Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng xác định: “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 quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới”⁴. Tại Hội nghị văn hóa toàn quốc năm 2021, Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng nhấn mạnh: “Khẩn trương phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, xây dựng thị trường văn hóa lành mạnh”⁵.

Công nghiệp văn hóa là nhóm ngành mới - nhóm ngành có lợi thế quốc gia của Việt Nam, giữ một vai trò quan trọng trong nền kinh tế, vì đây là lĩnh vực có hướng phát triển tích cực, phù hợp với xu thế thời đại, là động lực góp phần đổi mới mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế, tạo giá trị gia tăng, hiệu quả ngày càng cao cho nền kinh tế; đồng thời, giúp chúng ta chủ động cho hội nhập quốc tế, giao thoa với văn hóa khu vực và thế giới, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc.

Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, xác định ngành công nghiệp văn hóa bao gồm 12 lĩnh vực: điện ảnh; du lịch văn hóa; nghệ thuật biểu diễn; mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; quảng cáo; kiến trúc; thiết kế; xuất bản; thời trang; truyền hình và phát thanh; phần mềm và các trò chơi giải trí; thủ công mỹ nghệ.

Nhìn chung, các ngành công nghiệp văn hóa có tỷ lệ giá trị gia tăng cao hơn so với chi phí sản xuất, góp phần tiết kiệm tài nguyên, kết hợp và phát huy được các yếu tố tự nhiên, văn hóa, bản sắc dân tộc và đáp ứng mục tiêu phát triển bền vững. Chẳng hạn, như: điện ảnh có xu hướng phát triển nhanh, giá trị sản xuất bình quân tăng 8,03%/năm, giá trị gia tăng bình quân tăng 7,94%/năm, nguồn lực lao động bình quân tăng 8,05%/năm, số lượng cơ sở kinh tế hoạt động trong lĩnh vực điện ảnh bình quân tăng 8,39%/năm. Doanh thu điện ảnh chiếu rạp năm 2019 đạt trên 4,1 nghìn tỷ đồng (khoảng 178 triệu USD), phim điện ảnh Việt Nam chiếm khoảng 29% doanh thu với khoảng 1,15 nghìn tỷ đồng (50 triệu USD)⁶.

Ở lĩnh vực du lịch văn hóa, tổng thu từ khách du lịch năm 2022 ước đạt 495 nghìn tỷ đồng, khách du lịch nội địa đạt 101,3 triệu lượt. Trong 10 tháng đầu năm 2023, lượng khách quốc tế đến Việt Nam đạt hơn 9,97 triệu lượt, vượt kế hoạch năm 2023; khách nội địa đạt 98,7 triệu lượt; tổng thu từ khách du lịch đạt 582,6 nghìn tỷ đồng⁷. Ở lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm, năm 2022 có khoảng 27.120 lao động làm việc trong lĩnh vực này; các chỉ số tăng đều qua các năm và chịu ít sự tác động của các yếu tố ngoại cảnh. Lĩnh vực quảng cáo, năm 2022, doanh thu quảng cáo đạt khoảng 2,192 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng doanh thu của thị trường quảng cáo Việt Nam năm 2022 đạt 12,7%, đứng thứ 5/11 quốc gia ASEAN, xếp thứ 2/11 quốc gia về tốc độ tăng trưởng. Lĩnh vực kiến trúc, năm 2022 ước đạt 47,235 nghìn tỷ đồng, Việt Nam

là quốc gia có tốc độ đô thị hóa cao, năm 2022 tỷ lệ đô thị hóa toàn quốc ước đạt 41,7%⁸. Thời gian qua, hoạt động kiến trúc góp phần tạo lập môi trường sống bền vững, sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên thiên nhiên, tiết kiệm năng lượng; đồng thời, những bản sắc văn hóa trong các công trình kiến trúc được bảo tồn, phát huy phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước, tôn trọng các giá trị đặc điểm vùng miền.

