

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

*he*

PHẠM THỊ MỸ HOA

NGUỒN LỰC VĂN HÓA  
CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA  
Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI HIỆN NAY

LUẬN ÁN TIẾN SĨ  
NGÀNH: VĂN HOÁ HỌC

Hà Nội - 2025

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

PHẠM THỊ MỸ HOA



**NGUỒN LỰC VĂN HÓA  
CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA  
Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI HIỆN NAY**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ  
NGÀNH: VĂN HOÁ HỌC  
Mã số: 922 90 40**

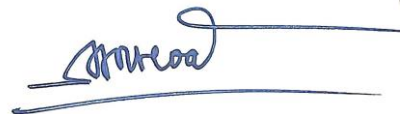
*Người hướng dẫn khoa học: PGS, TS NGUYỄN DUY BẮC*

**Hà Nội – 2025**

## LỜI CAM ĐOAN

*Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi dưới sự hướng dẫn của PGS.TS. Nguyễn Duy Bắc. Các số liệu, kết quả nêu trong luận án là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng và được trích dẫn đầy đủ theo qui định. Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm về lời cam đoan này!*

**Tác giả luận án**



**Phạm Thị Mỹ Hoa**

## MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ LUẬN ÁN CẦN TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>9</b>
1.1. NGHIÊN CỨU VỀ NGUỒN LỰC VĂN HÓA .....	9
1.2. NGHIÊN CỨU VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ VÀ CÁC NGUỒN LỰC VĂN HÓA CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA.....	19
1.3. NGHIÊN CỨU VỀ NGUỒN LỰC VĂN HÓA CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI.....	34
1.4. NHỮNG KẾT QUẢ VÀ VẤN ĐỀ CẦN ĐƯỢC TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU...38	
Tiểu kết chương 1.....	41
<b>Chương 2: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN, LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU VÀ KHÁI QUÁT VỀ CÁC NGUỒN LỰC VĂN HOÁ CỦA HÀ NỘI .....</b>	<b>43</b>
2.1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN.....	43
2.2. LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU VÀ KHUNG PHÂN TÍCH LUẬN ÁN.....	65
2.3. KHÁI QUÁT VỀ CÁC NGUỒN LỰC VĂN HOÁ CỦA HÀ NỘI .....	72
Tiểu kết chương 2.....	85
<b>Chương 3: THỰC TRẠNG PHÁT HUY NGUỒN LỰC VĂN HOÁ CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ Ở HÀ NỘI.....</b>	<b>87</b>
3.1. PHÁT HUY NGUỒN LỰC CON NGƯỜI CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ Ở HÀ NỘI.....	87
3.2. PHÁT HUY NGUỒN LỰC DI SẢN VĂN HOÁ CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ Ở HÀ NỘI.....	106
3.3. PHÁT HUY NGUỒN LỰC THỂ CHẾ, CHÍNH SÁCH VĂN HÓA CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở HÀ NỘI.....	121
Tiểu kết chương 3.....	131
<b>Chương 4: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP PHÁT HUY NGUỒN LỰC VĂN HOÁ CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ Ở HÀ NỘI ...</b>	<b>133</b>
4.1. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA .....	133
4.2. MỤC TIÊU VÀ GIẢI PHÁP .....	145
Tiểu kết chương 4.....	165
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>166</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>170</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>1</b>

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

1. C.b: Chủ biên
2. CLB: Câu lạc bộ
3. CNVH: Công nghiệp văn hóa
4. DSVH: Di sản văn hóa
5. GRDP: Tổng sản phẩm trên địa bàn
6. KT-XH: Kinh tế - xã hội
7. NCS: Nghiên cứu sinh
8. NLCN: Nguồn lực con người
9. NLVH: Nguồn lực văn hóa
10. PVS: Phòng vấn sâu
11. UBND: Ủy ban nhân dân
12. UNESCO: Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc

## DANH MỤC CÁC BẢNG

	Trang
Bảng 3.1. Số lượng cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hoá của thành phố Hà Nội	89
Bảng 3.2. Trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và lý luận chính trị của đội ngũ cán bộ quản lý văn hoá ở Thủ đô Hà Nội	91
Bảng 3.3. Đóng góp của du lịch lữ hành vào GRDP Thành phố (Giai đoạn 2017 - 2022)	116

## DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

	Trang
Biểu đồ 3.1: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ lãnh đạo, quản lý văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội	92
Biểu đồ 3.2: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ văn nghệ sĩ cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội	95
Biểu đồ 3.3: Đánh giá thực hiện vai trò của đội ngũ nghệ nhân cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội	99
Biểu đồ 3.4: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ trí thức, chuyên gia cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội	102
Biểu đồ 3.5: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của người dân Thủ đô trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội	106
Biểu đồ 3.6: Mức độ nhận thấy yếu tố văn hóa truyền thống của dân tộc được thể hiện trong các sản phẩm, dịch vụ văn hóa	113
Biểu đồ 3.7: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của thể chế, chính sách trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội	130

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài nghiên cứu

Văn hóa là tổng thể những giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy trong suốt chiều dài lịch sử, là kết quả của sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên, môi trường xã hội và với chính bản thân mình. Xã hội ngày càng phát triển, vai trò của văn hóa ngày càng được nhận thức một cách toàn diện và sâu sắc hơn. Văn hóa không chỉ là nền tảng tinh thần của xã hội mà còn có những đóng góp to lớn trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Các nghiên cứu gần đây chỉ ra rằng, văn hóa không chỉ là hệ giá trị tinh thần mà còn là nguồn lực kinh tế quan trọng, đặc biệt trong bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa (CNVH). Sự ra đời, phát triển của các ngành CNVH là minh chứng cho mối quan hệ ngày càng mật thiết giữa văn hóa và kinh tế. Công nghiệp văn hóa đã đóng góp không nhỏ vào sự thịnh vượng kinh tế và đem lại những trải nghiệm độc đáo cho con người.

Trong các nghiên cứu về văn hóa học và kinh tế học văn hóa, nguồn lực văn hóa (NLVH) được hiểu là tổng thể các giá trị vật chất và phi vật chất có khả năng tác động đến sự phát triển của một cộng đồng, địa phương hay quốc gia. Các học giả như Pierre Bourdieu (1986) với khái niệm "vốn văn hóa" (cultural capital) và David Throsby (1999) về "giá trị kinh tế của di sản" gợi mở cách đánh giá NLVH như tài sản quan trọng quyết định sự phát triển của CNVH. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, việc khai thác và phát huy NLVH để phát triển CNVH là một đòi hỏi bức thiết đối với mỗi quốc gia, mỗi địa phương.

Nắm bắt được xu thế trên, Đảng ta luôn coi trọng vai trò của văn hóa đối với sự phát triển đất nước. 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* đã khẳng định văn hóa là sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc Tổ quốc vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh. Cũng tại Hội nghị này, Đảng đặt ra nhiệm

vụ xây dựng văn hóa trong chính trị và kinh tế; phát triển CNVH đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường dịch vụ và sản phẩm văn hóa. Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng đã kế thừa, bổ sung và phát triển chủ trương xây dựng văn hóa trong chính trị và kinh tế; xây dựng, hoàn thiện thị trường dịch vụ và sản phẩm văn hóa: “Khẩn trương triển khai có trọng tâm, trọng điểm ngành CNVH và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định, phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam...” [25, tr.145].

Thành phố Hà Nội - Thủ đô nghìn năm văn hiến - “nơi lắng hồn núi sông ngàn năm”, nơi hội tụ tinh hoa văn hóa của cả nước, là trung tâm phát triển văn hoá đa chiều. Điều này đã giúp đem lại những giá trị và nguồn lực dồi dào để Hà Nội phát triển CNVH, đưa văn hoá thực sự trở thành động lực phát triển của Thủ đô. Trong quá trình đô thị hóa và toàn cầu hóa đang ngày càng mạnh mẽ, việc bảo tồn và phát huy nguồn lực văn hoá (NLVH) phục vụ phát triển CNVH ở Hà Nội không chỉ đảm bảo tính bền vững cho phát triển kinh tế và xã hội, mà còn đóng góp quan trọng vào việc duy trì bản sắc văn hóa độc đáo của Thành phố. Trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội (KT-XH) của Thủ đô, Đảng bộ, Chính quyền Thành phố đã xác định mục tiêu đến năm 2025, CNVH Thủ đô trở thành ngành kinh tế quan trọng, tạo động lực mới thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội; giữ vững và phát triển thương hiệu Thủ đô ngàn năm văn hiến, “Thành phố vì hòa bình”, “Thành phố sáng tạo”; phấn đấu đóng góp khoảng 5% GRDP của Thành phố. Đến năm 2030, CNVH 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 là “Thành phố sáng tạo” có sức ảnh hưởng ở khu vực Đông Nam Á, nằm trong nhóm các thành phố có ngành CNVH phát triển hàng đầu có thương hiệu, sản phẩm uy tín, có sức cạnh tranh khu vực và thế giới, sánh vai thủ đô các nước phát triển cao trong khu vực. Phấn đấu doanh thu từ các ngành CNVH tăng dần, đóng góp khoảng 8% GRDP của Thành phố.

Để hiện thực mục tiêu này, Hà Nội cần huy động sức mạnh của mọi NLVH để phát triển CNVH. Nội dung này đã thu hút sự quan tâm của nhiều nhà quản lý, nhà nghiên cứu, những người làm việc trong lĩnh vực văn hoá. Vì vậy,



trong thời gian qua đã có nhiều công trình nghiên cứu làm nổi bật sự đa dạng, phong phú, độc đáo, đặc sắc của các NLVH cũng như khẳng định tầm quan trọng của NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu đã có chưa làm rõ thực trạng phát huy NLVH cho phát triển CNVH của Hà Nội. Vì vậy, việc nghiên cứu để phát huy vai trò NLVH Thủ đô cho phát triển CNVH là một yêu cầu khách quan, cấp thiết hiện nay. Trước hết cần có sự nghiên cứu về lý luận và thống nhất về nhận thức. Trên cơ sở đó khuyến nghị về chính sách đúng để tạo động lực phát triển cho một Thủ đô giàu đẹp, văn minh, hiện đại. Do vậy, nghiên cứu sinh (NCS) chọn đề tài *Nguồn lực văn hoá cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội hiện nay* làm luận án chuyên ngành Văn hóa học.

## **2. Mục đích, nhiệm vụ của luận án**

### **2.1. Mục đích nghiên cứu**

Nghiên cứu nhằm làm rõ các vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến việc phát huy NLVH để thúc đẩy sự phát triển của CNVH tại Hà Nội nhằm tạo ra dịch vụ, sản phẩm văn hóa đa dạng, có chất lượng, có thương hiệu, đáp ứng nhu cầu thị trường; Đồng thời, luận án sẽ khuyến nghị các giải pháp cụ thể nhằm tối ưu hóa việc phát huy NLVH trong bối cảnh hội nhập và phát triển hiện nay, đóng góp vào việc xây dựng một Hà Nội giàu đẹp, văn minh, hiện đại.

### **2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Để hoàn thành mục tiêu trên, luận án triển khai các nhiệm vụ cụ thể sau:

- Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội;
- Làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn về phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội;
- Khảo sát thực trạng phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Thủ đô những năm qua;
- Nhận diện những vấn đề đặt ra và khuyến nghị giải pháp phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án**

#### ***3.1. Đối tượng nghiên cứu***

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là các NLVH cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội hiện nay. Luận án lựa chọn nghiên cứu ba nguồn lực văn hoá: nguồn lực con người (NLCN), nguồn lực di sản văn hoá (DSVH), nguồn lực thể chế, chính sách - đây là những nguồn lực quan trọng nhất đối với sự phát triển CNVH của Hà Nội.

#### ***3.2. Phạm vi nghiên cứu***

- Về nội dung nghiên cứu: Luận án tập trung nghiên cứu với ba nội dung cơ bản là phát huy NLCN, nguồn lực DSVH và nguồn lực thể chế, chính sách cho phát triển CNVH ở Hà Nội trên ba ngành CNVH tiêu biểu của Hà Nội: thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn, du lịch văn hóa. Ba ngành CNVH này có ưu thế phát triển ở Hà Nội và trong những năm qua đã đạt được nhiều thành tựu nổi bật, có nhiều đóng góp tích cực trong phát triển CNVH Thủ đô.

+ Về không gian nghiên cứu: Trên địa bàn thành phố Hà Nội.

+ Về thời gian: Luận án tập trung đánh giá thực trạng việc phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội trong giai đoạn 2017 - 2024. Luận án nghiên cứu bắt đầu từ năm 2017 khi Hà Nội thực hiện Kế hoạch số 112/KH-UBND thực hiện chiến lược phát triển ngành CNVH Thủ đô Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

### **4. Phương pháp luận, cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu**

#### ***4.1. Phương pháp luận***

Luận án được thực hiện trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của học thuyết mácxít về mối quan hệ giữa vật chất và tinh thần, giữa kinh tế và văn hóa. Đồng thời, luận án vận dụng quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam về vai trò của văn hóa với phát triển bền vững đất nước: Văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, là động lực, nguồn lực nội sinh quan trọng của sự phát triển nhanh, bền vững đất nước.

#### ***4.2. Cách tiếp cận***

Luận án sử dụng phương pháp tiếp cận liên ngành trong nghiên cứu Văn hóa học. Văn hóa học là một khoa học nằm trên giao điểm của các khoa học xã

hội và nhân văn, có sự liên quan đến các lĩnh vực khoa học ấy. Hơn nữa, đề tài luận án nghiên cứu vấn đề nằm trên đường giáp ranh giữa văn hóa, kinh tế và xã hội nên vận dụng phương pháp liên ngành trong văn hóa học là cần thiết. Phương pháp này cho phép luận án sử dụng các khái niệm, phạm trù, các kết quả của các ngành khoa học khác có liên quan để nghiên cứu về NLVH, vai trò NLVH cho phát triển CNVH Hà Nội.

### ***4.3. Phương pháp nghiên cứu***

Luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- *Phương pháp khảo sát thực tế và phương pháp chuyên gia*

Thông qua việc quan sát, tham dự trực tiếp vào các hoạt động của cư dân ở một số không gian văn hoá ở Hà Nội, NCS đi sâu phân tích, đánh giá NLVH và vai trò của nó với sự phát triển CNVH ở Thủ đô. NCS tìm hiểu sâu việc người dân đã sử dụng các NLVH vào phát triển các ngành nghề, các sản phẩm hàng hóa, các sản phẩm dịch vụ như thế nào? Phỏng vấn sâu (PVS) các chuyên gia để có được những ý kiến chuyên khảo, khái quát về việc ban hành, thực hiện các chính sách văn hoá ở Thủ đô như thế nào? PVS những người trực tiếp làm việc trong các ngành CNVH ở Hà Nội để rõ hơn thuận lợi, khó khăn hoặc những vướng mắc họ gặp phải trong quá trình phát huy nội lực để làm việc, để thoả mãn đam mê hoặc để mưu sinh hiện nay. Những người được chọn để PVS ở nhiều độ tuổi, nghề nghiệp, giữ vai trò khác nhau trong các cơ quan quản lý văn hoá, trong các ngành CNVH. Để việc chia sẻ của người cung cấp thông tin được tự nhiên và thoải mái, NCS không thực hiện việc ghi âm mà sử dụng cách thức ghi chép nhanh, chắt lọc ý chính. Đây là một thách thức với chính NCS bởi có thể một số chi tiết, thông tin bị bỏ lỡ hoặc không thể diễn đạt lại một cách toàn vẹn, chính xác các từ ngữ mà người được phỏng vấn đã sử dụng. NCS đã PVS 14 người (xem Phụ lục 2).

- Tư liệu của luận án còn từ những ghi chép về suy nghĩ, cảm nhận của cá nhân NCS sau khi đi thực tế đến các điểm du lịch văn hoá, các làng nghề truyền thống; trực tiếp quan sát, tham gia việc sản xuất sản phẩm thủ công mỹ nghệ; sau khi mua, trưng bày, sử dụng các sản phẩm thủ công mỹ nghệ; sau khi tham dự trực tiếp các đêm diễn, hội diễn, triển lãm... Những hoạt động đó hoặc do NCS

chủ động thực hiện nhằm thu thập tư liệu phục vụ nghiên cứu, hoặc kết hợp trong thực hiện nhiệm vụ công tác, công việc hàng ngày của NCS. Những hoạt động đó đã diễn ra từ trước thời điểm năm 2021 – thời điểm NCS bắt đầu tham gia học và định hướng đề tài nghiên cứu. Nhưng kể từ khi nghiên cứu đề tài, NCS đã có sự định hướng cụ thể, dành sự quan tâm nhiều hơn, dành nhiều thời gian, công sức, quan sát nhiều hơn, ghi chép nhiều hơn... từ những chuyến đi điền dã nhằm phục vụ đề tài của mình.

*- Phương pháp điều tra xã hội học qua bảng hỏi*

Phương pháp này cho phép NCS có những nghiên cứu định lượng về thực trạng nhận thức, thực hiện các chính sách văn hoá; thực trạng chất lượng NLCN, những khó khăn, vướng mắc gặp phải trong việc phát huy NLVH tại Hà Nội hiện nay. Thông qua các bảng hỏi để tìm kiếm tư liệu nghiên cứu bao gồm các cá nhân là những cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hoá, đội ngũ văn nghệ sĩ, những nghệ nhân, cán bộ trí thức chuyên gia và người dân địa phương. Tổng số phiếu phát ra là 400 phiếu, tổng số phiếu thu về hợp lệ là 384 phiếu (Xem Phụ lục 1).

*- Phương pháp phân tích, so sánh và tổng hợp*

Tác giả luận án đã thu thập, hệ thống các bài viết trên báo, tạp chí, hội thảo khoa học, các tài liệu đã xuất bản liên quan đến NLVH, CNVH và NLVH cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội để có cái nhìn tổng quan về vấn đề nghiên cứu, khái quát những vấn đề đã được nghiên cứu và xác định khoảng trống về lý luận, về thực tiễn làm cơ sở nghiên cứu cho đề tài.

Trên cơ sở tài liệu thứ cấp và tài liệu điền dã, tài liệu điều tra với số liệu thống kê, luận án phân tích thực trạng phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Từ đó nhìn nhận vấn đề nghiên cứu trong một chỉnh thể, rút ra những tổng kết, đánh giá và bàn luận về những vấn đề đặt ra trong quá trình phát triển CNVH ở Hà Nội.

Dưới cái nhìn biện chứng và từ nhiều chiều cạnh khác nhau mà phương pháp nghiên cứu liên/đa ngành và các phương pháp nghiên cứu khác mang lại, luận án đã nhận diện thực trạng, những vấn đề đặt ra trong việc sử dụng các

NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội trong giai đoạn hiện nay, từ đó đề xuất các phương hướng, bàn luận các giải pháp tháo gỡ phục vụ phát triển CNVH ở Hà Nội.

### **5. Đóng góp mới của luận án**

Luận án đã xây dựng và hệ thống hóa khái niệm “nguồn lực văn hóa” trong mối quan hệ với phát triển CNVH. Việc phân loại NLVH theo hướng phù hợp với bối cảnh Hà Nội đã góp phần làm phong phú thêm kho tàng lý luận về công nghiệp văn hoá và khai thác giá trị văn hoá địa phương.

Về thực tiễn, luận án đã tiến hành phân tích và đánh giá toàn diện hiện trạng sử dụng NLVH trong phát triển CNVH tại Hà Nội. Qua khảo sát, luận án đã tổng kết và chỉ ra những vấn đề cấp thiết trong khai thác NLVH hiện nay. Luận án cung cấp căn cứ khoa học để điều chỉnh các chính sách hỗ trợ phát triển CNVH tại Hà Nội, góp phần tháo gỡ những rào cản trong công tác bảo tồn, quản lý và phát triển NLVH.

Nhìn chung, những đóng góp lý luận và thực tiễn của luận án không chỉ giúp bổ sung tri thức nghiên cứu NLVH cho phát triển CNVH Thủ đô mà còn cung cấp những căn cứ khoa học xác tín, có thể dùng làm tài liệu tham khảo cho việc hoạch định chính sách xây dựng, phát triển CNVH của Hà Nội, mở ra các cơ hội phát triển bền vững cho Thành phố.

### **6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án**

#### **6.1. Ý nghĩa lý luận**

Luận án góp phần bổ sung những nhận thức lý luận về NLVH, nhất là NLCN, nguồn lực DSVH, nguồn lực thể chế, chính sách và mối quan hệ giữa NLVH với phát triển CNVH.

#### **6.2. Ý nghĩa thực tiễn**

Kết quả nghiên cứu của luận án có thể giúp cho các nhà lãnh đạo, quản lý kinh tế, văn hóa địa phương những gợi ý cần thiết khi hoạch định chính sách, đưa ra các chủ trương phát triển CNVH nói riêng và phát triển KT-XH phù hợp, phát huy lợi thế văn hóa của Thủ đô Hà Nội.

Luận án cũng có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho giảng dạy và nghiên cứu văn hoá học nói chung.

### **7. Kết cấu của luận án**

Ngoài mở đầu, kết luận, các công trình khoa học đã công bố, danh mục tài liệu tham khảo, luận án gồm 4 chương, 10 tiết.

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan và những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu.

Chương 2: Những vấn đề lý luận, lý thuyết nghiên cứu và khái quát về các nguồn lực văn hoá của Hà Nội.

Chương 3: Thực trạng phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội

Chương 4: Bàn luận về phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội

## Chương 1

### TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

#### 1.1. NGHIÊN CỨU VỀ NGUỒN LỰC VĂN HÓA

##### 1.1.1. Nghiên cứu về vai trò của văn hóa với phát triển

Những cơ sở lý luận khẳng định vai trò quan trọng của văn hóa với phát triển đã được hình thành từ lâu trong lịch sử khoa học xã hội và nhân văn. C.Mác phát triển học thuyết về tư bản vào cuối thế kỷ XIX đã chỉ ra nguồn lực kinh tế (vốn tài chính hay tiền và tài sản) và sức lao động của con người có tầm quan trọng quyết định trong sản xuất. Tuy nhiên, sự phát triển của kinh tế cũng chịu sự qui định của các yếu tố khác, trong đó có văn hóa. C.Mác và Ph.Ăngghen đã nêu vấn đề này theo quan điểm duy vật biện chứng vào những năm 90 của thế kỷ XIX. Các ông cho rằng, văn hóa là một trong những nhân tố quy định sự tồn tại và phát triển của đời sống hiện thực:

Sự phát triển về chính trị, pháp luật, triết học, văn học nghệ thuật, v.v. là dựa vào sự phát triển của kinh tế. Nhưng tất cả sự phát triển đó đều tác động lẫn nhau và cũng tác động đến cơ sở kinh tế. Hoàn toàn không phải điều kiện kinh tế là nguyên nhân duy nhất chủ động, còn các thứ khác chỉ có tác động thụ động. Trái lại, có sự tác động qua lại trên cơ sở tất yếu kinh tế, là một tất yếu, *xét đến cùng* bao giờ cũng tự vạch đường đi của nó [15, tr.123].

Quan điểm này cho thấy mối quan hệ hai chiều giữa văn hoá và kinh tế, kinh tế quyết định sự phát triển của văn hóa nhưng đến lượt mình, văn hóa cũng có khả năng tác động trở lại đối với kinh tế.

Bước sang đầu thế kỷ XX với tác phẩm nổi tiếng *Nền đạo đức Tin Lành và tinh thần của chủ nghĩa tư bản* (xuất bản lần đầu năm 1904 - 1905) [62], nhà xã hội học người Đức Max Weber đã cho rằng nền đạo đức Tin lành có mối quan hệ “tương hợp chọn lọc” với “tinh thần” của chủ nghĩa tư bản và do vậy đã tạo ra một động lực tinh thần cần thiết và thuận lợi cho sự phát triển của chủ

nghĩa tư bản ở châu Âu” [62, tr.13]. Như vậy, ông đã làm rõ vai trò của văn hóa đối với sự ra đời và phát triển của chủ nghĩa tư bản. Max Weber đã xác định vai trò của các nền văn hóa tôn giáo và các nền đạo đức tôn giáo với tư cách là những nhân tố thúc đẩy hay kìm hãm sự phát triển của nền văn minh công nghiệp tư bản chủ nghĩa cận đại.

Tuy nhiên, từ sau thế chiến thứ 2, các nhà kinh tế học đều tin rằng muốn tạo ra tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia và khu vực đã bị kiệt quệ vì đói nghèo và tàn phá, cần phải có những “cú hích lớn” thông qua viện trợ ồ ạt từ bên ngoài (Rosenstein-Rodan (1943). Lý thuyết “Big Push” (Cú hích lớn) do Rosenstein-Rodan (1943) đề xuất, cho rằng các nước chưa phát triển cần một lượng đầu tư lớn để thoát khỏi tình trạng lạc hậu hiện thời và tiến lên con đường phát triển. Các chương trình đầu tư nhỏ giọt ít một sẽ không tạo được tác động đối với quá trình tăng trưởng mạnh như trông đợi. Tuy nhiên, họ nhanh chóng nhận ra rằng cung cấp viện trợ ồ ạt từ bên ngoài không những không giúp các cộng đồng được hỗ trợ tự lực vươn lên được mà còn góp phần tạo ra sự phụ thuộc vào viện trợ. Phải đến những năm 70 của thế kỷ trước, người ta mới khám phá ra tầm quan trọng của nội lực đối với phát triển, và hỗ trợ từ bên ngoài chỉ đóng vai trò như một thứ tác nhân kích thích tăng trưởng.

Giải thích sự thành công của Nhật Bản, Mi-chi-ô Mô-ri-shi-ma [64] trong tác phẩm “*Vì sao Nhật Bản đã thành công*” (1973) cho rằng: Nhật Bản công nghiệp hóa, hiện đại hóa trên nền tảng văn hóa Nhật Bản. Họ biết kết hợp giữa khoa học kỹ thuật phương Tây với tinh thần Nhật Bản “Hoà hồn Dương tài”. Tức là biết phát huy vai trò của văn hóa Nhật Bản: tinh thần cộng sinh, cộng tồn, tinh thần Sa-mu-rai, tinh thần Ringi, tinh thần đồng thuận xã hội. Ý niệm về vai trò văn hóa đối với sự phát triển KT-XH được hình thành trong bối cảnh đó.

David Throsby (1999) đã bổ sung những nhận thức mới về vai trò của văn hóa đối với sự phát triển bằng cách xem xét về vốn văn hóa. Ông cho rằng ngoài 3 loại vốn quan trọng phục vụ cho sự phát triển là vốn tự nhiên (các nguồn tài nguyên thiên nhiên), vốn vật chất (cơ sở vật chất do con người tạo ra) và vốn nhân lực thì vốn văn hóa là nguồn vốn thứ tư giữ vai trò cốt lõi cho sự phát triển [141, tr.3-12].



Công trình *Những vấn đề đạo đức trong điều kiện kinh tế thị trường từ góc nhìn của các nhà khoa học Trung Quốc (1996)* [106] do Lại Văn Toàn và các cộng sự tuyển chọn và dịch. Cuốn sách này đã giới thiệu một số bài nghiên cứu về mối quan hệ giữa kinh tế thị trường và vấn đề đạo đức, xuống cấp đạo đức của các nhà khoa học Trung Quốc (tiêu biểu là Dong Fangshuo, Zhou Donghoua, Wang Shuqin, Nguyễn Như Diệm và Nguyễn Y Na). Một trong những luận điểm của các học giả Trung Quốc là “thuyết trả giá” của nhà nghiên cứu Nguyễn Như Diệm và Nguyễn Y Na, cho rằng cái được của sự phát triển kinh tế luôn phải trả giá bằng cái ác của sự suy đồi đạo đức của xã hội. Còn “thuyết trượt dốc” và “thuyết leo dốc” lại cho rằng kinh tế thị trường trượt dốc biểu hiện ở sự nảy sinh những hiện tượng tiêu cực như sản xuất đồ rởm, xấu, mại dâm, sống chết mặc bay, tham nhũng... Văn hóa có những tác động cả hai chiều thuận - nghịch đối với sự phát triển kinh tế thị trường và ngược lại, kinh tế thị trường cũng tác động trở lại văn hóa, đạo đức.

Tác giả Hofstede viết *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations* (Hậu quả của văn hóa: So sánh các giá trị, hành vi, thể chế và tổ chức giữa các quốc gia) (2001) [145]. Ông đã tập trung vào việc nghiên cứu và mô tả các yếu tố văn hoá cơ bản và cách chúng ảnh hưởng đến hành vi cá nhân và tổ chức trên toàn cầu. Theo ông, có năm yếu tố văn hoá cơ bản có thể mô tả và so sánh sự khác biệt văn hoá giữa các quốc gia hoặc tổ chức. Các yếu tố này bao gồm: 1/ Chỉ số khoảng cách quyền lực (Power Distance): Đo lường mức độ mà một xã hội chấp nhận sự chênh lệch về quyền lực và tầm quan trọng của sự hiệu quả trong quản lý nguồn lực; 2/Chủ nghĩa cá nhân và chủ nghĩa tập thể (Individualism vs. Collectivism): Đo lường mức độ mà xã hội tập trung vào cá nhân và tự do cá nhân so với tập trung vào nhóm và trách nhiệm xã hội; 3/ Nam quyền và nữ quyền (Masculinity vs. Femininity): Đo lường mức độ mà một xã hội coi trọng các giá trị truyền thống liên quan đến nam tính hoặc nữ tính trong quản lý và sử dụng nguồn lực; 4/ Chỉ số phòng tránh rủi ro (Uncertainty Avoidance): Đo lường mức độ mà một xã hội có xu hướng tránh rủi ro và yêu cầu sự định rõ trong quản lý nguồn lực; 5/

Định hướng dài hạn - định hướng ngắn hạn (Long-Term vs. Short-Term Orientation): Đo lường mức độ mà xã hội tập trung vào giá trị và mục tiêu dài hạn so với giá trị và mục tiêu ngắn hạn [145]. Dựa trên các yếu tố văn hoá này, có thể hiểu "nguồn lực văn hoá" như những yếu tố văn hoá cụ thể mà tổ chức hoặc cá nhân có sẵn để sử dụng trong quá trình quản lý và đầu tư nguồn lực.

Ở một phương diện khác, Paul du Gay, Michael Pryke trong cuốn *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*, (2002) [151] đã bàn đến “văn hóa doanh nghiệp”, “văn hóa thị trường” và “nền kinh tế tri thức”. Sự phân chia rạch ròi kinh tế và văn hóa là không thỏa đáng, vấn đề này được giải quyết chủ yếu bởi những người trong các ngành nhân học, xã hội học và các khoa học văn hóa khác. Cuốn sách đã trình bày công trình nghiên cứu của một nhóm các học giả quốc tế từ một loạt các ngành bao gồm cả xã hội học, phương tiện truyền thông và nghiên cứu văn hóa, nhân học xã hội và địa lý, tất cả những người tham gia đóng góp vào quan điểm phát huy văn hóa vào nền kinh tế và những suy nghĩ về mối quan hệ tác động qua lại giữa văn hóa và kinh tế với nhau... Cũng bàn về mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa, Richard R. Wilk, Lisa C. Cliggett trong công trình *Economies and Cultures: Foundations of Economic Anthropology* (2009) [30] đã tổng hợp quan điểm về nhân học kinh tế hiện đại và xác định các vấn đề thực tế và lý thuyết cơ bản. Hơn bất cứ một lĩnh vực nhân học nào khác, nhân học kinh tế liên tục tranh luận về động cơ thực tế của mọi người về cuộc sống hàng ngày của họ. Truy tìm nguồn gốc lịch sử của cuộc đối thoại giữa nhân học và kinh tế, Richard Wilk và Lisa Cliggett đưa lý thuyết nhân chủng học kinh tế vượt ra ngoài mối quan tâm hẹp của các cuộc tranh luận trước đó và đặt vấn đề vào trung tâm của ngành khoa học xã hội. Họ tập trung vào điểm mạnh duy nhất của nhân học kinh tế như là một nơi gặp gỡ cho các cách tiếp cận mang tính biểu tượng và duy vật và tìm hiểu về con người là cả về thực tế và văn hóa. Khi làm như vậy, các tác giả lập luận về sự liên quan rộng lớn hơn của nhân học kinh tế để nhân học ứng dụng, xác định các phương thức khác để tương tác với kinh tế, xã hội học, khoa học xã hội và hành vi khác.

Brennan và cộng sự (2009) [174] nghiên cứu vai trò của văn hóa đối với sự phát triển địa phương qua khảo sát các cộng đồng nông thôn ở Ai Len, bang Pennsylvania và bang Alaska, Hoa Kỳ và kết luận, tính đặc sắc của văn hóa địa phương có vai trò quan trọng đối với sự phát triển ở địa phương đó. Văn hóa địa phương có thể là yếu tố thúc đẩy phát triển, ngược lại nếu không được quan tâm trong quá trình thiết kế chính sách và triển khai, văn hóa địa phương có thể là yếu tố cản trở, là rào cản đối với phát triển địa phương. Từ đó nhóm nghiên cứu khuyến nghị cần có sự quan tâm và thiết kế chính sách phù hợp với đặc điểm văn hóa riêng biệt của địa phương.

Nghiên cứu của Sacco và cộng sự (2014) *Understanding culture-led local development: A critique of alternative theoretical explanations* (Tìm hiểu phát triển địa phương do văn hóa dẫn dắt: Phê bình một số giải thích lý thuyết) [161] đã chỉ ra ba mô hình chính trong nghiên cứu về phát triển địa phương từ góc độ văn hóa, đó là cách tiếp cận thu hút nguồn lực bên ngoài của Florida, mô hình phát triển dựa trên lợi thế cạnh tranh địa phương của Porter, và cách tiếp cận tăng cường gắn kết và tham gia của xã hội của Sen. Nhóm nghiên cứu của Sacco lập luận rằng văn hóa đã trở thành một nền tảng mới để phát triển các giá trị kinh tế và xã hội, đồng thời với nhiều vai trò, trong đó có điều phối các quá trình đổi mới tích hợp theo chiều ngang, tạo ra thể hệ công dân năng động và giàu tri thức, định nghĩa tiêu chuẩn mới về cuộc sống hạnh phúc... vì thế, cần có cách tiếp cận đa chiều về văn hóa và phát triển. Nhóm nghiên cứu đề xuất khái niệm “tư duy mới về lãnh thổ” và cách tiếp cận phi tuyến tính, đa chiều trong nghiên cứu phát triển từ góc độ văn hóa.

Ở Việt Nam, Lê Quang Thiêm trong công trình nghiên cứu *Văn hóa với sự phát triển của xã hội Việt Nam theo con đường xã hội chủ nghĩa* (1998) [97] khẳng định rằng, không phải ngày nay văn hoá mới cần thiết cho sự phát triển, mà nó vốn đã có vị trí trung tâm và vai trò điều tiết xã hội ở mỗi dân tộc. Chính nhờ bản sắc văn hoá dân tộc được giữ gìn và vun đắp, nhiều quốc gia đã có được nền kinh tế và xã hội phát triển. Tác giả Phạm Xuân Nam qua công trình *Triết lý về mối quan hệ giữa cái kinh tế và cái xã hội trong phát triển* (2001) [66] đã

khẳng định văn hóa tuy không phải là chìa khóa vạn năng nhưng rõ ràng nó có vai trò vô cùng quan trọng trong mọi quá trình phát triển và mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế trong phát triển là mối quan hệ mang tính tương hỗ.

Cuốn *Văn hóa động lực mục tiêu của sự phát triển xã hội* của Hoàng Chí Bảo, Đỗ Huy (2006) [6] đã vận dụng quan điểm của Chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và quan điểm của UNESCO về văn hóa và phát triển để luận giải vai trò quan trọng của văn hóa đối với sự phát triển xã hội. Văn hóa, với tư cách là *những sức mạnh bản chất của con người và nhân loại*, được nhận biết từ các giá trị văn hóa, các sản phẩm văn hóa có khả năng tác động, ảnh hưởng, hướng dẫn đối với con người và xã hội, với cá nhân và cộng đồng, theo hệ giá trị phổ quát chân - thiện - mỹ.

Tác giả Vũ Thị Phương Hậu viết loạt bài *Chính sách kinh tế trong văn hóa thời kỳ đổi mới* (2015) [42], *Chính sách kinh tế trong văn hóa và những vấn đề đặt ra hiện nay* (2016) [43], *Phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước* (2019) [44]... Các bài viết cho thấy quá trình hình thành và phát triển quan điểm của Đảng về chính sách kinh tế trong văn hóa. Chính sách này nhằm gắn văn hóa với các hoạt động kinh tế, khai thác các tiềm năng văn hóa cho phát triển KT-XH. Chính sách này đã tạo nên tầm quan trọng cho phát triển các ngành CNVH ở Việt Nam. Tác giả cũng cho thấy những vấn đề đang đặt ra trong thực hiện chính sách kinh tế trong văn hóa ở Việt Nam hiện nay.

Trong cuốn sách *Vai trò của văn hóa trong phát triển kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay* (2019) [34], tác giả Nghiêm Thị Châu Giang từ quan điểm xem vấn đề phát triển kinh tế phải dựa trên nền tảng của phát triển văn hóa là một quy luật tất yếu khách quan của phát triển. Công trình *Văn hóa trong chính trị và văn hóa trong kinh tế ở Việt Nam - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn* (2020) [31] do Phạm Duy Đức và Vũ Thị Phương Hậu đồng chủ biên, cũng trên cơ sở quan điểm của các nhà kinh điển Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và vận dụng một số lý thuyết nghiên cứu văn hóa hiện đại khác đã phân tích làm rõ những vấn đề lý luận về văn hóa trong chính trị và văn hóa trong kinh tế như:

mối quan hệ biện chứng giữa văn hóa và kinh tế, chính trị, vai trò “nền tảng tinh thần”, “động lực” để phát triển kinh tế, chính trị bền vững. Đồng thời công trình khảo sát đánh giá thực trạng văn hóa trong chính trị và văn hóa trong kinh tế ở nước ta thời kỳ đổi mới, đề xuất mục tiêu, quan điểm, giải pháp tiếp tục đẩy mạnh xây dựng văn hóa trong chính trị và văn hóa trong kinh tế trong giai đoạn tới.

Những công trình nghiên cứu trên đều tiếp cận văn hoá như một nguồn lực, mà ở đó các khía cạnh, lĩnh vực văn hoá cụ thể, dù trong giai đoạn lịch sử cụ thể nào, đều là những nguồn lực để phát triển địa phương, phát triển đất nước. Vì vậy, mỗi địa phương, quốc gia cần quan tâm giữ gìn, khai thác, phát huy tốt nguồn lực quý giá này trong quá trình phát triển.

### **1.1.2. Nghiên cứu về văn hóa như một nguồn lực cho phát triển**

Những năm 80 của thế kỷ trước, nhà xã hội học người Pháp Pierre Bourdieu đã đưa khái niệm “vốn” thuộc lĩnh vực kinh tế vào lĩnh vực xã hội học để phân tích quá trình lưu thông của các loại tài sản khác nhau trong không gian xã hội [153]. Ông muốn hiểu văn hóa như một nhân tố trong đời sống kinh tế, tương tự như ba loại vốn phổ biến thường được biết đến (vốn vật thể, vốn con người, vốn tài nguyên). Ông cho rằng các loại vốn này có thể chuyển hoá thành những loại nguồn lực khác, vốn khác, chẳng hạn vốn văn hóa có thể chuyển thành vốn con người và chuyển thành vốn kinh tế và ngược lại.

Khác với Pierre Bourdieu, Robert Putman (1995) hiểu vốn văn hóa hay vốn xã hội là tài sản chung của một cộng đồng hay của một xã hội nào đó. Ông nhấn mạnh đến những yếu tố giá trị, chuẩn mực, thể chế nhằm tạo nên sự liên kết giữa những cá nhân trong xã hội với nhau. Điều này cũng được tác giả Trần Hữu Dũng đồng tình khi cho rằng những liên kết này là “rất thiết yếu cho các xã hội trong việc làm giàu mạnh kinh tế và cho việc phát triển tiến lên không ngừng” [155. tr.23-24].

Tìm hiểu một phần của NLVH, Clives S. Gray viết *Compare Public Policies: Case of Cultural Policy in Western Europe* (1992) (So sánh chính sách văn hóa: Trường hợp chính sách văn hóa ở Tây Âu) [138]. Đặc biệt, Thomas

Heinz (1997) [165] đã đề cập tới chính sách văn hóa với tư cách là một điều kiện khung của quản lý văn hóa và là một phương diện kích thích sự phát triển xã hội. Ông cho thấy văn hóa tác động đến mọi mặt của đời sống xã hội, trở thành món ăn tinh thần không thể thiếu của người dân. Quản lý văn hóa là phải góp phần giải quyết nhu cầu của xã hội, góp phần phát triển xã hội.

Nhiều năm gần đây, các nhà nghiên cứu có xu hướng nghiên cứu phương diện kinh tế của nghệ thuật, chính sách văn hóa, như: Toby Miller và George viết *Cultural Policy* (2002) (Chính sách văn hóa) [167], Bruno S. Frey viết *Art and Economics: Analysis and Cultural Policy* (2003) (Nghệ thuật và kinh tế: chính sách văn hóa và sự phân tích) [136], David Throsby viết *The economics of Cultural Policy* (2010) (Nhân tố kinh tế trong chính sách văn hóa) [143]... Các nghiên cứu này cho thấy các giá trị nghệ thuật, chính sách văn hóa cũng tác động mạnh mẽ đến yếu tố kinh tế, nó góp phần thúc đẩy hay cản trở sự tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đó, sự vận động không ngừng của đời sống xã hội nói chung, đời sống văn hóa nói riêng đặt ra nhiều vấn đề mới, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến phát huy giá trị của các DSVH đòi hỏi phải có chính sách văn hóa để định hướng, điều chỉnh. Mặt khác, những tài liệu này tập trung làm rõ chức năng kinh tế của văn hóa. Do đó, các chính sách văn hóa cần phải có sự điều chỉnh hợp lý để phát huy chức năng này. Đây là những tài liệu quan trọng để NCS tiếp thu trong quá trình nghiên cứu.

Ở Việt Nam, trong những năm 90 của thế kỷ XX, các học giả trong nước cũng công bố những kết quả nghiên cứu về NLVH. Trong cuốn *Các nhân tố phi kinh tế xã hội học về sự phát triển* (1999), tác giả Đặng Cảnh Khanh nhận thấy văn hoá như là một nguồn lực của sự phát triển. Ở đây, tác giả đề cập đến nguồn lực phi kinh tế trong phát triển. Và các nhân tố của nguồn lực này chính là văn hóa. Ông viết; “*Nghiên cứu những nhân tố phi kinh tế, bởi vậy, trọng tâm phải là nghiên cứu văn hóa, hoặc nói cụ thể hơn, nghiên cứu tất cả các mặt hoạt động ngoài phạm vi sản xuất vật chất có nền tảng là văn hóa*” [52, tr.31-32].