Các lĩnh vực khác, như: xuất bản, thời trang, truyền hình và phát thanh cũng phát triển khá mạnh mẽ. Riêng lĩnh vực truyền hình và phát thanh, năm 2022, tổng doanh thu của các đài phát thanh, truyền hình đạt khoảng 15.048 tỷ đồng, trong đó doanh thu quảng cáo khoảng 7.565 tỷ đồng⁹. Phát thanh, truyền hình là một trong những ngành công nghiệp văn hóa nổi bật tại Việt Nam, vì vậy Đảng, Nhà nước luôn chú trọng thúc đẩy phát triển lĩnh vực này và được thể hiện rõ nhất qua những cơ chế, chính sách đối với ngành thông tin, truyền thông nói chung, đối với lĩnh vực phát thanh, truyền hình nói riêng.

Sự phát triển nhanh, toàn diện của khoa học - công nghệ và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đẩy mạnh lĩnh vực phần mềm và các trò chơi giải trí tăng trưởng, nhiều doanh nghiệp phần mềm Việt Nam đã có khả năng cạnh tranh được với các doanh nghiệp Ấn Độ, Trung Quốc trên thị trường dịch vụ phần mềm thế giới. Lĩnh vực thủ công mỹ nghệ cũng đã và đang đóng góp đáng kể vào sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa, giá trị sản xuất của lĩnh vực này bình quân 5 năm tăng 11,07%/năm, giá trị gia tăng bình quân tăng 11,25%/năm. Doanh thu năm 2022 của các làng nghề đạt khoảng 75.720 tỷ đồng, xuất khẩu các sản phẩm và nguyên liệu năm 2022 đạt khoảng 3,3 tỷ USD¹⁰. Các sản phẩm thủ công của Việt Nam đã có mặt tại 163 quốc gia và vùng lãnh thổ; nhiều mặt hàng thời trang, quà tặng đã được xuất khẩu tại chỗ thông qua việc phục vụ nhu cầu mua sắm của khách nước ngoài đến Việt Nam.

2. Công tác quản lý nhà nước về công nghiệp văn hóa

Để phát triển ngành công nghiệp văn hóa, nhiều năm qua, các bộ, ngành, địa phương đã tích cực mở rộng thị trường, như: hỗ trợ và khuyến khích hoạt động liên kết, sáng tạo, hình thành mạng lưới kết nối các trung tâm văn hóa, không gian sáng tạo trên cả nước; đồng thời liên kết với các mạng lưới sáng tạo quốc tế. Nhiều địa phương đã xây dựng, hoàn thiện cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật để phục vụ hoạt động 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... Một số bộ, ngành, địa phương đã triển khai, tổ chức các chương trình xúc tiến, quảng bá sản phẩm công nghiệp văn hóa nhằm xây dựng, phát triển thị trường cho các sản phẩm, dịch vụ của công nghiệp văn hóa.

Hoạt động ngoại giao văn hóa được đẩy mạnh nhằm tăng cường sự hợp tác của Việt Nam với các đối tác, doanh nghiệp nước ngoài. Ngoại giao văn hóa đã góp phần vận động thành công việc ghi danh các danh hiệu 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. 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.

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác quản lý ngành công nghiệp văn hóa vẫn còn một số khó khăn, hạn chế như:

Một là, đến thời điểm tháng 12/2023, vẫn chưa có văn bản pháp luật quy định rõ vai trò quản lý nhà nước, trách nhiệm, quyền hạn của các bộ, ngành và địa phương trong việc thực hiện nội dung quản lý nhà nước về công nghiệp văn hóa. Đồng thời, thiếu các cơ chế, chính sách cụ thể, phù hợp về thu hút nguồn vốn, phát triển nguồn lực để hỗ trợ, thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa phát triển toàn diện trên phạm vi cả nước.

Hai là, 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 còn thiếu đồng bộ. Sự phối hợp giữa trung ương và địa phương, giữa các vùng miền để tạo chuỗi liên kết, cung ứng sản phẩm và dịch vụ công nghiệp văn hóa chưa phát triển mạnh mẽ và theo hệ thống.