Công trình *Về phát triển văn hóa và xây dựng con người thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá* (2003) [38] là tổng hợp kết quả nghiên cứu của công

trình khoa học công nghệ cấp Nhà nước KHXH.04 do Phạm Minh Hạc làm chủ nhiệm và Nguyễn Khoa Điềm làm phó chủ nhiệm. Công trình này đã bao quát một số nội dung rộng lớn liên quan đến phát triển văn hóa và xây dựng con người Việt Nam trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Trên cơ sở nhận thức sâu sắc và toàn diện hơn tư tưởng Hồ Chí Minh về phát triển văn hóa, xây dựng con người, công trình này đã làm rõ mối quan hệ biện chứng giữa văn hóa và phát triển thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá; khảo sát, đánh giá về các lĩnh vực phát triển con người; xây dựng tư tưởng đạo đức lối sống; vấn đề dân tộc và tôn giáo trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Thành tựu của những công trình khoa học trên, nhất là vấn đề định hướng cho khai thác NLVH cho phát triển CNVH là những chỉ dẫn quan trọng để NCS tiếp tục nghiên cứu và phát triển.

Tác giả Lê Quý Đức viết *Nguồn lực văn hóa và vai trò của nguồn lực văn hóa đối với sự phát triển kinh tế - xã hội (2012)* [32]. Tác giả đã hệ thống hóa vai trò của văn hóa đối với sự phát triển KT-XH trong nhiều công trình nghiên cứu và nhận thấy đây là vấn đề mới mẻ ở Việt Nam nên chưa có sự thống nhất về khái niệm cũng như nội hàm của khái niệm này. Tác giả phân tích:

Nguồn lực văn hoá có thể được hiểu như là tổng thể các yếu tố văn hoá tác động trực tiếp hay gián tiếp tới các hoạt động KT-XH. Nguồn lực văn hoá là sức mạnh vừa hữu hình, vừa vô hình, thúc đẩy sự phát triển KT-XH bền vững theo hướng nhân văn, nhân bản [32, tr.10].

Các bài viết của tác giả Nguyễn Toàn Thắng (2016) với *Nguồn lực văn hoá trong phát triển kinh tế xã hội* [96], Trần Thị An (2017) trong bài *Vốn văn hóa với tư cách là một nguồn lực nội sinh cho phát triển đất nước* [2], Nguyễn Thị Mai Anh (2020) với *Văn hoá, nguồn lực cho phát triển bền vững* [3] có chung quan điểm khi cho rằng, văn hóa là một nguồn lực đặc biệt, nguồn lực nội sinh quan trọng cho phát triển bền vững đất nước. Các quan điểm nghiên cứu về sự tác động của văn hóa đối với phát triển kinh tế trên đây đã được thực tiễn lịch sử chứng minh tính đúng đắn của chúng, là cơ sở, là tiền đề lý luận cho việc nghiên cứu cụ thể hơn về sự tác động của văn hóa như là nguồn lực to lớn của

phát triển KT-XH sẽ được khái quát ở mục tiếp theo.

Tác giả Đinh Xuân Dũng trong bài viết *Khai thông nguồn lực văn hoá, tạo bước đột phá đưa đất nước phát triển nhanh, bền vững* (2019) [122] cho rằng: đột phá để đưa đất nước phát triển nhanh và bền vững cần phải dựa vào nội lực của dân tộc, của đất nước từ truyền thống đến đương đại. Nội lực đó chính là văn hóa, hay nói một cách khác, là sức mạnh nội sinh quan trọng bậc nhất của sự phát triển, xem đó là nhân tố quyết định đối với sự phát triển. Mặt khác, nội lực đó thường là sức mạnh còn tiềm ẩn, *cần phải đồng thời gạt bỏ những lực cản đối với nó và khai thông, phát huy để làm cho sức mạnh tiềm ẩn đó trở thành hiện thực, được hiện hữu trong toàn bộ đời sống của dân tộc*. Khai thông NLVH cho sự phát triển cần phải được thể hiện ở những nội dung chủ yếu sau: *Thứ nhất*, hội tụ tất cả sức mạnh, tính ưu việt của văn hóa vào nhiệm vụ xây dựng con người. Đó là con người có năng lực sử dụng, phát huy các thành tựu văn hóa để bồi đắp những giá trị tốt đẹp, lành mạnh, phong phú cho nhân cách con người Việt Nam hiện đại. *Thứ hai*, tôn trọng sự phát triển đa dạng của văn hóa; tập trung ưu tiên các NLCN, tài lực, trí lực, vật lực cho “dòng mạch chính” phát triển văn hóa. *Thứ ba*, cần khẳng định văn hóa là một thành tố cực kỳ quan trọng trong đột phá chiến lược xây dựng NLCN chất lượng cao và phát triển toàn diện của thời kỳ Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra ở nước ta.

Bên cạnh các công trình nghiên cứu NLVH một cách tổng thể, khái quát, nhiều công trình đã đi sâu tìm hiểu một phần của “NLVH”. Cuốn *Giáo trình phát triển nguồn nhân lực* do Vũ Hoàng Ngân, Phạm Thị Bích Ngọc đồng c.b (2019) [69] đã nghiên cứu những yêu cầu đối với phát triển NLCN Việt Nam hiện nay, những chủ trương, chiến lược, chính sách của Đảng và Nhà nước đối với phát triển NLCN trong sự nghiệp phát triển đất nước. Các tác giả cũng đặc biệt quan tâm đến những vấn đề về đào tạo nghề gắn với sự phát triển NLCN gắn với đặc thù phát triển bền vững KT-XH của địa phương.

Cuốn sách *Nguồn nhân lực trong thời đại 4.0* của Ravin Jesuthasan, John W. Boudreau [82] đã nghiên cứu yêu cầu đối với phát triển NLCN Việt Nam hiện nay, những chủ trương, chiến lược, chính sách của Đảng và Nhà nước đối



với phát triển NLCN trong sự nghiệp phát triển đất nước. Các tác giả cũng đặc biệt quan tâm đến những vấn đề về đào tạo nghề gắn với sự phát triển NLCN gắn với đặc thù phát triển bền vững KT-XH của địa phương.

Đề tài khoa học *Phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước* [10] do Nguyễn Duy Bắc làm chủ nhiệm hoàn thành vào năm 2022. Đề tài đã cho thấy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam là nguồn lực to lớn, quan trọng trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước. Nguồn lực này không chỉ tham gia vào phát triển kinh tế mà còn tham gia vào xây dựng Đảng và hệ thống chính trị, xây dựng nền văn hóa mới, đảm bảo an sinh xã hội an ninh - quốc phòng, đối ngoại, củng cố khối đại đoàn kết dân tộc. Có thể thấy NLVH đã tác động lớn đến sự phát triển nhanh và bền vững đất nước.

## **1.2. NGHIÊN CỨU VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ VÀ CÁC NGUỒN LỰC VĂN HÓA CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA**

### **1.2.1. Nghiên cứu về công nghiệp văn hoá**

Theodor W. Adorno và Max Horkheimer viết *Biện chứng của Khai sáng* (Dialectic of Enlightenment) vào năm 1944 [164]. Trong tác phẩm này, hai ông đã đưa ra khái niệm CNVH. Theo Adorno và Horkheimer, CNVH là một thuật ngữ được sử dụng để chỉ ngành công nghiệp sản xuất hàng hóa văn hóa, bao gồm phim ảnh, âm nhạc, sách báo, v.v. CNVH là một sản phẩm của xã hội tư bản chủ nghĩa, và nó có tác động tiêu cực đến con người.

Raymond Williams trong cuốn sách *The Long Revolution* (Cách mạng lâu dài), xuất bản năm 1961 đã bàn đến vấn đề về tác động giữa “hiện thực” (reality) và “nghệ thuật” (art). Tác giả cho rằng đây là hai khái niệm khác biệt, thậm chí đối lập nhau, nhưng “nghệ thuật” là sự bắt chước (Art is the imitation of reality) “hiện thực” [157, tr.35]. Xét về bản chất, “nghệ thuật” không phản ánh “hiện thực” một cách khô khan mà “nghệ thuật” nâng giá trị của “hiện thực” lên một tầm cao mới. Sự kết hợp giữa hiện thực với nghệ thuật là nền tảng để hình thành CNVH. Williams đã mô tả CNVH như là một hệ thống sản xuất và phân phối các tác phẩm văn hoá trên quy mô lớn, tương tự như công nghiệp sản xuất hàng

hóa vật chất. Ông nhấn mạnh rằng các phương tiện truyền thông đại chúng như truyền hình, đài phát thanh, báo chí và phương tiện in ấn đang thay đổi cách mà văn hoá được sản xuất và tiếp cận, và tạo ra một cuộc cách mạng văn hoá mới. Ông cũng lấy ví dụ về sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hoá, như ngành điện ảnh và truyền hình. Ông nhấn mạnh rằng CNVH không chỉ đơn thuần là việc sản xuất tác phẩm văn hoá, mà còn liên quan đến cách mọi người trải nghiệm và tiếp nhận những tác phẩm này trong cuộc sống hàng ngày.

Với cái nhìn về sự tương tác hai chiều giữa phát triển CNVH và NLVH, trong tác phẩm *Làn sóng thứ ba* (1996), Alvin Toffler [1] bàn đến cách mà CNVH đang trở thành phần quan trọng của nền kinh tế thế giới. Ông nhấn mạnh sự tăng trưởng của ngành truyền thông, giải trí, nghệ thuật và các lĩnh vực khác liên quan đến văn hóa. Mặt khác, Toffler nêu lên sự thay đổi trong cách con người tiêu thụ nghệ thuật và giải trí trong thời đại “làn sóng thứ ba”. Ông nói về việc tạo ra các trải nghiệm đa dạng và cá nhân hơn trong việc tiếp cận nghệ thuật và giải trí nhờ sự phát triển của CNVH.

Raymond Williams trong cuốn sách *The Long Revolution* (Cách mạng lâu dài), xuất bản năm 1961 đã bàn đến vấn đề về tác động giữa “hiện thực” (reality) và “nghệ thuật” (art). Tác giả cho rằng đây là hai khái niệm khác biệt, thậm chí đối lập nhau, nhưng “nghệ thuật” là sự bắt chước (Art is the imitation of reality) “hiện thực” [157, tr.35]. Xét về bản chất, “nghệ thuật” không phản ánh “hiện thực” một cách khô khan mà “nghệ thuật” nâng giá trị của “hiện thực” lên một tầm cao mới. Sự kết hợp giữa hiện thực với nghệ thuật là nền tảng để hình thành CNVH. Williams đã mô tả CNVH như là một hệ thống sản xuất và phân phối các tác phẩm văn hoá trên quy mô lớn, tương tự như công nghiệp sản xuất hàng hóa vật chất. Ông nhấn mạnh rằng các phương tiện truyền thông đại chúng như truyền hình, đài phát thanh, báo chí và phương tiện in ấn đang thay đổi cách mà văn hoá được sản xuất và tiếp cận, và tạo ra một cuộc cách mạng văn hoá mới. Ông cũng lấy ví dụ về sự phát triển của các ngành CNVH, như ngành điện ảnh và truyền hình. Ông nhấn mạnh rằng CNVH không chỉ đơn thuần là việc sản

xuất tác phẩm văn hoá, mà còn liên quan đến cách mọi người trải nghiệm và tiếp nhận những tác phẩm này trong cuộc sống hàng ngày.

Richard E. Caves viết *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce* (2000) (Ngành công nghiệp sáng tạo: khế ước giữa nghệ thuật và thương mại) [159]. Trong tác phẩm này, tác giả đã khám phá mối quan hệ giữa nghệ thuật và thương mại trong ngành công nghiệp sáng tạo, tập trung vào sự tương tác giữa các yếu tố văn hóa và kinh tế. Tác giả phân tích sự đa dạng và sự tương tự giữa các ngành công nghiệp sáng tạo, bao gồm nghệ thuật, thiết kế, truyền thông, âm nhạc, điện ảnh... và cách mà giá trị được tạo ra trong các ngành này. Tác phẩm cũng nêu rõ những cơ hội mà ngành công nghiệp sáng tạo mang lại cho nghệ sĩ và doanh nghiệp, cũng như những thách thức mà nó có thể đối mặt.

Trên bình diện chính sách, ở cấp độ quốc tế, UNESCO là tổ chức đầu tiên sử dụng thuật ngữ các ngành CNVH (số nhiều) vào năm 1976 tại Đại hội đồng lần thứ 19 tổ chức tại Nairobi. Năm 2000, UNESCO coi các ngành CNVH là các ngành gắn sự sáng tạo, sản xuất và thương mại hóa các nội dung văn hóa phi vật thể. Những nội dung này được bảo vệ bởi luật bản quyền và có thể thể hiện dưới hình thức hàng hóa, dịch vụ văn hóa. Đây cũng chính là tinh thần mà Công ước UNESCO 2005 về bảo vệ và phát huy sự đa dạng của các biểu đạt văn hóa. Trong công cụ pháp lý quốc tế này, UNESCO chính thức định nghĩa các ngành CNVH là các ngành sản xuất và phân phối các “hàng hóa và dịch vụ văn hóa”. Đó là những hoạt động, hàng hóa, dịch vụ được xem là mang một ý nghĩa cụ thể hoặc được sử dụng, nhằm mục đích đại diện hoặc truyền tải những biểu đạt văn hóa, bất kể giá trị thương mại nào mà chúng có.

David Throsby và Victor A. Ginsburgh viết *The Economics of Art and Culture - An American Perspective* (2010) [144] (Kinh tế học về Nghệ thuật và Văn hóa – Một triển vọng ở Mỹ). Tác phẩm này giới thiệu một góc nhìn Mỹ về mối quan hệ giữa nghệ thuật, văn hóa và kinh tế, tập trung vào cách các yếu tố kinh tế ảnh hưởng đến lĩnh vực nghệ thuật và văn hóa.

Ở Việt Nam, đến nửa cuối thế kỷ XX, CNVH mới được bàn đến trong một vài công trình nghiên cứu. Tác giả Nguyễn Tri Nguyên trong *Văn hóa, tiếp cận lý luận và thực tiễn* (2004) [71] cho rằng, CNVH là một trong những vấn đề của văn hóa đương đại, gắn liền với quyền sở hữu trí tuệ. Tác giả Tô Huy Rúa (2006) *Xây dựng và phát triển ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta* [83], đã đề cập cụ thể hơn tới khái niệm, vai trò của CNVH.

Năm 2010, Đại sứ quán Đan Mạch tại Hà Nội cùng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp tổ chức hội thảo với chủ đề *Công nghiệp văn hóa: Vai trò đối với nền kinh tế và khung chính sách phù hợp phát triển công nghiệp văn hóa tại Việt Nam*. Trong Hội thảo, 1 trong 2 diễn giả chính của phía Việt Nam là Lương Hồng Quang đã đưa ra quan niệm: CNVH là các ngành công nghiệp sử dụng các sáng tạo cá nhân.

Trong bài *Công nghiệp văn hóa* (2014), các tác giả Đoàn Minh Huân và Nguyễn Ngọc Hà đã đề xuất định nghĩa riêng về CNVH:

Là ngành công nghiệp sáng tạo, sản xuất, tái sản xuất, phổ biến, tiêu dùng các sản phẩm và các dịch vụ văn hóa bằng phương thức công nghiệp hóa, tin học hóa, thương phẩm hóa, nhằm đáp ứng nhu cầu văn hóa đa dạng của xã hội, các hoạt động đó được bảo vệ bởi bản quyền [47, tr.61-65].

Các nghiên cứu của tác giả Đỗ Thị Thanh Thủy như *Để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam* (2014) [102], và *Một số biện pháp để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa - bài học từ các nước trên thế giới* (2015) [103, 104] đã làm sáng tỏ hơn về mặt lý thuyết đối với khái niệm “các ngành CNVH” và các khái niệm liên quan, đưa ra khái niệm về CNVH mà Việt Nam lựa chọn, đồng thời thông qua việc đánh giá điểm mạnh, điểm yếu của hiện trạng Việt Nam, đề xuất một hệ thống các biện pháp khá toàn diện trong việc huy động nguồn lực phát triển các ngành CNVH tại Việt Nam.

Đặc biệt cuốn sách *Phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam* do Từ Thị Loan làm c.b (2017) [59] đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về CNVH, làm rõ các khái niệm công cụ, đặc điểm, cơ cấu phân ngành, vai trò của CNVH và các yếu tố tác động đến sự phát triển CNVH ở Việt Nam.

Các công trình nghiên cứu trên cung cấp nhiều góc nhìn và là tài liệu quan trọng để NCS nhận diện và thấy được tiềm năng phát triển CNVH hiện nay, xác định các NLVH của Thủ đô Hà Nội; phân tích tiềm năng và thách thức phát triển CNVH dựa trên NLVH.

### **1.2.2. Nghiên cứu về nguồn lực con người cho phát triển công nghiệp văn hóa**

Trong cuốn sách Bourdieu viết cùng Darbel *L'Amour de l'Art* (1969) [154], các ông đã minh họa tác động khác biệt của vốn văn hóa, trước hết đề cập đến kiến thức văn hóa được thừa hưởng từ gia đình và sau đó đến trình độ học vấn. Cả hai đều dẫn đến khuynh hướng tiêu thụ sản phẩm văn hóa của mỗi cá nhân. Những người đã được gia đình cho tiếp cận với nền văn hoá tinh hoa, ngay từ nhỏ, họ phát triển nhu cầu tham gia vào các hoạt động văn hóa và tiêu thụ văn hoá mạnh mẽ hơn.

Đến năm 1986, Bourdieu viết cuốn *The Forms of Capital* (Hình thức của vốn xã hội) [153]. Ông tập trung nghiên cứu về yếu tố vốn, vốn văn hoá, và nổi lên vấn đề ông quan tâm vốn văn hóa ở trạng thái biểu hiện. Bourdieu chủ yếu nhấn mạnh đến vốn văn hoá mang tính cá nhân của con người và được đặt trong môi trường giáo dục, phát triển con người và những tác động tới bối cảnh xã hội Pháp lúc đó đang tồn tại sự bất bình đẳng giữa các tầng lớp xã hội. Sau này, John H. Goldthorpe (2007) cho rằng vốn văn hóa là khái niệm cốt lõi nhất của Bourdieu, và nó đóng một vai trò quan trọng trong các dự án lớn mà Bourdieu theo đuổi, tích hợp và giải thích về sự bất bình đẳng giai cấp xã hội ở trình độ học vấn, trình độ văn hoá vào một lý thuyết rộng hơn về phát triển xã hội.

Theo Wilkinson (1991) [172], văn hóa phản ánh mức độ gắn kết của cộng đồng và tạo cho mỗi thành viên trong cộng đồng đó ý thức thuộc về tập thể. Một nghiên cứu tổng hợp khác của Noonan (2003) đánh giá trên 65 nghiên cứu sử dụng phương pháp định giá ngẫu nhiên (Contingent valuation method) thông qua đo lường mức độ sẵn lòng chi trả (Willingness to pay) ứng dụng trong xác định giá trị của các NLVH. Kết quả nghiên cứu cho thấy, việc xác định giá trị kinh tế của các NLVH đang ngày càng được các nhà nghiên cứu quan tâm và đóng vai trò quan trọng giúp các nhà hoạch định chính sách so sánh giá trị của các nguồn

tài nguyên phi vật thể, từ đó có những điều chỉnh chính sách phù hợp, đồng thời góp phần củng cố tri thức về vai trò của NLVH đối với xã hội. Kết quả hồi quy meta cho thấy, nhìn chung việc ứng dụng phương pháp định giá ngẫu nhiên trong xác định giá trị NLVH cho kết quả phù hợp với mong đợi, tuy nhiên nghiên cứu cũng cho rằng cần thận trọng khi áp dụng bởi nhiều NLVH có bản chất phi thị trường.

Brennan, Flint và Luloff (2009) [174] cho thấy văn hóa là nhân tố tạo động lực cho sự sáng tạo bản sắc xã hội và đóng vai trò nền tảng tạo sự gắn bó và đoàn kết giữa các thành viên trong cộng đồng. Vì thế, cần gắn kết các nền văn hóa địa phương, đặc biệt là NLCN để hình thành động lực chung cho phát triển địa phương.

Ở Việt Nam, dưới góc tiếp cận liên ngành, *Động lực của sự phát triển kinh tế - xã hội*, Lê Hữu Tầng (c.b) (1997) [90] bàn đến các động lực thúc đẩy sự phát triển KT-XH của Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, trong đó nhấn mạnh yếu tố con người, với những động lực chính trị, tinh giữ vị trí quan trọng nhất trong phát triển kinh tế xã hội.

Công trình *Về phát triển văn hóa và xây dựng con người thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá* do Phạm Minh Hạc và Nguyễn Khoa Điềm là đồng c.b (2003) [38]. Công trình này đã đề cập đến những nội dung về phát triển văn hóa và xây dựng con người Việt Nam trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Trên cơ sở nhận thức sâu sắc và toàn diện hơn tư tưởng Hồ Chí Minh về phát triển văn hóa, xây dựng con người, công trình này đã làm rõ mối quan hệ biện chứng giữa văn hóa và phát triển thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá; khảo sát, đánh giá về các lĩnh vực phát triển con người; xây dựng tư tưởng đạo đức lối sống; vấn đề dân tộc và tôn giáo trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Thành tựu của những công trình khoa học trên, nhất là vấn đề định hướng cho khai thác NLVH cho phát triển CNVH là những chỉ dẫn quan trọng để NCS tiếp tục nghiên cứu và phát triển.

Dưới góc tiếp cận liên ngành, tác giả Phạm Minh Hạc dành sự quan tâm đặc biệt về mối quan hệ biện chứng giữa văn hoá và NLCN. Trong công trình

nghiên cứu thuộc Chương trình Khoa học Công nghệ cấp Nhà nước KX07 *Con người - mục tiêu, động lực của sự phát triển kinh tế xã hội* (2006 - 2010) do ông làm chủ nhiệm, công trình *Phát triển văn hóa, con người và nguồn nhân lực trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá* (2007) [37] bàn đến mối quan hệ biện chứng giữa văn hóa, con người và NLCN của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Từ những khẳng định này của Phạm Minh Hạc cho thấy sự gắn kết chặt chẽ của con người đối với sự phát triển văn hoá và kinh tế. Với vai trò vừa là mục tiêu, vừa là động lực cho sự phát triển, cần quan tâm xây dựng, chăm lo yếu tố con người trong quá trình phát triển nói chung và phát triển CNVH nói riêng.

Nguyễn Toàn Thắng (2016) trong *Nguồn lực văn hoá trong phát triển kinh tế xã hội* [96] đã nhận định: "Nguồn nhân lực là một yếu tố vô cùng quan trọng, bởi văn hóa xét đến cùng chính là con người. Con người là chủ thể sáng tạo ra văn hóa và con người cũng là sản phẩm của một nền văn hóa. Vì vậy, NLVH trước tiên chính là NLCN, bao gồm các trình độ về phẩm chất người, năng lực người, cụ thể là sức khỏe, trình độ tri thức, kỹ năng, lao động, đạo đức và chí hướng nghề nghiệp, chất lượng cuộc sống và hạnh phúc. Đây là những yếu tố tác động mạnh mẽ đến sự phát triển kinh tế xã hội" [96, tr.4].

Tác giả Đặng Phương Nga trong bài *Vai trò của văn hóa đối với sự phát triển nguồn nhân lực và kinh tế Việt Nam* (2017) [67] phân tích vai trò, tác động của văn hóa đến chất lượng NLCN nước ta và ảnh hưởng của văn hóa đến phát triển kinh tế Việt Nam, từ đó, đưa ra các giải pháp về phát triển văn hóa đối với sự phát triển NLCN và kinh tế Việt Nam hiện nay.

Trong các tài liệu *Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao* của Nguyễn Văn Lưu (2016) [60], *Đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện nay* của Nguyễn Sơn Hà (2016) [36], *Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập* của Trường Đại học Văn hiến (2019) [107] đã cho thấy, khi chuyển sang nền kinh tế tri thức trong xu thế toàn cầu hoá, hội nhập kinh tế quốc tế, NLCN, đặc biệt là NLCN chất lượng cao ngày càng thể hiện vai trò quyết định của nó. Các lý thuyết đều chỉ ra rằng, một nền kinh tế muốn tăng trưởng

nhanh và bền vững phải dựa trên ba trụ cột cơ bản: áp dụng công nghệ mới, phát triển hạ tầng cơ sở hiện đại và nâng cao chất lượng NLCN. Trong đó, động lực quan trọng nhất của sự tăng trưởng kinh tế bền vững chính là ở con người - nguồn nhân lực, đặc biệt là NLCN chất lượng cao. Đó là những con người có kỹ năng, kiến thức, tay nghề, kinh nghiệm, năng lực sáng tạo... Trong bối cảnh thế giới có nhiều biến động và cạnh tranh quyết liệt, phần thắng sẽ thuộc về quốc gia có NLCN chất lượng cao, có môi trường pháp lý thuận lợi cho đầu tư, có môi trường chính trị - xã hội ổn định.

Trong bài viết *Phát huy nguồn lực văn hóa, con người tạo bước đột phá đưa đất nước phát triển nhanh bền vững (2020)* [33], tác giả Lê Quý Đức khẳng định NLCN là phần quan trọng của NLVH, gắn bó mật thiết với NLVH. NLVH (trong đó có NLCN là quan trọng nhất) là sức mạnh vừa hữu hình, vừa vô hình, thúc đẩy sự phát triển KT-XH bền vững theo hướng nhân văn, nhân bản. Theo đó, trong các giải pháp phát huy NLVH Việt Nam mang tính đột phá được bàn đến, NLCN với tư cách là nguồn lực của mỗi cá nhân và gắn với nguồn lực cá nhân là quyền tài sản của cá nhân (sở hữu tư nhân) là yếu tố quan trọng.

Như vậy, giữa yếu tố con người và văn hoá có sự gắn kết chặt chẽ. Văn hoá giúp con người trở thành nguồn lực cho phát triển, đồng thời con người là nguồn lực phát triển văn hoá. Đối với phát triển CNVH, yếu tố NLCN là không thể thiếu, thậm chí giữ vị trí quyết định, bởi con người là chủ thể sáng tạo, sản xuất, phân phối, tiêu dùng các sản phẩm văn hoá. Vì vậy đặt ra vấn đề cần nghiên cứu, đánh giá đúng NLCN trong phát triển CNVH ở Thủ đô hiện nay, để trên cơ sở đó có những giải pháp phù hợp phát huy nguồn lực đặc biệt quan trọng này.

### **1.2.3. Nghiên cứu về nguồn lực di sản văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa**

Kebir và Crevoisier (2008) [146] nghiên cứu trường hợp một địa phương với sản phẩm truyền thống và chỉ ra rằng các NLVH đã tham gia vào quá trình sản xuất và các quan hệ thương mại. Nghiên cứu củng cố tính khả thi của việc kết hợp và phát huy NLVH để phát triển kinh tế. Tuy nhiên, do tính đặc thù cao



của từng địa phương, tính áp dụng của kết quả nghiên cứu cần được tiếp tục khảo sát.

Keitumetse (2014) [176] đưa ra phân tích mô hình quản lý nguồn lực DSVH dựa trên cộng đồng (COBACHREM). Mô hình này hứa hẹn là giải pháp phù hợp đối với các nước đang phát triển, khi mà bên cạnh nguồn tài nguyên thiên nhiên, các nguồn tài nguyên văn hóa và di sản ngày càng có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển KT-XH. Nghiên cứu chỉ ra lỗ hổng thiếu sót một mô hình hiệu quả để quản lý và sử dụng các nguồn tài nguyên văn hóa để bảo đảm tính bền vững cho các nguồn tài nguyên đó, đặc biệt là ở cấp cơ sở địa phương. Vì thế, mô hình COBACHREM đưa ra một khung bảo tồn và phát triển các nguồn lực DSVH gồm bốn bước thực hiện, và nghiên cứu cho thấy mô hình này tỏ rõ tác dụng đối với trường hợp phát triển du lịch sinh thái ở Botswana, tuy nhiên cần thêm nhiều nghiên cứu để kiểm chứng tính ứng dụng của mô hình này.

Nocca (2017) [148] phân tích trên 40 dự án phát triển địa phương có liên quan đến NLVH để tìm bằng chứng thực nghiệm về tính hiệu quả KT-XH của việc bảo tồn và nâng cao giá trị DSVH. Nghiên cứu cho thấy mối liên hệ rõ rệt giữa bảo tồn và phát huy DSVH với phát triển ngành du lịch bền vững/du lịch sinh thái và với lĩnh vực bất động sản, đồng thời lưu ý tác động hai chiều giữa nguồn lực DSVH cùng với ngành du lịch văn hóa và sự biến đổi khí hậu. Nghiên cứu của Veghes (2018) cũng chung nhận định, tuy nhiên ngoài những mối liên hệ rõ rệt đối với ngành du lịch, tác động của DSVH đối với tăng trưởng bao trùm còn khá hạn chế, do thiếu cơ chế sử dụng các nguồn lực địa phương để sản xuất hàng hóa và dịch vụ để quản lý, quảng bá và tận dụng DSVH, cũng như cơ chế phân phối lại thành quả giữa các thành viên.

Petti và cộng sự (2020) [152] thực hiện nghiên cứu trường hợp ở Châu Âu và chỉ ra mối liên hệ giữa DSVH và các mục tiêu phát triển bền vững (Sustainable Development Targets - SDGs) do Liên hợp quốc đề ra. Nghiên cứu cho thấy nhiều chính phủ hiện nay vẫn giữ cách tiếp cận truyền thống, tập trung vào bảo tồn và phát huy các DSVH vật thể mà ít tập trung đến các giá trị văn hóa

phi vật thể. Đồng thời, nghiên cứu cũng cho thấy tính khả thi của việc lồng ghép các chỉ số SDGs vào các bộ dữ liệu quốc gia, từ đó có thể đạt được mục tiêu phát triển bền vững về DSVH.

Ở Việt Nam, tác giả Hoàng Vinh trong những công trình *Văn hoá và Phát triển ở Việt Nam - một số vấn đề lý luận và thực tiễn* (2004) [118] và *Những vấn đề văn hoá trong đời sống xã hội Việt Nam hiện nay* (2006) [119] đã cho thấy một số thành tố của văn hóa như DSVH, hệ giá trị văn hóa chính là nguồn lực phi vật thể của sự phát triển KT-XH.

Một số nghiên cứu lại chú ý đến NLVH phi vật thể trong phát triển du lịch như cuốn sách của nhóm tác giả Phạm Lan Oanh, Nguyễn Thành Tuấn (2014), *Phát huy vốn văn hóa dân gian trong phát triển du lịch Cao Bằng* [73], tác giả Đặng Thị Tuyết trong bài viết *Văn hoá bản địa, nguồn lực vàng phát triển du lịch Tây Bắc* (2015) [110], Tác giả Hà Thúy Mai (2016) viết *Nguồn lực văn hóa và tiềm năng du lịch ở khu di tích lịch sử Tân Trào* [63], Hà Văn Siêu viết *Di sản văn hóa với phát triển du lịch* (2018) [85], Nguyễn Thị Phương Châm với bài viết *Lễ hội dân gian và sự phát triển du lịch* (2018) [16]... Việt Nam có rất nhiều lễ hội dân gian độc đáo, đặc sắc. Các lễ hội dân gian này tồn tại trên khắp cả nước và luôn cuốn hút sự tìm hiểu, tham dự của người dân trong và ngoài nước. Do đó, đây chính là nguồn lực quan trọng cho phát triển du lịch. bài viết cũng cho thấy các xu hướng thực hành lễ hội dân gian hiện nay và vấn đề đặt ra cho phát triển du lịch. DSVH là động cơ cho chuyên du lịch, là môi trường tương tác, là trải nghiệm đáng giá cho du khách và trở thành tài nguyên, nguồn lực chiến lược trong phát triển ngành CNVH. Từ đó bài viết đưa ra giải pháp phát triển du lịch văn hóa tại Việt Nam trong thời gian tới: hoàn thiện hành lang pháp lý về du lịch văn hóa, có chiến lược phát triển du lịch văn hóa phù hợp, định hướng hoạt động du lịch và các hoạt động dân sinh khác trong lòng di sản một cách bền vững, xây dựng hệ thống dữ liệu số hóa về DSVH Việt Nam

Bàn cụ thể hơn về sự tương tác hai chiều giữa phát triển CNVH và giá trị văn hóa dân tộc, tác giả Bùi Thị Kim Chi có bài viết *Phát triển công nghiệp văn hóa gắn với phát huy giá trị văn hóa dân tộc Việt Nam* (2021) [17]. Bài viết cho

thấy trong thời gian qua, mặc dù CNVH ở Việt Nam vẫn đang trong quá trình hình thành và phát triển nhưng đã gắn với các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc. Nhưng không phải CNVH chỉ biết khai thác các giá trị văn hóa truyền thống mà nó đã tác động tích cực trở lại với các nguồn lực này. Tác giả đã cho thấy CNVH góp phần nâng cao ý thức khôi phục, giữ gìn, phát huy giá trị văn hóa; khuyến khích người dân biểu hiện, thực hành các giá trị văn hóa dân tộc; góp phần mở rộng quảng bá giá trị văn hóa dân tộc Việt Nam ra thế giới.

Có thể nói, các công trình này đã cho NCS tiếp cận các khái niệm và góc nhìn hữu ích về CNVH, nguồn lực DSVH để áp dụng vào nghiên cứu NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Các công trình cũng giúp NCS hiểu rõ hơn về quá trình thay đổi từ cộng đồng truyền thống sang trung tâm văn hoá hiện đại của Hà Nội, phát huy sự đa dạng các NLVH, sự sáng tạo, pha trộn giữa các yếu tố truyền thống - hiện đại và tương tác, ảnh hưởng giữa cộng đồng văn hóa và môi trường xã hội của thành phố. Qua đó, NCS hiểu rõ hơn về mối quan hệ phức tạp giữa các NLVH và kinh tế để áp dụng vào việc nghiên cứu về cách các yếu tố này tương tác và ảnh hưởng đến phát triển CNVH của Hà Nội.

#### **1.2.4. Nghiên cứu về nguồn lực thể chế, chính sách văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa**

Công trình của David Looseley (1995) *The Politics of Fun: Cultural Policy and Debate in Contemporary France*, (*Chính trị Giải trí: Chính sách văn hóa và tranh luận tại nước Pháp đương đại* [140] đã cung cấp cái nhìn lịch sử về đặc trưng mô hình chính sách văn hóa với sự can thiệp trực tiếp của nhà nước nhằm thực hiện sứ mệnh văn hóa và sự tiến triển qua các thời kỳ Bộ trưởng Văn hóa: từ việc thực hiện 03 trụ cột: bảo tồn (và đào tạo), sáng tạo (các tác phẩm mới đương đại) và dân chủ hóa văn hóa, cho đến việc tăng cường phân cấp, phi tập trung, thúc đẩy số hóa, phát triển các ngành CNVH.

Nghiên cứu của Nicolas Garnham (2005) [147] trong *From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the 'creative industries' approach to arts and media policy making in the United Kingdom* (Từ các ngành CNVH đến sáng tạo: phân tích về hàm ý đối với các tiếp cận “các ngành công

nghiệp sáng tạo” với chính sách nghệ thuật và truyền thông tại Vương quốc Anh). Tác giả đã phân tích về hàm ý đối với các tiếp cận “các ngành công nghiệp sáng tạo” với chính sách nghệ thuật và truyền thông tại Vương quốc Anh, đã phân tích hàm ý về chính sách văn hóa khi Anh chuyển đổi từ thuật ngữ các ngành CNVH sang các ngành công nghiệp sáng tạo. Việc sử dụng thuật ngữ các ngành công nghiệp sáng tạo gắn với các lý thuyết về xã hội thông tin, với khái niệm “đổi mới sáng tạo” và tuyên bố về vai trò của lĩnh vực văn hóa như một lĩnh vực tăng trưởng kinh tế quan trọng trong nền kinh tế toàn cầu có sự liên kết với lĩnh vực sở hữu trí tuệ. Vì vậy, có đầy đủ lý lẽ để bảo vệ việc cấp ngân sách nhà nước cho nghệ sỹ và hỗ trợ chuỗi cung ứng, thay vì các mục tiêu khác của chính sách văn hóa như tăng cường sự tham gia và tiếp cận của người dân.

Bàn về phát triển CNVH ở Anh, bài viết *Chính sách văn hóa trong thời đại các ngành công nghiệp sáng tạo*, Hasan Bakhshi và Stuart Cunningham (2016) [135] lập luận về việc chính sách văn hóa hiện thời của Anh có sự chông lẩn với chính sách các ngành công nghiệp sáng tạo do các phương pháp đo lường và thống kê. Vì vậy, các ông kêu gọi việc tái cân bằng, cần định hướng chú trọng vào các mục tiêu như giáo dục văn hóa, văn hóa với sức khỏe của người dân, tăng cường sự tham gia của người dân vào các hoạt động văn hóa để không ai bị bỏ lại phía sau.

Cuốn sách *Creative Island, Sector analysis* (2017) (Đảo sáng tạo, phân tích lĩnh vực) [150] của O’Connor Justin đã phânhã tích nền kinh tế văn hóa Trung Quốc trong 20 năm qua với chiều cạnh lịch sử và đặt ra những câu hỏi về bản chất của chủ nghĩa tư bản sáng tạo, cung cấp tư duy mới về chính sách văn hóa tại Trung Quốc, định vị Trung Quốc trong nền kinh tế văn hóa toàn cầu. Ở nước ta cũng có nhiều công trình nghiên cứu về chính sách văn hóa và các ngành CNVH của Trung Quốc. Trong đó phải kể đến hàng loạt các công trình của tác giả Nguyễn Thị Thu Phương và cộng sự như *Sức mạnh mềm văn hóa Trung quốc và tác động tới Việt Nam và một số nước Đông Nam Á* (2016) [76], bài viết *Tác động của cải cách thể chế đối với phát triển công nghiệp văn hóa Trung Quốc và một số vấn đề đặt ra cho Việt Nam* (2016) [77], *Cải cách thể chế văn hóa Trung Quốc từ năm 1978 đến nay* (2017) [78], ...

Nghiên cứu về sự tác động của cơ chế, chính sách đến văn hoá, phát triển văn hoá nói chung và phát triển CNVH ở Việt Nam nói riêng, có các công trình tiêu biểu như: Đề tài khoa học *Cơ chế chính sách bảo vệ và phát huy di sản văn hóa ở Việt Nam* (2003) do Đặng Văn Bài làm chủ nhiệm [8]. Các công trình nghiên cứu như *Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc* do tác giả Nguyễn Khoa Điềm c.b (2001), *Những thách thức của văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế* do tác giả Phạm Duy Đức c.b (2006), *Văn hóa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế* do tác giả Nguyễn Chí Bền c.b (2010), hay *Quản lý văn hóa Việt Nam trong tiến trình đổi mới và hội nhập quốc tế* do tác giả Phan Hồng Giang và Bùi Hoài Sơn đồng c.b (2014)... đã phân tích vai trò của văn hóa trong quá trình phát triển, vạch ra những thách thức cơ bản đối với văn hóa trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và đề ra một số giải pháp chủ yếu để xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam trong thời kỳ mới. Đây là các tài liệu tham khảo cơ bản cung cấp cái nhìn tổng thể cho tác giả luận văn tiếp tục phân tích và đề xuất cụ thể đối với Chính phủ kiến tạo, hành động trong việc bảo vệ và phát huy sự đa dạng của các biểu đạt văn hóa.

Các bài viết của tác giả Tô Huy Rứa *Xây dựng và phát triển ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta* (2006), *Phát huy vai trò động lực của văn hóa đối với sự phát triển kinh tế - xã hội* (2006), Mai Hải Oanh với bài *Xây dựng ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta* (2006)... đã đặt ra hướng tiếp cận mới, đổi mới về tư duy, thay đổi quan niệm truyền thống coi văn hóa là kiến trúc thượng tầng đảm đương chức năng hình thái ý thức và chỉ phát huy cao độ trong lĩnh vực tinh thần, xác lập nhận thức trong thời đại kinh tế tri thức: văn hóa là nhân tố mấu chốt của tăng trưởng kinh tế, trực tiếp thúc đẩy sức sản xuất phát triển, phát triển CNVH là một biến đổi quan trọng đối với phương thức phát triển văn hóa, xây dựng CNVH là tiến hành xây dựng văn hóa trong tình hình mới, sử dụng điều kiện thuận lợi của cơ chế thị trường và kỹ thuật cao để tạo nên sự phát triển mạnh mẽ của sự nghiệp văn hóa nghệ thuật, là tiền đề hết sức quan trọng; để xây dựng một nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Từ năm 2007, khi Việt Nam tiến hành đánh giá lại chính sách văn hóa trong khuôn khổ dự án Sida Thụy điển tài trợ và đặc biệt, sau khi phê chuẩn Công ước 2005, nhiều hội thảo quốc tế về chủ đề này đã được tổ chức. Có thể kể đến hội thảo do Cục Hợp tác quốc tế, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì trong khuôn khổ dự án Đối thoại giữa các nhà quản lý và hoạch định chính sách văn hóa do Đan Mạch tài trợ *Công nghiệp văn hóa: Vai trò đối với nền kinh tế và khung chính sách phù hợp phát triển công nghiệp văn hóa tại Việt Nam (2010)* [13]. Hội thảo đã góp phần đưa khái niệm các ngành CNVH tới gần hơn với các nhà quản lý, giới nghiên cứu, doanh nhân, các tổ chức văn hóa nghệ thuật và những người thực hành văn hóa. Qua các cuộc hội thảo, một số vấn đề lý luận chung về CNVH như khái niệm, vai trò, hệ thống phân ngành, xu hướng phát triển, giải pháp tạo động lực... đã được bàn luận và trao đổi, góp phần làm sáng tỏ hơn khái niệm CNVH - một lĩnh vực đã phát triển mạnh mẽ ở nhiều nước trên thế giới nhưng vẫn còn mới mẻ ở Việt Nam.

Các nghiên cứu của tác giả Đỗ Thị Thanh Thủy *Để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam (2014)* [102] và *Một số biện pháp để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa – bài học từ các nước trên thế giới (2015)* [103] làm sáng tỏ hơn về mặt lý thuyết đối với khái niệm các ngành CNVH và cho thấy CNVH đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế của một quốc gia.

Cuốn *Phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam* do tác giả Từ Thị Loan c.b (2017) [59] đã làm rõ các yếu tố tác động đến sự phát triển CNVH ở Việt Nam, giới thiệu các kinh nghiệm phát triển các ngành CNVH ở một số nền kinh tế phát triển như Anh, Pháp, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Singapo để đúc rút bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam. Công trình còn tiến hành khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng phát triển một số phân ngành CNVH tại Việt Nam, nhận diện thế mạnh, tiềm năng cũng như hạn chế, thách thức để đề xuất một số định hướng chính sách, nhiệm vụ, giải pháp và lộ trình hành động nhằm phát triển CNVH tại nước ta.

Công trình nghiên cứu của cố tác giả Lương Hồng Quang *Các ngành công nghiệp sáng tạo ở Việt Nam: Môi trường thể chế, thị trường và sự tham gia*

(2018) [80] đi sâu phân tích các ngành CNVH và sáng tạo với tư cách là một hiện tượng kinh tế - văn hóa ra đời trong điều kiện của nền kinh tế tri thức, dựa vào các tiềm năng văn – con người cùng các yếu tố về công nghệ và phát triển thị trường. Xác định Việt Nam đang trong giai đoạn đầu tiên – “giai đoạn mới hình thành” của quá trình phát triển gồm 3 giai đoạn của các ngành công nghiệp sáng tạo, tác giả nhấn mạnh vai trò “bà đỡ” của chính sách, đưa ra bộ công cụ và đề xuất cụ thể để bổ sung cho Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ ban hành vào năm 2016 mà tác giả đánh giá là một bước phát triển thể chế quan trọng;

Nguyễn Thị Thu Phương c.b cuốn *Định vị các ngành CNVH trong phát triển bền vững ở Việt Nam* (2022) [79]. Cuốn sách tập trung vào ứng dụng lý thuyết, cập nhật các khung đánh giá vào việc nhận diện sự phát triển của các ngành CNVH Việt Nam trong phát triển bền vững từ góc độ thể chế. Kết cấu của cuốn sách chia thành 3 phần, với việc bố trí các chương trong mỗi phần tác giả đưa ra góc nhìn khác nhau để tìm kiếm sự đồng thuận trong việc từng bước định vị sự phát triển của các ngành CNVH Việt Nam theo hướng phát triển bền vững, từ đó đề xuất các tiêu điểm sáng tạo như những giải pháp căn cốt tạo nên các bước đột phá cho các ngành CNVH Việt Nam, góp phần thúc đẩy văn hoá nói chung, CNVH nói riêng của nước nhà theo hướng bền vững và hội nhập hơn. Cuốn sách là công trình phản ánh đúng bước phát triển mới về phát triển các ngành CNVH vào thời điểm được đầu tư đúng mức, được phát triển có trọng tâm và trở thành động lực, mục tiêu của sự phát triển bền vững.

Nhìn chung, các công trình nghiên cứu ở trong và ngoài nước cho thấy thể chế, chính sách văn hóa tác động lớn đến sự phát triển của ngành CNVH. Điều này giúp NCS để rút ra bài học trong việc đề xuất chính sách cho phát triển CNVH tại Hà Nội dựa trên các NLVH này. Các nghiên cứu cũng tạo ra cơ sở dữ liệu về cơ chế chính sách và các biện pháp liên quan đến bảo vệ và phát huy giá trị DSVH. Điều này làm cơ sở cho việc nghiên cứu về phát huy NLVH trong phát triển CNVH. Bên cạnh đó, NCS cũng nhận thức rõ hơn vai trò và tầm quan trọng của chính sách trong việc định hình và thúc đẩy phát triển nguồn lực

DSVH. Nghiên cứu về nguồn lực này trong phát triển CNVH cần phải xem xét cách các chính sách có thể hỗ trợ hoặc góp phần tạo ra sự đa dạng và độc đáo cho CNVH. NCS có thể vận dụng để tìm hiểu cách nguồn lực DSVH ảnh hưởng đến các lĩnh vực khác như du lịch văn hóa, thiết kế, giáo dục, và kinh doanh. Điều này cung cấp gợi ý về cách tận dụng NLVH để thúc đẩy phát triển bền vững của ngành CNVH ở Hà Nội trong giai đoạn hiện nay.

### **1.3. NGHIÊN CỨU VỀ NGUỒN LỰC VĂN HÓA CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI**

Vấn đề NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội đã được nhiều tác giả quan tâm trên những khía cạnh khác nhau. Có thể nói, nguồn tài liệu về nội dung này vô cùng lớn. NCS tổng quan những công trình cơ bản sau:

#### **1.3.1. Nghiên cứu về văn hoá và công nghiệp văn hoá Hà Nội**

Đình Gia Khánh (2008) có *Địa chỉ văn hóa dân gian Thăng Long-Đông Đô-Hà Nội* [53]. Nguyễn Khắc Viện (2010) có *Thăng Long - Hà Nội: Lịch sử và văn hóa*. Đặc biệt phải kể đến những công trình lớn (dung lượng trên 1000 đến vài nghìn trang sách) như: *1000 Thăng Long - Hà Nội* của Nguyễn Vinh Phúc (1193 trang), *Bách khoa thư Hà Nội* 18 tập (khoảng trên 5000 trang) [75], Bộ sách của Chương trình khoa học cấp nhà nước KX.09 *Nghiên cứu phát huy điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội và giá trị lịch sử - văn hóa, phục vụ phát triển toàn diện Thủ đô* hướng tới Kỷ niệm 1000 năm Thăng Long - Hà Nội với 11 tập (khoảng 4000 trang)... Các công trình này đề cập đến nhiều yếu tố của Thăng Long - Hà Nội, trong đó đã cho thấy NLVH vô cùng phong phú, đa dạng về điều kiện sinh thái nhân văn, kinh nghiệm về quản lý xã hội, hoạt động đối ngoại, đặc trưng kinh tế Thăng Long, giáo dục - đào tạo, phát triển khoa học và trọng dụng nhân tài, bảo tồn và phát huy giá trị DSVH Thăng Long - Hà Nội, những phẩm chất đặc trưng của người Thăng Long - Hà Nội.

Trải qua hàng nghìn năm xây dựng và phát triển kinh đô, các thế hệ chủ nhân Thăng Long - Hà Nội đã sáng tạo ra hệ thống giá trị văn hóa quý giá. DSVH vật thể và phi vật thể ở Thăng Long - Hà Nội phản ánh sinh động đời sống vật chất và tinh thần của mỗi giai đoạn lịch sử phát triển Thăng Long - Hà



Nội và của cả nước. Đặc biệt quan trọng là khu Di tích khảo cổ học ở 18 Hoàng Diệu và Thành cổ Hà Nội hợp thành “Khu Trung tâm Hoàng Thành Thăng Long - Hà Nội”. DSVH phi vật thể ở Thăng Long - Hà Nội gồm văn học dân gian, lễ hội truyền thống, trò chơi dân gian, nghệ thuật cổ truyền, phong tục tập quán, văn hóa ẩm thực, nghệ thuật và tri thức dân gian. Đây là những nguồn lực rất đa dạng và phong phú góp phần vào đời sống văn hóa tinh thần, thể hiện bản sắc độc đáo của văn hóa Thủ đô. Làng nghề, phố nghề truyền thống của Thăng Long - Hà Nội còn chứa đựng tiềm năng du lịch rất lớn. Khách du lịch trong nước và nước ngoài muốn đến tận các làng nghề, phố nghề để tìm hiểu dấu ấn của nền văn hóa xa xưa, đồng thời còn muốn tìm hiểu kỹ năng của những nghệ nhân đã tạo ra những sản phẩm thủ công mỹ nghệ nổi tiếng. Đây là những yếu tố quan trọng để Hà Nội tiếp tục đà phát triển trong giai đoạn mới.

Trong bài viết *Phát triển bền vững Thủ đô Hà Nội trên nền tảng 1000 năm văn hiến, anh hùng (2010)* [74], tác giả Phùng Hữu Phú chỉ rõ cần phải có chiến lược phát triển Thủ đô trên cơ sở hiểu rõ và phát huy những giá trị văn minh - văn hiến, những nguồn lực vật chất và tinh thần của đất và người Thăng Long - Hà Nội. Đó là điều quan trọng để tạo nên nguồn xung lực phát triển mạnh mẽ Thủ đô trên tầm cao của thiên niên kỷ thứ III. Tác giả cũng cho thấy cần phải tập trung vào các nội dung: 1) Phát huy những giá trị cốt lõi trong tảng nền văn minh- văn hiến Thăng Long- Hà Nội; 2) Phát huy những nguồn lực, lợi thế tự nhiên và kinh tế trong phát triển bền vững Thủ đô, trong đó nguồn lực quan trọng bậc nhất và cũng là lợi thế hàng đầu của Hà Nội chính là nguồn tài nguyên văn hóa và NLCN; 3) Tập trung vào những khâu đột phá cụ thể.

Nói về phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội, đầu tiên phải kể đến công trình nghiên cứu *Xây dựng và phát triển ngành công nghiệp văn hóa Thủ đô Hà Nội (2012)* [30] do Phạm Duy Đức và Vũ Phương Hậu đồng c.b. Công trình này là kết quả nghiên cứu trong 3 năm (2008-2010) của Viện Văn hóa và Phát triển. Các tác giả đã bàn luận và làm rõ một số vấn đề trong nhận thức luận về CNVH. Đó là quan niệm và cơ cấu CNVH, vai trò của CNVH đối với việc xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, một số kinh nghiệm quốc tế về xây

dựng và phát triển các ngành CNVH, ngành CNVH ở nước ta hiện nay, những vấn đề đặt ra đối với việc xây dựng và phát triển CNVH ở Hà Nội. Trên cơ sở đó, các tác giả đi tới đánh giá thực trạng CNVH của Thủ đô trên các nội dung: nhận thức về vai trò của CNVH đối với việc xây dựng và phát triển văn hóa ở Thủ đô Hà Nội; thực trạng ngành công nghiệp báo chí, phát thanh truyền hình, điện ảnh, xuất bản, băng đĩa, sản xuất đồ chơi và các phương tiện phục vụ khu vui chơi giải trí ở Hà Nội. Mặc dù các tác giả chưa bàn về NLVH cho phát triển công nghiệp ở Thủ đô, song, chúng ta cũng nhận thấy NLVH tác động đến việc hình thành và phát triển CNVH ở Hà Nội.

Đề tài khoa học *Nghiên cứu phát triển công nghiệp văn hóa của Hà Nội trong giai đoạn 2021-2030* [117] được thực hiện bởi nhóm nghiên cứu thuộc Viện Nghiên cứu phát triển KT-XH Hà Nội. Đề tài đã phân tích thực trạng phát triển CNVH của Hà Nội trong giai đoạn 2011-2020, từ đó đề xuất những định hướng và giải pháp phát triển CNVH của thành phố trong giai đoạn 2021-2030. Đề tài cho thấy, dựa trên các NLVH của Thủ đô, CNVH của Hà Nội đã có những bước phát triển đáng kể trong giai đoạn 2011-2020. Tuy nhiên, CNVH còn nhỏ, chưa tương xứng với tiềm năng của thành phố.

### **1.3.2. Nghiên cứu về nguồn lực văn hoá cho phát triển công nghiệp văn hoá ở Hà Nội**

Để khai thác tốt các nguồn lực văn hoá của Thủ đô cho phát triển du lịch, tác giả Nguyễn Việt Chức có bài *Văn hóa Thăng Long - Hà Nội tài nguyên quý giá để phát triển du lịch* [121], tác giả Vũ Thị Phương Hậu có bài *Di sản văn hóa trong phát triển du lịch ở Thủ đô Hà Nội* (2019) [44]. Các tác giả cho biết muốn phát triển du lịch thì cần phải khai thác tốt hơn giá trị văn hóa truyền thống Thăng Long - Hà Nội. Điều này chỉ được thực hiện khi sử dụng công nghệ hiện đại. Chính công nghệ hiện đại sẽ biến DSVH trở thành tài nguyên văn hóa cho phát triển du lịch Hà Nội. Công nghệ sẽ giúp biến di sản thành sản phẩm du lịch độc đáo, hấp dẫn, sống động.

Cũng bàn về nội dung này ở mức độ bao quát hơn, tác giả Phan Huy Lê có bài *DSVH trong sự phát triển đặc trưng và bền vững của Thủ đô Hà Nội* (2014)

[56]. Đặng Văn Bài (2014) có bài viết *Nguồn lực văn hóa của Hà Nội và định hướng phát triển công nghiệp văn hóa* [8]. Tác giả Đặng Thị Hồng Hạnh viết *Nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế thủ đô Hà Nội qua nghiên cứu tại làng Bát Tràng - Gia Lâm và làng Mông Phụ - Sơn Tây* (2018) [40]. Các tác giả đã đề cập tới vai trò của DSVH trong sự phát triển bền vững với những đặc trưng riêng của Thủ đô Hà Nội, tập trung vào việc phân tích và đánh giá về các nguồn lực văn hoá đặc trưng của Hà Nội, bao gồm DSVH, tài nguyên nghệ thuật, cộng đồng văn hoá, sự kiện văn hóa và các yếu tố khác đóng góp vào sự phong phú và đa dạng của văn hóa thành phố, phân tích rõ sự cần thiết phải xây dựng một Quy hoạch bảo tồn và phát triển văn hóa. Quy hoạch này vừa làm cơ sở cho sự quản lý và triển khai Quy hoạch phát triển chung của Thủ đô, vừa bảo đảm sự phát triển đúng hướng và hài hòa giữa kinh tế, xã hội với văn hóa ở Hà Nội. Trên cơ sở đó tác giả đề xuất các hướng phát triển cho ngành CNVH tại Hà Nội, dựa trên NLVH có sẵn, bao gồm việc khai thác DSVH để tạo nội dung sáng tạo, phát triển các sản phẩm và dịch vụ văn hóa, tạo cơ hội cho người làm công việc văn hóa, và quảng bá hình ảnh văn hóa của Thành phố.

Đề tài khoa học cấp Thành phố *Phát huy vốn văn hóa trong phát triển kinh tế của thành phố Hà Nội* do Đinh Thị Vân Chi làm chủ nhiệm thực hiện năm 2022. Đề tài đã làm rõ khái niệm vốn văn hóa, vai trò của vốn văn hóa đối với phát triển kinh tế. Đề tài cũng khảo sát và nhận diện vốn văn hóa và khả năng khai thác vốn văn hóa cho phát triển kinh tế của thành phố Hà Nội. Qua đó, nhóm nghiên cứu đã tiến hành nhận diện vốn văn hóa chủ thể hóa, vốn văn hóa khách thể hóa và vốn văn hóa thể chế hóa của Hà Nội và khả năng khai thác cho phát triển kinh tế. Có thể thấy, đề tài là nguồn tài liệu khá gần với chủ đề phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội hiện nay. Tuy nhiên, đề tài đề cập trên diện rộng (phát triển kinh tế nói chung) nên chưa tiến hành khảo sát kỹ vốn văn hóa cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội hiện nay.

Năm 2023, thành phố Hà Nội đã tổ chức hội thảo khoa học *Phát huy các giá trị và nguồn lực văn hóa xây dựng Thủ đô “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”* [112]. Các tham luận trong hội thảo đã cho thấy văn hóa Thăng Long - Hà Nội là

một nguồn lực to lớn cho phát triển Thủ đô “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”. Hội thảo cũng nhận diện sâu sắc hơn các giá trị văn hóa, NLVH Thăng Long - Hà Nội phục vụ xây dựng và phát triển Thủ đô nhằm thực hiện mục tiêu phát triển thủ đô từ nay đến năm 2030 và 2045, với định hướng lớn: Thủ đô Hà Nội là Thành phố “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”. Hội thảo nhận diện sâu sắc hơn các giá trị văn hóa, NLVH Thăng Long - Hà Nội phục vụ xây dựng và phát triển Thủ đô nhằm thực hiện mục tiêu phát triển thủ đô từ nay đến năm 2030 và 2045, với định hướng lớn: Thủ đô Hà Nội là Thành phố “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”; xứng đáng là trung tâm đầu não chính trị - hành chính quốc gia, trái tim của cả nước; trung tâm lớn về kinh tế, văn hoá, giáo dục và đào tạo, khoa học và công nghệ và hội nhập quốc tế; xây dựng Thủ đô Hà Nội trở thành đô thị thông minh, hiện đại, xanh, sạch, đẹp, an ninh, an toàn; phát triển nhanh, bền vững, có sức lan toả để thúc đẩy vùng đồng bằng sông Hồng, vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và cả nước cùng phát triển.

#### **1.4. NHỮNG KẾT QUẢ VÀ VẤN ĐỀ CẦN ĐƯỢC TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU (ĐÁNH GIÁ VỀ TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ LUẬN ÁN CẦN TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU)**

##### **1.4.1. Đánh giá chung các kết quả nghiên cứu theo tổng quan**

###### ***1.4.1.1. Các kết quả nghiên cứu lý luận***

Thông qua tổng quan tình hình nghiên cứu các vấn đề liên quan đến đề tài luận án, có thể thấy nhóm công trình nghiên cứu về các thể chế, chính sách văn hóa và các ngành CNVH trên thế giới rất phong phú. Đề tài này cũng được các nhà nghiên cứu tại Việt Nam ngày càng quan tâm với sự ra đời của nhiều công trình trong nước về CNVH trong hơn 10 năm qua.

Vấn đề “đa dạng văn hóa” ở các quốc gia, các địa phương cũng được nhiều nhà khoa học nghiên cứu từ lâu và hình thành lý thuyết về chủ nghĩa đa văn hóa. Lý thuyết này đề cập đến việc thừa nhận, tôn trọng và thúc đẩy sự hiện diện của nhiều nền văn hóa, giá trị và bản sắc khác nhau trong một xã hội hoặc cộng đồng. Sự đa dạng này đến từ nhiều yếu tố cấu thành, trong đó sự đa dạng về DSVH đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội. Việc bảo tồn

và khai thác hợp lý các giá trị văn hóa có thể góp phần tạo việc làm, nâng cao đời sống cộng đồng, và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững. Một số công trình còn có những nghiên cứu chuyên sâu về việc phát huy giá trị văn hóa bản địa hay vốn văn hóa dân gian trong phát triển du lịch đều có tiềm năng tạo ra giá trị kinh tế lâu dài, đồng thời giữ gìn và truyền bá bản sắc văn hóa địa phương.

Các công trình nghiên cứu tổng quan, bước đầu đã bàn về vấn đề phát triển ngành CNVH và thị trường văn hoá phẩm ở nước ta trên các mặt chủ yếu, như: vấn đề kinh tế trong văn hoá, bản chất của hàng hoá văn hoá tinh thần và thị trường hàng hoá văn hoá tinh thần; quản lý thị trường văn hoá và cơ chế quản lý thị trường văn hoá. Tuy chưa hoàn thiện, nhưng nhiều công trình trên đã đưa ra quan niệm về CNVH và cơ cấu của ngành CNVH ở Việt Nam, phân tích vai trò của CNVH đối với việc xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc. Ngoài ra, các công trình bước đầu tìm hiểu về NLVH, mối quan hệ giữa NLVH với phát triển kinh tế, phát huy vai trò của NLVH trong phát triển CNVH.

Các công trình cũng cho thấy nội hàm của NLVH, những thành tố cơ bản của NLVH. Đây là những nội dung vô cùng quan trọng cần được tiếp thu để nhận diện NLVH và đánh giá sự phát huy NLVH cho sự phát triển KT-XH nói chung, sự phát triển CNVH ở Hà Nội nói riêng.

#### ***1.4.1.2. Các kết quả nghiên cứu thực tiễn***

Nhiều công trình nghiên cứu về các NLVH, các ngành CNVH trên thế giới và trong nước ta, ở các mức độ khác nhau: nghiên cứu tổng thể, nghiên cứu riêng từng nguồn lực, riêng từng ngành CNVH; nghiên cứu trên quy mô cả nước, nghiên cứu ở phạm vi địa phương.

Trên cơ sở khẳng định vai trò của NLVH đối với phát triển CNVH, cũng đã có một số công trình tập trung phân tích các mô hình quản lý nguồn lực DSVH phục vụ phát triển KT-XH, cách thức tác động của cơ chế chính sách đến phát triển CNVH, vai trò và sự tác động của NLCN, chủ yếu khai thác trên lĩnh vực phát triển du lịch, nhất là ở phạm vi các địa phương trên thế giới và trong nước ta.

Tổng quan các công trình cũng đã cho thấy NLVH của Hà Nội vô cùng đa dạng, phong phú, độc đáo, đặc sắc; CNVH ở Hà Nội những năm qua cũng đã được quan tâm và có bước phát triển. Có thể nói, so với các địa phương trong cả nước thì Hà Nội đã và đang đi đầu trong phát triển CNVH. Vì vậy các nguồn lực này ngày càng trở nên quan trọng trong quá trình phát triển, đặc biệt là trong bối cảnh đặt ra yêu cầu ngày càng mạnh mẽ về việc phát triển CNVH hiện nay.

#### **1.4.2. Những khoảng trống trong nghiên cứu theo tổng quan**

##### ***1.4.2.1. Những khoảng trống nghiên cứu về lý luận***

Các công trình nghiên cứu được tổng quan đều dựa trên những quan niệm đã định hình về CNVH, công nghiệp sáng tạo. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, khái niệm *CNVH* được sử dụng phổ biến, trở thành xu hướng chính cho nghiên cứu lý luận cũng như nghiên cứu thực tiễn. Do đó, nội hàm của khái niệm này vẫn đang là vấn đề bàn thảo cả về mặt lý luận và thực tiễn.

Về yếu tố NLCN văn hoá, đa phần các công trình nghiên cứu mới chỉ đề cập đến NLCN tại chỗ, trong khi đó, với xu thế toàn cầu hoá hiện nay, NLCN còn mang tính "mở", là các yếu tố "du nhập" từ bên ngoài bằng nhiều con đường khác nhau: ký hợp đồng, thuê nghệ sĩ, mời nghệ sĩ....

Các công trình nghiên cứu chưa tập trung làm rõ vai trò của các yếu tố của NLVH trong phát triển CNVH. Các nghiên cứu đang nhấn mạnh vào yếu tố vốn (tu bản) văn hóa của NLVH nên chưa có ứng xử đúng đắn, toàn diện với NLVH.

##### ***1.4.2.2. Những khoảng trống nghiên cứu về thực tiễn***

Nghiên cứu về NLCN trong phát triển CNVH còn rất thưa vắng. Một số công trình đề cập đến nội dung này chủ yếu quan tâm NLCN cho phát triển du lịch văn hóa, nhưng du lịch văn hóamới chỉ là một ngành cụ thể, chưa khái quát hết NLCN trong các ngành CNVH hiện nay, nhất là trong một số ngành đang nổi hiện nay: nghệ thuật biểu diễn, không gian sáng tạo, thủ công mỹ nghệ...

Ở cấp độ địa phương, các công trình nghiên cứu về CNVH còn ít. Trong đó, nghiên cứu về NLVH trong phát triển CNVH lại càng hạn chế. Các nghiên cứu về nội dung này chủ yếu khai thác yếu tố nguồn lực DSVH, và tập trung vào các nguồn lực DSVH phi vật thể.

Các công trình cũng chưa làm rõ việc khai thác NLVH trong phát triển CNVH của Thủ đô Hà Nội trong thời gian qua với những kết quả định lượng cụ thể: chưa đưa ra hệ thống các số liệu thống kê toàn diện về nguồn lực DSVH, NLCN, nguồn lực thể chế, chính sách cho phát triển CNVH Thủ đô.

### **1.4.3. Những vấn đề luận án tiếp tục nghiên cứu**

Với mong muốn lấp dần những khoảng trống trong nghiên cứu về NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội, NCS sẽ tập trung nghiên cứu những nội dung sau:

*Thứ nhất*, trên cơ sở nghiên cứu, kế thừa những kết quả của tổng quan đề tập trung làm rõ hơn những vấn đề lý luận về NLVH, CNVH, NLVH trong phát triển CNVH.

*Thứ hai*, trên cơ sở sử dụng các lý thuyết nghiên cứu, NCS vận dụng vào thực tiễn để làm rõ thực trạng phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội hiện nay. Do chưa thể nghiên cứu một cách tổng thể tất cả các ngành CNVH, NCS sẽ tập trung ba ngành đang được quan tâm và là thế mạnh của Thủ đô hiện nay: nghệ thuật biểu diễn, du lịch văn hoá và thủ công mỹ nghệ. Trong đó cố gắng làm rõ sự ảnh hưởng, tác động của nguồn lực DSVH, NLCN và nguồn lực thể chế, chính sách đến các ngành này ở Hà Nội trong thời gian qua.

*Thứ ba*, sử dụng những phương pháp nghiên cứu cơ bản, đối chiếu giữa những vấn đề lý luận đã được làm rõ và thực trạng đã được phân tích, trên quan điểm của cá nhân, NCS bàn luận những vấn đề đặt ra trong khai thác NLVH cho phát triển CNVH của Thủ đô Hà Nội, từ đó bình luận một số giải pháp nhằm phát huy tốt hơn các NLVH cho phát triển CNVH của Thủ đô Hà Nội trong thời gian tới.

### **Tiểu kết chương 1**

Để có nghiên cứu mang tính lý luận và thực tiễn, Chương 1 đã tiến hành tổng quan tình hình nghiên cứu về NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. NCS đã tiến hành tổng quan theo ba chủ đề chính. Chủ đề thứ nhất là nghiên cứu về NLVH. Ở đây, NCS đã nhận diện những kết quả nghiên cứu về vai trò của văn hóa với phát triển, nghiên cứu về văn hóa như một nguồn lực cho phát triển. Trong chủ đề nghiên cứu về CNVH và các NLVH cho phát triển CNVH, NCS

tập trung tổng quan việc nghiên cứu về CNVH, nghiên cứu về NLCN, nguồn lực DSVH và nguồn lực thể chế, chính sách văn hóa cho phát triển CNVH. Chủ đề thứ ba là những nghiên cứu về NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Qua kết quả tổng quan, NCS đã làm rõ những nội dung đã được nghiên cứu, những khoảng trống trong nghiên cứu về NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Từ đó, NCS xác định những nội dung luận án sẽ tập trung nhằm lấp dần những khoảng trống trong nghiên cứu về chủ đề này.

Trong phần này, NCS đã làm rõ những nội dung đã được nghiên cứu đó là các công trình nghiên cứu dựa trên những quan niệm đã định hình về công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, khái niệm công nghiệp văn hóa được sử dụng phổ biến, trở thành xu hướng chính cho nghiên cứu lý luận cũng như nghiên cứu thực tiễn. Do đó, nội hàm của khái niệm này vẫn đang là vấn đề bàn thảo cả về mặt lý luận và thực tiễn.

Các công trình nghiên cứu chưa tập trung làm rõ vai trò của các yếu tố của nguồn lực văn hóa trong phát triển công nghiệp văn hóa. Các nghiên cứu đang nhấn mạnh vào yếu tố vốn (tư bản) văn hóa của nguồn lực văn hóa nên chưa có ứng xử đúng đắn, toàn diện với nguồn lực văn hóa. Các công trình cũng chưa làm rõ việc khai thác nguồn lực văn hóa trong phát triển công nghiệp văn hóa của Thủ đô Hà Nội.

Từ kết quả của phần tổng quan, NCS sẽ tiến hành nghiên cứu những vấn đề lý luận, lý thuyết liên quan của đề tài luận án và khái quát về NLVH của Thủ đô Hà Nội. Đây là những nội dung sẽ được thực hiện ở Chương 2.



## Chương 2

### NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN, LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU VÀ KHÁI QUÁT CÁC NGUỒN LỰC VĂN HOÁ CỦA HÀ NỘI

#### 2.1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN

##### 2.1.1. Một số khái niệm cơ bản

##### 2.1.1.1. *Khái niệm nguồn lực văn hóa*

- *Khái niệm nguồn lực*

Khái niệm “nguồn lực” (resource) được sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau: kinh tế, chính trị, quân sự, ngoại giao... Khái niệm này được nghiên cứu đầu tiên trong ngành kinh tế. Trong tác phẩm *Tìm hiểu về bản chất và nguồn gốc của cải các quốc gia* (1776), Adam Smith nhận định rằng nguồn lực bao gồm đất đai, vốn, và lao động. Đây là các yếu tố quan trọng để mở rộng nền sản xuất, thúc đẩy các quốc gia trở nên thịnh vượng hơn. Sau đó, Rodrik bổ sung thêm các nhân tố như địa lý, thể chế. Không dừng lại ở đó, càng ngày, nguồn lực càng được nhìn nhận trong tính đa chiều, được phân loại thành ngoại sinh, nội sinh, bán ngoại sinh, nội lực, ngoại lực... Điều này cho thấy sự phát triển của khoa học trong nghiên cứu nguồn lực gắn với quá trình phát triển của xã hội loài người. Trong bài viết của mình, hai tác giả (Vũ Văn Hà và Vũ Thị Phương Dung) đồng quan điểm với tác giả Lê Du Phong cho rằng nguồn lực là tổng hợp các yếu tố vật thể và phi vật thể tạo nên nền kinh tế của một đất nước và thúc đẩy nó phát triển. Cũng theo góc độ này, hai tác giả cũng dẫn quan điểm của Ngô Doãn Vịnh, Bùi Tất Thắng, Nguyễn Hoàng Hà cho rằng nguồn lực là các yếu tố đầu vào đang sử dụng hoặc ở dạng dự trữ, dự phòng sẵn sàng sử dụng tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh của xã hội [124].

Trong hoạt động chính trị hay các hoạt động xã hội khác, thuật ngữ nguồn lực chưa được đề cập đến nhiều, nhưng tư tưởng về nguồn lực đã được thể hiện trong những quan niệm về “danh và lợi”, “thời và thế”, “nguyên khí quốc gia”... Biết vận dụng linh hoạt các yếu tố đó thì mới thành công.

Kế thừa những nghiên cứu trên, luận án cho rằng: *nguồn lực là tổng thể*

*các giá trị vật chất và phi vật chất, tổng thể những tiềm năng, năng lực của mỗi cá nhân và cộng đồng đã, đang và sẽ tạo ra sức mạnh để phục vụ cho một mục tiêu phát triển nhất định.*

Về phân loại nguồn lực, cơ bản các ý kiến chia thành nguồn lực tự nhiên (natural resource) và nguồn lực phi tự nhiên (unnatural resource). Nguồn lực tự nhiên là những điều kiện địa lý, tài nguyên đất đai, khoáng sản, nguồn nước, năng lượng mặt trời, năng lượng gió, các loại tài nguyên sinh vật và phi sinh vật khác trên mặt đất, trong lòng đất, dưới đại dương... Nguồn lực phi tự nhiên là các loại nguồn lực chủ yếu được tạo ra bởi chính con người, như: nguồn lực tài chính (financial resource), NLCN (human resource), nguồn lực tri thức (knowledge resource), NLVH (cultural resource)... Việc phân chia nguồn lực tự nhiên và phi tự nhiên như trên chỉ mang tính tương đối. Bởi lẽ, trong các nguồn lực phi tự nhiên nhiều khi lại ẩn chứa tính tự nhiên; ngược lại, trong các nguồn lực tự nhiên cũng luôn có dấu ấn của con người. Ngày nay, nguồn lực phi tự nhiên càng đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển của mỗi quốc gia dân tộc và toàn nhân loại.

Các tác giả Ngô Doãn Vịnh, Bùi Tất Thắng và Nguyễn Hoàng Hà cho rằng có nhiều cách phân loại nguồn lực khác nhau như: 1/ nguồn lực tiềm năng và nguồn lực đang được sử dụng; 2/ nguồn lực khan hiếm, nguồn lực có khả năng tái tạo và nguồn lực có đặc tính vĩnh cửu. Ở mức độ hẹp hơn, các tác giả này cho rằng nguồn lực phải là dạng vật chất để có thể huy động chúng vào quá trình sản xuất. Từ đó, các tác giả này liệt kê một số nguồn lực như vốn đầu tư, tài nguyên thiên nhiên, con người, thông tin, dự trữ quốc gia [*Dẫn theo 124*].

Tác giả Lê Du Phong phân loại nguồn lực bao gồm yếu tố vật chất và tinh thần. Trong đó, những loại nguồn lực chính cho quá trình phát triển kinh tế là NLCN, nguồn lực đất đai và tài nguyên thiên nhiên, nguồn lực vốn tài chính, nguồn lực khoa học công nghệ và nguồn lực phi vật thể (đơn cử như văn hóa) [*Dẫn theo 124*].

Ngày nay, nguồn lực không còn là yếu tố của riêng quốc gia nào. Quá trình toàn cầu hóa ngày càng mở rộng đã ảnh hưởng mạnh mẽ đến mọi quốc gia.

Thêm vào đó, sự phát triển nhanh chóng của khoa học công nghệ, internet đã thu hẹp khoảng cách giữa các địa điểm, vùng, khu vực trên thế giới. Đặc biệt, sự xuất hiện của chuỗi giá trị toàn cầu và hệ thống phân phối toàn cầu đã làm dịch chuyển các nguồn lực trên phạm vi toàn thế giới. Mặt khác, sự cạn kiệt của những nguồn lực hữu hạn đã làm cho chúng càng trở nên quý giá. Do vậy, việc tìm kiếm, bảo vệ, chiếm giữ, dự trữ các nguồn lực mới, đặc biệt là nguồn lực chiến lược (có tính quý hiếm) và việc sử dụng chúng hiệu quả hơn luôn là mối quan tâm đối với mọi quốc gia.

Tuy nhiên, từ nửa cuối thế kỷ XX đến đầu thế kỷ XXI, việc nhìn nhận lại quá trình phát triển của nhân loại để tìm kiếm hướng phát triển bền vững được chú trọng. Từ đó, các nguồn lực đã được nhìn nhận và phát huy vai trò của nó trong quá trình phát triển đã có những thay đổi. Nhìn lại những bài học đã được cha ông đúc kết như:

“Nhu nước Đại Việt ta từ trước  
 Vốn xưng nền văn hiến đã lâu  
 Núi sông, bờ cõi đã riêng  
 Phong tục Bắc, Nam cũng khác”<sup>1</sup>;

hay “Hiền tài là nguyên khí quốc gia”<sup>2</sup>.

Những điều đó, cùng với quá trình phát triển của nhân loại càng làm chúng ta nhận thức rõ hơn về vị trí, vai trò của NLVH, nhất là NNL cho quá trình phát triển bền vững đất nước.

*- Khái niệm nguồn lực văn hóa*

Khái niệm NLVH ra đời chưa lâu nhưng được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Tác giả Lê Quý Đức quan niệm:

Nguồn lực văn hóa là tổng thể các yếu tố văn hóa có vai trò, tác động trực tiếp hoặc gián tiếp tới các hoạt động KT-XH. Với sức mạnh vừa hữu hình, vừa vô hình, NLVH thúc đẩy KT-XH phát triển bền vững theo hướng nhân văn, nhân bản [32, tr.10].

<sup>1</sup> Nguyễn Trãi (1428), Bình Ngô đại cáo

<sup>2</sup> Thân Nhân Trung (1484)

Theo quan niệm này, nội hàm của NLVH rất rộng. Tất cả các yếu tố văn hóa (kể cả hữu hình hay vô hình) có khả năng tác động tới sự phát triển KT-XH, bao gồm cả những tác động trực tiếp (làm nảy sinh những giá trị mới) hoặc những tác động gián tiếp (đơn cử như cổ vũ cho sự phát triển KT - XH, tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển KT - XH) đều có thể xem là NLVH. Sự tác động của NLVH đối với KT - XH theo chiều hướng thúc đẩy sự phát triển, tiến bộ, vì con người và xã hội loài người (nhân văn, nhân bản). Tuy nhiên, khi hiểu NLVH rộng như vậy sẽ tạo ra sự khó khăn khi phân biệt NLVH với các nguồn lực khác.

Khi nghiên cứu về NLVH trong phát triển CNVH, tác giả Phạm Duy Đức bàn luận NLVH:

...là nguồn lực dựa trên các tài sản văn hóa, các giá trị văn hóa vật thể, các giá trị văn hóa phi vật thể và năng lực sáng tạo thẩm mỹ - nghệ thuật của con người để tạo ra giá trị thặng dư trong quá trình sản xuất, kinh doanh, dịch vụ văn hóa, góp phần tăng trưởng kinh tế và đáp ứng nhu cầu văn hóa tinh thần ngày càng cao của nhân dân [28, tr.159].

Quan niệm trên đã khẳng định NLVH là một bộ phận quan trọng hợp thành nguồn lực tổng thể để phát triển quốc gia bên cạnh các nguồn lực khác như nguồn lực vị thế địa - chính trị, nguồn lực tự nhiên, nguồn lực tài chính, nguồn lực vật chất... Quan niệm này cũng đã đề cập 3 bộ phận của NLVH: các tài sản văn hoá - thường tiếp cận là các DSVH, con người với năng lực sáng tạo thẩm mỹ giữ vai trò chủ thể và đối tượng tiêu dùng, thụ hưởng trong CNVH; một yếu tố nữa dù không được tác giả trực tiếp nhắc đến trong quan niệm trên, nhưng khi đề cập đến quá trình sản xuất, kinh doanh, dịch vụ văn hóa thì nó đã mặc nhiên bao gồm yếu tố thứ ba đó là thể chế, chính sách. Mặt khác, quan niệm này cũng đã nhấn mạnh đến mục đích, mục tiêu trong phát triển CNVH: vừa nhằm mục tiêu kinh tế, vừa đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của con người. Tuy nhiên, theo NCS, có một vấn đề đặt ra nhưng chưa được giải quyết ở quan niệm trên. Đó là vấn đề về nguồn gốc của NLVH. Có thể nói trong quan niệm của của tác giả

Phạm Duy Đức, khi nhấn mạnh NLVH là các tài sản văn hoá, tức là tác giả thiên về nguồn gốc nội sinh của NLVH. Trong khi đó, với xu hướng hiện nay, các yếu tố NLVH không chỉ có nguồn gốc nội sinh mà còn có nguồn gốc ngoại sinh - vay mượn, du nhập, thuê khoán, hợp đồng... từ bên ngoài. Trong phạm vi nghiên cứu của luận án, NCS cũng đã thể hiện sự kết hợp về nguồn gốc nội sinh và ngoại sinh của NLVH khi lựa chọn “ở thủ đô Hà Nội” thay vì “của thủ đô Hà Nội”.

Vì vậy, trong nghiên cứu này, NCS hiểu NLVH là *nguồn lực dựa trên các giá trị văn hóa vật thể, các giá trị văn hóa phi vật thể và năng lực của con người, có nguồn gốc nội sinh và ngoại sinh, để tạo ra giá trị thặng dư trong quá trình sản xuất, kinh doanh, dịch vụ văn hóa, góp phần tăng trưởng kinh tế và đáp ứng nhu cầu văn hóa tinh thần ngày càng cao của nhân dân.*

#### **2.1.1.2. Khái niệm công nghiệp văn hóa**

Nhà nghiên cứu Theodor W. Adorno đã đưa ra khái niệm CNVH vào năm 1944, trong tác phẩm “Biện chứng của Khai sáng” (Dialectic of Enlightenment) do ông và Max Horkheimer viết [163]. Theo Theodor W. Adorno, CNVH là một thuật ngữ được sử dụng để chỉ ngành công nghiệp sản xuất hàng hóa văn hóa, bao gồm phim ảnh, âm nhạc, sách báo, v.v. Adorno và Horkheimer cho rằng CNVH là một sản phẩm của xã hội tư bản chủ nghĩa, và nó có tác động tiêu cực đến con người.

Bước sang thập kỷ 1950-1960, thế giới bùng nổ về văn hoá đại chúng, sản xuất hàng loạt trong nền công nghiệp hiện đại. Lúc này, bên cạnh thuật ngữ CNVH (Cultural Industries), ta có thể bắt gặp một số thuật ngữ liên quan như: công nghiệp sáng tạo (Creative Industries), kinh tế sáng tạo (Creative Economy), công nghiệp giải trí (Entertainment Industries), Công nghiệp bản quyền (Copyright industries)... Ngày nay, nhiều nước trên thế giới còn sử dụng thuật ngữ CNVH và sáng tạo.

Trên bình diện chính sách, ở cấp độ quốc tế, UNESCO là tổ chức đầu tiên sử dụng thuật ngữ các ngành CNVH (số nhiều) vào năm 1976 tại Đại hội đồng lần thứ 19 tổ chức tại Nairobi [133]. Năm 1982, UNESCO xác định:

Công nghiệp văn hóa xuất hiện khi các hàng hoá và dịch vụ văn hoá được sản xuất và tái sản xuất, được lưu trữ và phân phối trên dây chuyền công nghiệp và thương mại, tức là trên quy mô lớn, phù hợp với chiến lược kinh tế hơn là phát triển văn hoá [34, tr.24-25].

Hội nghị Thượng đỉnh về hoạt động văn hóa được tổ chức tại Stockholm (Thụy Điển) tháng 4-1998, thuật ngữ CNVH chính thức được công bố và thông qua bởi đại biểu của gần 200 quốc gia. Năm 2000, UNESCO coi các ngành CNVH là các ngành “gắn sự sáng tạo, sản xuất và thương mại hóa các nội dung văn hóa phi vật thể. Những nội dung này được bảo vệ bởi luật bản quyền và có thể thể hiện dưới hình thức hàng hóa, dịch vụ văn hóa”. Từ những tuyên bố của UNESCO cho thấy một điểm thiết yếu trong quan điểm đó là coi các ngành CNVH đóng vai trò trọng tâm trong việc phát huy và duy trì sự đa dạng văn hóa và đảm bảo quyền tiếp cận một cách dân chủ đối với văn hóa. Chính bản chất mang tính hai mặt kinh tế và văn hóa đã tạo ra cho các ngành CNVH đặc trưng riêng đòi hỏi các Chính phủ phải có những chính sách đặc thù. Đây cũng chính là tinh thần mà Công ước UNESCO 2005 về bảo vệ và phát huy sự đa dạng của các biểu đạt văn hóa truyền tải. Trong công cụ pháp lý quốc tế này, UNESCO chính thức định nghĩa các ngành CNVH là các ngành sản xuất và phân phối các “hàng hóa và dịch vụ văn hóa”. Đó là những hoạt động, hàng hóa, dịch vụ được xem là mang một ý nghĩa cụ thể hoặc được sử dụng, nhằm mục đích đại diện hoặc truyền tải những biểu đạt văn hóa, bất kể giá trị thương mại nào mà chúng có.

Như vậy, quan điểm xuyên suốt của UNESCO, các ngành CNVH “là những lĩnh vực hoạt động có tổ chức mà mục tiêu chính là nhằm sản xuất và tái sản xuất, xúc tiến, phân phối hoặc thương mại hóa các hàng hóa, dịch vụ và hoạt động có nội dung bắt nguồn từ văn hóa, nghệ thuật và di sản”. Chính vì vậy, UNESCO coi di sản thiên nhiên và văn hóa, bao gồm cả bảo tàng, các địa điểm khảo cổ học, danh lam thắng cảnh, các lễ hội và nghệ thuật biểu diễn, âm nhạc, nghệ thuật thị giác, thủ công nghiệp, sách và xuất bản, thư viện, hội chợ sách, lĩnh vực nghe nhìn, gồm phim và video, truyền hình và phát thanh, Internet, trò

chơi điện tử, thiết kế và các dịch vụ sáng tạo (thiết kế thời trang, thiết kế đồ họa, nội thất, các dịch vụ kiến trúc, quảng cáo)...đều thuộc các ngành CNVH [133].