Ba là, công tác thống kê, xây dựng cơ sở dữ liệu cho ngành công nghiệp văn hóa còn gặp nhiều vấn đề vướng mắc về quy định pháp lý. Thống kê của các bộ, ngành, địa phương, các cơ quan có liên quan hằng năm mới chỉ đáp ứng yêu cầu báo cáo phục vụ công tác quản lý, chưa được thực hiện toàn diện, đầy đủ, thường xuyên, dẫn đến việc đề xuất giải pháp phát triển của từng lĩnh vực chưa bám sát thực tế.

Bốn là, nguồn lực đầu tư còn dàn trải, chưa tập trung phát triển một số lĩnh vực trọng tâm, trọng điểm có lợi thế, tiềm năng nhằm tạo ra các sản phẩm, dịch vụ chủ lực, thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Nguồn nhân lực trong các ngành công nghiệp văn hóa còn thiếu về số lượng và hạn chế về chất lượng. Chính sách đãi ngộ, thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao cho các ngành công nghiệp văn hóa còn đang gặp nhiều khó khăn, vướng mắc.

Năm là, 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 sở hữu trí tuệ đã hạn chế khả năng thu hút các nguồn lực quan trọng. Chúng ta chưa thực sự quan tâm đến vấn đề bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan, do vậy vấn đề vi phạm và xâm phạm, đặc biệt là vi phạm trên môi trường số thời gian qua đã tác động trực tiếp đến những người làm nghề có yếu tố sáng tạo; đồng thời, ảnh hưởng đến các doanh nghiệp và nhà đầu tư tham gia vào chuỗi sản xuất các sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa.

Những tồn tại, hạn chế nêu trên do nhiều nguyên nhân cả chủ quan và khách quan, nhưng tập trung ở một số nguyên nhân chính,

như: nhiều cơ quan, đơn vị cùng tham gia quản lý đối với một lĩnh vực, sản phẩm, dịch vụ nên thiếu đồng bộ trong việc đưa ra giải pháp phát triển tổng thể; các doanh nghiệp chưa đề cao xây dựng giá trị thương hiệu, đăng ký quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm, dịch vụ; hoạt động kiểm tra, thanh tra, giám sát về công nghiệp văn hóa chưa thường xuyên, liên tục, nên đã để xảy ra một số sai phạm trong quản lý, tranh chấp bản quyền...; việc thu hút doanh nghiệp đầu tư vào các hoạt động sáng tạo văn hóa, sản xuất các sản phẩm và dịch vụ văn hóa hiện nay chưa được nhiều nhà đầu tư quan tâm; Việt Nam có một thị trường nội địa tiềm năng, chưa hình thành thói quen, ý thức trong việc tôn trọng, bảo vệ bản quyền đối với các sản phẩm sáng tạo.

3. Một số giải pháp

Để công nghiệp văn hóa phát triển đúng định hướng, cần có một số giải pháp cụ thể như sau:

Thứ nhất, tiếp tục đẩy mạnh cải cách, hoàn thiện đồng bộ thể chế.

Đổi mới tư duy “quản lý nhà nước” sang “kiến tạo”, “phục vụ phát triển”, trong việc xây dựng thể chế, pháp luật, cơ chế, chính sách. Trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa còn thiếu nhiều bộ luật, việc xây dựng các bộ luật mới và sửa đổi các luật hiện hành cần dựa trên tư duy thúc đẩy tự do sáng tạo, bảo vệ quyền của nghệ sỹ, người sáng tạo, hỗ trợ lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật và các ngành công nghiệp văn hóa sáng tạo phát triển. Cần ban hành, sửa đổi và thực thi đồng bộ các văn bản quy phạm pháp luật trong các lĩnh vực đầu tư, thương mại, thuế, công nghệ thông tin và truyền thông...

Các bộ, ngành, địa phương cần nhanh chóng đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính trong lĩnh vực tài chính, rà soát và tham mưu về việc bãi bỏ các quy định không phù hợp, gây hạn chế quyền kinh doanh của doanh nghiệp, bảo đảm cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng, minh bạch. Đồng thời, các bộ chức năng như: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch,

Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính cần phối hợp với chính quyền các tỉnh, thành phố xây dựng phương án, đề án thu hút các nguồn lực đầu tư cho các ngành công nghiệp văn hóa từ trong nước, quốc tế, vốn xã hội hóa...