Tuy nhiên, khái niệm CNVH ở các quốc gia khác nhau được tiếp cận không giống nhau. Trong tác phẩm *The Economics of Art and Culture - An American Perspective* (Kinh tế học Nghệ thuật và Văn hóa - Góc nhìn của người Mỹ) [173], James Heilbrun và Charle M. Gray đã đưa ra cách hiểu về CNVH từ góc độ kinh tế và văn hóa ở Hoa Kỳ. Các tác giả phân tích các ngành CNVH như: điện ảnh, âm nhạc, nghệ thuật sân khấu, thể thao, và truyền thông đã tác động mạnh mẽ đến nền kinh tế. Điều này được thể hiện rõ nét trong việc vào tạo ra giá trị kinh tế và việc làm. Bộ Văn hóa, Truyền thông và Thể thao của Anh cho rằng công nghiệp sáng tạo là những ngành công nghiệp có nguồn gốc từ những sáng tạo của cá nhân, dựa trên những kỹ năng và tài năng của họ, có khả năng tạo ra việc làm và của cải thông qua việc khai thác sở hữu trí tuệ. Tại Hàn Quốc, CNVH phát triển mạnh mẽ về âm nhạc, phim ảnh, truyền hình, và thời trang. Ở Nhật Bản, khái niệm CNVH thường liên quan đến manga, anime và trò chơi điện tử [93]. Tại Trung Quốc, khái niệm CNVH được đưa ra tại Kiến nghị của Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc về việc chế định kế hoạch 5 năm lần thứ X phát triển kinh tế và xã hội quốc dân (tháng 10/2000). Sau đó, khái niệm CNVH thường để chỉ sự phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp truyền thông đại chúng, bao gồm truyền hình, phim ảnh, và trò chơi điện tử, được đặt dưới sự điều chỉnh của Nhà nước, có mối quan hệ chặt chẽ với thương mại. Trung Quốc đã đầu tư mạnh mẽ vào việc sản xuất và xuất khẩu nội dung văn hoá, với mục tiêu tạo ra một hình ảnh và tầm ảnh hưởng quốc tế.

Ở Việt Nam, tác giả Nguyễn Đình Hoà vận dụng khái niệm CNVH vào việc nghiên cứu văn học và nghệ thuật. Trong tài liệu *CNVH và văn học* (1994), ông đã tập trung phân tích và đánh giá quá trình phát triển CNVH ở Việt Nam, bao gồm các ngành như điện ảnh, truyền hình, âm nhạc, văn chương, nghệ thuật biểu diễn, và truyền thông đại chúng. Ông nhấn mạnh tầm ảnh hưởng của CNVH đối với cuộc sống xã hội và văn hóa của người Việt Nam. Tác giả Nguyễn Tri Nguyên cho rằng, CNVH là một trong những vấn đề của văn hóa đương đại, gắn

liên với quyền sở hữu trí tuệ. CNVH chính là một phần của quá trình sản xuất hàng hóa văn hóa, tạo ra các sản phẩm có giá trị thị trường như sách, phim, nhạc, hình ảnh, và sự kiện văn hoá. Do đó, CNVH không chỉ ảnh hưởng đến xã hội mà còn tác động mạnh mẽ đến văn hoá. Tác giả khuyến khích việc tham gia chủ động của công chúng trong việc tạo ra và tiêu thụ sản phẩm văn hoá và trải nghiệm văn hoá [71].

Các tác giả Đoàn Minh Huấn và Nguyễn Ngọc Hà đã đưa ra quan niệm:

Công nghiệp văn hóa là ngành công nghiệp sáng tạo, sản xuất, tái sản xuất, phổ biến, tiêu dùng các sản phẩm và các dịch vụ văn hóa bằng phương thức công nghiệp hóa, tin học hóa, thương phẩm hóa, nhằm đáp ứng nhu cầu văn hóa đa dạng của xã hội, các hoạt động đó được bảo vệ bởi bản quyền [47, tr.61].

Trong cuốn *Phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam* do Từ Thị Loan làm c.b có quan niệm:

Công nghiệp văn hóa là lĩnh vực kinh tế sáng tạo, sản xuất, phân phối và tiêu thụ các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. CNVH bao gồm nhiều ngành nghề khác nhau, như điện ảnh, truyền hình, phát thanh, sách, báo, tạp chí, nghệ thuật biểu diễn, nghệ thuật tạo hình, nghệ thuật ứng dụng, du lịch văn hóa, giải trí [59, tr.22].

Quan niệm này được các tác giả xây dựng dựa trên các quan điểm của các nhà nghiên cứu trong và ngoài nước. Theo đó, CNVH được xác định là một lĩnh vực kinh tế, bao gồm các hoạt động sáng tạo, sản xuất, phân phối và tiêu thụ các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. CNVH bao gồm nhiều ngành nghề khác nhau, sử dụng các yếu tố văn hóa làm nguyên liệu, sản phẩm, dịch vụ của nó. Trong nghiên cứu của mình, NCS sẽ sử dụng khái niệm CNVH này, bởi ở đó đã làm nổi bật được tính đặc trưng, khác biệt của CNVH: là lĩnh vực kinh tế sáng tạo. Đây cũng là xu hướng của CNVH trên thế giới hiện nay.

- *Cơ cấu của CNVH*

Cơ cấu của CNVH giữa các quốc gia cũng không đồng nhất. Nếu quan niệm CNVH là một quá trình, thì cơ cấu của CNVH gồm các yếu tố sau: Sáng tạo; sản xuất; bảo quản, phân phối, lưu thông; tiêu dùng.



Nếu xem xét CNVH theo các lĩnh vực, Nghiên cứu sinh nhận thấy sự không thống nhất.

Các nước châu Âu đưa ra 11 lĩnh vực thuộc ngành này, gồm: quảng cáo, kiến trúc, giải trí 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 vi tính. Một số nước châu Á lại chỉ đề cập đến 6 hoặc 7 lĩnh vực thuộc CNVH như: điện ảnh, phát thanh truyền hình, báo chí, xuất bản, in và sản xuất băng đĩa, quảng cáo và dịch vụ giải trí [41].

*Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* xác định: Phát triển các ngành CNVH Việt Nam bao 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 trở thành những ngành kinh tế 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, 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; ưu tiên phát triển các ngành có nhiều lợi thế, tiềm năng của Việt Nam [99].

Tác giả Vũ Thị Phương Hậu đưa ra 4 tiêu chí để nhận diện ngành/ các ngành CNVH: 1/ Các ngành CNVH dựa trên sự kết hợp giữa sáng tạo cá nhân với công nghệ hiện đại; 2/ Các ngành CNVH liên quan mật thiết đến sở hữu trí tuệ; 3/ Các ngành CNVH phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng sản phẩm và dịch vụ văn hóa của số đông (vì thế CNVH gắn với văn hóa đại chúng); 4/ Các ngành CNVH gắn với thị trường (chịu sự quy định của các quy luật kinh tế thị trường). Các tiêu chí này giúp nhận diện một ngành CNVH cũng như hiểu rõ hơn cách các ngành CNVH ở Việt Nam hoạt động và tương tác với nhau.

- *Đặc trưng của CNVH*

Công nghiệp văn hóa giống nhiều ngành công nghiệp ở việc sản xuất hàng loạt. Sản phẩm của CNVH có mặt trên phạm vi toàn cầu, với khả năng tiếp cận và tương tác với công chúng khắp thế giới, nhất là trong điều kiện phát triển mạnh mẽ các phương tiện truyền thông và kỹ thuật số như hiện nay. Tìm kiếm lợi nhuận từ việc mua bán, trao đổi các sản phẩm CNVH. Cùng với đó, CNVH là một ngành có nhiều đặc trưng riêng biệt:

*Thứ nhất, CNVH gắn với văn hoá đại chúng và thị trường.* Sản phẩm CNVH thỏa mãn nhu cầu hưởng thụ văn hóa phong phú của mọi tầng lớp nhân dân. Các sản phẩm CNVH được hình thành nhờ những sáng tạo cá nhân nhưng lại được sản xuất hàng loạt nhờ sự trợ giúp của khoa học kỹ thuật. Mức phổ biến, ảnh hưởng của nó rất rộng. Mọi tầng lớp dân cư đều có nhu cầu hưởng thụ các sản phẩm CNVH. Để tìm kiếm lợi nhuận trong sản xuất kinh doanh các sản phẩm CNVH, các nhà sản xuất cũng phải tìm hiểu thị trường, đánh giá nhu cầu thực tế của mọi tầng lớp dân cư (giống như việc sản xuất, kinh doanh các sản phẩm công nghiệp khác) và họ có những sản phẩm phù hợp với mọi loại đối tượng, đáp ứng yêu cầu của thị trường. Thêm vào đó, với sự trợ giúp của khoa học kỹ thuật, sản phẩm CNVH làm được những điều mà các sản phẩm văn hóa nghệ thuật truyền thống không thể làm được.

*Thứ hai, CNVH đòi hỏi tính sáng tạo và tư duy nghệ thuật cao.* Có thể nói sáng tạo là trái tim của ngành CNVH. Chủ thể sáng tạo trong lĩnh vực này phải không ngừng tìm kiếm ý tưởng mới, cách diễn đạt sáng tạo, và cách thể hiện thông điệp một cách độc đáo, theo kịp các xu hướng và cách thức mới trong ngành để thu hút sự chú ý của khán giả. Để tạo ra các tác phẩm nghệ thuật có giá trị cao, người làm việc trong CNVH cần hiểu về các nguyên tắc nghệ thuật như cấu trúc câu chuyện, hình ảnh, âm thanh, màu sắc, và biểu diễn nghệ thuật, khả năng phân tích và đánh giá các tác phẩm nghệ thuật để hiểu và đánh giá chất lượng và giá trị của chúng.

*Thứ ba, các sản phẩm của CNVH được bảo vệ bằng hệ thống quyền sở hữu trí tuệ và bản quyền.* Điều này khuyến khích người nghệ sĩ, nhà làm phim, nhà văn và các nhà sản xuất nghệ thuật khác đầu tư thời gian, nỗ lực và tài chính

vào việc tạo ra các tác phẩm mới mà không cần lo lắng về việc bị sao chép hoặc sử dụng mà không được phép. Điều này giúp tạo nên một thị trường văn hóa phẩm cạnh tranh, khuyến khích sự đầu tư và phát triển. Quyền sở hữu trí tuệ và bản quyền cho phép người sáng tạo nhận được tiền hoa hồng và thu nhập từ sản phẩm của họ thông qua các giao dịch thương mại và bản quyền. Nó cũng nhằm đảm bảo lợi ích của cá nhân, tập thể, doanh nghiệp sáng tạo và lợi ích quốc gia. Bảo vệ bản quyền và quyền sở hữu trí tuệ làm cho ngành CNVH trở thành một môi trường hấp dẫn cho việc đầu tư, từ đó thúc đẩy sự phát triển của các công ty và dự án văn hoá.

*Thứ tư, sản phẩm của CNVH thường chứa đựng thông điệp văn hóa.* Vì vậy, khi được đón nhận, nó thúc đẩy sự tự trọng, tình cảm và quan điểm của công chúng về nhiều vấn đề quan trọng trong xã hội, hình thành lối sống và giá trị xã hội. Các sản phẩm văn hoá thường lấy cảm hứng từ cuộc sống hàng ngày và có thể giúp công chúng hiểu rõ hơn về các vấn đề xã hội hiện đang diễn ra. Các sản phẩm văn hoá có thể góp phần tạo ra các trào lưu xã hội, tư duy, hoặc thậm chí là ngôn ngữ. Sản phẩm như phim, âm nhạc, truyền hình nổi tiếng có thể tạo ra cảm xúc chung trong xã hội hoặc ảnh hưởng phong cách thời trang và phong cách sống.

### **2.1.2. Các thành tố của nguồn lực văn hóa**

Theo mục đích nghiên cứu, phương pháp tiếp cận và các tiêu chí phân loại khác nhau, các nhà nghiên cứu có nhiều cách phân loại NLVH.

Xét theo hình thức biểu hiện, có thể chia NLVH thành nguồn lực hữu hình và nguồn lực vô hình; nguồn lực định hình, nguồn lực định tính; nguồn lực vật chất, nguồn lực phi vật chất.

Xét theo thời gian, có thể chia NLVH thành nguồn lực trong quá khứ, nguồn lực trong hiện tại, trong tương lai.

Xét theo phạm vi, mức độ ảnh hưởng, có thể chia NLVH thành nguồn lực quốc gia, nguồn lực địa phương; nguồn lực tổ chức, nguồn lực cá nhân.

Xét theo tính chất, có thể chia NLVH thành nguồn lực tích cực, nguồn lực tiêu cực; nguồn lực vô hạn, nguồn lực hữu hạn; nguồn lực hiện hữu, nguồn lực tiềm năng.

Tác giả Đặng Thị Hồng Hạnh (2018), phân chia nguồn lực - nguồn vốn văn hoá thành 3 loại:

1- Nguồn lực con người (nguồn lực nội thể hóa) là năng lực tinh thần của chủ thể bao gồm: tri thức, trí tuệ, năng lực, kỹ năng, đạo đức, ý chí... kết tinh trong mỗi con người và chất lượng sống, sự hài lòng, hạnh phúc làm nên động lực tinh thần của con người trong hoạt động kinh tế và đời sống của họ;

2- Nguồn lực quan hệ xã hội - văn hóa được thể chế hóa thành những quy tắc, luật lệ, nguyên tắc ứng xử tạo thành môi trường văn hóa của hoạt động kinh tế. Nó bao gồm: quan hệ giữa cá nhân với cộng đồng, cá nhân với cá nhân, con người với môi trường tự nhiên được văn hóa hóa, thẩm mỹ hóa;

3- Nguồn lực sản phẩm văn hóa được vật thể hóa thành các sản phẩm văn hoá vật chất chứa đựng những giá trị văn hóa phi vật thể. Nó bao gồm: di tích lịch sử, văn hóa, các danh lam thắng cảnh, sản phẩm thủ công mỹ nghệ chứa đựng các truyền thống, thị hiếu thẩm mỹ, nghệ thuật, bí quyết nghề nghiệp, uy tín, thương hiệu của làng nghề, làng cổ... [40, tr.41].

Trong các nghiên cứu của mình, tác giả Phạm Duy Đức đã chia các nguồn lực văn hoá thành ba loại: Nguồn lực DSVH, bao gồm hệ thống DSVH vật thể và phi vật thể; các thể chế và thiết chế văn hoá; NLCN. Tác giả luận án bị thuyết phục bởi cách phân loại này của tác giả Phạm Duy Đức. Tuy nhiên, khi khảo sát thực tế các NLVH cho phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội, NCS nhận thấy yếu tố thiết chế văn hoá dù đóng một vai trò không thể thiếu, bởi nó chứa đựng các DSVH, các hoạt động văn hoá, các sản phẩm văn hoá, dịch vụ văn hoá... Tuy nhiên, yếu tố này mang tính chất "tĩnh" so với các yếu tố còn lại. Thiết chế văn hoá có chức năng lưu trữ và phục vụ như nền tảng hạ tầng, song bản thân nó không có khả năng vận động hay tạo sự thay đổi. Thay vào đó, vai trò của các thiết chế này phụ thuộc vào sự hỗ trợ và thúc đẩy của các yếu tố khác như thể chế, chính sách và NLCN. Hay nói cách khác, để thiết chế văn hoá có thể thực

sự phát huy hiệu quả, cần có những chính sách và cơ chế vận hành linh hoạt, phù hợp với thị trường và sự thay đổi trong nhu cầu văn hoá của xã hội. Hơn nữa, sự đóng góp của NLCN, bao gồm các nghệ sĩ, nhà quản lý, nhà đầu tư, và khán giả, là yếu tố mang tính chất động, đóng vai trò quyết định trong việc khai thác, vận hành và tạo sức sống cho các thiết chế văn hoá. Vì vậy, dù đồng quan điểm với tác giả Phạm Duy Đức, nhưng NCS đã điều chỉnh cách phân loại để phù hợp hơn với tình hình thực tiễn phát triển CNVH ở Hà Nội. Việc đưa yếu tố thể chế, chính sách văn hoá thay thế cho thiết chế văn hoá giúp phân loại này nhấn mạnh vai trò của các quyết định, chính sách định hướng, và sự tham gia tích cực của con người trong việc phát huy NLVH. Sự điều chỉnh này không chỉ giúp phản ánh thực tế phát triển CNVH tại Hà Nội mà còn cung cấp một cách tiếp cận mang tính linh hoạt và chủ động hơn trong việc phát huy NLVH.

#### ***2.1.2.1. Nguồn lực con người***

Theo Tổ chức Lao động quốc tế (ILO), NLCN của một quốc gia là toàn bộ những người trong độ tuổi có khả năng tham gia lao động. NLCN được hiểu theo ba nghĩa tương ứng với ba tư cách sau:

Thứ nhất, với tư cách là nguồn cung cấp sức lao động cho sản xuất xã hội, cung cấp NLCN cho sự phát triển thì nguồn nhân lực bao gồm toàn bộ dân cư có thể phát triển bình thường. Thứ hai, với tư cách là yếu tố của sự phát triển thì nguồn nhân lực là khả năng lao động của xã hội. Thứ ba, với tư cách là tổng thể cá nhân những con người cụ thể tham gia vào quá trình sản xuất, nguồn lực là tổng thể các yếu tố về thể lực, trí lực của những người có khả năng lao động (tức là nguồn lực cho sự phát triển KT-XH, bao gồm các nhóm dân cư trong độ tuổi lao động và nhóm dân cư có khả năng tham gia vào lao động, sản xuất xã hội, tức là toàn bộ các cá nhân cụ thể tham gia vào quá trình lao động, là tổng thể các yếu tố về thể lực, trí lực của họ được huy động vào quá trình lao động) [100, tr.8].

Theo Chương trình phát triển Liên Hợp quốc (UNDP): NLCN là tất cả những kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, năng lực và tính sáng tạo của con người

có quan hệ tới sự phát triển của mỗi cá nhân và của đất nước [42]. Theo tác giả Nguyễn Thị Thục, NLCN được coi như một nguồn vốn bên cạnh các loại vốn vật chất khác như: tiền tệ, công nghệ, tài nguyên thiên nhiên” [112, tr.8]. Như vậy, NLCN phải là những người có khả năng lao động, tức là có kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, năng lực, tính sáng tạo... Từ đó, họ có thể tham gia vào thị trường việc làm của mỗi quốc gia. Trong thời đại hiện nay, NLCN không chỉ tham gia vào thị trường lao động của quốc gia đó mà có thể tham gia vào thị trường lao động của khu vực và thế giới.

Có thể thấy, ở phạm vi hẹp nhất, NLCN bao gồm những người đang tham gia vào quá trình lao động, trực tiếp tạo nên giá trị cho xã hội. Ở phạm vi rộng hơn, NLCN không những là những người đang trực tiếp lao động mà còn cả những người có đủ khả năng lao động nhưng chưa có việc làm. Và ở phạm vi rộng nhất, NLCN chính là toàn bộ dân cư. Tuy phạm vi khác nhau, nhưng chúng ta thấy điểm chung nhất của NLCN là các yếu tố về thể lực, trí lực của con người, có khả năng và có nhu cầu tham gia vào quá trình lao động làm tăng giá trị cho xã hội, đóng góp vào sự phát triển của đất nước. Vì vậy, con người là nguồn “tài nguyên đặc biệt”, nguồn lực quan trọng nhất của sự phát triển KT-XH nói riêng và phát triển đất nước nói chung.

Trong nghiên cứu này, NCS quan niệm về NLCN trong phát triển CNVH là *những người dân có thể lực, trí lực, kỹ năng và ý thức tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào các quá trình, các ngành CNVH*. NLCN là yếu tố quan trọng nhất trong phát triển CNVH. NLCN tham gia vào tất cả các khâu của CNVH: từ sáng tạo đến sản xuất, bảo quản, sử dụng, đảm bảo sự thành công và đa dạng của CNVH. Trong đó, đóng vai trò trung tâm là chủ thể sáng tạo các sản phẩm văn hoá. Với khả năng sáng tạo và tư duy nghệ thuật, họ là chủ thể tạo ra những sản phẩm văn hoá đỉnh cao. Các sản phẩm này không chỉ giúp thỏa mãn nhu cầu giải trí của công chúng mà còn tạo ra các ý tưởng mới, kỹ thuật mới, và cách tiếp cận mới để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ văn hoá độc đáo. Chủ thể sáng tạo không chỉ khẳng định nghề nghiệp cho bản thân mình mà còn kết hợp với các chủ thể khác để tạo ra sản phẩm và dịch vụ văn hoá, đóng góp vào phát triển ngành CNVH.

### 2.1.2.2. Nguồn lực di sản văn hóa

Điều 1 Luật Di sản văn hoá của Việt Nam nêu rõ định nghĩa về DSVH của Việt Nam như sau:

Di sản văn hoá bao gồm di sản văn hoá phi vật thể và di sản văn hoá vật thể, là sản phẩm tinh thần, vật chất có giá trị lịch sử, văn hoá, khoa học được lưu truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác ở nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam [114, tr.3].

Di sản văn hoá bao gồm các giá trị văn hóa, lịch sử và truyền thống của quốc gia, có khả năng thừa kế và tái sử dụng để tạo ra các tác phẩm và sản phẩm mới. Nó giúp tạo ra sự liên kết với quá khứ và giữ cho các giá trị văn hóa truyền thống phát huy giá trị trong phát triển ngành CNVH hiện nay. DSVH cung cấp nguồn cảm hứng cho người làm việc trong các ngành CNVH. Các chủ thể sáng tạo dựa trên văn hóa truyền thống của dân tộc để tìm nguồn cảm hứng cho sáng tạo ra những sản phẩm, dịch vụ văn hóa mới, làm cho các sản phẩm văn hóa trở nên độc đáo và hấp dẫn hơn đối với công chúng đương đại. Việc sử dụng những giá trị của DSVH trong sáng tạo ra các sản phẩm văn hoá không chỉ giúp gìn giữ, bảo tồn các giá trị đó mà còn giúp chúng trở nên phổ biến và hấp dẫn hơn đối với thế hệ trẻ. DSVH thu hút du khách và thúc đẩy ngành du lịch văn hóa, đóng góp vào phát triển kinh tế địa phương.

Di sản văn hoá với vai trò là nguồn lực để phát triển CNVH bao gồm DSVH vật thể và DSVH phi vật thể. DSVH vật thể, như: công trình kiến trúc cổ, đồ thủ công truyền thống, di vật, bảo vật, cổ vật... đều có thể trở thành nguồn tạo cảm hứng sáng tạo cho các nghệ sĩ. Các địa điểm có kiến trúc cổ, bảo tàng, triển lãm di sản rất thu hút công chúng. Thực tế cho thấy, các kỳ quan thiên nhiên và nhân tạo đặc biệt có giá trị như: Sa Pa (tỉnh Lào Cai), Vịnh Hạ Long, Yên Tử (tỉnh Quảng Ninh), Văn Miếu - Quốc Tử Giám, Phố cổ (Hà Nội), Mộc Châu (tỉnh Sơn La), Mai Châu (tỉnh Hòa Bình), Tràng An (tỉnh Ninh Bình), động Phong Nha - Kẻ Bàng (tỉnh Quảng Bình), Cố đô Huế (tỉnh Thừa Thiên Huế), Mỹ Sơn, Hội An (tỉnh Quảng Nam), Địa đạo Củ Chi - Bến Dược (Thành phố Hồ Chí Minh),... thu hút đông đảo du khách trong nước và quốc tế, mang lại nguồn thu lớn cho các địa phương và cả nước.

### Các giá trị văn hóa phi vật thể

Là các giá trị văn hóa biểu hiện dưới dạng các quan niệm về giá trị, chuẩn mực của xã hội, thể hiện trong các biểu tượng văn hóa, hệ thống ngôn ngữ (tiếng nói, chữ viết), các giá trị và chuẩn mực về pháp lý, đạo lý và thẩm mỹ, các loại hình văn học, nghệ thuật, dân ca, dân vũ, các phong tục, tập quán, tín ngưỡng, tôn giáo, các làng nghề truyền thống, nghề thủ công mỹ nghệ, y dược cổ truyền, các sản phẩm văn hóa ẩm thực địa phương, trang phục dân tộc v.v... Các giá trị văn hóa phi vật thể thường khó nắm bắt và được xuất hiện trong môi trường thực hành và môi trường diễn xướng cụ thể: Ví dụ như múa rối nước, quan họ, đàn ca tài tử, hát Xoan, hát Ví giặm, Tuồng, Chèo, Cải lương, các lễ hội dân gian.. [28, tr.159].

Di sản văn hoá phi vật thể cung cấp ý tưởng và thông điệp sâu sắc, giúp tạo ra các tác phẩm nghệ thuật, phim ảnh, và âm nhạc mới và độc đáo, tạo ra các trải nghiệm văn hóa độc đáo cho khán giả. DSVH phi vật thể thường đại diện cho sự đa dạng văn hóa của một khu vực hoặc cộng đồng. Việc tôn vinh và chia sẻ di sản này trong CNVH giúp thúc đẩy sự đa dạng và thấu hiểu giữa các quốc gia và dân tộc khác nhau. Các DSVH tinh thần như nghệ thuật biểu diễn, lễ hội, ẩm thực truyền thống... nếu phát huy tốt vừa để phát triển KT-XH, vừa quảng bá các giá trị văn hóa dân tộc ra thế giới sẽ tạo được cú hích cho các ngành CNVH phát triển.

#### ***2.1.2.3. Nguồn lực thể chế, chính sách văn hóa***

Từ điển Tiếng Việt định nghĩa: Thể chế là những quy định, luật lệ của một chế độ xã hội, buộc mọi người phải tuân theo [129, tr.932]. Chính sách là sách lược và kế hoạch cụ thể nhằm đạt một mục đích nhất định, dựa vào đường lối chính trị chung và tình hình thực tế mà đề ra [116, tr.179]

Theo UNESCO: Chính sách văn hoá là một tổng thể các nguyên tắc hoạt động, các cách thực hành, các phương pháp quản lý hành chính và phương pháp ngân sách của nhà nước dùng làm cơ sở cho các hoạt động văn hoá. Dựa vào quan niệm trên, năm 1967, tại Hội nghị bàn tròn tổ chức tại Monaco (Pháp), các chuyên



gia văn hoá đến từ các nước thành viên UNESCO đã đưa ra một quan niệm về chính sách văn hoá: “Chính sách văn hoá là một tổng thể những thực hành xã hội hữu thức và có suy tính kỹ về những can thiệp hay không can thiệp của Nhà nước vào các hoạt động văn hoá, nhằm vào việc đáp ứng các nhu cầu văn hoá của người dân, bằng cách sử dụng tối ưu tất cả những nguồn vật chất và nhân lực, mà một xã hội nào đó sắp đặt vào một thời điểm thích hợp” [101, tr.18].

Theo quan niệm của UNESCO, chính sách văn hoá là một chỉnh thể có tính hệ thống, bao gồm các nguyên tắc hoạt động, các phương thức thực hành, các phương pháp quản lý hành chính và ngân sách. Các chính sách văn hoá được xây bởi các các quan lập pháp, được vận hành bởi các cơ quan chính phủ.

Ở Việt Nam, Đảng ta quan niệm chính sách văn hoá phải được xây dựng dựa trên các quan điểm, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam về văn hoá, về vai trò của văn hoá trong phát triển đất nước và trong xây dựng con người mới. Đến những năm đầu thập niên 90, thế kỷ XX, khi các quan điểm của UNESCO về văn hóa nhập vào nước ta, việc nghiên cứu chính sách văn hóa như một chỉnh thể, có tính hệ thống mới bắt đầu khởi sắc. Chịu ảnh hưởng từ quan niệm chính sách văn hóa của UNESCO, các nhà khoa học, các nhà quản lý và hoạch định chính sách nước ta đã đưa ra các quan niệm khác nhau về chính sách văn hóa.

Sách *Quản lý hoạt động văn hóa* đưa ra quan niệm:

Chính sách văn hóa là một tổng thể những sự thực hành xã hội do Nhà nước ban hành, dựa trên cơ sở thấu triệt những nguyên tắc định hướng chung mà cơ quan lãnh đạo Đảng đã vạch ra trong đường lối về văn hóa, và một tổng thể các biện pháp can thiệp nhiều hay ít, hay không can thiệp của Nhà nước vào lĩnh vực hoạt động văn hóa [51, tr.28].

GS. Perter Duelund, người Đan Mạch phát biểu tại hội thảo “Bản sắc văn hóa và sự đa dạng” tổ chức tại Hà Nội năm 2007, quan niệm rằng: “Chính sách văn hóa là sự quản lý nghệ thuật về mặt hành chính, được coi là các công cụ để tài trợ cho nghệ thuật và văn hóa tại một xã hội cụ thể, vào một thời gian cụ thể” [101, tr.20].

Trong *Giáo trình Chính sách văn hóa* có quan niệm:

Chính sách văn hóa là một hệ thống các nguyên tắc, các thực hành của nhà nước trong lĩnh vực văn hóa nhằm phát triển và quản lý thực tiễn đời sống văn hóa theo những quan điểm phát triển và cách thức quản lý riêng, đáp ứng nhu cầu phát triển đời sống văn hóa tinh thần của nhân dân trên cơ sở vận dụng các điều kiện vật chất và tinh thần sẵn có của xã hội [45, tr.21].

Kế thừa quan điểm của các nhà khoa học đi trước, trong nghiên cứu này, NCS quan niệm thể chế, chính sách văn hóa là một tập hợp các quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước nhằm xây dựng và phát triển CNVH. Mục đích của thể chế, chính sách văn hóa là nhằm thúc đẩy sự phát triển các ngành CNVH, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân trên cơ sở huy động và sử dụng hiệu quả các NLCN.

Khi thể chế, chính sách văn hoá là một nguồn lực trong phát triển CNVH, nó sẽ tạo ra môi trường pháp lý, chính trị ổn định, thuận lợi cho hoạt động của các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân trong lĩnh vực văn hóa, CNVH. Ngược lại, thể chế lạc hậu, bảo thủ sẽ kìm hãm động lực phát triển của văn hoá, đồng thời kìm hãm sự phát triển CNVH. Nguồn lực thể chế, chính sách văn hóa là những tư tưởng chỉ đạo, những nguyên tắc và định hướng cơ bản trong việc xây dựng và phát triển nền văn hóa của một cộng đồng, quốc gia, khu vực lãnh thổ. Trong quan điểm của Đảng, chính sách của Nhà nước, chính sách văn hóa luôn song hành cùng với chính sách về chính trị, kinh tế, giáo dục, khoa học, công nghệ, môi trường. Điều này chứng tỏ nước ta rất quan tâm đến vấn đề văn hóa và dành cho nó vị trí xứng đáng trong quá trình xây dựng và phát triển đất nước.

### **2.1.3. Vai trò của nguồn lực văn hóa trong phát triển công nghiệp văn hóa**

*Thứ nhất, NLVH thúc đẩy CNVH phát triển đúng định hướng, đảm bảo tính nhân văn, nhân bản.* Nước ta đang phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Để phát triển với tốc độ nhanh, lành mạnh và vững chắc nền kinh tế này trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay thì chúng ta không chỉ cần có thị trường nội địa, mà còn rất cần cả thị trường quốc tế rộng lớn. Điều đó có nghĩa là, chúng ta không những phải tạo được niềm tin của người tiêu dùng trong

nước, mà còn phải tạo được và quan trọng hơn là phải giữ được lâu dài niềm tin của người tiêu dùng ở các nước trên thế giới mà chúng ta có quan hệ thương mại và quan hệ kinh tế nói chung. Do vậy, ngoài năng lực sản xuất, trình độ tay nghề và nhiều phẩm chất quan trọng khác, để chiếm được niềm tin của người tiêu dùng thế giới thì người sản xuất, người kinh doanh sản phẩm văn hóa phải là người có *văn hóa kinh doanh và đạo đức kinh doanh*. Việc ăn cắp bản quyền, làm hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng; thực hiện kinh doanh kiểu chụp giật, không tự mình thường xuyên đổi mới, không chịu cải tiến, sáng tạo để vượt lên thì nhất định sẽ nắm chắc phần thất bại trên thương trường và do vậy, việc phá sản là không tránh khỏi.

Mặt khác, chúng ta vẫn thường nói tới mặt trái của kinh tế thị trường, những hạn chế rất khó khắc phục bởi chính bản chất của nền kinh tế ấy. Và những quy luật của kinh tế thị trường vốn lạnh lùng, khắc nghiệt đến nghiệt ngã cũng không loại trừ trong quá trình phát triển CNVH. Chính vì vậy, đã có nhiều người lo ngại việc phát triển CNVH sẽ làm cho văn hóa mất đi tính thiêng liêng, tính nhân văn, nhân bản vốn có của nó. Thực tế cũng cho chúng ta thấy nhiều DSVH đã bị xâm hại, bị bào mòn và có nguy cơ biến dạng nghiêm trọng khi có sự tham gia của quá đông du khách và ý thức bảo vệ DSVH của du khách chưa cao. Chính điều này đã đẩy lên những lo ngại cả trong giới quản lý, nhà nghiên cứu và cộng đồng về việc suy giảm DSVH, con người cũng trở nên lạnh lùng hơn khi phát triển CNVH trong nền kinh tế thị trường.

Khát vọng làm giàu của tất cả những ai tham gia kinh tế thị trường là rất chính đáng. Song, để làm giàu một cách bền vững thì tuyệt đối không được làm trái đạo lý, không được vi phạm pháp luật, cũng không được trái với các giá trị văn hóa chung của loài người, những giá trị văn hóa thiêng liêng của dân tộc hay thuần phong mỹ tục của cộng đồng. Các chủ thể tham gia kinh tế thị trường muốn làm giàu chính đáng thì không phải chỉ có trách nhiệm với cộng đồng xã hội và với đất nước, mà còn phải có trách nhiệm với chính bản thân mình để không bị tụt lại phía sau, để không bị quy luật nghiệt ngã của kinh tế thị trường đào thải. Muốn làm giàu chính đáng và bền vững thì người kinh doanh trong thời

đại kinh tế thị trường toàn cầu hóa hiện nay không chỉ phải có trách nhiệm về phương diện đạo đức, mà còn phải có *trách nhiệm xã hội*, nghĩa là phải *làm giàu có văn hóa*.

Bởi vậy, NLVH giúp cho phát triển CNVH đi đúng định hướng pháp luật, giữ gìn giá trị văn hóa dân tộc, phát triển con người (cá nhân và cộng đồng). Thể chế, chính sách văn hóa tạo nên khung pháp luật quan trọng cho quá trình vận hành nền CNVH. Điều đó giúp cho CNVH đi đúng định hướng phát triển của Đảng và Nhà nước. Nguồn lực DSVH giúp gìn giữ và lan tỏa những giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc, tạo nên tính độc đáo, cuốn hút của từng sản phẩm văn hóa. NLCN sẽ giúp cho các nguồn lực trên phát huy hết tính nhân văn, nhân bản vào trong từng sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Điều đó đòi hỏi các chủ thể tham gia vào CNVH phải kinh doanh sản phẩm và dịch vụ văn hóa có trách nhiệm. Trách nhiệm này vừa phải thấm vào tư duy của người kinh doanh, vừa phải thể hiện trong các sản phẩm mà họ đưa ra thị trường, nhất là khi những sản phẩm này tác động mạnh mẽ đến tâm tư, tình cảm, cách cảm, cách nghĩ của người tiêu dùng sản phẩm, đặc biệt là thế hệ trẻ. Đồng thời, những sản phẩm và dịch vụ văn hóa đó không được làm tổn hại đến môi trường sống, cả môi trường tự nhiên lẫn môi trường xã hội. Ở đây, cái *lợi* phải hài hòa với cái *chân*; nếu chỉ quan tâm đến cái lợi thì có thể gây ra những tai họa khôn lường cho cả con người và môi trường sống.

Có thể nói, NLVH sẽ đảm bảo cho CNVH phát triển theo hướng nhân văn, nhân bản, khắc phục được mặt trái của kinh tế thị trường. Do đó, các chủ thể tham gia phát triển CNVH cần phải hiểu rõ từng NLVH để phát huy giá trị của nguồn lực.

*Thứ hai, NLVH là nguồn tài nguyên để sáng tạo và hình thành các sản phẩm và dịch vụ văn hóa.* David Throsby nhận định: “Trong những thập kỷ gần đây nhận thức về kinh tế có bản sắc riêng và vượt qua các yếu tố cấu thành của kinh tế” [8, tr.25]. Các nhà kinh tế học ngày càng chú ý đến yếu tố văn hóa, trước tiên là nhằm khẳng định thương hiệu, sau nữa là khẳng định lối đi riêng, đặc trưng riêng trong các sản phẩm. Càng ngày, họ càng nhận thấy vai trò quan

trọng của các yếu tố văn hóa trong tạo ra nền “kinh tế có bản sắc”. Các yếu tố của NLVH góp phần hình thành, củng cố và khẳng định bản sắc văn hóa của một cộng đồng. Điều đó giúp phân biệt cộng đồng này với cộng đồng khác, cũng giúp cho các thành viên của cộng đồng nhận ra nhau. Chính điều đó cũng làm cho việc nhận diện sản phẩm kinh tế dễ dàng hơn, thương hiệu được đề cao nếu có gắn với văn hóa truyền thống. Nhà nghiên cứu David Throsby khẳng định: “Không thể tách rời kinh tế hay sản xuất khỏi các lĩnh vực tư tưởng hay văn hóa, vì các vết tích văn hóa, hình ảnh, biểu trưng, thậm chí cả cảm giác và kiến trúc tâm linh đã trở thành một phần của thế giới kinh tế” [142, tr.11].

Các nền văn hóa có thể khác nhau là bởi những giá trị văn hóa, những ý tưởng sáng tạo và bởi sự thành công của văn hóa khi ứng phó với những thách thức trong thế giới tự nhiên và xã hội. “Chủ nghĩa duy vật văn hóa có một đối trọng trong kinh tế học, theo đó văn hóa là nền tảng cho mọi hoạt động kinh tế” [142, tr.10]. Chính vì vậy, những NLVH thể hiện những đặc trưng văn hóa của dân tộc. Khi nguồn lực này tham gia vào phát triển CNVH, nó sẽ góp phần tạo nên những đặc trưng riêng, không bị hòa lẫn vào sản phẩm văn hóa của quốc gia khác. Chính điều này tạo nên sự hấp dẫn của các sản phẩm văn hóa. Đặc biệt hơn nữa, điều này cũng giúp cho CNVH của các quốc gia đi sau không bị mất thị phần. Các sản phẩm văn hóa có vị trí riêng trong sự phát triển chung của các nền CNVH trên thế giới.

*Thứ ba, NLVH tạo nguồn cảm hứng sáng tạo làm phong phú, đa dạng các sản phẩm và dịch vụ văn hóa, không gian văn hoá, gia tăng tính cạnh tranh trong phát triển CNVH. NLVH bao chứa trong nó NLCN; thể chế, chính sách; hệ thống DSVH. Trong đó, hệ thống DSVH tác động lớn đến NLCN bởi lẽ con người là chủ thể mang những giá trị văn hóa của dân tộc. Hệ thống thể chế, chính sách văn hóa cũng phải phù hợp với tài nguyên văn hóa hiện có (trong đó có DSVH) và con người. Xu hướng vận động của NLVH là tiệm cận với các giá trị của thế giới. Hệ thống thể chế, chính sách văn hóa phải lồng ghép trong đó những công ước quốc tế mà Việt Nam đã tham gia. Con người tiếp nhận những tri thức mới, thành tựu khoa học công nghệ hiện đại của thế giới. DSVH cũng có*

những thay đổi theo quy luật giao lưu, tiếp biến của văn hóa hay theo quan điểm bảo tồn giá trị DSVH trên cơ sở kế thừa hoặc quan điểm bảo tồn phát triển. Tuy nhiên, dù không ngừng làm mới cho phù hợp với thực tiễn, với thời đại, phù hợp với quá trình hội nhập quốc tế thì NLVH luôn vận động theo xu hướng nữa là giữ gìn bản sắc văn hóa, đặc trưng văn hóa. Chính điều này tác động rất lớn đến việc hình thành các sản phẩm văn hóa độc đáo, đặc sắc, đa chủng loại trong quá trình phát triển CNVH.

Chỉ nói riêng sự tác động của nguồn lực DSVH thôi, chúng ta cũng thấy nguồn lực này đã làm cho các sản phẩm và dịch vụ văn hóa đa dạng, phong phú vô cùng. Các kỳ quan thiên nhiên và văn hóa đặc biệt có giá trị được UNESCO công nhận là DSVH thế giới cũng như nhiều di tích văn hóa nổi tiếng khác khắp cả nước với “*vẻ đẹp bất tận*” là những điểm du lịch không nơi nào có trên thế giới. Những di sản này đã làm cho các sản phẩm du lịch phong phú, đa dạng hơn. Không dừng lại ở những sản phẩm du lịch mang tính ngắm cảnh, tham quan, khám phá, các doanh nghiệp và cộng đồng đã sáng tạo thêm nhiều sản phẩm mới như dịch vụ ăn, nghỉ, trải nghiệm, phát triển sản phẩm thủ công mỹ nghệ để thành những đồ lưu niệm. Thậm chí, khi du lịch phát triển ở những nơi có di sản, nhiều nghề thủ công truyền thống đã được khôi phục và phát triển, tham gia vào chuỗi cung cấp sản phẩm cho du khách. Đơn cử như du lịch ở làng cổ Đường Lâm (Hà Nội) đã góp phần thúc đẩy khôi phục nghề làm tương, phát triển nghề làm chè lam, kẹo vùng, kẹo lạc... Thậm chí, giống gà Mía nổi tiếng ở Đường Lâm tưởng như đã bị mất cũng được người dân có ý thức gìn giữ và khôi phục lại.

Cùng với nguồn lực DSVH vật thể, NLVH phi vật thể cũng tham gia mạnh mẽ vào việc làm phong phú, đa dạng hơn sản phẩm văn hóa trong quá trình phát triển CNVH. Nguồn lực DSVH phi vật thể ở Việt Nam vô cùng phong phú với những di sản nổi tiếng như: Không gian văn hóa Cồng chiêng Tây Nguyên, Nhã nhạc cung đình Huế, Dân ca Ví Dặm, Ca trù, Quan họ, Lễ hội đền Hùng... Trong thế giới đương đại, những DSVH này ngày càng đóng vai trò quan trọng, góp phần đẩy nhanh hơn tốc độ phát triển của CNVH bởi chính tính

độc đáo, đặc sắc của những giá trị mà di sản đó truyền tải. Các NLVH tinh thần, như các di sản nghệ thuật, các tinh hoa văn hóa dân gian, âm nhạc dân tộc,... nếu được khai thác tốt vừa để phục vụ du lịch, vừa để giới thiệu quảng bá các giá trị văn hóa tinh thần của dân tộc ra thế giới nhằm thu hút du khách đến nước ta. Điều này sẽ tạo cú hích lớn cho ngành CNVH phát triển với đa dạng loại hình sản phẩm và dịch vụ văn hóa.

Ngoài ra, NLCN cũng tạo nên những sản phẩm văn hóa độc đáo, có giá trị cao. Thông thường, chúng ta thường nghĩ tới sản phẩm trong CNVH là hướng tới số đông, sản xuất đại trà. Điều đó là cần thiết, và cũng là đặc trưng của CNVH. Với NLCN hiện nay, điều này là không khó. Song, chúng ta cũng nhận thấy, với bàn tay khéo léo, óc thẩm mỹ tinh tế, tri thức tinh hoa, người Việt Nam đã sáng tạo ra rất nhiều sản phẩm văn hóa độc bản hoặc phiên bản giới hạn có giá trị rất cao. Điều này không những nâng giá trị của các sản phẩm và dịch vụ văn hóa mà còn làm tăng thêm sự phong phú, đa dạng của các sản phẩm văn hóa, đáp ứng các mức độ nhu cầu khác nhau của công chúng.

Việc khai thác và phát huy có hiệu quả NLVH trong quá trình phát triển CNVH không thể thiếu, không thể tách rời ý chí và khát vọng vươn lên của mỗi cá nhân và cộng đồng dù họ ở vị trí nào (công chúng thương thức, tiêu thụ hay đồng sáng tạo sản phẩm văn hóa; doanh nghiệp, nhà quan trọng, nhà quản lý...). Đất nước cũng sẽ khó phát triển nếu sử dụng không hiệu quả NLVH. Đây là điều rất dễ nhận thấy mỗi khi chúng ta tiến hành đánh giá lại, hay tổng kết quá trình phát triển của từng giai đoạn đã qua. Tuy nhiên, điều cần nhấn mạnh là, cần nâng cao nhận thức về vai trò của NLVH đối với sự phát triển CNVH để thúc đẩy sự phát triển của cả đất nước.

## **2.2. LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU VÀ KHUNG PHÂN TÍCH LUẬN ÁN**

### **2.2.1. Lý thuyết nghiên cứu**

#### **2.2.1.1. Lý thuyết vốn văn hóa**

Để tiến hành nghiên cứu về NLVH trong phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội, NCS lựa chọn *Vốn văn hóa* làm lý thuyết cho những nghiên cứu của mình.

Lý thuyết về vốn văn hóa được nhà xã hội học Pháp Pierre Bourdieu (1930 - 2002) thảo luận trong tác phẩm *Distinction: A Social Critique of the*

*Judgement of Taste* (Sự phân biệt: Phê bình xã hội trong đánh giá sở thích), trong đó vốn văn hoá và vốn giáo dục được gắn kết trong tác phẩm của Bourdieu, và kiến thức chính là đặc điểm chung, và ông coi vốn văn hoá như một nguồn có thể thu lợi nhuận. Sau này trong tác phẩm “Các hình thức tư bản” được công bố lần đầu vào năm 1986, ông chỉ ra rằng có nhiều loại vốn khác nhau, bao gồm vốn kinh tế, vốn văn hóa, vốn xã hội và vốn biểu tượng. Dù ông phân biệt giữa vốn văn hóa với vốn xã hội và biểu tượng nhưng trên thực tế, cả ba loại vốn này chỉ thuộc về một phạm trù văn hóa - xã hội mà thôi. Theo ông, vốn xã hội không chỉ có tính kinh tế, các trao đổi xã hội không chỉ đơn thuần mang tính tư lợi mà cần phải bao gồm cả “vốn và lợi nhuận dưới mọi hình thức” [153, tr.241].

Cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của vốn văn hóa, các nhà kinh tế chính trị học Mỹ Robert Putnam (1993 & 2000) và Francis Fukuyama (2001) định danh loại vốn này dưới tên gọi chung là “vốn xã hội” (social capital), nhấn mạnh tầm quan trọng của kết nối con người, niềm tin và mạng lưới xã hội. Các học giả này cho rằng vốn xã hội, cũng giống như vốn vật chất hay vốn con người, đều là những loại “vốn” có khả năng làm tăng năng suất và lợi nhuận do những tác động tương hỗ của các mối tương tác thông qua các mạng lưới xã hội, các quy tắc xã hội cũng như niềm tin của con người trong xã hội, trong đó chữ tín hay niềm tin lẫn nhau được nhấn mạnh như một giá trị cốt lõi của vốn xã hội. Khái niệm vốn xã hội tồn tại trong một thời gian dài, và trong suốt thời gian đó, khái niệm vốn văn hoá được hiểu là (hoặc thuộc về) vốn xã hội.

Điểm khác biệt giữa Bourdieu và Putnam là ở chỗ Bourdieu coi vốn xã hội là tài sản của cá nhân chứ không phải của tập thể trong khi Putnam lại xem vốn xã hội được nâng từ đặc điểm của các cá nhân thành đặc điểm của một tập hợp dân số lớn và trở thành một đặc điểm tập thể. Dù còn có những khác biệt trong việc xem vốn văn hóa là tài sản cá nhân [152, tr.241-258] hay tập thể [154, tr.35] nhưng các nhà nghiên cứu đều có sự đồng thuận trong việc xem vốn văn hóa như một nguồn lực, được đặc trưng bởi mạng lưới xã hội, kinh nghiệm, kỹ năng, hệ giá trị, các quy tắc ứng xử, niềm tin, quan hệ có đi có lại và là một bộ phận cấu thành nên bối cảnh văn hóa của một chương trình phát triển, có thể tạo điều kiện cho sáng tạo và thay đổi.



Chương trình Phát triển Liên hiệp quốc khuyến cáo sử dụng khung sinh kế bền vững (Sustainable Livelihood Approaches - SLA) với 5 loại vốn cụ thể mà con người có thể sử dụng cho chiến lược sinh kế chống lại đói nghèo, đó là: 1) Vốn con người; 2) Vốn xã hội (social capital); 3) Vốn tự nhiên (natural capital); 4) Vốn vật chất (physical capital); 5) Vốn tài chính (financial capital).

Ở Việt Nam, Trần Đình Hượu được xem là người đầu tiên nhìn nhận văn hóa như một loại vốn. Tuy nhiên, nếu Pierre Bourdieu quan tâm đến vốn văn hóa của cá nhân được nuôi dưỡng bởi vốn gia đình, vốn giáo dục và vốn cộng đồng, từ đó đem lại thành tựu cho họ, thì Trần Đình Hượu quan tâm nhiều đến vốn văn hóa của cộng đồng. Ngay từ những năm 1980 ông đã cho rằng vốn văn hóa chính là tài sản của cộng đồng tích lũy được qua thời gian, từ đó mà định hình bản sắc. Vốn văn hóa là bằng chứng về bản lĩnh sáng tạo của một dân tộc. Ông viết: “Khi có hệ tư tưởng, nền văn học nghệ thuật, những nhân vật văn hóa tức là khi tạo được cái “vốn” văn hóa riêng cho cộng đồng thì mới có thể bắt đầu nói đến đặc sắc dân tộc của văn hóa” [127]. Theo ông, bản sắc văn hóa dân tộc không chỉ để bồi dưỡng lòng tự hào, để kế thừa theo lối lấy, bỏ, thêm, bớt, mà còn để phát huy tiềm năng sáng tạo, giải phóng sức sáng tạo, tìm phương hướng vun xới sức sáng tạo trên bước đường hiện đại và tương lai. Tuy nhiên, ông mới chỉ quan tâm đến phương diện tinh thần trong vốn văn hóa.

Trần Hữu Dũng tiến xa hơn khi cho rằng vốn văn hóa tồn tại dưới hai dạng: Vốn văn hóa vật thể là các công trình kiến trúc, đền đài, cung miếu, di tích lịch sử, những địa điểm có ý nghĩa văn hóa - đây là nguồn tài nguyên có thể cung cấp một luồng dịch vụ có thể hưởng thụ ngay, hoặc sử dụng trong sản xuất các sản phẩm và dịch vụ trong tương lai, văn hóa cũng như ngoại văn hóa. Vốn văn hóa phi vật thể là những tập quán, phong tục, tín ngưỡng, văn chương, âm nhạc và các giá trị khác của xã hội - là một thứ keo gắn kết cộng đồng. Theo ông, vốn văn hóa có thể thay thế các loại vốn khác, các tài nguyên khác hoặc ngược lại, đóng góp vào tổng thu nhập và tốc độ phát triển của một quốc gia. Ông khẳng định nếu không bảo dưỡng vốn văn hóa, để di sản đòi trụ, làm mất bản sắc văn hóa dân tộc sẽ gây ra những hậu quả tai hại, làm giảm sản năng và

phúc lợi kinh tế [22]. Phát triển quan điểm về vốn văn hóa của Trần Hữu Dũng, Trần Thị An cho rằng nguồn vốn văn hóa của một cộng đồng, quốc gia khi được thấm thấu qua các bộ lọc cá nhân (qua con đường giáo dục, thực hành và trải nghiệm văn hóa) sẽ trở thành vốn văn hóa cá nhân, mà mỗi cá nhân có thể sử dụng nó để thể chấp (với tư cách là uy tín cá nhân) trong các thương thảo hợp tác hoặc thiết lập mạng lưới xã hội. Toàn bộ nền văn hóa là tài sản của cộng đồng, nhưng nó chỉ trở thành “vốn” khi được cộng đồng chung cất thành các giá trị có thể sử dụng và thu được lợi ích, chẳng hạn, để khai thác phát triển du lịch hay để phát triển CNVH,... hoặc khi chúng trở thành các chuẩn mực định hình cho ứng xử, quan niệm, lối sống, lý tưởng, khát vọng của toàn thể cộng đồng và sức mạnh mềm của quốc gia - những giá trị mà cộng đồng, quốc gia có thể thể chấp (với tư cách là thương hiệu quốc gia) trong các hoạt động liên quan đến hợp tác nhằm kiếm tìm lợi ích [2].

Nghiên cứu sinh muốn đề cập đến sự kế thừa những nguồn vốn văn hóa được tích lũy trong quá khứ đồng thời được tiếp sức thêm bởi những NLVH mới để phục vụ cho mục tiêu phát triển CNVH. NCS nghiên cứu nguồn lực trong phát triển CNVH của Thủ đô Hà Nội với lý thuyết là vốn văn hoá bao gồm vốn vật chất - di sản văn hoá, vốn con người - NLCN và vốn thể chế, chính sách. Trên cơ sở nhận diện, đánh giá thực trạng phát huy các nguồn vốn này hiện nay để bàn thảo những vấn đề còn tồn tại và đề xuất giải pháp phát huy trong thời gian tới.

### ***2.2.1.2. Quan điểm của Đảng về văn hóa là nguồn lực nội sinh quan trọng cho sự phát triển bền vững đất nước***

Ngay từ những ngày đầu thành lập, Đảng ta đã rất chú trọng phát triển văn hóa, nhận thức rõ về vai trò của văn hóa đối với sự phát triển. *Đề cương văn hóa Việt Nam năm 1943* xác định: văn hóa, kinh tế, chính trị có mối quan hệ mật thiết với nhau. Đảng không chỉ làm cách mạng chính trị mà còn phải làm cách mạng văn hóa. Tại Hội nghị Văn hóa toàn quốc lần thứ nhất (tháng 11-1946), Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đưa ra luận điểm: “Văn hóa soi đường cho quốc dân đi”. Luận điểm này cho thấy phạm vi rộng lớn, tầm ảnh hưởng sâu sắc của văn

hóa đối với tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội. Trở thành nguyên tắc quan trọng, có ý nghĩa cơ bản, lâu dài và là sợi chỉ đỏ xuyên suốt quá trình phát triển văn hóa Việt Nam trong cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc, trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

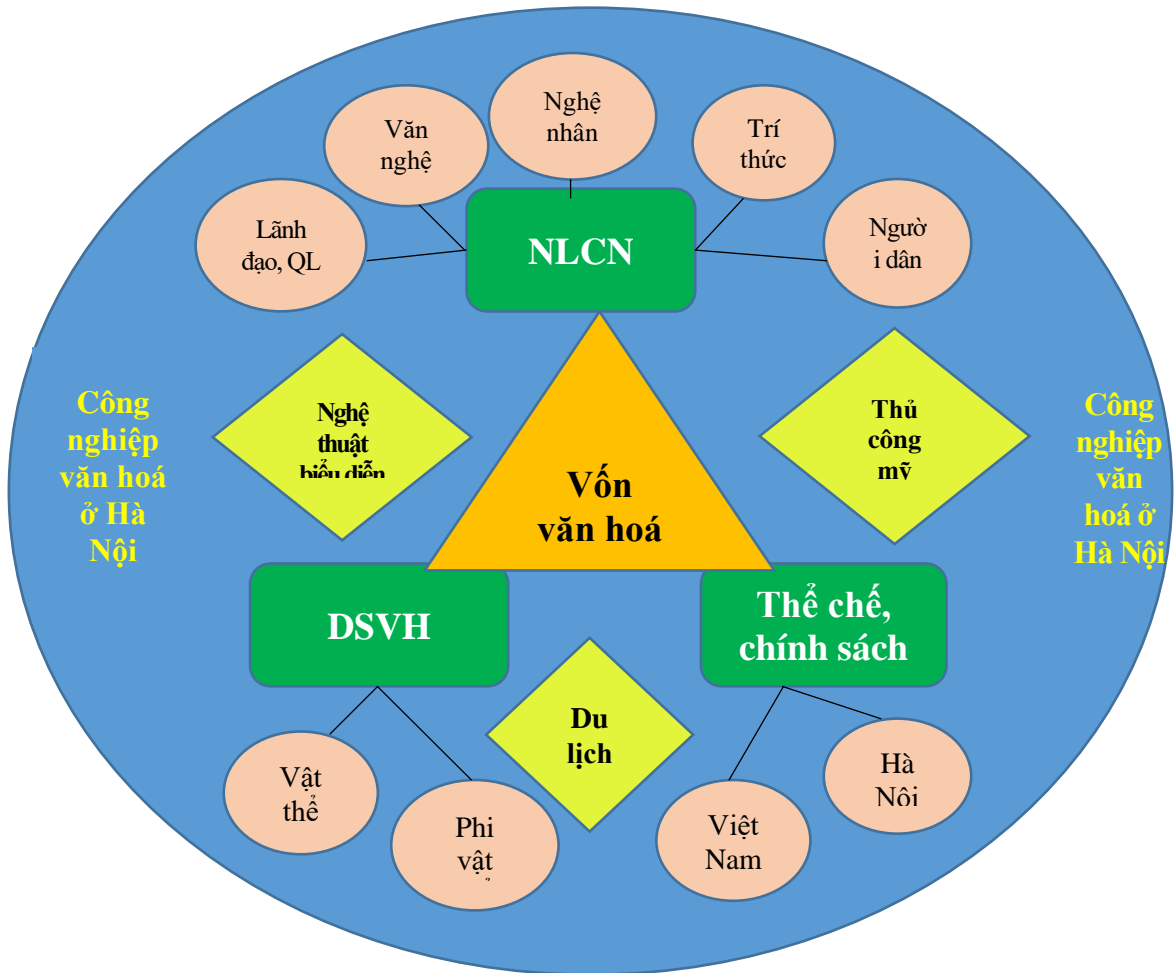
Khi đất nước độc lập, thống nhất, đặc biệt là trong quá trình đổi mới, vai trò của văn hóa đối với sự phát triển đất nước ngày càng được khẳng định rõ nét. Nghị quyết số 05 của Bộ Chính trị khóa VI *Về đổi mới và nâng cao trình độ lãnh đạo, quản lý văn học, nghệ thuật và văn hóa, phát huy khả năng sáng tạo, đưa văn học, nghệ thuật và văn hóa phát triển lên một bước mới*, Nghị quyết Hội nghị Trung ương 4 khóa VII *Về một số nhiệm vụ văn hóa, văn nghệ những năm trước mắt*, Nghị quyết Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII *Về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc* không ngừng khẳng định vai trò quan trọng của văn hóa.

Năm 2014, Hội nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương khóa XI đã khẳng định “văn hóa phải thực sự trở thành nền tảng tinh thần vững chắc của xã hội, là sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc Tổ quốc” [24, tr.17]. Như vậy, cùng với các nguồn lực kinh tế, tài nguyên thiên nhiên, tài chính... NLVH ngày càng đóng vai trò quan trọng, chi phối và tác động trực tiếp đến sự phát triển bền vững đất nước. Trong quá trình chủ động mở rộng giao lưu, hội nhập quốc tế, văn hóa không chỉ là nền tảng tinh thần, mục tiêu, động lực để phát triển KT-XH mà nó là nguồn lực nội sinh quan trọng cho sự phát triển nhanh và bền vững của quốc gia, làm nên sức mạnh của dân tộc. Vì vậy, Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII đã khẳng định: phát triển toàn diện và đồng bộ, phát triển nhanh và bền vững, phát huy mạnh mẽ nguồn lực nội sinh văn hóa, con người Việt Nam để “phấn đấu đến giữa thế kỷ XXI, nước ta trở thành một nước phát triển, theo định hướng xã hội chủ nghĩa” [25, tr.35-36].

### **2.2.2. Khung phân tích của luận án**

Dựa trên lý thuyết vốn văn hóa và quan niệm về NLVH, CNVH như đã trình bày ở trên Luận án xây dựng Khung phân tích. Khung phân tích này thể hiện nguồn lực con người, di sản văn hóa và thể chế, chính sách là những NLVH

quan trọng cho sự phát triển CNVH ở Thủ đô Hà Nội. Trong khuôn khổ của luận án, do không có điều kiện khảo sát tất cả các lĩnh vực CNVH, trong phạm vi nghiên cứu, NCS đã giới thuyết chỉ tập trung khảo sát các lĩnh vực thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn và du lịch văn hóa.



**Sơ đồ 2.1. Khung phân tích của nguồn lực văn hoá trong phát triển CNVH ở Hà Nội (Nguồn: Tác giả luận án)**

Nội dung của khung phân tích thể hiện vốn văn hoá là lý thuyết tiếp cận của luận án, trong đó NCS tập trung vào việc phát huy ba nguồn lực: NLCN, nguồn lực DSVH, nguồn lực thể chế chính sách được đề thúc đẩy phát triển CNVH ở Thủ đô. Nguồn lực con người trong phát triển CNVH được sắp xếp một cách tương đối trong 5 nhóm: cán bộ lãnh đạo, quản lý, văn nghệ sĩ, nghệ nhân, trí thức, chuyên gia và người dân Thủ đô. Luận án tiếp cận NLCN với cả

vai trò là chủ thể sáng tạo, sản xuất, lưu truyền và tiêu thụ các sản phẩm văn hoá. Thủ đô Hà Nội có nguồn lực di sản văn hoá rất dồi dào và được phân loại: DSVH vật thể, DSVH phi vật thể. Đối với nguồn lực thể chế, chính sách NCS lựa chọn tiếp cận từ chủ trương, quan điểm, chính sách của Đảng, Nhà nước và của Thủ đô Hà Nội. Trong thời gian qua, Thủ đô Hà Nội đã có chủ trương phát triển công nghiệp văn hoá và đã đạt được một số thành tựu nhất định, trong phạm vi nghiên cứu của luận án, NCS lựa chọn và tập trung khảo sát ở ba lĩnh vực chính là: Thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn và du lịch văn hóa. Những ngành này không chỉ có giá trị văn hóa sâu sắc mà còn có tiềm năng kinh tế lớn và tác động đến xây dựng thương hiệu văn hóa Hà Nội.

Hà Nội là trung tâm của nhiều làng nghề truyền thống với lịch sử hàng trăm năm. Những sản phẩm thủ công mỹ nghệ này không chỉ phản ánh tay nghề tinh xảo mà còn chứa đựng văn hóa và nghệ thuật đặc trưng của Hà Nội, làm nổi bật giá trị truyền thống độc đáo và bản sắc văn hóa của Thủ đô. Thủ công mỹ nghệ còn góp phần vào du lịch văn hóa, khi khách du lịch trong và ngoài nước muốn tìm hiểu và trải nghiệm các làng nghề truyền thống.

Hà Nội là trung tâm của nghệ thuật biểu diễn truyền thống, cũng như các hình thức nghệ thuật biểu diễn hiện đại. Những bộ môn này là biểu tượng sống động của văn hóa Hà Nội và luôn nhận được sự quan tâm của khán giả trong và ngoài nước. Nghệ thuật biểu diễn tại Hà Nội có tiềm năng lớn trong việc tạo ra giá trị kinh tế thông qua tổ chức các buổi biểu diễn, các tour biểu diễn quốc tế, và hợp tác với các công ty truyền thông để phát triển nội dung số.

Hà Nội có lợi thế lớn về du lịch văn hóa nhờ sở hữu nhiều di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh và không gian văn hóa độc đáo thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế, góp phần quan trọng vào nền kinh tế Thủ đô.

Ba ngành này không chỉ có sự khác biệt về nội dung và phương thức hoạt động mà còn có tiềm năng tương hỗ và liên kết chặt chẽ trong việc xây dựng hình ảnh văn hóa, tạo giá trị kinh tế, và bảo tồn bản sắc Thủ đô. Vì thế, lựa chọn ba ngành này trong nghiên cứu phát triển nguồn lực văn hóa là cách tiếp cận có giá trị, đóng góp vào sự phát triển bền vững của công nghiệp văn hóa Hà Nội.

## **2.3. KHÁI QUÁT NGUỒN LỰC VĂN HOÁ CỦA HÀ NỘI**

### **2.3.1. Khái quát về Thủ đô Hà Nội**

Hà Nội, thủ đô của Việt Nam, với diện tích 3.359,9 km<sup>2</sup> và dân số hơn 8 triệu người (năm 2023), là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa và giáo dục quan trọng bậc nhất của cả nước. Xuyên suốt chiều dài lịch sử, từ Thăng Long xưa đến Hà Nội nay, mảnh đất này luôn giữ vai trò đầu não, định hướng sự phát triển của đất nước. Với bề dày lịch sử hơn một nghìn năm, Hà Nội không chỉ là chứng nhân của biết bao biến động, thăng trầm mà còn là nơi lưu giữ, bồi đắp và phát triển những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc. Tinh hoa văn hóa Tràng An thanh lịch, tinh tế của người Hà Nội đã tạo nên sức hấp dẫn riêng biệt, làm giàu thêm bản sắc dân tộc.

Hà Nội là đất kinh kỳ ngàn năm văn hiến, nơi hội tụ và kết tinh những tinh hoa văn hóa của cả nước. Hệ thống di sản văn hóa đồ sộ của Thủ đô phản ánh rõ nét sự giao thoa, tiếp biến giữa các vùng miền, nhưng vẫn giữ được bản sắc riêng biệt. Những công trình kiến trúc cổ kính như Văn Miếu - Quốc Tử Giám, Chùa Một Cột, Hoàng thành Thăng Long, 36 phố phường Hà Nội cùng hàng loạt di tích lịch sử như Đông Bộ Đầu, Chương Dương Độ, Hàm Tử Quan, Ngọc Hồi, Đống Đa... đã trở thành biểu tượng của truyền thống hào hùng và tinh thần quật cường của dân tộc. Trải qua nhiều giai đoạn lịch sử, từ các cuộc kháng chiến chống ngoại xâm đến chiến thắng vĩ đại của Cách mạng tháng Tám năm 1945, chiến dịch "Điện Biên Phủ trên không" năm 1972, Hà Nội luôn khẳng định vị thế trung tâm, vừa là nơi khởi nguồn phong trào đấu tranh yêu nước, vừa là biểu tượng của hòa bình và độc lập. Năm 1999, UNESCO đã trao tặng danh hiệu "Thành phố Vì hòa bình" cho Hà Nội, ghi nhận những nỗ lực không ngừng của Thủ đô trong công cuộc xây dựng một xã hội nhân văn, phát triển bền vững. Năm 2019, Hà Nội tiếp tục ghi dấu ấn khi chính thức tham gia mạng lưới các Thành phố sáng tạo của UNESCO, khẳng định vai trò quan trọng trong phát triển văn hóa, nghệ thuật và công nghiệp sáng tạo.

Về kinh tế, Hà Nội là một trong những trung tâm kinh tế lớn nhất của cả nước, đóng vai trò đầu tàu trong tăng trưởng kinh tế khu vực phía Bắc. Thành

phố có cơ cấu kinh tế đa dạng với các ngành thương mại, dịch vụ, công nghiệp và du lịch phát triển mạnh mẽ. Đặc biệt, Hà Nội đang tập trung phát triển công nghiệp văn hóa như một lĩnh vực kinh tế chiến lược, góp phần tạo động lực cho tăng trưởng bền vững. Với lợi thế về di sản văn hóa, nghệ thuật truyền thống, các ngành công nghiệp văn hóa của Hà Nội như nghệ thuật biểu diễn, thủ công mỹ nghệ, điện ảnh, truyền thông, thời trang... đang ngày càng khẳng định vị thế và sức lan tỏa trong nước và quốc tế. Sự kết hợp giữa di sản văn hóa lâu đời và công nghệ hiện đại đang mở ra nhiều cơ hội để Hà Nội trở thành một trung tâm sáng tạo hàng đầu khu vực.

Về mặt xã hội, Hà Nội là nơi hội tụ nhân tài, có hệ thống giáo dục - đào tạo hàng đầu cả nước với nhiều trường đại học, viện nghiên cứu danh tiếng. Thành phố cũng là nơi tổ chức nhiều sự kiện văn hóa, thể thao và giải trí mang tầm cỡ quốc gia và quốc tế, tạo động lực quan trọng thúc đẩy giao lưu văn hóa và phát triển du lịch. Sự kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại, giữa những khu phố cổ kính với các khu đô thị sầm uất đã tạo nên một Hà Nội vừa trầm mặc, cổ kính, vừa năng động, sáng tạo.

Hà Nội không chỉ là trái tim của cả nước mà còn là một điểm đến hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước. Những địa danh nổi tiếng như Hồ Gươm, Tháp Rùa, Văn Miếu - Quốc Tử Giám, Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh, Hồ Tây, khu phố cổ Hà Nội, cùng với các làng nghề truyền thống như Bát Tràng, Vạn Phúc đã góp phần tạo nên sức hút đặc biệt của Thủ đô. Không chỉ có di sản văn hóa vật thể, Hà Nội còn nổi tiếng với các lễ hội dân gian, nghệ thuật truyền thống như ca trù, chèo, múa rối nước... tạo nên một không gian văn hóa độc đáo, thu hút sự quan tâm của công chúng và du khách quốc tế.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, Hà Nội đang nỗ lực không ngừng để trở thành một đô thị thông minh, sáng tạo, phát huy mạnh mẽ nội lực và tiềm năng sẵn có. Với khát vọng vươn xa, Hà Nội đang từng bước hiện thực hóa mục tiêu trở thành thành phố xanh, văn minh, hiện đại, xứng tầm khu vực và thế giới, đồng thời tiếp tục khẳng định vai trò trung tâm văn hóa, chính trị, kinh tế của cả nước.

## **2.3.2. Nguồn lực văn hoá ở Hà Nội**

### **2.3.2.1. Nguồn lực con người ở Hà Nội**

Nguồn lực con người cho phát triển CNVH bao gồm nhiều bộ phận: từ sáng tạo, sản xuất nội dung, quản lý sự kiện đến quảng bá, công nghệ, tài chính, lưu thông các sản phẩm văn hóa... Nguồn lực này đảm bảo sự thành công và đa dạng của CNVH. Trong phạm vi nghiên cứu của mình, luận án tiếp cận NLCN trong lĩnh vực CNVH là những người lao động - mang tính chất là một đội ngũ - trực tiếp tham gia với vai trò là một “nguồn vốn”, “nguồn tài nguyên nhân văn” quan trọng làm nên thương hiệu, chất lượng và sức mạnh của ngành CNVH. Trên quan điểm đó, NCS nghiên cứu NLCN khi trong các lĩnh vực CNVH trên địa bàn Thủ đô Hà Nội hiện nay, bao gồm các bộ phận sau: đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hóa; đội ngũ văn nghệ sĩ; đội ngũ nghệ nhân; đội ngũ trí thức, chuyên gia; người dân Thủ đô.

*- Đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hoá*

Trên địa bàn thành phố Hà Nội, đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý văn hóa của thành phố hiện nay được phân cấp tương ứng quản lý hành chính: cấp thành phố, cấp quận/huyện và cấp xã/phường/thị trấn.

Đội ngũ cán bộ quản lý văn hoá cấp Thành phố bao gồm đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức làm việc tại các phòng chuyên môn, nghiệp vụ của Sở Văn hoá và Thể thao Hà Nội như: Quản lý Văn hóa, Quản lý Nghệ thuật, Xây dựng nếp sống văn hóa và gia đình, Quản lý DSVH, Quản lý Thể dục thể thao. Ngoài ra, đội ngũ này cũng làm việc tại 13 đơn vị khối đơn vị sự nghiệp trực thuộc do Sở quản lý, bao gồm: Nhà hát Ca Múa Nhạc Thăng Long; Nhà hát Múa Rối Thăng Long; Nhà hát Kịch Hà Nội; Nhà hát Chèo Hà Nội; Nhà hát Cải lương Hà Nội; Nhà hát Nghệ thuật Xiếc và Tạp kỹ Hà Nội; Bảo tàng Hà Nội; Ban Quản lý Di tích danh thắng Hà Nội; Ban Quản lý Di tích Nhà tù Hỏa Lò; Trung tâm Hoạt động Văn hóa khoa học Văn Miếu - Quốc Tử Giám; Thư viện Hà Nội; Trung tâm Văn hóa thành phố Hà Nội; Trung tâm Thông tin - Triển lãm Hà Nội. Số lượng công chức, viên chức làm công tác quản lý văn hóa cấp Thành phố tại thời điểm tổng hợp có 321 người [Phụ lục 3].



Đội ngũ cán bộ quản lý văn hoá cấp quận, huyện, thị xã bao gồm: Phó chủ tịch phụ trách văn hoá, trưởng và phó trưởng phòng văn hoá quận, huyện, thị xã và cán bộ trong diện quy hoạch, cán bộ phòng văn hoá, thông tin. Tính đến hết tháng 6 năm 2023, số lượng công chức, viên chức làm công tác quản lý văn hóa có 560 người. Trong đó, nữ có 224 người, chiếm tỷ lệ 40%; nam có 336 người, chiếm tỷ lệ 60%; cán bộ người dân tộc thiểu số có 02 người, chiếm 0,3% [98, tr.11-12]. Hiện nay, số lượng công chức, viên chức làm công tác quản lý văn hóa cấp xã, phường, thị trấn có 580 người. Trong đó, nữ có 292 người, chiếm tỷ lệ 50,3 %; nam có 288 người, chiếm tỷ lệ 49,7%; cán bộ dân tộc thiểu số có 21 người, chiếm 3,6 % [87, tr.12-13].

*- Đội ngũ văn nghệ sĩ*

Đội ngũ văn nghệ sĩ là những người tài năng, tâm huyết của Thủ đô, Trong đội ngũ văn nghệ sĩ có một bộ phận được tập hợp trong các hội chuyên ngành của Hội Liên hiệp Văn học nghệ thuật Hà Nội, gồm “3.700 hội viên thuộc 9 hội chuyên ngành - lực lượng hoạt động văn học nghệ thuật hùng hậu, bền bỉ đã sáng tạo ra nhiều tác phẩm và công trình có uy tín, có nhiều đóng góp trên các lĩnh vực văn hóa và tinh thần của Thủ đô” [18, tr.406-411]. Ngoài ra, còn có đội ngũ văn nghệ sĩ hoạt động tự do, chiếm tỷ lệ ngày càng cao. Đây là lực lượng lao động sáng tạo mới, có trình độ chuyên môn cao, năng động, sáng tạo, có sức trẻ và nhiệt huyết, góp phần quan trọng vào sự đổi mới, phát triển nghệ thuật, phát triển CNVH Thủ đô.

*- Đội ngũ nghệ nhân*

Theo số liệu thống kê của Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội, tính đến tháng 6/2023, trên địa bàn thành phố có 131 nghệ nhân, trong đó có 18 nghệ nhân nhân dân, 113 nghệ nhân ưu tú (18 nghệ nhân đã mất). Các địa phương có số nghệ nhân nhiều nhất là huyện Phú Xuyên có số lượng nghệ nhân được phong tặng nhiều nhất với 31 nghệ nhân (06 NNND, 25 NNUT) thuộc các loại hình tri thức dân gian, nghệ thuật trình diễn dân gian; tiếp đó là các quận, huyện Đông Anh có 15 nghệ nhân, Quốc Oai 13 nghệ nhân (01 NNND, 12 NNUT), Ba Đình và Đan Phượng đều có 08 nghệ nhân, Thanh Xuân có 07 nghệ nhân, Hoàn Kiếm và Hoài Đức có 06 nghệ nhân, Thạch Thất và Thường Tín (05 nghệ nhân) [Phụ lục 4].

*- Đội ngũ trí thức, chuyên gia*

Hiện nay, Hà Nội có 75 trường đại học, trong đó chỉ có 1 trường đại học, Đại học Thủ đô Hà Nội, trực thuộc Ủy ban nhân dân (UBND) thành phố quản lý. Các trường đại học khác thuộc Trung ương đóng trên địa bàn. Hà Nội còn có 33 trường cao đẳng, 49 trường trung cấp đào tạo các ngành nghề khác nhau. Về số lượng học nghề, Hà Nội có khoảng gần 800.000 sinh viên, chiếm gần 50% tổng số sinh viên trên cả nước [21, tr.112-116]. Thủ đô Hà Nội là nơi tập trung đội ngũ trí thức lớn nhất cả nước với hàng nghìn giáo sư, phó giáo sư, tiến sĩ và thạc sĩ. Đây là NLCN có chất lượng cao tham gia đóng góp tích cực, hiệu quả vào công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa Thủ đô nói chung và phát triển của CNVH Thủ đô nói riêng. “Tính đến đầu năm 2022, tổng số cán bộ, công chức, viên chức trong các cơ quan nhà nước, đơn vị sự nghiệp thuộc UBND thành phố gồm: 7.286 công chức, trong đó có 84 tiến sĩ; 2.609 người trình độ thạc sĩ, 4.373 người có trình độ đại học, 35 người trình độ cao đẳng, 133 trình độ trung cấp và 52 người trình độ sơ cấp. Trong số các công chức nói trên, về trình độ ngoại ngữ, có 374 người ở cấp độ đại học, còn lại, 6.912 người ở cấp độ chứng chỉ. Về trình độ tin học, có 265 trường hợp ở cấp độ đại học, còn lại 7.021 trường hợp ở cấp độ chứng chỉ. Tổng số cán bộ, công chức cấp xã của thành phố Hà Nội là 9.191 người, trong đó chỉ có 1 người có trình độ tiến sĩ, 828 người có trình độ thạc sĩ, 7.399 người có trình độ đại học. 333 người ở trình độ cao đẳng, 489 người có trình độ trung cấp và 141 người ở trình độ sơ cấp. Tổng số viên chức của thành phố Hà Nội là 121.291 người. Trong số này, có 317 người có trình độ tiến sĩ, 304 người có trình độ chuyên khoa II, 9.175 người có trình độ thạc sĩ, 1.121 người ở trình độ chuyên khoa I. Số người có trình độ đại học chiếm tỷ lệ lớn, với 72.897 người (60,1%). Trình độ cao đẳng có 24.817 người, trình độ trung cấp có 11.874 người. 786 người ở trình độ thấp hơn. Thống kê về trình độ ngoại ngữ của viên chức thành phố Hà Nội cho thấy có 8.364 trường hợp ở cấp độ đại học trở lên. Còn lại, 92.407 trường hợp còn lại ở cấp độ chứng chỉ. Với trình độ tin học, có 5.871 trường hợp ở trình độ trung cấp trở lên, còn lại 97.437 trường hợp ở cấp độ chứng chỉ [126].

- *Người dân Thủ đô*: Hà Nội hiện là thành phố đông dân thứ hai của cả nước (sau Thành phố Hồ Chí Minh) với dân số (năm 2023) là 8.330.834 người, tốc độ gia tăng dân số cơ học hằng năm ở mức 1,4%/năm. Mật độ dân số trung bình hiện nay của Hà Nội khoảng 2.398 người/km<sup>2</sup>, cao gấp 8,2 lần so mật độ dân số cả nước [130]. Kết quả tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019 cho thấy, tỷ lệ người dân Hà Nội có trình độ học vấn trung học phổ thông trở lên đạt 49,4%, cao hơn mức trung bình cả nước là 43,2%. Tỷ lệ người dân Hà Nội có trình độ cao đẳng, đại học trở lên đạt 35,3%, cao hơn mức trung bình cả nước là 29,6% [21, tr.30].

### **2.3.2.2. Nguồn lực di sản văn hóa Hà Nội**

#### *\* Nguồn lực di sản văn hóa vật thể*

Với bề dày lịch sử truyền thống, các thế hệ cha ông sinh tồn ở Hà Nội đã hình thành nên hệ thống DSVH vật thể vô cùng đặc sắc, đa dạng, phong phú. Trong đó, hệ thống di tích lịch sử - văn hóa - cách mạng, các kiến trúc cổ, các danh lam thắng cảnh đa dạng, phong phú và giàu giá trị.

Hà Nội hiện sở hữu hệ thống di sản lịch sử - văn hoá đồ sộ, với tổng cộng 5.922 di tích. Trong số này, 21 di tích và cụm di tích được Thủ tướng Chính phủ công nhận là di tích quốc gia đặc biệt; 1.182 di tích đạt danh hiệu di tích cấp thành phố, 1 di sản văn hoá thế giới, và 1 di sản tư liệu được UNESCO công nhận [85]. Những di sản này không chỉ đại diện cho các giai đoạn lịch sử và văn hoá đa dạng của Hà Nội mà còn phản ánh giá trị nghệ thuật và tri thức sâu sắc. Ngoài ra, một số di vật trong hệ thống di sản còn được công nhận là Bảo vật Quốc gia, như hệ thống 82 bia đá tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám, tượng Huyền Thiên Trấn Vũ tại đền Quan Thánh (quận Ba Đình), các pho tượng Phật thời Tây Sơn ở chùa Tây Phương (huyện Thạch Thất), chuông Nhật Tảo ở đình Nhật Tảo (quận Bắc Từ Liêm), và tượng đôi sư tử đá cùng khám thờ gỗ sơn son thếp vàng tại đền - chùa Bà Tấm (huyện Gia Lâm) [4, tr.2]. Những bảo vật này không chỉ có ý nghĩa lịch sử - văn hoá mà còn thể hiện kỹ thuật chế tác, tư duy nghệ thuật và tâm linh của dân tộc qua các thời kỳ.

Về phân bố địa lý, các di tích này trải rộng khắp địa bàn Hà Nội, song tập trung lớn ở các huyện ngoại thành như Thường Tín (440 di tích), Ứng Hòa

(433 di tích), Ba Vì (394 di tích), Chương Mỹ (374 di tích), Phú Xuyên (345 di tích), và Sóc Sơn (341 di tích). Các huyện ngoại thành với diện tích rộng và mật độ dân cư thưa hơn, giúp việc bảo tồn, phát huy di tích thuận lợi. Ngược lại, các quận nội thành như Hoàn Kiếm (66 di tích), Hai Bà Trưng (51 di tích), Cầu Giấy (49 di tích), Ba Đình (47 di tích), và Thanh Xuân (29 di tích) do quá trình đô thị hóa nhanh và diện tích hẹp nên số lượng di tích ở đây ít hơn. Tuy nhiên, các di tích này lại thường nằm ở những khu vực trung tâm, thu hút sự quan tâm lớn từ du khách, tạo nên cơ hội lớn cho phát triển các ngành dịch vụ văn hoá và du lịch.

Các di tích lịch sử - văn hoá của Hà Nội bao gồm bốn loại hình chính, mỗi loại hình mang những giá trị và tiềm năng phát triển riêng:

Di tích lịch sử: Bao gồm những địa điểm có ý nghĩa đặc biệt trong lịch sử hiện đại, như Ngôi nhà 5D Hàm Long (nơi thành lập Chi bộ Cộng sản đầu tiên tại Hà Nội vào tháng 3/1929), Ngôi nhà 90 Thọ Nhuộm (nơi đồng chí Trần Phú khởi thảo Luận cương cách mạng tư sản dân quyền vào tháng 10/1930), nhà số 48 Hàng Ngang (nơi Chủ tịch Hồ Chí Minh viết Bản Tuyên ngôn độc lập), và Khu di tích lưu niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch (quận Ba Đình). Các di tích này có ý nghĩa chính trị - văn hoá sâu sắc và góp phần to lớn vào việc giáo dục truyền thống yêu nước, cách mạng.

Di tích khảo cổ: Gồm những công trình như thành Cổ Loa và Hoàng thành Thăng Long, là những di tích đại diện cho các giai đoạn phát triển lâu đời của nền văn minh Thăng Long - Hà Nội. Đây là các di tích minh chứng cho sự phát triển của văn hoá và xã hội cổ đại, là nguồn tư liệu quý cho nghiên cứu khảo cổ học, đồng thời là điểm đến có giá trị giáo dục và tham quan.

Di tích kiến trúc nghệ thuật: Loại hình này chiếm số lượng lớn nhất tại Thủ đô Hà Nội, bao gồm các công trình kiến trúc tiêu biểu như đình Tây Đằng, chùa Thầy, chùa Tây Phương, chùa Bối Khê, đền Ngọc Sơn, Văn Miếu - Quốc Tử Giám, và Nhà hát Lớn. Những di tích này không chỉ thể hiện trình độ kiến trúc, nghệ thuật và tâm linh đặc sắc của người dân Hà Nội mà còn là điểm nhấn thu hút khách du lịch trong và ngoài nước, mở ra tiềm năng to lớn cho phát triển du lịch văn hoá.

Danh lam thắng cảnh: Các thắng cảnh nổi bật của Hà Nội như Hồ Gươm, Hồ Tây, khu danh thắng Hương Sơn, chùa Thầy được coi là “Nam thiên đệ nhất động”, .... Những thắng cảnh này không chỉ đẹp về mặt thiên nhiên mà còn kết hợp sâu sắc với văn hoá và tín ngưỡng dân gian, tạo thành các điểm đến hấp dẫn và tiềm năng phát triển du lịch sinh thái - tâm linh.

Sự đa dạng và phong phú của các di tích lịch sử - văn hoá tại Hà Nội là tài sản vô giá, là cơ sở để sáng tạo những giá trị mới và giao lưu văn hóa, hội tụ những tinh hoa văn hóa của các thế hệ tích tụ lại, phản ánh những nét văn hóa truyền thống đậm nét của dân tộc, và nét bản sắc riêng có của Thủ đô, mà không một nền văn hóa nào trên thế giới có thể nhầm lẫn. Nguồn lực này mang lại một nền tảng bền vững cho phát triển công nghiệp văn hoá, đặc biệt trong các lĩnh vực du lịch, giáo dục văn hoá và bảo tồn di sản. Việc khai thác và phát huy tiềm năng của các di sản này không chỉ góp phần bảo tồn giá trị truyền thống mà còn mở ra các cơ hội phát triển kinh tế - xã hội lớn cho Thủ đô.

*\* Nguồn lực di sản văn hoá phi vật thể*

Cùng với nguồn lực DSVH vật thể, Hà Nội còn có nguồn lực DSVH phi vật thể phong phú gồm 1.793 di sản được kiểm kê với nhiều hạng mục phong phú, đa dạng [87, tr.5]. Có thể kể đến nghệ thuật trình diễn dân gian, tập quán xã hội, lễ hội truyền thống, nghề thủ công truyền thống, tri thức dân gian, văn hoá ẩm thực, làng nghề, phố nghề, tiếng nói và chữ viết, truyền thống khéo tay hay nghề, nếp sống thanh lịch... của người Hà Nội. Ngoài ra, DSVH phi vật thể ở Hà Nội còn có sự hội tụ di sản văn hoá phi vật thể của một số dân tộc thiểu số, như nghệ thuật cồng chiêng của người Mường, Mo Mường ở Ba Vì, lễ cấp sắc, lễ cầu mưa, cầu mùa, nghề chữa bệnh bằng thuốc Nam của người Dao...