Thứ hai, đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức về công nghiệp văn hóa.

Xây dựng nội dung, kế hoạch truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng, đài phát thanh - truyền hình ở 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.

Cùng với sự phát triển vũ bão của khoa học - công nghệ, đặc biệt công nghệ thông tin, “thành phố thông minh”, “thành phố sáng tạo” trở thành xu hướng trong chính sách phát triển của nhiều chính quyền địa phương. Các tỉnh, thành phố cần quan tâm đầu tư đúng mức cho công nghiệp văn hóa. Xây dựng các chương trình, đề án công bố sáng tạo, trao giải thưởng nhằm tôn vinh các tổ chức, cá nhân sáng tạo, tạo cơ hội quảng bá các sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa. Triển khai các hoạt động khuyến khích, tôn vinh và quảng bá có hiệu quả các thành tựu của quá trình phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Thứ ba, ứng dụng khoa học và công nghệ trong quản lý.

Về tổng thể, cần xây dựng và ban hành một Chiến lược văn hóa số, đi kèm với một số đề án, dự án cụ thể được ưu tiên bố trí kinh phí để thực hiện công tác số hóa, ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến, hiện đại nhằm phát triển một số lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh của ngành văn hóa - nghệ thuật như: điện ảnh, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn..., tạo ra những sản phẩm văn hóa số cụ thể, các loại hình nghệ thuật và trải nghiệm mới, phát triển các ứng dụng hỗ trợ quá trình phân phối, phát hành, xuất khẩu trên nền tảng số.

Bên cạnh đó, cần xây dựng Đề án hỗ trợ phát triển các ngành công nghiệp văn hóa từ

hoàn thiện môi trường pháp lý, bảo vệ bản quyền, chính sách thuế cho các loại hình hàng hóa, dịch vụ xuyên biên giới để bảo đảm Nhà nước thu được nguồn thuế từ doanh thu của những người sáng tạo phần mềm và người tiêu dùng đóng góp... Xây dựng trung tâm lưu trữ dữ liệu về các ngành công nghiệp văn hóa trên nền tảng số để các cơ quan quản lý, nhà nghiên cứu hoạch định chính sách; doanh nghiệp, nhà đầu tư và công chúng dễ dàng tiếp cận tra cứu thông tin. 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 sáng tạo văn hóa, nghệ thuật.

Thứ tư, phát triển thị trường để quản lý.

Việt Nam cần sớm hình thành cơ sở dữ liệu về thị trường văn hóa và các ngành công nghiệp văn hóa, thực hiện cuộc tổng điều tra, lập bản đồ về các lĩnh vực của thị trường văn hóa, như: thị trường điện ảnh, thị trường nghệ thuật biểu diễn, thị trường thiết kế thời trang, thị trường in ấn và xuất bản, phần mềm và trò chơi... 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. Tổ chức các hội chợ, triển lãm tầm quốc gia và quốc tế để quảng bá, giới thiệu sản phẩm công nghiệp văn hóa của Việt Nam.

Nâng cao năng lực tiếp cận thị trường của các tổ chức trung gian nhằm thương mại các sản phẩm, dịch vụ 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.

Thứ năm, mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế.

Tăng cường hợp tác quốc tế về văn hóa, tiếp thu có chọn lọc văn hóa nước ngoài cũng