Hà Nội có 03 di sản văn hoá phi vật thể được UNESCO ghi danh là Lễ hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc là Di sản văn hoá phi vật thể đại diện của nhân loại; Ca Trù là DSVH phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp; Nghi lễ kéo co là DSVH đa quốc gia. Và không thể không kể tới hàng nghìn nghề thủ công truyền thống ở Thủ đô, tạo nên không gian văn hóa làng nghề đặc sắc. Trong đó có nhiều làng nghề thủ công truyền thống lâu đời với những sản phẩm độc đáo, tinh

xảo như: gốm Bát Tràng, lụa Vạn Phúc, tranh Hàng Trống, đồ đồng Ngũ Xã, sơn mài Hạ Thái... cùng những làng hoa, cây cảnh, cá cảnh nổi tiếng, như Nhật Tân, Quảng Bá, Nghi Tàm, Tây Tựu, Mê Linh... Bên cạnh đó là nhiều món ăn nức tiếng như cơm Làng Vòng, phở Hà Nội, bún chả, bún thang, bún ốc, bánh cuốn Thanh Trì, chả cá Lã Vọng, bánh tôm Hồ Tây, xôi Phú Thượng...

Những DSVH cấu thành môi trường sống của con người Thủ đô, góp phần tạo nên diện mạo độc đáo không thể trộn lẫn của đất Thăng Long - Hà Nội, Xứ Đoài qua bao thăng trầm lịch sử. Đó cũng chính là tiềm năng, thế mạnh, là cơ sở, nguồn lực để Hà Nội phát triển KT-XH, đặc biệt là phát triển CNVH.

*\* Đặc điểm nguồn lực di sản văn hóa Hà Nội*

*Một là, nguồn lực DSVH Hà Nội kết tinh và hội tụ các giá trị văn hóa của các vùng văn hóa.* Hà Nội có lịch sử hơn ngàn năm, là kinh đô của nhiều triều đại phong kiến và nay là thủ đô của Việt Nam. Trong suốt chiều dài lịch sử, dù là kinh đô hay cổ đô, Hà Nội luôn là một trong những trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa, giáo dục của cả nước, nơi thu hút những tinh hoa văn hóa của các vùng văn hóa khác. Vị trí địa lý, vai trò quan trọng của Hà Nội và lịch sử hình thành, phát triển lâu đời đã khiến nơi đây trở thành nơi tụ hội của bốn phương. Rất nhiều bậc anh tài trên cả nước đã về đây sinh sống, làm việc. Những người thợ thủ công giỏi đã mang nghề thủ công truyền thống của các vùng về Thăng Long lập nghiệp, biến nơi đây thành vùng đất trăm nghề. Họ cũng hình thành nên nét đặc trưng văn hóa nghề truyền thống rất riêng cho Thủ đô, đó là phố nghề. Theo chân những người dân di cư từ khắp miền đất nước về đây, các vị thần bảo hộ cho cộng đồng làng xã cũng góp mặt trong hệ thống thần linh của Hà Nội.

Chiều sâu của các giá trị văn hóa và tính biểu trưng của nó đã khiến Thăng Long - Hà Nội trở thành nơi kết tinh và lan tỏa các giá trị lịch sử, văn hóa Việt Nam, nơi “lắng hồn núi sông ngàn năm”. Đây là niềm tự hào của người dân Hà Nội, cũng là nguồn lực quan trọng để Hà Nội phát huy trong phát triển CNVH nói riêng, phát triển Thủ đô nói chung.

*Hai là, nguồn lực di sản văn hoá Hà Nội đa dạng, phong phú.* Tính đa dạng, phong phú của nguồn lực DSVH Hà Nội được thể hiện cả về loại hình di sản và nội dung của DSVH.

Về loại hình di sản, Hà Nội có các loại hình như di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh, DSVH phi vật thể. Hà Nội có hệ thống di tích lịch sử - văn hóa đồ sộ, với nhiều di tích được UNESCO công nhận là di sản thế giới, như Khu Trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội, Bia tiến sĩ tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám. Hà Nội có nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng, như hồ Tây, hồ Hoàn Kiếm, Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh, chùa Trấn Quốc, chùa Một Cột, chùa Hương, chùa Thầy...

Bên cạnh đó, DSVH phi vật thể của Hà Nội cũng có các hạng mục cơ bản là: Tiếng nói, chữ viết; Ngữ văn dân gian; Nghệ thuật trình diễn dân gian; Tập quán xã hội và tín ngưỡng; Lễ hội truyền thống; Nghề thủ công truyền thống; Tri thức dân gian. Nơi đây có nhiều DSVH phi vật thể nổi tiếng và hấp dẫn như múa rối nước, hát xẩm, Hát múa Ải Lao, Lễ hội Cỗ Loa, kỹ thuật làm gốm Bát Tràng... Trong đó, các DSVH phi vật thể ca trù, nghi lễ và trò chơi kéo co, tín ngưỡng thờ Mẫu, Hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc đã được UNESCO ghi danh vào danh sách DSVH phi vật thể của nhân loại. Hà Nội nổi tiếng với ẩm thực đa dạng và phong phú. Các món ăn truyền thống như phở, bún chả, nem, bánh mì, bánh cuốn... và cà phê trứng danh đã thu hút sự quan tâm của người dân và du khách từ khắp nơi.

Các DSVH của Hà Nội được hình thành và phát triển qua nhiều thời kỳ lịch sử, trong suốt thời kỳ dựng nước và giữ nước cho đến nay. Điều này thể hiện tính kế thừa và phát triển không ngừng của văn hóa Hà Nội. Văn hóa Hà Nội luôn đan xen giữa tính truyền thống với hiện tại, vừa ổn định vừa có tính năng động, cập nhật, phù hợp với xu thế phát triển của thời đại. Đặc biệt, các DSVH của Hà Nội được phân bố trên khắp địa bàn thành phố, từ trung tâm thành phố đến các vùng ngoại thành. Điều này thể hiện tính phổ biến của DSVH Hà Nội.

Về nội dung, DSVH của Hà Nội vừa mang đặc trưng riêng của Thăng Long - Hà Nội vừa đậm bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam, đồng thời có sự giao thoa, tiếp biến với các nền văn hóa khác. Điều này thể hiện tính thống nhất và đa dạng của DSVH Hà Nội. Mặt khác, văn hóa Hà Nội nói riêng luôn mở cửa, khai phóng để tiếp xúc, tiếp biến những tinh hoa văn hóa của nhân loại. Điều này làm

cho các DSVH không ngưng đọng mà luôn có sự tiếp nhận những yếu tố mới để không ngừng có sự phát triển, đáp ứng nhu cầu của thời đại. Mặt khác, thông qua các DSVH, Hà Nội cũng không ngừng lan tỏa những giá trị độc đáo, đặc sắc đến các vùng, miền trong cả nước và mở rộng tầm ảnh hưởng quốc tế.

*Ba là, nguồn lực di sản văn hoá Hà Nội có sự pha hòa quyện giữa truyền thống và hiện đại của những vùng văn hóa lớn là Thăng Long và Xứ Đoài.* Từ thuở là kinh thành Thăng Long cho tới nay với hơn 1.000 năm văn hiến, Hà Nội luôn là trung tâm văn hóa lớn của đất nước. Năm 2008, với việc điều chỉnh địa giới hành chính, thành phố Hà Nội đã trở thành một trong 17 thủ đô có diện tích lớn nhất thế giới, tạo ra vận hội mới cho Thủ đô phát triển. Đối với văn hóa và con người, Thủ đô Hà Nội hiện nay đã bao trọn trong mình thế mạnh của hai vùng đất “địa linh nhân kiệt”, hai vùng văn hóa lớn là Thăng Long và Xứ Đoài cùng một số vùng phụ cận.

Vùng văn hóa Thăng Long hình thành cùng nền văn minh sông Hồng, được bồi đắp, kết tinh qua các triều đại Lý - Trần - Lê vang dội chiến tích hào hùng của dân tộc. Xứ Đoài với núi Tản, sông Đà, là “một vùng trời đất gấm hoa” bao bọc trung tâm châu thổ sông Hồng ở phía Tây. Vùng văn hóa Xứ Đoài mang nét đặc trưng, vẻ đẹp truyền thống của một vùng quê sơn thủy hữu tình, với những phong tục tập quán đậm bản sắc của người Việt cổ hết sức độc đáo, đa dạng và hấp dẫn.

“Thứ nhất Cổ Bi, thứ nhì Cổ Loa, thứ ba Cổ Sở” là câu nói về ba vùng đất nổi tiếng, có truyền thống lâu đời nhất về văn minh và văn vật của người Việt xưa. Cổ Bi gắn với vùng Kinh Bắc có trung tâm văn hóa Luy Lâu xưa; Cổ Loa là kinh đô thời An Dương Vương; Cổ Sở là vùng đất Xứ Đoài. Thủ đô Hà Nội hôm nay bao gồm Cổ Loa - Thăng Long, xứ Đoài, ngoài ra có thêm một phần vùng Kinh Bắc xưa, vùng Sơn Nam Thượng và Hòa Bình. Trong tiến trình phát triển của lịch sử, Thăng Long là trung tâm, nhưng luôn có sự tiếp xúc với các trấn, vùng bên cạnh cũng như trao đổi với các vùng, miền trong cả nước.

Xứ Đoài là nơi gìn giữ, trao truyền hồn cốt con người Việt. Thăng Long là nơi thể hiện khí phách, ý chí của dân tộc và cốt cách hào hoa, rộng mở tiếp nhận



vào mình tinh hoa của bốn phương. Trong thời đại Hồ Chí Minh, đối với cả nước “Hà Nội là niềm tin và hy vọng”, với bạn bè quốc tế “Hà Nội là thủ đô của lương tri và phẩm giá con người”. Sau 12 năm Hà Nội được mở rộng địa giới hành chính, văn hiến Thăng Long, văn hóa Xứ Đoài cùng tinh hoa của các vùng văn hóa khác trên địa bàn Thủ đô đã được gìn giữ tốt đẹp, đồng thời có điều kiện để hòa quyện với nhau, tạo ra thể mạnh đưa Thủ đô tiến lên văn minh, hiện đại.

Các DSVH Hà Nội có giá trị to lớn về lịch sử, văn hóa, giáo dục, khoa học, nghệ thuật. Các di sản này có sự pha trộn độc đáo giữa tính lịch sử lâu đời và sự hiện đại. Điều này tạo ra một bức tranh văn hoá đa dạng và phong phú, làm cho thành phố trở thành một điểm đến độc đáo và hấp dẫn cho cả người dân và du khách, là nguồn tài nguyên vô giá, là nền tảng để phát triển CNVH của Thủ đô.

*Bốn là, di sản văn hoá Hà Nội có giá trị cao và sức hấp dẫn lớn.* DSVH Hà Nội phản ánh quá trình phát triển của thủ đô Thăng Long - Hà Nội qua các thời kỳ lịch sử. Các di tích lịch sử, văn hóa này là những minh chứng sinh động cho những thăng trầm, biến đổi, tiến triển của lịch sử dân tộc. Đây là những nguồn tài liệu quý giá để nghiên cứu về lịch sử, văn hóa, khoa học của dân tộc. DSVH Hà Nội góp phần bồi đắp tinh thần, bản sắc dân tộc.

Di sản văn hóa nơi đây có sức hấp dẫn lớn đối với du khách trong và ngoài nước, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế du lịch của thành phố. Các di tích lịch sử, văn hóa của Hà Nội là những điểm đến hấp dẫn, thu hút du khách đến tham quan, tìm hiểu. Năm 2023, Hà Nội đón hơn 24 triệu lượt khách du lịch, trong đó có hơn 4 triệu lượt khách quốc tế, tổng thu từ hoạt động du lịch đạt 87.650 tỉ [86,tr.2]. Trong đó, có số lượng lớn du khách đến tham quan các di tích lịch sử, văn hóa của thành phố.

### ***2.3.2.3. Nguồn lực thể chế, chính sách văn hoá***

Ngày 08/9/2016 Thủ tướng Chính phủ đã ký 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*”. Chiến lược đã thúc đẩy sự phát triển các ngành CNVH, mở đường cho việc phát huy NLVH vào sự nghiệp phát triển bền vững vào hội nhập quốc tế của đất nước. Quyết định xác định các nhiệm vụ

chính, trong đó có việc “*huy động các nguồn lực trong xã hội để hình thành và phát triển 3 trung tâm CNVH tại Hà Nội, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh và một số trung tâm gắn với các di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới*” [99]. Theo đó, Hà Nội phải trở thành một trong những trung tâm CNVH lớn nhất của cả nước. Quyết định này là cơ sở quan trọng, kịp thời tạo ra bước chuyển biến đột phá, tạo đà cho sự phát triển CNVH Việt Nam, trước hết là ở Thủ đô Hà Nội.

Là Thủ đô, Hà Nội luôn ý thức trách nhiệm phải gương mẫu đi đầu, quán triệt sâu sắc chủ trương của Đảng về phát triển CNVH. Để đảm bảo thực hiện mục tiêu Chiến lược phát triển CNVH của Chính phủ, Hà Nội đã chủ động vận dụng vào tình hình thực tiễn, yêu cầu phát triển Thủ đô ở từng giai đoạn để triển khai cụ thể hóa chủ trương của Trung ương, Chính phủ, bước đầu định hình hướng đi, xác định nguồn lực để phát triển các ngành CNVH.

Đại hội đại biểu lần thứ XVI nhiệm kỳ 2015-2020 của Hà Nội đã ban hành Đề án “Đánh giá, đề xuất các giải pháp phát triển CNVH trên địa bàn Thủ đô Hà Nội trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế”. Chương trình 04-CTr/TU ngày 26/4/2016 về “Phát triển văn hóa - xã hội, nâng cao chất lượng NLCN Thủ đô, xây dựng người Hà Nội thanh lịch, văn minh giai đoạn 2016-2020” tiếp tục nhiệm vụ phát triển văn hóa - xã hội và nâng cao chất lượng NLCN, đồng thời xây dựng người dân Hà Nội trở nên thanh lịch, văn minh trong giai đoạn 2016-2020. Thành phố Hà Nội đã chứng minh sự cam kết của mình với sự phát triển liên tục tư duy về văn hóa và phát triển CNVH. Do đó, ngay sau khi có Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp, năm 2017, Hà Nội ban hành Kế hoạch thực hiện chiến lược phát triển ngành CNVH Thủ đô Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Kế hoạch khẳng định phát triển ngành CNVH là một trong những ưu tiên hàng đầu của Thủ đô. Các ngành CNVH Thủ đô 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. Trong những năm tới, Hà Nội tập trung phát triển một số ngành sẵn có lợi thế, tiềm năng như: Điện ảnh; nghệ thuật biểu diễn; quảng cáo; thủ công mỹ nghệ; thời

trang; du lịch văn hóa. Điều này cho thấy thành phố Hà Nội đã rất khẩn trương triển khai chủ trương, chính sách của Nhà nước về phát triển CNVH.

Đến nhiệm kỳ lần thứ XVII, Đảng bộ thành phố xây dựng Nghị quyết chuyên đề “Phát triển CNVH 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 là sự tiếp tục và phát triển trong tư duy được thể hiện qua việc liên tục cập nhật và điều chỉnh các chương trình để đáp ứng nhu cầu thay đổi của xã hội. Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/02/2022 của Thành ủy Hà Nội đã chú ý nhiều đến phát huy NLVH cho phát triển CNVH của Thủ đô. 6 tháng sau khi ban hành Nghị quyết này, UBND thành phố Hà Nội ban hành Kế hoạch số 217/KH-UBND để thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/02/2022 của Thành ủy Hà Nội. Kế hoạch cho thấy sự gắn kết các sở, ngành, đơn vị... của Thủ đô cùng thực hiện chủ trương phát huy NLVH cho phát triển CNVH.

Qua các kỳ đại hội, các nghị quyết, quyết định đã ban hành, nhất là theo quan điểm của Nghị quyết 09, thành phố Hà Nội nhất quán chủ trương của về phát triển văn hoá và công nghiệp văn hoá với các nội dung cơ bản: Tạo cơ chế, chính sách đặc thù để phát triển công nghiệp văn hóa Thủ đô; Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho công nghiệp văn hóa; Xây dựng thương hiệu sản phẩm văn hóa đặc trưng của Hà Nội; Mở rộng không gian văn hóa sáng tạo, liên kết các trung tâm văn hóa, nghệ thuật; Tăng cường ứng dụng công nghệ số, đổi mới sáng tạo trong sản xuất và phân phối sản phẩm văn hóa; Thúc đẩy hợp tác quốc tế, nâng cao vị thế công nghiệp văn hóa của Hà Nội trên trường quốc tế.

## **Tiểu kết chương 2**

Chương 2 đã tiến hành làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn về phát huy NLVH cho phát triển CNVH. Ở chương này, NCS đã làm rõ những vấn đề lý luận cơ bản như xác định rõ nội hàm của những khái niệm cơ bản trong luận án, xác định các thành tố của NLVH, vai trò của NLVH trong phát triển CNVH. Trong chương này, luận án cũng làm rõ lý thuyết nghiên cứu được sử dụng là lý thuyết vốn văn hóa. Cùng với lý thuyết vốn văn hóa, NCS cũng vận dụng quan

điểm của Đảng khẳng định văn hóa là nguồn lực nội sinh quan trọng cho phát triển bền vững đất nước. Với những vấn đề lý luận đã được xác định, NCS đã sơ đồ hóa nội dung nghiên cứu trong khung phân tích của luận án. Khung phân tích của luận án tập trung phân tích về nguồn lực văn hoá, có đóng góp quan trọng trong quá trình phát triển công nghiệp văn hoá của Hà Nội. Nội dung của khung phân tích này tập trung vào việc phát huy nguồn lực văn hoá được đề thúc đẩy phát triển ba lĩnh vực của công nghiệp văn hoá ở Thủ đô là: Thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn và du lịch văn hóa.

Để có cơ sở vững chắc cho nghiên cứu của mình, NCS cũng làm rõ những vấn đề thực tiễn. Đó là những vấn đề khái quát về Thủ đô Hà Nội, nhận diện các NLVH ở Hà Nội, trong đó nhấn mạnh vai trò quan trọng của nguồn lực di sản văn hoá bao gồm hệ thống di sản vật thể với các di tích lịch sử, công trình kiến trúc tiêu biểu, bảo tàng, danh lam thắng cảnh... và di sản phi vật thể như lễ hội truyền thống, nghệ thuật dân gian, phong tục tập quán; nguồn nhân lực của Thủ đô Hà Nội, bao gồm đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý văn hoá, đội ngũ văn nghệ sĩ chuyên nghiệp, nghệ nhân dân gian, đội ngũ trí thức và chuyên gia trong lĩnh vực văn hoá, cùng với sự tham gia của người dân Thủ đô và quan điểm của Đảng, chủ trương của Thủ đô về phát triển CNVH hình thành hệ thống thể chế, chính sách nhằm khuyến khích sáng tạo, đầu tư và phát triển ngành công nghiệp văn hoá của Hà Nội.

Từ những cơ sở lý luận và thực tiễn đã được làm rõ, NCS sẽ tiến hành nghiên cứu thực trạng các NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Đó là nội dung sẽ được trình bày tại Chương 3 của luận án.

### **Chương 3**

## **THỰC TRẠNG PHÁT HUY NGUỒN LỰC VĂN HOÁ CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ Ở HÀ NỘI**

### **3.1. PHÁT HUY NGUỒN LỰC CON NGƯỜI CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ Ở HÀ NỘI**

#### **3.2.1. Phát huy nguồn lực đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hóa**

Đội ngũ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hóa cấp Thành phố chịu trách nhiệm định hình chiến lược và hướng phát triển của Thành phố về các nội dung như: xây dựng chính sách, kế hoạch và nguồn lực ngân sách quan trọng để hỗ trợ các dự án và sự kiện văn hoá lớn; Quản lý DSVH và bảo tồn các giá trị văn hóa cấp quốc gia và quốc tế. Phòng Văn hóa - Thông tin là cơ quan chuyên môn thuộc UBND quận, huyện, thị xã đã thực hiện chức năng tham mưu, giúp UBND quận, huyện, thị xã thực hiện quản lý nhà nước về các nội dung liên quan đến phát triển CNVH như: Văn hóa, gia đình, thể dục thể thao, du lịch, quảng cáo; báo chí xuất bản, bưu chính và chuyển phát, viễn thông và Internet, công nghệ thông tin, cơ sở hạ tầng thông tin, phát thanh trên địa bàn quận, huyện, thị xã... theo quy định của pháp luật. Các lĩnh vực trên đều trực tiếp hoặc gián tiếp tác động đến sự phát triển của CNVH trên địa bàn thành phố Hà Nội. Chính vì vậy, đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý ở đây là NLCN quan trọng cho quá trình phát triển CNVH của Thủ đô.

Hiện nay, phòng Văn hóa - Thông tin của các quận, huyện, thị xã của Hà Nội thực hiện chỉ đạo về chuyên môn của 03 sở. Đó là Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Du lịch. Vì vậy, đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức của phòng đảm nhận khối lượng công việc tương đối nhiều. Họ phải tiên hành chủ trì, phối hợp tổ chức các hoạt động cho đến hướng dẫn các tổ chức, đơn vị và nhân dân trên địa bàn quản lý thực hiện các phong trào văn hoá, văn nghệ, thể dục thể thao; xây dựng nếp sống văn minh trong việc cưới, việc tang, lễ hội; xây dựng phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hoá”, “xây dựng gia đình văn hoá”, khu phố văn hoá,... Ngoài ra, họ cũng hướng dẫn và

kiểm tra hoạt động của các Trung tâm văn hoá, thể thao, các thiết chế văn hoá thông tin cơ sở, các cơ sở hoạt động dịch vụ văn hoá, thể dục thể thao, du lịch, bưu chính, viễn thông và Internet... Có thể thấy, với khối lượng công việc lớn, lĩnh vực quản lý đa dạng đòi hỏi mỗi cán bộ lãnh đạo, quản lý phải có sự hiểu biết rộng, đổi mới không ngừng để đáp ứng được yêu cầu của công việc.

Cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hoá cấp quận/huyện/thị xã đã thúc đẩy các hoạt động văn hóa trong cộng đồng, đó là sáng tạo, sản xuất, lưu thông các sản phẩm văn hóa. Họ cũng có vai trò quan trọng trong thúc đẩy nhu cầu thưởng thức các giá trị văn hóa, các sản phẩm và dịch vụ văn hóa của công chúng. Vì vậy, họ không chỉ tác động đến việc hình thành các chính sách cho phát triển CNVH mà còn trực tiếp tham gia vào quản lý, định hướng để hình thành các sản phẩm và dịch vụ văn hóa lành mạnh, đồng thời tác động lớn đến nhu cầu tiêu dùng sản phẩm và dịch vụ văn hóa của công chúng. Điều này được thể hiện trên nhiều phương diện.

Cán bộ, công chức, viên chức cấp xã là những người trực tiếp tiếp xúc với nhân dân hàng ngày, giải đáp, hướng dẫn, tuyên truyền, vận động nhân dân thực hiện theo chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, chủ trương của thành phố Hà Nội phát triển CNVH. Họ cũng là người trực tiếp lắng nghe, giải quyết hoặc kiến nghị lên cấp trên những kiến nghị, ý kiến, nguyện vọng của nhân dân về vấn đề này. Vì vậy, chất lượng hoạt động của cán bộ văn hoá - xã hội tại các xã, phường trên địa bàn thành phố Hà Nội ảnh hưởng trực tiếp đến sức mạnh của hệ thống chính trị ở cơ sở, tác động trực tiếp đến sự nghiệp phát triển CNVH ở Thủ đô. Nhiệm vụ của công chức cấp xã được quy định tại Mục 2, Chương I của Thông tư số 06/2012/TT-BNV ngày 30/10/2012 của Bộ Nội vụ Hướng dẫn về chức trách, tiêu chuẩn cụ thể, nhiệm vụ và tuyển dụng công chức xã, phường, thị trấn. Trong đó có nhiều nhiệm vụ cụ thể liên quan trực tiếp đến phát triển CNVH như: Công chức Văn hóa - xã hội - Tổ chức có nhiệm vụ theo dõi và báo cáo về các hoạt động văn hóa, thể dục, thể thao, du lịch trên địa bàn; Tổ chức thực hiện việc xây dựng đời sống văn hóa ở cộng đồng dân cư và xây dựng gia đình văn hóa trên địa bàn cấp xã; Thực hiện các nhiệm

vụ thông tin, truyền thông về tình hình KT-XH ở địa phương; Thống kê dân số, lao động, việc làm, ngành nghề trên địa bàn; Công tác về bảo vệ, tôn tạo, phát huy các di sản văn hoá dân tộc; nghệ thuật biểu diễn; điện ảnh; xây dựng văn hoá cơ sở, văn hoá các vùng có đồng bào dân tộc thiểu số; thanh tra, kiểm tra, giám sát quản lý các hoạt động văn hoá,...

Xét trên tổng thể, số lượng cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hóa của thành phố Hà Nội giảm dần từ năm 2017 đến năm 2021 theo xu hướng tinh giản biên chế trong các cơ quan, đơn vị công lập (xem Bảng 3.1).

**Bảng 3.1. Số lượng cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hoá của thành phố Hà Nội**

TT	Năm	Nội dung	Cấp thành phố	Cấp quận, huyện, thị xã	Cấp xã, phường, thị trấn	Tổng
1	2017	Số lượng (người)	327	883	588	1.798
		Tỷ lệ (%)	18,2	49,1	32,7	
2	2018	Số lượng (người)	323	859	588	1.770
		Tỷ lệ (%)	18,2	48,4	33,2	
3	2019	Số lượng (người)	323	851	585	1.759
		Tỷ lệ (%)	18,4	48,4	33,3	
4	2020	Số lượng (người)	323	842	584	1.750
		Tỷ lệ (%)	18,5	48,1	33,4	
5	2021	Số lượng (người)	319	829	584	1.732
		Tỷ lệ (%)	18,4	47,9	33,7	
6	2022	Số lượng (người)	321	894	584	1.799
		Tỷ lệ (%)	17,8	49,7	32,5	

*Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu*

Bảng trên cho thấy số lượng cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hóa thành phố Hà Nội trong giai đoạn 2017-2022 có xu hướng thay đổi: giai đoạn từ 2017 đến 2021, số lượng cán bộ quản lý văn hoá ở cả 3 cấp có xu hướng giảm dần (giảm 66 người), bước sang năm 2022, số lượng tăng trở lại (tăng 67 người). Cụ thể, năm 2018 giảm 28 người so với năm 2017, năm 2019 giảm 11 người so với năm 2018, năm 2020 giảm 9 người so với năm 2019, năm 2021 giảm 18 người so với năm 2020 và năm 2022 tăng 67 người so với năm 2021. Trong đó, cán bộ quản lý văn hoá cấp quận, huyện có xu hướng thay đổi nhiều nhất: từ năm 2017 đến năm 2021 giảm 54 người, và sang năm 2022 tăng trở lại 65 người; số lượng cán bộ cấp thành phố và cấp xã, phường, thị trấn tương đối ổn định, có xu hướng giảm ít (giảm tương ứng: 6 người và 4 người).

Xét về cơ cấu, số lượng cán bộ quản lý văn hóa các cấp của thành phố Hà Nội không đồng đều. Cán bộ cấp xã, phường và quận huyện chiếm tỷ lệ lớn nhất trong tổng số cán bộ quản lý văn hóa của thành phố Hà Nội (hơn 47%), số lượng cán bộ quản lý văn hóa cấp thành phố chiếm tỷ lệ thấp (dưới 20%). Sự phân bố số lượng cán bộ quản lý văn hóa theo cấp độ quản lý của thành phố Hà Nội là tương đối hợp lý. Cấp thành phố là cấp quản lý chung nên số lượng cán bộ quản lý văn hóa chiếm tỷ lệ thấp nhất. Cấp quận huyện là cấp trung gian đang có số lượng cán bộ quản lý văn hóa chiếm tỷ lệ cao nhất. Tuy nhiên, số lượng cán bộ quản lý văn hóa cấp xã, phường, thị trấn còn thấp so với yêu cầu thực tế. Cấp xã, phường, thị trấn là cấp trực tiếp triển khai các hoạt động văn hóa ở cơ sở, do đó cần có đủ số lượng cán bộ quản lý văn hóa có trình độ, năng lực để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ.

Mặc dù số lượng cán bộ quản lý có xu hướng giảm nhưng khối lượng công việc mà họ phải đảm nhận không giảm đi. Điều đó đòi hỏi họ phải nỗ lực không ngừng trong quá trình thực hiện nhiệm vụ. Đặc biệt, với chủ trương phát triển CNVH, đưa CNVH nhanh chóng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Hà Nội càng đòi hỏi phải nâng cao chất lượng của NLCN này. Chất lượng của đội ngũ này tính đến năm 2020 như sau (xem bảng 3.2).



**Bảng 3.2. Trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và lý luận chính trị của đội ngũ cán bộ quản lý văn hoá ở Thủ đô Hà Nội**

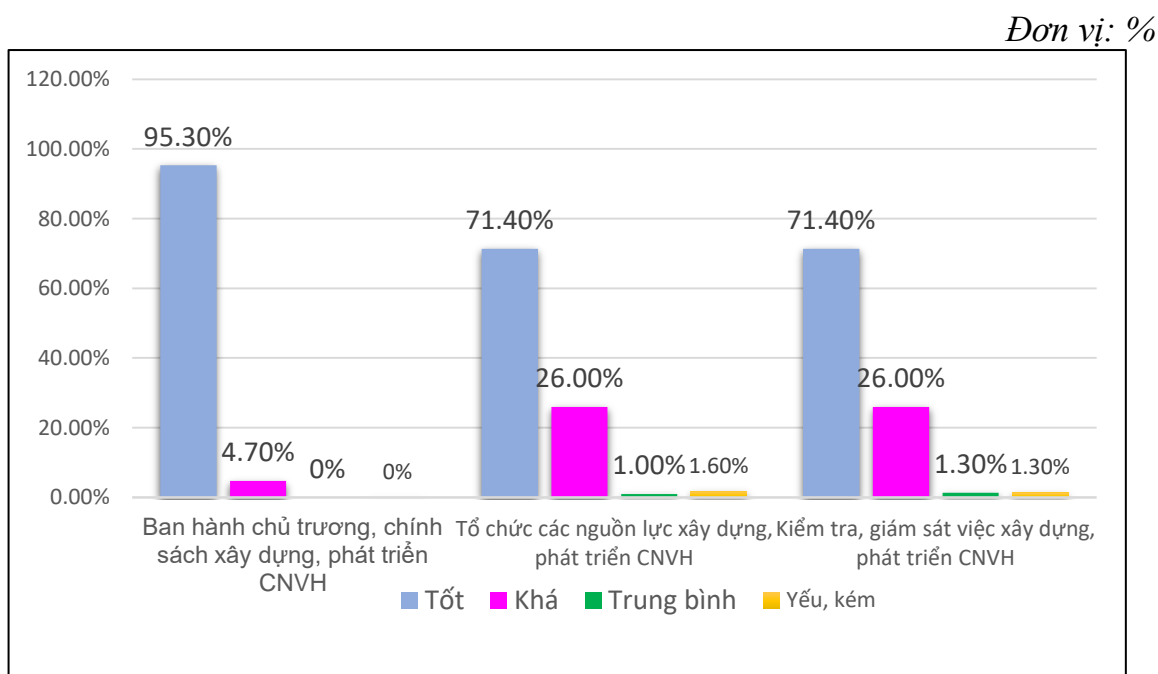
Trình độ	Phân loại	Cấp thành phố		Cấp quận, huyện		Cấp xã, phường, thị trấn	
		Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Chuyên môn, nghiệp vụ	Sau Đại học	86	26.7	287	32.1	139	23.9
	Đại học	195	60.7	588	65.8	377	64.6
	Cao đẳng	40	12.6	19	2.1	22	3.8
	Trung cấp	0	0	0	0	46	7.7
Lý luận chính trị	Cử nhân, cao cấp	48	14.9	269	30.1	68	11.7
	Trung cấp	105	32.7	338	37.8	280	47.9
	Chưa qua đào tạo	168	52.4	287	32.1	236	40.4

*Nguồn: [99, tr10-tr13]*

Bảng trên cho thấy, ở ba cấp quản lý của thành phố, tỷ lệ cán bộ có trình độ đại học và sau đại học học chiếm đa số (xấp xỉ 90%), tỷ lệ cán bộ có trình độ cao đẳng, trung cấp chiếm tỷ lệ thấp. Như vậy, đội ngũ cán bộ quản lý văn hoá của Thủ đô có nền tảng kiến thức, trình độ chuyên môn cao, nghiệp vụ vững. Về trình độ lý luận chính trị, ở cấp thành phố, tỷ lệ cán bộ có trình độ cử nhân, cao cấp không cao, chiếm 14,9%, trong khi tỷ lệ chưa qua đào tạo cao đến 52,4%. Tại cấp quận, huyện, trình độ lý luận của cán bộ có sự cải thiện với tỷ lệ cán bộ có trình độ cử nhân, cao cấp tăng lên (30,1%), nhưng vẫn có 32,1% chưa qua đào tạo. Ở cấp xã, tỷ lệ cán bộ có trình độ trung cấp lý luận chính trị cao nhất (gần 50%), nhưng tỷ lệ cán bộ chưa qua đào tạo là khá cao (40,4%). Như vậy, xét ở cả 3 cấp quản lý, cán bộ quản lý văn hoá có trình độ cử nhân, cao cấp lý luận chính trị còn khá khiêm tốn, trong khi số cán bộ chưa được đào tạo lý luận chính trị còn chiếm tỷ lệ cao. Thậm chí cán bộ ở cấp thành phố chưa qua đào tạo lý luận chính trị còn chiếm tỷ lệ cao nhất, trên 52,4%.

Xét về tổng thể, điểm mạnh của cán bộ, công chức văn hoá thành phố Hà Nội là có trình độ cao (so với mặt bằng chung của cả nước). Hầu hết cán bộ văn hoá tại các quận, huyện, thị xã đều được tuyển dụng mới nên đáp ứng yêu cầu phù hợp về chuyên môn văn hóa, nghệ thuật, hoặc các chuyên ngành liên quan, như khoa học xã hội, thể dục, thể thao được đảm bảo. Những năm qua, đội ngũ này đã thực hiện tốt vai trò của mình trong phát triển CNVH của thủ đô (Xem Biểu đồ 3.1).

**Biểu đồ 3.1: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ lãnh đạo, quản lý văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội**



*Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án*

Kết quả khảo sát cho thấy NLCN là lãnh đạo, quản lý đã hoàn thành tốt vai trò của mình, mức độ được đánh giá là toàn thành tốt chiếm tỷ lệ cao (từ 71,4% đến 95,3%). Tỷ lệ này cho thấy đội ngũ lãnh đạo, quản lý có trình độ khá toàn diện nên đáp ứng được yêu cầu của nhiệm vụ.

Tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận cán bộ công tác lâu năm chưa được đào tạo đúng chuyên ngành, họ là những cán bộ "tay ngang" hoặc kiêm nhiệm ở các cơ sở. Trong quá trình làm việc những cán bộ này hoặc thông qua các lớp bồi dưỡng ngắn ngày, hoặc phải tự học hỏi, tự trau dồi chuyên môn về văn hoá để tích lũy kiến thức, kinh nghiệm. Một cán bộ văn hoá chia sẻ:

Trước đây tôi làm công tác phụ nữ của một xã, khi hợp nhất xã, do sự dôi dư của đội ngũ cán bộ nên tôi được điều chuyển về làm cán bộ văn hoá của thị xã. Đây là công việc mà trước giờ tôi chưa được đào tạo chuyên môn, cũng chưa có kinh nghiệm công tác. Ban đầu, khi được tổ chức phân công, tôi rất băn khoăn, lo lắng. Tuy nhiên, được lãnh đạo và mọi người trong đơn vị chỉ dẫn, dần dần tôi cũng đã hiểu và thích nghi được với công việc mới, môi trường làm việc mới [PVS, NNT, Nữ, thị xã Sơn Tây].

Tuy nhiên, việc Hà Nội đẩy mạnh phát triển CNVH đòi hỏi đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý văn hóa cần được đào tạo bài bản, có chuyên môn sâu để đáp ứng tốt yêu cầu ngày càng cao của ngành kinh tế đặc thù này.

Nhìn chung, đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hoá đã thực hiện vai trò tham mưu, tư vấn cho lãnh đạo cùng cấp, cấp trên trong hoạch định, xây dựng, ban hành cơ chế, chính sách, tạo hành lang pháp lý đầy đủ, đồng bộ, hiện đại để thúc đẩy phát triển CNVH nói chung cũng như phát huy các nguồn lực cho phát triển CNVH nói riêng.

### **3.2.2. Phát huy nguồn lực từ đội ngũ văn nghệ sĩ**

Đội ngũ văn nghệ sĩ đang hoạt động trong các hội chuyên ngành của Hội Liên hiệp Văn học nghệ thuật Hà Nội như văn học, nhiếp ảnh, múa, âm nhạc, sân khấu, văn học nghệ thuật dân gian, mỹ thuật, kiến trúc... đã phát huy tài năng, sáng tạo, góp phần nâng cao chất lượng hoạt động nghệ thuật, đóng vai trò truyền đạt và giữ gìn giá trị văn hóa truyền thống của Thủ đô. Đội ngũ văn nghệ sĩ đã có nhiều đóng góp tích cực, góp phần định hình và làm nên dấu ấn của văn hoá Hà Nội: họ đã tổ chức các chương trình nghệ thuật, triển lãm, làm chủ các không gian sáng tạo... Trong lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn, Hà Nội là nơi sản sinh ra nhiều nghệ sĩ tài năng như NSND Tạ Minh Tâm, NSND Quốc Hưng trong lĩnh vực thanh nhạc, NSUT Xuân Bắc trong lĩnh vực sân khấu, hay các ca sĩ trẻ như Mỹ Anh, Hoàng Dũng, Phan Mạnh Quỳnh với những sáng tác và phong cách nghệ thuật mang đậm dấu ấn Hà Nội. Bên cạnh đó, các đoàn nghệ thuật như Nhà hát Chèo Hà Nội, Nhà hát Múa rối Thăng Long cũng góp phần

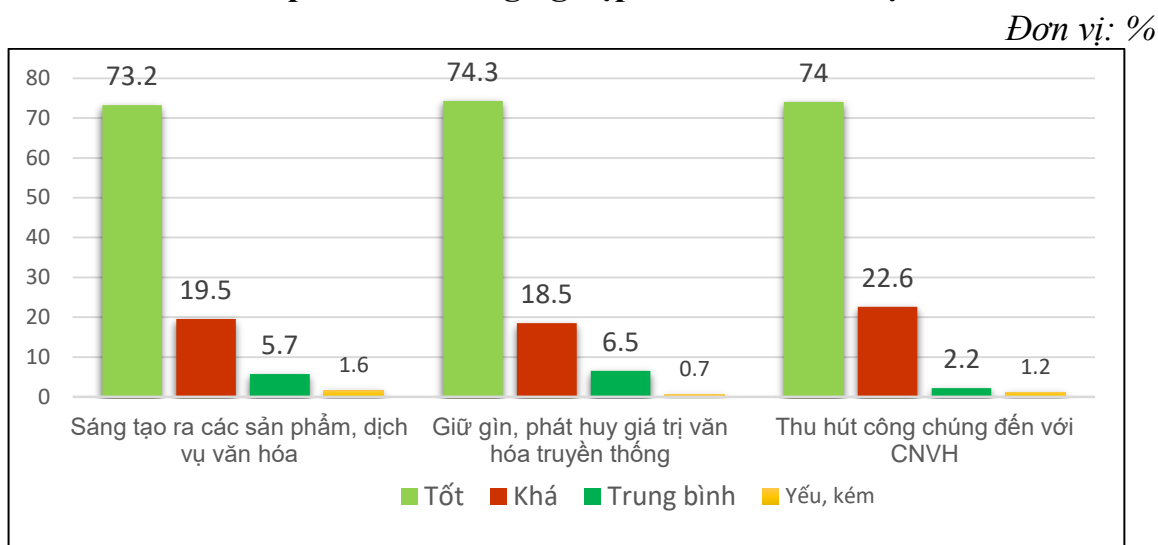
quan trọng trong việc bảo tồn và phát triển các loại hình nghệ thuật truyền thống. Thông qua những hoạt động động đó, đã góp phần thúc đẩy sự phát triển của nghệ thuật biểu diễn và du lịch văn hóa. Khi được hỏi về vai trò của người nghệ sĩ trong phát triển CNVH, một đạo diễn có nhiều kinh nghiệm trong tổ chức các chương trình biểu diễn nghệ thuật chia sẻ:

Nghệ sĩ đóng vai trò nòng cốt cho phát triển CNVH ở bất kỳ quốc gia nào bởi họ luôn là người tiên phong trong lĩnh vực sáng tạo. Cốt lõi của CNVH là sáng tạo, mà đối với người nghệ sĩ, sáng tạo cũng là yếu tố sống còn, nghệ thuật không cho phép sự lặp lại, kể cả lặp lại chính mình. Vì thế, thực sự đội ngũ nghệ sĩ là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu trong phát triển CNVH [PVS, Nam, HCC, đạo diễn].

Đội ngũ văn nghệ sĩ Thủ đô còn hợp tác với nghệ sĩ quốc tế đã tạo nên một diễn đàn văn hóa đa quốc gia, giúp nâng cao vị thế của Thủ đô trong cộng đồng quốc tế. Chính các hoạt động này đã làm cho các ngành CNVH Thủ đô dần khẳng định vị thế, tạo nên những dấu ấn riêng của CNVH Thủ đô. Trong từng bước phát triển của CNVH Hà Nội, chúng ta không thể không nói đến sự cống hiến không ngừng nghỉ của đội ngũ văn nghệ sĩ của Hà Nội. Họ đã tạo nên hình ảnh, đặc trưng riêng cho CNVH Thủ đô với những sản phẩm văn hóa đặc sắc.

Chất lượng đội ngũ văn nghệ sĩ Thủ đô Hà Nội là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu để tạo ra các sản phẩm văn học, nghệ thuật có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của thị trường văn hóa. Hiện nay, có 80% văn nghệ sĩ trong các hiệp hội có trình độ chuyên môn đại học và trên đại học, 90% văn nghệ sĩ được đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ, đáp ứng được yêu cầu sáng tạo các tác phẩm văn học, nghệ thuật; hơn 60% văn nghệ sĩ có trình độ trung cấp lý luận chính trị, trong đó có 20% có trình độ cao cấp lý luận chính trị [89, tr.13]. Chính vì vậy, đội ngũ văn nghệ sĩ cũng đảm nhiệm tốt nhiệm vụ, thực hiện tốt vai trò của họ trong phát triển CNVH ở Hà Nội (Xem Biểu đồ 3.2).

**Biểu đồ 3.2: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ văn nghệ sĩ cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội**



*Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án*

Kết quả khảo sát cho thấy đội ngũ văn nghệ sĩ đã thực hiện khá tốt vai trò của họ trong phát triển CNVH ở Thủ đô. Tỷ lệ đánh giá thực hiện tốt vai trò của đội ngũ văn nghệ sĩ chiếm tỷ lệ khá cao (từ 7,2% đến 74,3%). Đội ngũ văn nghệ sĩ có sự tương đồng với đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý văn hoá khi được đánh giá về thực hiện vai trò trong phát triển CNVH Thủ đô. Như vậy, đội ngũ văn nghệ sĩ của Thủ đô có trình độ chuyên môn cao, am hiểu sâu sắc về văn hóa, nghệ thuật giúp tạo ra được những sản phẩm văn hóa, nghệ thuật có chất lượng cao, thu hút khán giả, tạo ra doanh thu cho các đơn vị, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực CNVH.

Với sự nhạy bén với xu hướng mới, đội ngũ văn nghệ sĩ Thủ đô đã sáng tạo nhiều sản phẩm văn hóa, nghệ thuật mới lạ, độc đáo, có sức hấp dẫn, cạnh tranh trên thị trường, góp phần quảng bá hình ảnh, văn hóa, con người Thủ đô đến với bạn bè quốc tế. Các sản phẩm văn hóa của các nghệ sĩ đã đáp ứng nhu cầu thưởng thức nghệ thuật hằng ngày của công chúng. Đặc biệt, vào các dịp kỷ niệm các ngày lễ lớn, sự kiện lịch sử, chính trị quan trọng của đất nước và Thủ đô, các nghệ sĩ đã xây dựng, tổ chức nhiều chương trình nghệ thuật: Chương trình Chào năm mới, Mừng Đảng - Mừng Xuân, Kỷ niệm Ngày Giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước 30/4, và Ngày Quốc tế Lao động 1/5, Kỷ niệm Ngày

sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh 19/5, Ngày Chiến thắng Điện Biên Phủ 7/5, Ngày Thương binh - Liệt sỹ 27/7, Kỷ niệm Cách mạng tháng Tám và Quốc khánh 2/9, Ngày Giải phóng Thủ đô 10/10, Chiến thắng “Điện Biên Phủ trên không”... Trong đó, nổi bật là các chương trình biểu diễn nghệ thuật chào mừng Đại hội Thể thao Đông Nam Á lần thứ 31 tại Việt Nam; Chương trình nghệ thuật đặc biệt tại Lễ khai mạc, bế mạc SEA Games 31; Chương trình nghệ thuật Lễ khai mạc Đại hội Thể dục Thể thao Thủ đô lần thứ X năm 2021 - 2022...

Ngoài ra, để xây dựng các sản phẩm văn hóa đặc sắc, các nghệ sĩ đã biểu diễn nhiều tiết mục nghệ thuật phục vụ Nhân dân tại khu vực phố đi bộ Hồ Hoàn Kiếm và vùng phụ cận vào tối thứ Sáu, thứ Bảy, chủ Nhật hàng tuần. Những tiết mục nghệ thuật đó đã tạo nét văn hóa riêng biệt, độc đáo của không gian văn hóa phố cổ Hà Nội, thu hút đông đảo quần chúng Nhân dân và khách du lịch thập phương đến thưởng thức. Không chỉ hình thành các sản phẩm văn hóa phục vụ nhu cầu của công chúng Thủ đô, các đơn vị nghệ thuật ở Hà Nội còn tham gia các chương trình nghệ thuật của các tỉnh, thành phố trên cả nước như chương trình kỷ niệm 154 năm Ngày mất của Anh hùng dân tộc Nguyễn Trung Trực, chương trình kỷ niệm 50 năm Công ước về bảo vệ DSVH và thiên nhiên thế giới, Festival Tràng An kết nối di sản Ninh Bình, chương trình kỷ niệm 250 năm năm sinh, 200 năm mất của Nữ sĩ Hồ Xuân Hương...

Các nghệ sĩ không chỉ đáp ứng tốt nhu cầu của công chúng thưởng thức nghệ thuật trong điều kiện bình thường mà họ luôn có những sáng tạo không ngừng để thích ứng với những điều kiện khác nhau. Trong thời gian giãn cách xã hội để phòng, chống dịch bệnh, các đơn vị nghệ thuật chủ động, sáng tạo xây dựng, dàn dựng chương trình nghệ thuật phát trên các nền tảng mạng xã hội để phục vụ Nhân dân, thiết thực chào mừng kỷ niệm các ngày lễ lớn.

Các sản phẩm văn hóa của các nghệ sĩ còn hướng đến bảo tồn và phát huy nghệ thuật ca kịch truyền thống Thủ đô Hà Nội. Trong giai đoạn 2021-2025, các nghệ sĩ của Nhà hát Chèo Hà Nội, Nhà hát Cải lương Hà Nội, Nhà hát Múa Rối Thăng Long, Nhà hát Kịch Hà Nội đã sưu tầm, bảo tồn và lưu

giữ các làn điệu cổ, phục dựng vở diễn kinh điển. Có thể kể đến Nhà hát Chèo Hà Nội sưu tầm, bảo tồn và lưu giữ 05 làn điệu Chèo cổ, 03 vai mẫu trong các trích đoạn Chèo cổ. Nhà hát Cải lương Hà Nội bảo tồn, phục dựng và lưu giữ trích đoạn cải lương “Nàng Phi Yến”. Nhà hát Kịch Hà Nội đã hoàn thành việc bảo tồn và lưu giữ vở kịch “Mảnh đất lắm người nhiều ma”, “Khoảng trống”. Nhà hát Múa Rối Thăng Long bảo tồn, phục dựng và lưu giữ các trích đoạn Múa rối “Thế giới của chúng em”. Nhà hát Cải lương Hà Nội đang thực hiện phục dựng lại vở cải lương “Kiều”. Có thể nói, hoạt động này đã góp phần quan trọng khẳng định được phong cách nghệ thuật, vị thế, thương hiệu riêng của các nhà hát, thu hút ngày càng đông công chúng đến với nghệ thuật truyền thống. Trong những năm qua, các sản phẩm văn hóa của các nghệ sĩ đã hoàn thành tốt phục vụ các nhiệm vụ chính trị, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ tinh thần của Nhân dân Thủ đô, giáo dục thẩm mỹ, xây dựng người Hà Nội văn minh, thanh lịch, góp phần bảo tồn di sản văn hoá phi vật thể. Hơn nữa, sức sáng tạo của các nghệ sĩ đã trở thành nguồn lực thúc đẩy KT-XH phát triển, đặc biệt là sự phát triển CNVH Thủ đô, thu hút khách du lịch trong và ngoài nước đến với Hà Nội.

### **3.2.3. Phát huy nguồn lực từ đội ngũ nghệ nhân**

Đội ngũ nghệ nhân Hà Nội đã giữ vai trò quan trọng trong giữ gìn, bảo tồn và phát huy các giá trị DSVH của Thủ đô. Họ là những người có tay nghề, kinh nghiệm và tâm huyết trong việc gìn giữ và trao truyền kỹ thuật truyền thống của Hà Nội nói riêng và dân tộc nói chung. Nhờ đó, DSVH được bảo tồn, trao truyền mà trở thành nguồn lực phát triển công nghiệp CNVH ở Thủ đô.

Theo tài liệu của Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội, tính đến tháng 6/2023, trên địa bàn thành phố có 131 nghệ nhân, trong đó có 18 nghệ nhân nhân dân, 113 nghệ nhân ưu tú (18 nghệ nhân đã mất). Các địa phương có số nghệ nhân nhiều nhất là huyện Phú Xuyên có số lượng nghệ nhân được phong tặng nhiều nhất với 31 nghệ nhân (06 nghệ nhân nhân dân, 25 nghệ nhân ưu tú) thuộc các loại hình tri thức dân gian, nghệ thuật trình diễn dân gian; tiếp đó là các quận,

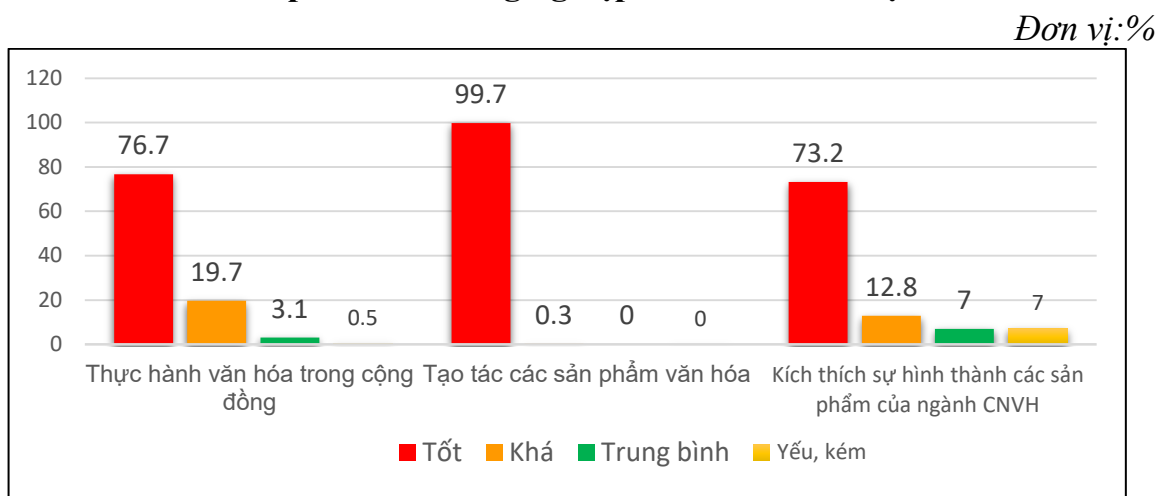
huyện Đông Anh có 15 nghệ nhân, Quốc Oai 13 nghệ nhân (01 nghệ nhân nhân dân, 12 nghệ nhân ưu tú), Ba Đình và Đan Phượng đều có 08 nghệ nhân, Thanh Xuân có 07 nghệ nhân, Hoàn Kiếm và Hoài Đức có 06 nghệ nhân, Thạch Thất và Thường Tín (05 nghệ nhân) [Phụ lục 4]. Đây là NLCN quan trọng, góp phần phát triển các ngành CNVH của Thủ đô. Đội ngũ nghệ nhân còn đóng vai trò quan trọng trong việc giáo dục văn hóa truyền thống cho cộng đồng, làm cho công chúng hiểu về văn hóa truyền thống. Từ đó họ thêm trân trọng và có ý thức trong tiêu dùng các sản phẩm văn hóa được hình thành trên cơ sở các giá trị văn hóa truyền thống. Thông qua các buổi biểu diễn, họ chia sẻ những giá trị văn hóa, kinh nghiệm sống, và truyền đạt những giá trị văn hóa truyền thống qua các tác phẩm nghệ thuật của mình. Điều này giúp nâng cao nhận thức và tình cảm yêu quê hương, đất nước, con người trong cộng đồng. Mặt khác, đội ngũ nghệ nhân đã tạo ra sự độc đáo và hấp dẫn cho các sản phẩm và dịch vụ văn hóa của Thủ đô. Nhờ đó, công chúng và du khách có cơ hội tận hưởng và trải nghiệm trực tiếp nét văn hóa truyền thống qua các buổi biểu diễn, chia sẻ về nghệ thuật truyền thống và mua sắm các sản phẩm thủ công của nghệ nhân.

Trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ, Hà Nội tự hào với nhiều nghệ nhân nổi tiếng đã góp phần nâng tầm giá trị nghề truyền thống. Nghệ nhân Hà Thị Vinh đã có công lớn trong việc bảo tồn và phát triển gốm Bát Tràng, nghệ nhân Nguyễn Thị Hồi góp phần đưa sơn mài Hạ Thái ra thị trường quốc tế. Ngoài ra, các làng nghề như Vạn Phúc (lụa), Định Công (kim hoàn), Ngũ Xã (đúc đồng) cũng đang ngày càng phát triển nhờ những người thợ lành nghề và sự đổi mới sáng tạo trong sản phẩm.

Chia sẻ về phát huy NLCN cho phát triển CNVH ở Hà Nội, một thành viên trong Hội DSVH Việt Nam khẳng định: “Hà Nội tập trung nhiều người tài giỏi, có khả năng sáng tạo. Đây là ưu thế lớn cho việc sáng tạo ra các sản phẩm văn hóa, đáp ứng nhu cầu sử dụng của công chúng và mở rộng thị trường tiêu thụ” [PVS, LTML, Nữ, Hội DSVH Việt Nam]. Qua khảo sát thực tiễn, NCS nhận thấy đội ngũ nghệ nhân ở Thủ đô Hà Nội được đánh giá cao về chuyên môn, kinh nghiệm và sức sáng tạo (Xem Biểu đồ 3.3).



**Biểu đồ 3.3: Đánh giá thực hiện vai trò của đội ngũ nghệ nhân cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội**



*Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án*

Kết quả khảo sát cho thấy đội ngũ nghệ nhân đã thực hiện tốt vai trò của họ khi tham gia vào phát triển CNVH của Thủ đô. Mức độ thực hiện được đánh giá Tốt với tỷ lệ cao (từ 73,2% đến 99,7%). Thực tế cho thấy, trong những năm qua, các nghệ nhân đã có nhiều thay đổi trong tư duy, cách sáng tạo ra những sản phẩm văn hóa. Vì vậy, bên cạnh sáng tạo dựa trên kiến thức được truyền dạy và kinh nghiệm, họ còn tích cực trau dồi, tìm hiểu các kiến thức liên quan đến công việc của mình và nắm bắt các nhu cầu của xã hội. Từ đó, nắm bắt xu hướng, thẩm mỹ đương đại, đồng thời tích cực tìm hướng đi mới hiệu quả cho các sản phẩm của mình.

*Thứ nhất*, về chuyên môn. Nghệ nhân Thủ đô Hà Nội nắm vững kỹ thuật, nguyên tắc, kinh nghiệm thực hành các loại hình nghệ thuật dân gian truyền thống. Họ là những người có đam mê, tâm huyết với nghề, luôn nỗ lực tìm hiểu, nghiên cứu, học hỏi, sáng tạo để nâng cao trình độ chuyên môn.

*Thứ hai*, về kinh nghiệm. Nghệ nhân Thủ đô Hà Nội có kinh nghiệm thực hành lâu năm, được đào tạo bài bản qua các lớp truyền nghề, lớp tập huấn, bồi dưỡng của các thế hệ đi trước, các cơ quan, đơn vị chuyên môn. Họ đã tích lũy được một vốn kinh nghiệm quý báu qua nhiều năm thực hành, giao lưu với các nghệ nhân ở các tỉnh, thành phố khác trên cả nước. Hiện nay, họ vẫn tiếp tục đúc rút kinh nghiệm và truyền dạy lại cho các thế hệ đi sau.

*Thứ ba*, về sự sáng tạo. Nghệ nhân Thủ đô Hà Nội không chỉ giữ gìn, bảo tồn mà còn có nhiều sáng tạo trong việc phát huy giá trị của các loại hình nghệ thuật dân gian truyền thống. Họ đã kết hợp tinh hoa của nghệ thuật dân gian với những yếu tố hiện đại, tạo ra những tác phẩm nghệ thuật mới mẻ, hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu thưởng thức của khán giả trong thời đại mới.

Đặc biệt, sau khi Hà Nội tham gia vào mạng lưới các Thành phố sáng tạo của UNESCO, sức sáng tạo của các nghệ nhân càng phát triển mạnh mẽ. Sức sáng tạo đó không chỉ ở một loại hình nghệ thuật hay một làng nghề truyền thống mà đã có sự kết hợp giữa các loại hình nghệ thuật hay các làng nghề truyền thống để tạo nên những sản phẩm văn hóa ngày càng thú vị, độc đáo và hấp dẫn. Đơn cử như các nghệ nhân làng nghề truyền thống mây tre đan Phú Vinh đã không ngừng sáng tạo, đưa ra những thiết kế mới phục vụ cho cuộc sống như: Chụp đèn, lọ hoa, túi xách, giỏ, làn, hộp đựng đồ... thậm chí cả tranh mây, tre đan. Các nghệ nhân đã kết hợp giữa gốm, gỗ và mây tre đan để tạo nên những sản phẩm vừa phục vụ đời sống thường ngày, vừa tham gia vào các sản phẩm nghệ thuật sắp đặt trong các không gian nghệ thuật...

#### **3.2.4. Phát huy nguồn lực từ đội ngũ trí thức, chuyên gia**

Hà Nội đang sở hữu NLCN chất lượng cao. Đây là một lợi thế lớn của Thủ đô cho phát triển CNVH. Đội ngũ trí thức và chuyên gia tại Hà Nội đã đóng góp quan trọng vào sự phát triển của CNVH ở Thủ đô. Sự hiện diện của họ không chỉ là nguồn lực tri thức mà còn mang lại những ý tưởng sáng tạo và chiến lược quan trọng cho việc phát triển văn hoá và nghệ thuật.

Một đóng góp quan trọng của đội ngũ trí thức và chuyên gia là định hình và thúc đẩy xu hướng nghệ thuật và văn hóa mới. Họ thường xuyên tham gia vào quá trình sáng tạo và đổi mới, giúp xây dựng cộng đồng nghệ sĩ và nghệ nhân đa dạng về ý tưởng và phong cách. Họ chịu trách nhiệm trong việc tổ chức các sự kiện văn hóa quan trọng. Với sự chuyên nghiệp và kiến thức sâu sắc, họ tổ chức các triển lãm, hội thảo, sự kiện nghệ thuật, lễ hội văn hóa lớn hiệu quả, giúp kích thích sự phát triển của ngành CNVH. Đặc biệt, đội ngũ trí thức và chuyên gia đã đóng vai trò quan trọng trong việc giáo dục và đào tạo về

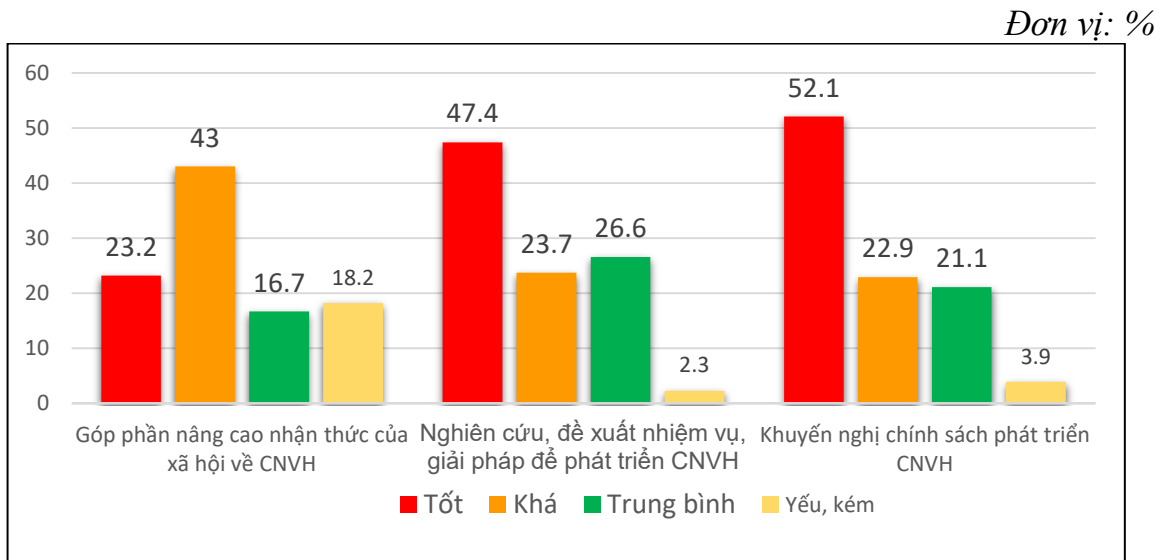
văn hóa cho đội ngũ lãnh đạo, quản lý, công chúng. Họ thường tham gia vào các chương trình giáo dục, đào tạo nghệ sĩ và quản lý văn hóa, giúp nâng cao chất lượng và chuyên nghiệp hóa NLCN trong lĩnh vực văn hóa.

Ngoài ra, sự tham gia tích cực của đội ngũ trí thức và chuyên gia còn mang lại giá trị kinh tế. Trong những năm qua, họ là lực lượng chủ lực trong phát triển các dự án văn hóa. Các dự án này không chỉ tạo ra những sản phẩm văn hóa xuất sắc mà còn đóng góp vào tăng trưởng kinh tế và thu hút đầu tư cho Thủ đô. Đơn cử như câu chuyện truyền cảm hứng của Trần Dương Quý, một chàng rể của làng gốm Bát Tràng và hành trình đưa gốm Bát Tràng lên sàn thương mại điện tử. Anh đã từ bỏ công việc kỹ sư công nghệ thông tin tại một tập đoàn lớn để đồng hành cùng vợ, mở rộng đầu ra cho sản phẩm gốm của làng, một ngành nghề đang dần thu hẹp. Để tồn tại và phát triển, làng nghề vươn rộng ra thị trường trong nước và thế giới. Với sự kiên trì và kiến thức chuyên môn, anh đã xây dựng và quảng bá sản phẩm của làng gốm trên các mạng xã hội, từ Facebook, Zalo đến Instagram và nhiều nền tảng khác. Sự chuyên nghiệp và tận tâm, anh đã đưa những sản phẩm gốm chất lượng cao, mẫu mã đẹp, đáp ứng nhu cầu phong phú của người tiêu dùng đến với cộng đồng. Đơn hàng 700 chiếc bình vào tháng 7/2020 đã mang về cho xưởng một khoản doanh thu lớn đã khích lệ người dân làng gốm thêm tự tin trong sáng tạo ra sản phẩm mới và mở rộng sản xuất, mở rộng thị trường. Rõ ràng, đội ngũ trí thức và chuyên gia không ngừng đổi mới, sáng tạo để vượt qua thử thách, thành công trong phát triển CNVH ở Thủ đô.

Hơn nữa, đội ngũ trí thức, chuyên gia còn là lực lượng nghiên cứu lý luận, tổng kết thực tiễn, khái quát thành kinh nghiệm, bài học, lý luận, giúp cho Đảng bộ, chính quyền thành phố Hà Nội có những điều chỉnh về chủ trương, chính sách hợp lý cho sự phát triển CNVH ở Thủ đô. Những đề tài nghiên cứu khoa học, những buổi hội thảo lớn quy tụ những chuyên gia, trí thức ở Hà Nội đã giúp cho các ngành và chính quyền Thành phố nhận thức rõ nét hơn về CNVH, tiềm lực, nguồn lực cũng như phương thức để phát triển CNVH ở Thủ đô. Chúng ta có thể thấy công trình nghiên cứu về CNVH ở Hà Nội từ rất sớm.

Thủ đô Hà Nội là nơi tập trung đội ngũ trí thức lớn nhất cả nước với hàng nghìn giáo sư, phó giáo sư, tiến sĩ và thạc sĩ. Đây là NLCN có chất lượng cao tham gia đóng góp tích cực, hiệu quả vào công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa Thủ đô nói chung và phát triển của CNVH Thủ đô nói riêng. Tuy nhiên, khảo sát thực tế về thực hiện vai trò của đội ngũ trí thức, chuyên gia cho phát triển CNVH lại chưa được đánh giá cao (Xem Biểu đồ 3.4).

**Biểu đồ 3.4: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ trí thức, chuyên gia cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội**



*Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án*

Kết quả khảo sát cho thấy nhìn chung, đội ngũ trí thức, chuyên gia chưa được đánh giá cao trong thực hiện vai trò của họ trong tham gia phát triển CNVH ở Thủ đô (tỷ lệ đánh giá tốt chỉ đạt từ 13.2% đến 52.1%). Điều này cho thấy những đóng góp của nhóm này cho phát triển CNVH chưa thực sự nổi bật cũng như chưa được đông đảo người dân biết đến.

Thực tế cho thấy, với trình độ chuyên môn, lý luận cao, có khả năng sáng tạo và ứng dụng công nghệ mới, trí thức, chuyên gia văn hóa ở Hà Nội là lực lượng nòng cốt trong việc sản xuất, kinh doanh các sản phẩm văn hóa, góp phần nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của các ngành CNVH Thủ đô. Đội ngũ các trí thức, chuyên gia văn hóa đã tham gia định hướng và phát triển các ngành CNVH. Họ là những người nắm vững các kiến thức về văn hóa, nghệ thuật, có khả năng phân tích, đánh giá xu thế phát triển của văn hóa, nghệ thuật trong

nước và quốc tế. Từ đó, họ đưa ra những định hướng, giải pháp phù hợp để phát triển các ngành CNVH Thủ đô. Đội ngũ các trí thức, chuyên gia văn hóa có đóng góp quan trọng trong việc nâng cao giá trị và sức hấp dẫn của các sản phẩm văn hóa Thủ đô. Họ là những người có khả năng sáng tạo, tạo ra những sản phẩm văn hóa mới, có giá trị cao về nội dung và nghệ thuật. Từ đó, góp phần nâng cao giá trị và sức hấp dẫn của các sản phẩm văn hóa Thủ đô, thu hút khách du lịch và người tiêu dùng trong nước và quốc tế.

### **3.2.5. Phát huy nguồn lực từ người dân Thủ đô**

Dân cư Hà Nội góp phần quan trọng vào sự phát triển của CNVH tại Thủ đô, và sự đa dạng, số lượng lớn của họ tạo ra một động lực mạnh mẽ cho lĩnh vực này. Thành phố Hà Nội tập trung nhiều cộng đồng dân cư đa dạng về văn hóa, từ người dân tộc thiểu số đến những cộng đồng ngoại quốc. Dân số đông, tỷ lệ trong độ tuổi lao động cao, nhu cầu hưởng thụ văn hóa cao đã tạo ra thị trường tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ văn hóa lớn cho các ngành CNVH. Điều này thúc đẩy các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ văn hóa, góp phần phát triển các ngành CNVH của Thủ đô.

Hiện nay trên địa bàn Thành phố có nhiều câu lạc bộ (CLB) hoạt động trong lĩnh vực Di sản văn hoá phi vật thể dưới hình thức tự nguyện. Tuy nhiên, số các CLB có quyết định thành lập còn ít, đại đa số chưa có quyết định thành lập của chính quyền nơi CLB hoạt động Hội theo quy định tại Nghị định 45/NĐ-CP ngày 21/04/2010 của Chính phủ quy định về việc Tổ chức, hoạt động và quản lý Hội (Hội có các tên gọi khác nhau: hội, liên hiệp hội, tổng hội, liên đoàn, hiệp hội, CLB có tư cách pháp nhân và các tên gọi khác theo quy định của pháp luật (gọi chung là hội), Nghị định số 33/2012/NĐ-CP ngày 13/4/2012 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 21/04/2010 quy định về việc Tổ chức, hoạt động và quản lý hội và các quy định liên quan. Một số CLB thuộc các Hội, Trung tâm thuộc Trung ương như Hội UNESCO, Hội Văn nghệ dân gian Việt Nam, Hội DSVH Việt Nam thành lập. Trên thực tế, các CLB chỉ thuần túy gồm những người dân có chung một sở

thích, mỗi quan tâm về một vấn đề văn hóa. Họ cùng duy trì sinh hoạt văn hóa, cốt lõi là thực hành, biểu diễn và truyền dạy DSVH phi vật thể mà họ đang nắm giữ. Theo báo cáo của các quận, huyện, thị xã, trên địa bàn thành phố Hà Nội hiện có 531 CLB hoạt động trong lĩnh vực DSVH phi vật thể, phần lớn là các CLB gắn với lễ hội truyền thống. Trong đó có 66 CLB có quyết định thành lập, chủ yếu do UBND cấp xã ban hành. Trong chuyến đi điền dã của mình, NCS đã đến Đông Anh và Gia Lâm – 2 địa bàn có số lượng CLB hoạt động nhất (146 và 175 CLB), trong đó 2 CLB có quyết định thành lập của UBND huyện (phường rỗi Đào Thục và CLB văn hoá tín ngưỡng thờ Mẫu). Khi đến 2 CLB này, NSC có chung cảm nhận đó là niềm đam mê với nghề, họ đã sẵn sàng cống hiến, theo nghề từ những ngày mới thành lập CLB, chưa có quyết định thành lập, chưa được hỗ trợ, chưa được biết đến rộng rãi. Đến nay, hoạt động của các CLB đã có nhiều khởi sắc, ngày càng chuyên nghiệp hơn, có thu nhập tốt hơn. NCS đã được trực tiếp nghe ý kiến trao đổi của một nghệ nhân phường rỗi Đào Thục:

Những năm gần đây, chính quyền địa phương quan tâm hỗ trợ phường rỗi về hạ tầng, hỗ trợ truyền dạy nghề múa rỗi... tạo điều kiện cho phường rỗi phát triển du lịch. Hiện, chúng tôi không chỉ biểu diễn rỗi nước, mà còn mở thêm các dịch vụ gắn với văn hóa làng quê như: Đi cầu kiều, đi cà kheo, học làm nhà nông, đi xe trâu, xe ngựa ngắm cảnh làng quê... Khách cũng có thể lựa chọn tham quan, trải nghiệm một số di tích, làng nghề trong khu vực [PVS, NTN, nam, nghệ nhân rỗi nước].

Ngoài ra, dân cư Hà Nội với tinh thần tự hào về truyền thống văn hóa, yêu nước, yêu quê hương và tính năng động, sáng tạo đã góp phần tạo ra nguồn cảm hứng sáng tạo cho các nghệ sĩ, nhà văn, nhà thiết kế. Điều này đã giúp họ tạo ra những sản phẩm, dịch vụ văn hóa mang đậm đặc trưng truyền thống văn hóa Thăng Long - Hà Nội, văn hóa Xứ Đoài và bản sắc văn hóa dân tộc, nhưng vẫn mang tính hiện đại, phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng. Đồng thời, sự tích cực tham gia vào các hoạt động văn hóa của dân cư Hà Nội cũng tạo ra một cộng đồng văn hóa chủ động. Sự hỗ trợ và tương tác trong cộng đồng này giúp xây

dựng môi trường văn hóa thân thiện, trở thành động lực quan trọng cho sự sáng tạo và đổi mới.

Cư dân Hà Nội có nhu cầu cao về thưởng thức văn hoá. Chia sẻ về điều này, một nghệ sĩ cho biết:

Công chúng Hà nội từ bao năm nay luôn là những người có “gu” thẩm mỹ rất riêng. nên suy nghĩ và đòi hỏi của công chúng Hà nội khá khắt khe. Họ thưởng thức không đơn thuần là chỉ giải trí. Mà luôn trong sâu thẳm họ mong muốn và khao khát được có những giá trị, những bài học cho riêng mình, thậm chí cho cả gia đình và những thế hệ kế cận’ [PVS, Nam, TM, Nhạc sĩ].

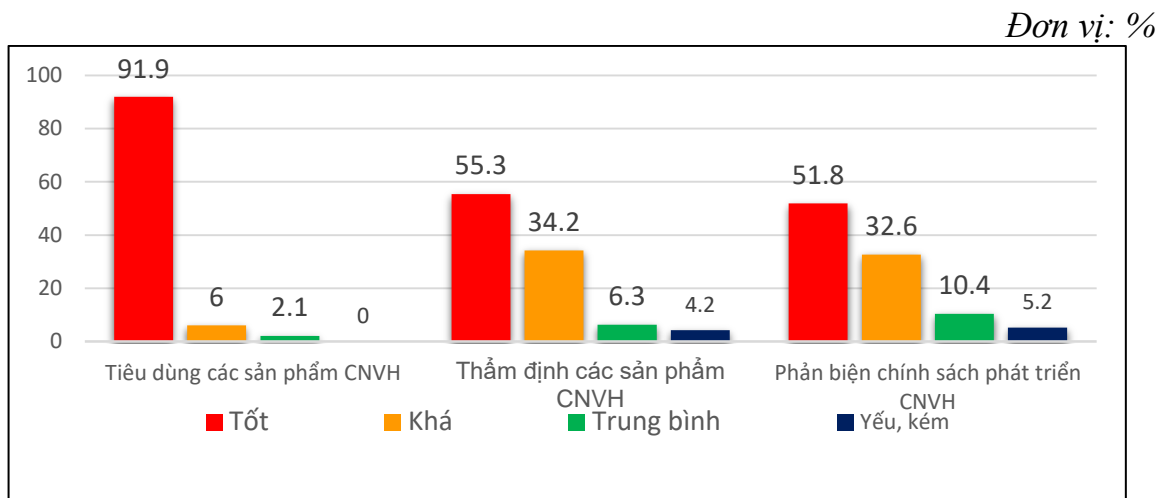
Cùng quan điểm với nhạc sĩ TM, một đạo diễn cũng khẳng định:

Tư duy thẩm mỹ hay tư duy phản biện của Hà Nội khác so với địa phương khác. Họ có chiều sâu về văn hóa, họ rất khó tính để theo dõi một một số chương trình văn hóa và luôn đưa ra phản biện. Vì vậy những người làm nghệ thuật ở Hà Nội không được dễ dãi, họ cần sự sáng tạo [PVS, Nam, HCC, Đạo diễn].

Như vậy, công chúng Hà Nội luôn có nhu cầu văn hóa riêng. Họ rất chủ động, tích cực tham gia các hoạt động văn hóa, sử dụng các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Qua những trải nghiệm đó, trên nền tảng trình độ, kiến thức đã có, những người dân Thủ đô đưa ra đánh giá, phản hồi về hình thức, chất lượng của các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Qua đó, người dân đã đóng vai trò quan trọng trong việc định hình hình ảnh văn hóa của Thủ đô, tạo thương hiệu cho các sản phẩm văn hóa của Thủ đô. Sự đồng thuận và sự phản ánh của cộng đồng có ảnh hưởng lớn đến chiều hướng phát triển và chất lượng của sản phẩm và dịch vụ văn hóa của các ngành CNVH ở Hà Nội.

Mặt khác, khi mặt bằng dân trí của người dân Thủ đô đã không ngừng tăng lên cũng đòi hỏi các nghệ sĩ, các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực CNVH phải không ngừng đổi mới, sáng tạo để đáp ứng nhu cầu thưởng thức sản phẩm và dịch vụ văn hóa của người dân. Đây vừa là yếu tố kích thích vừa là áp lực để CNVH ở Thủ đô phát triển. Khảo sát thực tế cho thấy người dân đã khẳng định vai trò của mình trong phát triển CNVH Thủ đô (xem Biểu đồ 3.5).

**Biểu đồ 3.5: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của người dân Thủ đô trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội**



*Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án*

Kết quả khảo sát cho thấy, người dân Thủ đô đã tích cực tham gia tiêu dùng các sản phẩm CNVH, đây là yếu tố được đánh giá rất cao. Tuy nhiên, việc thẩm định sản phẩm hay phản biện chính sách phát triển CNVH của Thủ đô chưa được người dân chú trọng thực hiện. Chính vì vậy, các nội dung này chỉ đạt mức trung bình thấp (được đánh giá Tốt chỉ đạt 55,3% và 51,8%). Đặc biệt, tỷ lệ người dân lựa chọn các sản phẩm và dịch vụ văn hóa mang yếu tố văn hóa truyền thống của Hà Nội rất cao (95.8%) [*Khảo sát của tác giả luận án*]. Điều này cho thấy ý thức giữ gìn văn hóa truyền thống của người dân Thủ đô rất cao. Điều này đã đi vào trong tình cảm, suy nghĩ và hành động của người dân.

### **3.2. PHÁT HUY NGUỒN LỰC DI SẢN VĂN HOÁ CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ Ở HÀ NỘI**

#### **3.2.1. Thay đổi tư duy về phát huy nguồn lực di sản văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa của Hà Nội**

Các chủ thể tham gia vào phát triển CNVH Thủ đô đã nhận thức ngày càng rõ nét về các yếu tố của nguồn lực DSVH tham gia vào phát triển CNVH. Theo khảo sát của NCS, các yếu tố được nhận thức nhiều nhất là: Danh lam thắng cảnh (98,7%), Di tích lịch sử - văn hóa (79,4%), Trang phục truyền thống (78,6%), Âm thực truyền thống (75,3%), Làng nghề truyền thống (72,1%), Lễ



hội truyền thống 64,3%), Nghệ thuật truyền thống (63,8%) [*Khảo sát của tác giả luận án*]. DSVH cũng ngày càng được thể hiện đậm nét trong các sản phẩm văn hóa. “Tất cả những nét văn hóa của Bắc Bộ nói chung, Hà Nội nói riêng có sức ảnh hưởng rất lớn đối với sáng tạo cho những thiết kế của tôi. Quan điểm sáng tạo của tôi là mọi sự sáng tạo đều bắt nguồn từ nền tảng văn hóa, luôn luôn có một câu chuyện văn hóa trong đấy” [PVS, Nam, ĐH, Nhà thiết kế].

Từ lâu, UBND thành phố Hà Nội đã chú trọng quản lý các DSVH. Năm 1988, Quyết định số 2618/QĐ-UB ngày 07/6/1988 về ban hành Quy chế phân công bảo vệ, sử dụng di tích lịch sử văn hóa và danh lam thắng cảnh. Sau khi có Luật DSVH, Thành phố đã quan tâm, chỉ đạo và thực hiện Luật Di sản văn hóa năm 2001; Luật sửa đổi bổ sung Luật Di sản văn hóa năm 2009; căn cứ quy định về phân cấp quản lý nhà nước, quy chế quản lý, thực trạng của DSVH, UBND đã không ngừng nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác bảo vệ, phát huy giá trị di tích lịch sử - văn hóa và danh lam thắng cảnh trên địa bàn thành phố Hà Nội. Thành ủy, Hội đồng nhân dân, UBND thành phố Hà Nội đã ban hành nhiều chương trình, nghị quyết, quyết định, kế hoạch để bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị DSVH Thủ đô. Thành phố cũng đã đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng văn hóa, tạo môi trường thuận lợi cho phát triển CNVH gắn với phát huy giá trị của các DSVH.

Trong những năm gần đây, UBND đã ban hành Quyết định số 14/QĐ-UBND ngày 02/01/2020 Về việc công bố chính thức tổ chức không gian đi bộ khu vực Hồ Hoàn Kiếm và phụ cận; Quyết định số 3342/QĐ-UBND ngày 30/7/2020 về việc phê duyệt nội dung văn kiện Dự án hợp tác Hà Nội - Toulouse về hỗ trợ kỹ thuật bảo tồn, phát huy giá trị các di sản đô thị tiêu biểu và di tích khảo cổ học tại DSVH thế giới Khu trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội; Kế hoạch số 202/KH-UBND ngày 07/11/2016 Thí điểm xây dựng nhận diện thương hiệu (logo), biển chỉ dẫn và sản phẩm lưu niệm du lịch Hà Nội; Kế hoạch số 120/KH-UBND ngày 01/6/2017 của UBND Thành phố về việc khắc phục những tồn tại, hạn chế; đổi mới, nâng cao hiệu quả công tác quản lý di tích văn hóa, quản lý lễ hội trên địa bàn Thành phố.

Điều này cho thấy sự thay đổi mạnh mẽ trong tư duy về vai trò của DSVH đối với sự phát triển, về phát huy nguồn lực nội sinh cho sự phát triển, đặc biệt là phát triển CNVH của Hà Nội. Để đảm bảo cho việc giữ gìn NLVH của Thủ đô, UBND thành phố Hà Nội thực hiện quản lý theo thẩm quyền đối với 10 di tích. Trong đó, UBND đã giao cho Trung tâm di tích Hoàng thành Thăng Long quản lý 02 di tích là Trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội (di sản văn hoá Thế giới), Thành Cổ Loa (di tích Quốc gia đặc biệt); giao cho Sở Văn hóa và Thể thao quản lý 08 di tích là Văn Miếu - Quốc tử Giám, di tích Bác Hồ ở Vạn Phúc - Hà Đông, Di tích nhà tù Hỏa Lò, Di tích 48 Hàng Ngang, di tích 5D Hàm Long, Di tích 90 Thợ Nhuộm, cụm Di tích đền bà Kiệu, Hồ Hoàn Kiếm - Di tích đền Ngọc Sơn - tượng đài Vua Lê.

Ngoài ra, Thành phố cũng không ngừng bồi đắp cho nguồn lực DSVH. Thành phố đã đầu tư tu bổ, bảo tồn, phát huy giá trị các di tích do Thành phố trực tiếp quản lý; đôn đốc việc tu bổ các di tích do cấp huyện quản lý. Thành phố cũng giao cho Sở Văn hóa và Thể thao thực hiện việc huy động, quản lý, sử dụng các nguồn lực để bảo vệ và phát huy giá trị DSVH trên địa bàn Thành phố; tổ chức nghiên cứu, sưu tầm, kiểm kê và lập hồ sơ DSVH phi vật thể trên địa bàn Thành phố; cấp giấy phép nghiên cứu, sưu tầm DSVH phi vật thể trên địa bàn cho người Việt Nam định cư ở nước ngoài, tổ chức, cá nhân nước ngoài; quản lý, hướng dẫn tổ chức các hoạt động bảo tồn, phát huy giá trị DSVH, lễ hội truyền thống, tín ngưỡng gắn với di tích, nhân vật lịch sử trên địa bàn Thành phố; tổ chức kiểm kê, lập danh mục, lập hồ sơ xếp hạng di tích lịch sử - văn hóa và danh lam thắng cảnh trên địa bàn Thành phố; Tổ chức việc thu nhận, bảo quản các di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia do tổ chức, cá nhân giao nộp và thu giữ ở địa phương theo quy định của pháp luật; tổ chức đăng ký và quản lý di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia.

Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện, nhiều chủ thể đã khai thác triệt để khía cạnh kinh tế để đem lại doanh thu mà chưa chú ý đúng mức đến bảo tồn, giữ gìn các giá trị DSVH. Việc tập trung vào khai thác tối đa khía cạnh kinh tế của văn hóa mà quên đi những yếu tố khác cũng vô cùng quan trọng là con

người (chủ thể bảo tồn, gìn giữ các giá trị văn hóa), môi trường văn hóa văn hóa (nơi DSVH tồn tại), động lực tinh thần ẩn chứa trong DSVH (ý chí, khát vọng, niềm tin, quan niệm hạnh phúc, danh dự, truyền thống)... cho phát triển CNVH. Vì vậy, Nghị quyết 09-NQ/TU tháng 2/2022 của Thành ủy Hà Nội đánh giá: “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 CNVH của một số cấp, ngành, đơn vị còn hạn chế [104, tr.5].

### **3.2.2. Tạo ra sản phẩm văn hoá đặc trưng**

Hà Nội đã xác định được giá trị, vai trò của DSVH là tài sản vô giá, là nguồn lực nội sinh quan trọng phục vụ phát triển kinh tế, xã hội của Thủ đô, nhất là phát triển CNVH. Những năm qua, các hoạt động khai thác giá trị DSVH để hình thành nên các sản phẩm, dịch vụ văn hóa diễn ra hết sức sôi động. Các đơn vị quản lý di tích, các làng nghề truyền thống đã chủ động xây dựng các chương trình biểu diễn đặc sắc, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, du lịch trải nghiệm... đa dạng, phong phú, hấp dẫn thu hút công chúng đến thăm quan, nghiên cứu, học tập, trải nghiệm.