như quảng bá văn hóa Việt Nam ra trường quốc tế, nhất là các sản phẩm văn hóa mà Việt Nam có thể mạnh, được bạn bè quốc tế đánh giá cao. Để tăng cường sức mạnh mềm, Việt Nam cần tiếp tục đầu tư tăng cường sự hiện diện của văn hóa tại các sự kiện văn hóa - nghệ thuật uy tín trong khu vực và quốc tế; chủ động đăng cai một số sự kiện quy mô quốc tế để vừa tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại, làm phong phú thêm nền văn hóa dân tộc và giới thiệu, ra mắt các sản phẩm văn hóa chất lượng cao của Việt Nam, từng bước xây dựng các sản phẩm thương hiệu quốc gia hướng tới xuất khẩu. Nhà nước cần hỗ trợ học bổng cho sinh viên, những nhân tài của Việt Nam đi học tập, tu nghiệp, huấn luyện nâng cao ở nước ngoài đối với một số lĩnh vực nghệ thuật, thiết kế, kiến trúc... mà chúng ta đang thiếu, yếu trong ngành công nghiệp văn hóa nhằm tạo lực lượng nòng cốt trở về đào tạo cho nguồn nhân lực trong nước, đáp ứng yêu cầu phát triển của công nghiệp văn hóa.

Thứ sáu, nâng cao chất lượng công tác giám sát, kiểm tra, thanh tra.

Trong bối cảnh cơ chế thị trường, hoạt động công nghiệp văn hóa ngày càng phức tạp, đa dạng thì vấn đề giám sát, kiểm tra, thanh tra càng cần thiết trong việc đưa hoạt động văn hóa vào trật tự, kỷ cương, nền nếp. Do đặc thù của lĩnh vực quản lý, nên cần thực hiện cơ chế hai chiều trong giám sát: (1) Cơ quan quản lý nhà nước giám sát hoạt động công nghiệp văn hóa theo chức năng, nhiệm vụ được giao, tiến hành kiểm tra, thanh tra hành chính khi có dấu hiệu vi phạm pháp luật; (2) Người dân giám sát cơ quan nhà nước, công chức trong thực thi công vụ về thái độ phục vụ, về các hành vi, khi công chức có dấu hiệu vi phạm pháp luật, có dấu hiệu tham nhũng, sách nhiễu thì người dân tố giác lên các cơ quan có thẩm quyền.

Nhà nước cần thực hiện cơ chế phân cấp, phân quyền mạnh mẽ hơn nữa trong hoạt động kiểm tra, thanh tra các hoạt động công nghiệp văn hóa. Phát huy vai trò của các đội

thanh tra liên ngành (văn hóa, công an, quản lý thị trường, thuế...), đội thanh tra chuyên ngành văn hóa cùng với thanh tra nhân dân trong hoạt động kiểm tra, thanh tra.

4. Kết luận

Để ngành công nghiệp văn hóa phát triển được như mục tiêu, nhiệm vụ đề ra, đòi hỏi công tác quản lý nhà nước phải được tăng cường, đồng bộ và thông suốt từ trung ương đến địa phương và người dân, doanh nghiệp. Có chủ trương, đường lối, chính sách đúng, được sự vào cuộc, phối hợp trách nhiệm cao của các bộ, ngành, UBND các cấp trên các lĩnh vực, chắc chắn sẽ tạo thuận lợi về pháp lý, cơ sở vật chất, nguồn vốn, nguồn lực con người, các nguồn tài nguyên khác của nhân loại, từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0... hấp dẫn người dân, doanh nghiệp trong nước, nước ngoài tích cực tham gia vào các lĩnh vực liên quan đến công nghiệp văn hóa□

Chú thích:

1. Đảng Cộng sản Việt Nam. *Nghị quyết 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*. Hà Nội, tháng 6/2014.

2. Đảng Cộng sản Việt Nam. *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*. H. Văn phòng Trung ương Đảng, 2016, tr.130.

3. *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"*. Hà Nội, 2016.

4. Đảng Cộng sản Việt Nam. *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII. Tập I*. H. NXB Chính trị quốc gia Sự thật, 2021, tr. 145.

5. *Toàn văn phát biểu của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng tại Hội nghị Văn hóa toàn quốc, ngày 24/11/2021*. <https://moit.gov.vn>.

6, 7, 8. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. *Báo cáo trung tâm Hội nghị toàn quốc về phát triển các ngành công nghiệp Văn hóa Việt Nam*. Hà Nội, tháng 12/2023.

9, 10. *Kết quả phân tích số liệu của Trung tâm Tư vấn và Dịch vụ thống kê - Tổng Cục Thống kê, năm 2023*.