Các di tích lịch sử, văn hóa, danh lam thắng cảnh, làng nghề truyền thống trên địa bàn Thành phố trở thành điểm du lịch văn hoá hấp dẫn, có sức hút mạnh mẽ đối với khách du lịch trong và ngoài nước đến tham quan, nghiên cứu, trải nghiệm. Tiêu biểu như Khu Di tích trung tâm Hoàng thành Thăng Long là một quần thể di tích lịch sử, văn hóa đồ sộ, bao gồm nhiều di tích lịch sử quan trọng như Cột Cờ Hà Nội, Đồn Mên, Điện Thái Hòa, khu khảo cổ... Khu di tích này đã được UNESCO công nhận là DSVH thế giới. Ngày nay, Khu Trung tâm Hoàng thành Thăng Long là một trong những điểm đến du lịch hấp dẫn nhất của Hà Nội.

Văn Miếu - Quốc Tử Giám là trường đại học đầu tiên của Việt Nam, được thành lập vào năm 1070. Nơi đây đang lưu giữ Bia đá các khoa thi Tiến sĩ - Di sản tư liệu thế giới được UNESCO công nhận năm 2010. Văn Miếu - Quốc Tử Giám đã trở thành biểu tượng truyền thống giáo dục, hiếu học của người Việt, một địa chỉ thu hút một lượng rất lớn học sinh, sinh viên, không chỉ của Hà Nội

mà của nhiều địa phương khác đến tham quan, tìm hiểu về lịch sử, tấm gương học tập, nghiên cứu của các thế hệ đi trước. Nơi đây đã đón tiếp các Nguyên thủ của nhiều quốc gia trên thế giới và là điểm đến yêu thích của du khách, góp phần quảng bá tích cực cho truyền thống văn hóa Thủ đô. Di tích Văn Miếu - Quốc Tử Giám đã phối hợp với các tổ chức, cá nhân tổ chức nhiều hoạt động văn hoá, giáo dục tại di tích, thu hút được đông đảo công chúng ở nhiều lứa tuổi tham gia như: Toạ đàm Thư pháp Graffiti, Toạ đàm La Hào và hình tượng La Hào trong văn hoá - kiến trúc cổ Việt Nam, Lễ hội Du lịch Hà Nội, Triển lãm tranh Kỳ án Việt Nam, Triển lãm “Bia đá kể chuyện”, “Đối thoại thư pháp và Graffiti”, Triển lãm Thư pháp “Một môi xa thư”, Lễ ra mắt và giới thiệu sách “Tranh dân gian Huế” và “Tranh dân gian đồ thể Việt Nam”, Tổ chức các hoạt động chào mừng ngày Nhà giáo Việt Nam 20/11 và ngày DSVH Việt Nam 23/11... Ngoài ra, Di tích cũng phối hợp với Đài truyền hình Việt Nam tổ chức buổi ghi hình chương trình chung kết Trạng nguyên Nhí, Lễ trao học bổng, học sinh giỏi cho sinh viên, học sinh có thành tích xuất sắc trong học tập, nghiên cứu khoa học. Di tích cũng phối hợp với các đơn vị chuyên môn Tổ chức Chương trình Gala Dinner trong khuôn khổ liên hoan phim Quốc tế tại Hà Nội lần thứ VI; Phối hợp Thành đoàn Hà Nội Tổ chức Lễ tuyên dương Thủ khoa xuất sắc tốt nghiệp các trường Đại học, Học viện trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Trước xu hướng số hóa, Văn Miếu - Quốc Tử Giám đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong trưng bày, tổ chức các sự kiện văn hóa, phát triển không gian sáng tạo cho giới trẻ, góp phần đưa di sản trở thành điểm đến hấp dẫn, gắn với giáo dục và đổi mới sáng tạo.

Di tích Nhà tù Hỏa Lò đã nghiên cứu, khai thác những sản phẩm theo hướng sáng tạo, kết hợp tham quan truyền thống với các sản phẩm du lịch văn hóa đêm, chương trình kể chuyện lịch sử, ứng dụng công nghệ trình chiếu, tạo ra sản phẩm du lịch văn hóa hấp dẫn. Có thể kể tới các trưng bày chuyên đề “Đứng lên và cất tiếng” kỷ niệm 132 năm ngày sinh của Chủ tịch Hồ Chí Minh và kỷ niệm 97 năm ngày Báo chí cách mạng Việt Nam; “Cung trầm tháng 7” kỷ niệm 75 năm ngày Thương binh Liệt sỹ; chương trình tham quan trải nghiệm “Đêm thiêng liêng 2 - Sống như những đóa hoa”... Sau thành công ấn tượng của chuỗi

hoạt động trải nghiệm đêm, Ban Quản lý di tích Nhà tù Hỏa Lò tiếp tục ra mắt công chúng sản phẩm văn hóa mới mang tên "Đêm thiêng liêng 3 - Lửa thanh xuân", tôn vinh những anh hùng trẻ tuổi với những câu chuyện lịch sử có thật tại Nhà tù Hỏa Lò. Nhiều hoạt cảnh được đưa vào khai thác giúp công chúng cảm nhận chân thực, sâu sắc hơn về cuộc sống khắc nghiệt nơi "địa ngục trần gian", không khí đấu tranh sôi sục của những bậc tiền bối cách mạng, như: Hoạt cảnh liệt sĩ Nguyễn Hoàng Tôn hiên ngang đón nhận cái chết trước máy chém trước Nhà tù Hỏa Lò năm 1931; cuộc đấu tranh tuyệt thực năm 1933; phong trào "Biến nhà tù thành trường học cách mạng"; hành trình vượt ngục năm 1945... Du khách còn được nhập vai tù chính trị để trải nghiệm sự tối tăm, ngột ngạt của các phòng giam, xà lim... Có thể nói, Di tích Nhà tù Hỏa Lò cũng là địa điểm để nhiều thế hệ người dân đến đây nhằm ôn lại truyền thống lịch sử đấu tranh cách mạng. Những hoạt động tại di tích Nhà tù Hỏa Lò không chỉ mang ý nghĩa giáo dục lịch sử, mà còn mang tính văn hóa, nhân văn trong việc kết nối các nhân chứng lịch sử trong nước, quốc tế với công chúng Thủ đô và du khách, khẳng định sức sống của di tích trong đời sống đương đại hôm nay.

Bên cạnh đó, nhiều di tích danh thắng, di tích cách mạng đã hình thành nhiều trung bày chuyên đề thu hút được đông đảo du khách tham quan, trải nghiệm. Có thể kể đến trung bày chuyên đề kỷ niệm 120 năm ngày sinh đồng chí Nguyễn Phong Sắc (01/02/1902 - 01/02/2022) tại di tích 5D Hàm Long, trưng bày tại nhà 2 tầng - di tích Nhà Chủ tịch Hồ Chí Minh ở và làm việc tháng 12/1946 tại phường Vạn Phúc, gặp mặt, tôn vinh cán bộ tại các di tích gắn với sự kiện Chiến thắng "Điện Biên Phủ trên không". Trung tâm Bảo tồn Di sản Thăng Long-Hà Nội đưa vào khai thác tour du lịch đêm "Giải mã Hoàng thành Thăng Long". Tour đêm diễn ra trong thời gian 120 phút được nhiều khách lựa chọn. Có thể thấy, những sản phẩm văn hóa này đã góp phần quan trọng tạo nên sức hấp dẫn, thu hút du khách đến với Hà Nội.

Bên cạnh các di tích, nhiều làng nghề truyền thống với những sản phẩm thủ công mỹ nghệ đa dạng, phong phú đã đầu tư hạ tầng, đẩy mạnh số hóa và triển khai các dịch vụ du lịch như: Lụa Vạn Phúc, thêu Quất Động, sơn mài Hạ

Thái... Làng gốm Bát Tràng đưa Trung tâm Tinh hoa Làng nghề Việt vào hoạt động. Đến đây, khách du lịch bị cuốn hút bởi bảy khối nhà của Trung tâm được thiết kế lấy cảm hứng từ chiếc bàn xoay gốm, với màu đỏ đất nung. Nơi đây có trưng bày gia phả, hình ảnh, hiện vật về sự phát triển của 19 dòng họ làm gốm ở Bát Tràng. Đến đây, khách du lịch được khám phá tinh hoa của làng gốm Bát Tràng, được tham gia trải nghiệm một số khâu trong quá trình làm gốm. Trung tâm còn có phòng lưu trú, nhà hàng, khu biểu diễn nghệ thuật dân gian, khu trải nghiệm để kết nối khách du lịch với các nghệ nhân, thợ gốm... Trong chuyến đi điền dã của mình, NCS may mắn được đồng hành cùng một đoàn du khách đến từ tỉnh Phú Thọ, họ là 15 thành viên trong một gia đình, có cả ông bà, bố mẹ, con cháu... nhân ngày nghỉ cuối tuần đã lựa chọn làng gốm Bát Tràng làm điểm đến, vừa để khám phá làng nghề nổi tiếng của Thủ đô và vừa để chọn mua những sản phẩm gốm để phục vụ nhu cầu trưng bày, sử dụng của gia đình. NCS đã được nghe chia sẻ của một thành viên trong đoàn:

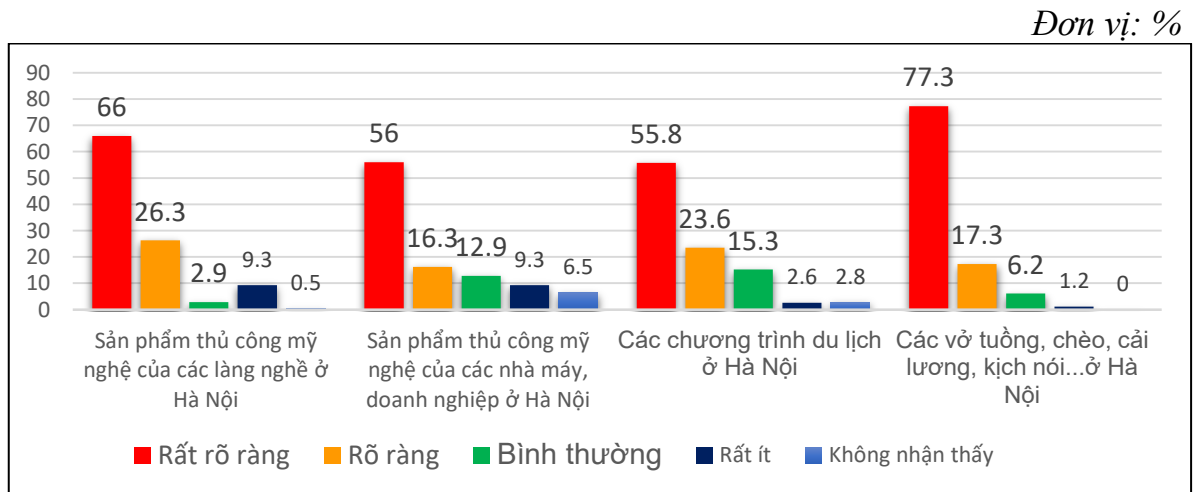
Bản thân tôi và cả gia đình đều rất thích thú với mô hình làng gốm Bát Tràng. Nơi đây là một làng nghề có tiếng lâu đời. Khi đến đây, chúng tôi đều thoải mái nhu cầu của các thành viên: người lớn được thăm quan, xem và mua các sản phẩm gốm phù hợp, trẻ nhỏ được tham gia làm gốm, chúng rất háo hức. Ngoài ra, việc di chuyển trong làng nghề dù đường xá có hơi hẹp, nhưng đổi lại là có hệ thống xe điện rất tiện dụng, vì vậy khi đi thăm quan các điểm chúng tôi không phải di chuyển quá lâu, quá xa, không bị mệt [PVS, NTH, nữ, du khách].

Nhiều lễ hội, trò chơi dân gian, ẩm thực trở thành chất liệu cho các sản phẩm thủ công truyền thống, nghệ thuật biểu diễn, du lịch văn hóa sản đặc trưng của Thành phố. Lễ hội Gióng là một trong những lễ hội truyền thống lớn nhất ở Hà Nội, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, được tổ chức hàng năm tại đền Gióng ở Sóc Sơn và đền Phù Đổng ở Gia Lâm. Lễ hội thu hút hàng triệu du khách trong và ngoài nước tham gia. Lễ hội Đống Đa đã được khai thác để làm nên tác phẩm điện ảnh về lịch sử đấu tranh chống giặc ngoại xâm của người Hà Nội, về anh hùng dân tộc Quang Trung - Nguyễn Huệ, vở cải lương “Bông sen

xanh” (2012). Hội chùa Hương được khai thác để làm bộ phim “Hương đất” (2019), vở chèo “Hội chùa Hương” (2021). Lễ hội chùa Thầy đã được khai thác để làm nên vở chèo “Lễ hội chùa Thầy” (2022)... Việc khai thác các giá trị văn hóa của Hà Nội để phát triển các sản phẩm văn hóa đặc trưng, không trùng lặp với các sản phẩm, dịch vụ văn hóa của vùng khác, dân tộc khác, đã thúc đẩy quảng bá hình ảnh của Hà Nội, giới thiệu những nét đẹp văn hóa của Việt Nam đến với bạn bè quốc tế. Chính vì vậy, mặc dù được xem là lĩnh vực hình thành muộn hơn so với các nước khác, các sản phẩm, dịch vụ văn hóa của Hà Nội vẫn cho chỗ đứng riêng trên thị trường sản phẩm văn hóa trong và ngoài nước.

Có thể nói, các sản phẩm và dịch vụ văn hóa đã thể hiện khá rõ nét các yếu tố văn hóa truyền thống dân tộc. Điều này không chỉ những người tham gia sáng tạo, sản xuất mà cả những người tiêu dùng các sản phẩm và dịch vụ văn hóa đều có chung nhận định (xem Biểu đồ 3.6).

**Biểu đồ 3.6: Mức độ nhận thấy yếu tố văn hóa truyền thống của dân tộc được thể hiện trong các sản phẩm, dịch vụ văn hóa**



*Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án*

Kết quả khảo sát cho thấy các sản phẩm thủ công mỹ nghệ ở các làng nghề và sân khấu ở Thủ đô chuyển tải được các giá trị văn hóa truyền thống nhiều hơn so với các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các nhà máy và các chương trình du lịch. Những sản phẩm, dịch vụ văn hóa mang đậm đặc trưng văn hóa của Hà Nội đã góp phần thu hút du khách đến với Hà Nội. Trong những năm

qua, số lượng du khách đến Hà Nội tăng nhanh. Năm 2017 đạt 23,977 triệu lượt, khách quốc tế là 5270 triệu lượt; năm 2018 đạt 26,3 triệu lượt, khách quốc tế đạt hơn 6 triệu lượt... Năm 2020, Hà Nội đứng thứ 15 trên tổng số 25 điểm đến nổi tiếng trên thế giới và nhận giải thưởng Travelers' Choice Awards 2020 (giải thưởng do du khách bình chọn) của chuyên trang đánh giá du lịch TripAdvisor. Điều này cho thấy các di sản không chỉ góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa của dân tộc Việt Nam, mà còn góp phần nâng cao sức hấp dẫn, thu hút riêng, giảm tính cạnh tranh trên thị trường và sẽ góp phần thúc đẩy phát triển CNVH của Hà Nội...

### **3.2.3. Tạo việc làm, tăng thu nhập cho người dân, tăng nguồn thu ngân sách cho Hà Nội**

Hà Nội là “đất trăm nghề”, trong đó có nhiều làng nghề nổi tiếng đã đi vào lịch sử với những nét riêng đặc trưng, nổi danh khắp cả nước như: lụa Vạn Phúc, gốm Bát Tràng, đúc đồng Ngũ Xã, kim hoàn Định Công, mây tre đan Phú Vinh, chuồn chuồn tre Thạch Xá, nón Chuông, sơn mài Hạ Thái, quạt Chàng Sơn, rỗi nước Đào Thục, hoa Tây Tựu, thêu Quất Động, cốm làng Vòng, xôi Phú Thượng... Tính đến hết năm 2023, Hà Nội có 327 làng nghề, làng nghề truyền thống tiêu biểu được công nhận thuộc 23 quận, huyện, thị xã với 47 nghề trong tổng số 52 nghề truyền thống của cả nước [Phụ lục 5]. Với việc phát triển tốt các sản phẩm, từng bước tham gia vào hoạt động du lịch văn hoá, các làng nghề, làng nghề truyền thống đã và đang góp phần tích cực chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm, tăng thu nhập cho lao động địa phương và thu hút lao động của các địa phương khác. Những làng nghề này cũng tạo tiền đề thực hiện thành công Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) và xây dựng nông thôn mới trên địa bàn Hà Nội. Các làng nghề đều có sự tăng trưởng cả về doanh thu, giá trị sản xuất và giá trị xuất khẩu qua các năm. Trong đó:

Có khoảng 100 làng nghề đạt doanh thu từ 10 đến 20 tỷ đồng/năm, gần 70 làng nghề đạt từ 20 đến 50 tỷ đồng/năm và khoảng 20 làng nghề đạt trên 50 tỷ đồng/năm, đóng góp đáng kể vào ngân sách địa phương. Điển hình như làng nghề mây tre đan thôn Thái Hòa (xã Bình



Phú, huyện Thạch Thất), thu nhập bình quân mỗi người đạt 11,2 triệu đồng/người/tháng; làng nghề truyền thống nhiếp ảnh thôn Lai Xá (xã Kim Chung, huyện Hoài Đức) thu nhập lao động bình quân đạt 10,8 triệu đồng/người/tháng... [132].

Thu nhập của người lao động trong các làng nghề cũng khác nhau tùy theo trình độ tay nghề, loại sản phẩm của làng nghề, thời gian làm việc của người lao động trong tháng. Nghề có thu nhập cao là nghề làm sơn mài, chạm khắc, điêu khắc gỗ mỹ nghệ, gốm sứ.. Nghề có thu nhập thấp hơn là làm nghề mây tre đan, thêu ren, nón lá... Tuy nhiên, thu nhập của người lao động làm trong các làng nghề vẫn cao hơn nhiều so với lao động thuần nông và được cải thiện qua các năm. Theo các số liệu NCS thu nhận được về thu nhập của người dân làm nghề trong các làng:

Hiện phổ biến ở mức 5-6 triệu đồng/lao động/tháng. Có nhiều làng nghề mức thu nhập của lao động rất cao như làng nghề truyền thống xôi Phú Thượng (phường Phú Thượng, quận Tây Hồ) thu nhập lao động bình quân đạt 18,5 triệu đồng/người/tháng; làng nghề truyền thống nhiếp ảnh thôn Lai Xá, xã Kim Chung, huyện Hoài Đức thu nhập lao động bình quân đạt 10,8 triệu đồng/người/tháng... [132].

Các làng nghề ở Hà Nội đã thu hút 108.019 cơ sở sản xuất kinh doanh ngành nghề nông thôn, trong đó có 11.935 doanh nghiệp (chiếm 11,05%) và 93.523 hộ gia đình (chiếm 86,58%). Tổng giá trị sản xuất của các làng nghề năm 2021 ước đạt 22.000 tỷ đồng. Một số làng nghề có doanh thu ngàn tỉ như: dệt kim ở La Phù (Hoài Đức) đạt 1.301 tỷ đồng/năm; chế biến nông sản thực phẩm ở xã Dương Liễu (Hoài Đức) đạt 1.600 tỷ đồng/năm; chế biến nông sản thực phẩm ở xã Minh Khai (Hoài Đức) đạt 1.061 tỷ đồng/năm; điêu khắc mỹ nghệ ở Sơn Đồng (Hoài Đức) đạt 2.850 tỷ đồng/năm; cơ khí ở Phùng Xá (Thạch Thất) đạt 1.029 tỷ đồng/năm; gốm sứ xã Bát Tràng (Gia Lâm) đạt 980 tỷ đồng/năm [123].

Không chỉ ở các làng nghề truyền thống, thực tiễn thành công tại Trung tâm Hoàng thành Thăng Long, Văn Miếu - Quốc Tử Giám, Nhà tù Hỏa Lò cho

thấy khi những sản phẩm văn hóa hình thành trên giá trị của DSVH sẽ có chất lượng tốt, đáp ứng được nhu cầu của công chúng. Nhiều chương trình nghệ thuật sáng tạo trên chất liệu truyền thống, phù hợp thị hiếu, hấp dẫn người xem, như: Nhà hát múa rối Thăng Long với hơn 2 nghìn suất diễn, thu hút hàng trăm ngàn lượt khách mỗi năm hay vở thực cảnh Tinh hoa Bắc Bộ... Một nhà nghiên cứu cho biết: “Việc khai thác giá trị di sản trong phát triển CNVH ở Hà Nội tạo ra nhiều công việc mới cho người dân, tạo cơ hội phát triển cho các tài năng sáng tạo, góp phần bảo vệ và phát huy những DSVH” [PVS, NTH, Nữ, Viện Văn hóa nghệ thuật quốc gia Việt Nam].

Mặc dù hiện nay chưa có thống kê về tỷ lệ đóng góp cụ thể của các sản phẩm văn hoá, các ngành CNVH có sản phẩm được xây dựng từ nguồn lực di sản văn hoá Hà Nội vào thu nhập của thành phố, tuy nhiên thông qua những số liệu thống kê của ngành du lịch lữ hành - một ngành mũi nhọn của CNVH Hà Nội, có sản phẩm chủ yếu gắn chặt với nguồn lực di sản văn hoá, giúp thấy rõ những đóng góp tích cực của nguồn lực di sản văn hoá đối với tổng thu nhập của Thành phố (xem Bảng 3.3).

**Bảng 3.3. Đóng góp của du lịch lữ hành vào GRDP Thành phố  
(Giai đoạn 2017 - 2022)**

<b>Năm</b>	<b>GRDP (Nghìn tỷ đồng)</b>	<b>Du lịch lữ hành (Tỷ đồng)</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>
2017	519,5	5,82	1,4
2018	920,2	11,216	2,2
2019	971,7	12,1	2,1
2020	1.016	6,1	1,1
2021	255,1	3,4	0,6
2022	1.196	14	2,0

*Nguồn: [21]*

Bảng thống kê trên cho thấy, trong giai đoạn 2017 - 2022, xét về giá trị tuyệt đối, du lịch lữ hành có sự tăng trưởng và đóng góp khoảng 2% vào GRDP thành phố. Trong 2 năm 2020 và 2021, do ảnh hưởng nặng nề của dịch bệnh Covid-19, Thành phố thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch nên khiến doanh thu và tỷ lệ đóng góp của du lịch lữ hành vào GRDP thành phố sụt giảm nhiều. Đến năm 2022, giá trị tuyệt đối và tỷ lệ đóng góp của du lịch lữ hành vào

GRDP của thành phố Hà Nội có xu hướng tăng lên, góp phần tích cực vào tăng trưởng GRDP của thành phố. Kết quả này cho thấy sự phục hồi nhanh chóng, hiệu quả du lịch lữ hành nói riêng và các ngành CNVH có sản phẩm dựa trên nguồn vốn di sản văn hoá nói riêng sau khi đại dịch được kiểm soát.

Đặc biệt, DSVH còn là nguồn lực thúc đẩy phát triển du lịch văn hóa - ngành công nghiệp không khói của Thủ đô. Hệ thống di sản văn hoá vật thể và phi vật thể là nguồn tài nguyên đặc sắc, hấp dẫn, là nguồn lực quan trọng để phát triển CNVH của Thủ đô. Khoản 2, Điều 15 Luật Du lịch (năm 2017) khẳng định:

Tài nguyên du lịch văn hóa bao gồm di tích lịch sử - văn hóa, di tích cách mạng, khảo cổ, kiến trúc; giá trị văn hóa truyền thống, lễ hội, văn nghệ dân gian và các giá trị văn hóa khác; công trình lao động sáng tạo của con người có thể được sử dụng cho mục đích du lịch [81].

Thực tế cho thấy, trong nhiều năm qua, việc phát triển du lịch văn hóa trên địa bàn Thủ đô chủ yếu tập trung vào điểm DSVH tiêu biểu như các di tích, làng nghề truyền thống, phố cổ, làng cổ, văn hóa ẩm thực, lễ hội... Những thế mạnh đó đã thu hút du khách không chỉ trong nước mà còn với đa số du khách quốc tế đến Hà Nội.

Hà Nội đã xây dựng thương hiệu du lịch văn hóa dựa trên những DSVH, giá trị văn hóa đặc sắc, trọng tâm là các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, lễ hội truyền thống, văn hóa ẩm thực, làng nghề truyền thống... Thông qua đó để hình thành hệ thống các điểm đến, sản phẩm du lịch đặc trưng, có chất lượng, giá trị cao [PVS, NHM, Nam, Sở Du lịch Hà Nội].

Hà Nội cũng đã công nhận nhiều di tích nổi tiếng của Thành phố như đền Hai Bà Trưng (Mê Linh), đền Sóc (Sóc Sơn), di tích Nhà tù Hỏa Lò, chùa Tây Phương, di tích Cổ Loa... là các điểm du lịch.

Trong những năm qua, số lượng du khách đến Hà Nội và doanh thu từ du lịch của Hà Nội đều tăng. Năm 2016 có 21,83 triệu lượt khách, trong đó có hơn 4 triệu du khách quốc tế; năm 2017 đạt 23,977 triệu lượt, khách quốc tế là 5,270 triệu lượt, doanh thu đạt 70.958 tỷ đồng; năm 2018 đạt 26,3 triệu lượt, khách

quốc tế đạt hơn 6 triệu lượt, doanh thu đạt 77.480 tỷ đồng... Năm 2020, Hà Nội đứng thứ 15 trên tổng số 25 điểm đến nổi tiếng trên thế giới và nhận giải thưởng Travelers' Choice Awards 2020 (giải thưởng do du khách bình chọn) của chuyên trang đánh giá du lịch TripAdvisor. Năm 2022, Hà Nội đón hơn 10 triệu lượt khách du lịch, trong đó có hơn 1,5 triệu lượt khách quốc tế, doanh thu đạt hơn 30 nghìn tỷ đồng<sup>1</sup>.

Như vậy, phát huy các giá trị DSVH của Hà Nội đã góp phần thúc đẩy phát triển du lịch văn hóa, Nghệ thuật biểu diễn, thủ công mỹ nghệ... Trải qua quá trình tích lũy, bồi đắp, sáng tạo, DSVH văn hóa Hà Nội đang tạo dựng tầm cao mới, vị thế mới; khẳng định DSVH thực sự là nguồn lực nội sinh, là “sức mạnh mềm”, là động lực quan trọng cho phát triển công nghệ văn hóa nói riêng, phát triển Thủ đô trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế.

#### **3.2.4. Hình thành không gian sáng tạo tại Hà Nội**

Di sản văn hóa là nguồn lực để Hà Nội xây dựng các không gian sáng tạo mang đặc trưng riêng. Tiêu biểu là Khu di tích Hoàng thành Thăng Long với dấu ấn kiến trúc, văn hóa, lịch sử hàng nghìn năm trải từ các triều đại Lý, Trần, Lê, Nguyễn... cho đến thời kỳ cận đại; hồ Hoàn Kiếm, câu Thơ Húc, đèn Ngọc Sơn; khu phố cổ Hà Nội mang bóng dáng kinh thành Thăng Long xưa... cho đến những kiến trúc thời kỳ Pháp thuộc còn lưu giữ trên các công trình của Hà Nội. Thậm chí, những di sản thời kỳ phát triển công nghiệp ở Thủ đô trong giai đoạn đầu xây dựng đất nước hòa bình, độc lập cũng trở thành yếu tố quan trọng hình thành nên các không gian sáng tạo.

Hà Nội có hệ thống các không gian sáng tạo và trung tâm văn hóa dành riêng cho thực hành sáng tạo cũng như phổ biến, thúc đẩy, lan tỏa các hoạt động sáng tạo, thu hưởng kết quả sáng tạo trong cộng đồng. Đó là các bảo tàng lớn, như Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam, Bảo tàng Lịch sử Việt Nam, Bảo tàng Dân tộc học, Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam, Bảo tàng Hà Nội... nơi lưu giữ những DSVH sáng tạo của Việt Nam nói chung, Hà Nội nói riêng. Đây cũng là nơi thường

---

<sup>1</sup> Số liệu thống kê từ Sở du lịch Hà Nội

xuyên diễn ra các cuộc triển lãm trưng bày ngắn hạn với nhiều chủ đề đa dạng. Ngoài ra, các trung tâm văn hóa đóng vai trò kết nối các loại hình sáng tạo, vừa gìn giữ quảng bá những tinh hoa của nghệ thuật truyền thống lẫn đương đại Việt Nam, vừa là nơi diễn ra các hoạt động giao lưu trao đổi văn hóa với các quốc gia khác. Nổi bật là: trung tâm giao lưu văn hóa phố cổ, Trung tâm Văn hóa Pháp tại Hà Nội - L'Espace, Trung tâm giao lưu Văn hóa Nhật Bản - The Japan Foundation, Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc tại Việt Nam... Bên cạnh đó, các nhà trưng bày mỹ thuật, các gallery danh tiếng trong cả nước (thuộc quyền sở hữu của cả nhà nước lẫn tư nhân) cũng dần trở thành địa điểm thể nghiệm những sáng tạo nghệ thuật của các nghệ sĩ. Có thể kể đến những địa điểm như: Trung tâm Triển lãm Ngôi nhà Mỹ thuật Thủ đô 61 Tràng Tiền, Nhà triển lãm mỹ thuật 16 Ngô Quyền, VCCA - Vincom Center for Contemporary Art, Green Palm Gallery... Những không gian sáng tạo này không chỉ lan tỏa những giá trị văn hóa của Thủ đô mà còn thúc đẩy sức sáng tạo của các chủ thể, góp phần phát triển các ngành CNVH của Hà Nội.

Trong những năm gần đây, các không gian sáng tạo ngoài trời được hình thành, phát triển, góp phần xây dựng hình ảnh Thủ đô trên hành trình hội nhập, phát triển nhưng vẫn bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hoá bền vững, như: không gian đô thị của khu vực Hồ Gươm, tổ chức không gian đi bộ cho người dân và cũng là nơi diễn ra các sự kiện văn hóa nghệ thuật tiêu biểu trong năm với các hoạt động văn hóa nghệ thuật: phố đi bộ Hồ Gươm, phố đi bộ Trịnh Công Sơn, phố sách Hà Nội, Hoàng Thành Thăng Long, công viên Lý Thái Tổ, công viên Thống Nhất; khu vực chợ Đồng Xuân, Trung tâm giao lưu văn hóa phố cổ (50 Đào Duy Từ),... và các điểm diễn lưu động. Ở đây thường xuyên diễn ra các buổi trình diễn ca trù, diễn xướng châu văn, xẩm, tuồng, chèo, nhạc cụ dân tộc... luôn thu hút công chúng thưởng thức. Đó cũng là dịp giúp công chúng và du khách tìm hiểu, thêm yêu và cùng chung tay bảo tồn di sản của cha ông. Việc tái hiện các phong tục tập quán, trò chơi dân gian trong các dịp Tết Nguyên đán, rằm Trung thu..., tại khu phố cổ Hà Nội mang đến cho người dân và các du khách những trải nghiệm rõ nét nhất về phong tục truyền thống tốt đẹp của người

Việt... Nhằm đáp ứng nhu cầu thụ hưởng văn hóa người dân, nhiều không gian văn hóa, không gian sáng tạo mới cũng được hình thành, chỉnh trang và mở rộng như: Phố sách Hà Nội, Phố bích họa Phùng Hưng, Phố đi bộ Trịnh Công Sơn, phố đi bộ Trần Nhân Tông... Không đứng ngoài cuộc, các làng nghề truyền thống cũng tạo ra cho mình không gian sáng tạo mới. Đó là Không gian gốm Bát Tràng, không gian làng lụa Vạn Phúc - nơi trưng bày các sản phẩm truyền thống và những tác phẩm của những nghệ nhân tài hoa. Tất cả những không gian văn hóa mới hòa quyện cùng văn hóa truyền thống tạo nên những sắc màu đa dạng, góp phần bảo tồn, phát huy giá trị di sản, tạo lên những sản phẩm du lịch đặc sắc của Hà Nội, đóng góp vào sự tăng trưởng, phát triển KT-XH của Thủ đô.

Bên cạnh đó, những không gian sáng tạo của tư nhân được hình thành trên khắp địa bàn Hà Nội. Nhiều không gian sáng tạo của tư nhân đã phát huy được giá trị của các DSVH phát triển công nghiệp ở Thủ đô. Zone 9, khu sáng tạo Hanoi Creative Hub, Complex 1, Manzi, Hanhsilk, Ô kìa Hà Nội... là những điểm sáng về không gian sáng tạo của Hà Nội. Zone 9, hay còn được biết đến với tên gọi "Khu đô thị sáng tạo 9", là một dự án phát triển từ năm 2012. Được xây dựng trên mảnh đất cũ của một khu vực công nghiệp bỏ hoang, Zone 9 trở thành một không gian sáng tạo độc đáo, thu hút những nhà thiết kế, nghệ sĩ và doanh nhân trẻ tài năng. Với một loạt các cửa hàng, quán cà phê, không gian làm việc chia sẻ và sự kiện văn hóa, Zone 9 đã trở thành điểm đến lý tưởng cho cộng đồng sáng tạo tại Hà Nội.

Cũng giống với Zone 9, Complex 1 đã biến một nhà máy công nghiệp bỏ hoang đã lâu thành một điểm đến đầy cuốn hút công chúng và du khách trong và ngoài nước. Complex 1 không chỉ là nơi để công chúng mọi lứa tuổi thể nghiệm sức sáng tạo của mình ở nhiều lĩnh vực như âm nhạc, thiết kế, thời trang, đồ chơi... mà còn được chia sẻ tri thức, thụ hưởng các kết quả sáng tạo trong một không gian còn giữ lại đặc trưng kiến trúc thập niên 50, 60 của thế kỷ trước. Các hoạt động ấy đã kéo công chúng đến với CNVH đầy tự nhiên. Điều này mang lại nhiều lợi ích cho cộng đồng. Một người đồng sáng lập Complex 01 chia sẻ:

Nếu các hoạt động âm nhạc được tổ chức trong các điểm như nhà hát, cung văn hóa, thậm chí là nơi rất rộng như sân vận động thì cũng có rất nhiều công chúng không đủ tài chính để vào đó. Nhưng ở đây - một không gian sáng tạo, họ dễ dàng tiếp cận nghệ thuật miễn phí. Ngược lại, các nghệ sĩ có cơ hội biểu diễn thường xuyên hơn, được thỏa sức sáng tạo, phá cách ở đây. Nhờ đó, sự kết nối giữa nghệ sĩ với cộng đồng diễn ra liên tục, thường xuyên [PVS, NBV, Nam, Kiến trúc sư].

Không gian sáng tạo Hanoi Creative Hub, được thành lập vào năm 2016, là một dự án của Hội Kiến trúc sư Việt Nam, nhằm thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp sáng tạo tại thủ đô. Với sự hỗ trợ từ chính phủ và các tổ chức địa phương, Hanoi Creative Hub đã trở thành điểm đến quan trọng cho các nhà thiết kế, nghệ sĩ và doanh nhân tìm kiếm cơ hội hợp tác và phát triển ý tưởng của họ. Các hoạt động đa dạng tại khu sáng tạo này bao gồm triển lãm, hội thảo, khóa học và các sự kiện văn hóa khác nhau, giúp thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo trong cộng đồng.

Có thể thấy, DSVH đã trở thành nguồn lực cho phát triển những không gian sáng tạo, một phần không thể thiếu để thúc đẩy phát triển CNVH Thủ đô. Không gian sáng tạo đã bắc thêm nhịp cầu gắn kết DSVH với phát triển CNVH nói riêng, phát triển KT-XH nói chung.

### **3.3. PHÁT HUY NGUỒN LỰC THỂ CHẾ, CHÍNH SÁCH VĂN HÓA CHO PHÁT TRIỂN CNVH Ở HÀ NỘI**

#### **3.3.1. Hình thành chủ trương, chính sách hỗ trợ, khuyến khích phát triển công nghiệp văn hóa**

Trên cơ sở chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, các văn bản quy phạm pháp luật liên quan và thành phố Hà Nội chủ động nghiên cứu, tham vấn xin ý kiến chuyên môn nghiệp vụ làm cơ sở ban hành nghị quyết, các văn bản hướng dẫn, phối hợp với các UBND quận, huyện, thị xã, phòng Văn hoá - Thông tin cấp huyện nhằm kịp thời tổ chức thực hiện hiệu lực, hiệu quả công tác văn hoá, phát triển CNVH.

Ngay sau khi có *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp*, năm 2017, Hà Nội ban hành Kế hoạch số 112/KH-UBND thực hiện chiến lược phát triển ngành CNVH Thủ đô Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Kế hoạch khẳng định phát triển ngành CNVH là một trong những ưu tiên hàng đầu của Thủ đô. Phát triển các ngành CNVH dựa trên cơ sở của 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. Cũng phải thấy rằng, để triển khai chủ trương này của Chính phủ, Hà Nội đã sẵn có những tiềm năng, nguồn lực để thực hiện. Thậm chí, ngay từ những năm đầu tiên của thế kỷ XXI, Hà Nội đã triển khai đề tài khoa học nghiên cứu về phát triển CNVH ở Thủ đô. Với những nền tảng cơ bản cả về khoa học, nguồn lực, tư tưởng mới, kết hợp với chính sách của Nhà nước, CNVH ở Hà Nội nhanh chóng phát triển.

Với Kế hoạch này, các ngành thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn, du lịch văn hóa cùng với điện ảnh, quảng cáo, thời trang đã được chú ý phát triển đồng bộ. Đơn cử, sau năm 2017, nhiều làng nghề truyền thống đã được đầu tư hạ tầng kỹ thuật đồng bộ để hướng đến phát triển du lịch. Nhiều làng nghề bên cạnh việc sáng tạo ra các mẫu sản phẩm mới còn hình thành các không gian trải nghiệm, giới thiệu sản phẩm và lịch sử làng nghề. Cùng với đó là mở rộng không gian làng nghề trên các nền tảng mạng xã hội giúp cho công chúng thuận lợi hơn trong việc tìm kiếm thông tin về làng, về nghề, về sản phẩm và các dịch vụ tiện ích của làng nghề.

Đặc biệt, ngay khi thực hiện Kế hoạch số 112/KH-UBND một năm, Hà Nội tiến hành đánh giá việc thực hiện phát triển CNVH. Từ đó đề xuất các giải pháp phát triển CNVH trên địa bàn Thủ đô trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Năm 2022, Nghị quyết số 09-NQ/TU của Thành ủy Hà Nội *Về phát triển CNVH trên địa bàn Thủ đô giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045* khẳng định:

Phát triển CNVH trên nguyên tắc đảm bảo sự 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; đẩy mạnh



hội nhập quốc tế, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại, góp phần bồi đắp và phát triển hệ giá trị văn hóa Thăng Long-Hà Nội, xây dựng người Hà Nội thanh lịch, văn minh, Hà Nội trở thành “Thành phố sáng tạo”, quảng bá và nâng cao vị thế, hình ảnh Thủ đô, Việt Nam ra khu vực và thế giới [92, tr.2-3].

Thực hiện Nghị quyết này, Hà Nội đã đẩy mạnh phát huy NLVH, đặc trưng văn hóa Thăng Long-Hà Nội để phát triển CNVH của Thủ đô. Qua đó khẳng định tính đặc thù, vừa tạo ra hướng đi riêng vừa tạo thế cạnh tranh cho CNVH Hà Nội.

Sáu tháng sau khi ban hành Nghị quyết này, UBND thành phố Hà Nội ban hành Kế hoạch số 217/KH-UBND để thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/02/2022 của Thành ủy Hà Nội. Kế hoạch đã cụ thể hóa quan điểm của Thành ủy Hà Nội trong phát huy NLVH, đặc trưng văn hóa Thăng Long - Hà Nội để phát triển CNVH. Với tầm nhìn chiến lược về sự phát triển KT-XH, các cấp ủy Đảng, chính quyền đã nhanh chóng thống nhất quan điểm, đường lối, chính sách phát triển CNVH nói chung, phát huy giá trị DSVH cho phát triển CNVH nói riêng. Chính điều đó đã giúp Hà Nội đón bắt được những thời cơ về tiềm năng thị trường, văn hóa dân tộc, khoa học công nghệ, kinh nghiệm phát triển CNVH của các nước trên thế giới... để phát triển các ngành CNVH. CNVH của Thủ đô nhanh chóng phát triển. Năm 2018, CNVH Hà Nội đóng góp khoảng 1,49 tỷ USD vào tổng sản phẩm, chiếm tỷ trọng 3,7% GRDP của Hà Nội. Đây cũng là cơ sở quan trọng để Hà Nội tự tin đặt ra mục tiêu đến năm 2025, ngành CNVH Thủ đô trở thành ngành kinh tế quan trọng, tạo động lực mới thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội. Mục tiêu đến năm 2030, ngành CNVH 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.

Thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu lần thứ XVII (nhiệm kỳ 2020-2025) của Đảng bộ Thành phố Hà Nội, ngày 17/3/2021 Thành ủy Hà Nội đã ban hành 10 Chương trình hành động, trong đó có Chương trình 06-CTr/TU về phát triển văn hoá, nâng cao chất lượng NLCN, xây dựng người Hà Nội thanh lịch,

văn minh giai đoạn 2021- 2025. Ngày 29/10/2021, Thành uỷ Hà Nội ban hành Kế hoạch số 46-KH/TU về đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025. Trên cơ sở đó, ngày 30/7/2021, UBND thành phố Hà Nội ban hành Kế hoạch số 176/KH-UBND về Thực hiện Chương trình 06-CTr/TU ngày 17/3/2021 của Thành uỷ 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”; Quyết định số 1869/QĐ-UBND ngày 23/4/2021 về việc ban hành Kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2021-2025; Quyết định số 5249/QĐ-UBND ngày 15/12/2021 về việc ban hành Kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025; Quyết định số 1698/QĐ-UBND ngày 19/5/2022 phê duyệt Đề án đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025 và định hướng đến năm 2030. Gần đây nhất, UBND ban hành Kế hoạch số 213/KH-UBND ngày 08/08/2023 về triển khai thực hiện Đề án “Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025 và định hướng đến năm 2030”. Sở Văn hóa và Thể thao tham mưu xây dựng Đề án “Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý văn hóa của thành phố Hà Nội đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

Điều đó cho thấy, việc xây dựng đội ngũ cán bộ văn hóa của thành phố Hà Nội “vừa hồng, vừa chuyên”, đáp ứng tốt yêu cầu sự nghiệp phát triển văn hóa, con người Thủ đô hiện nay luôn được quan tâm, chỉ đạo sát sao. Hà Nội tập trung đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng, năng lực làm việc, ý thức, tinh thần trách nhiệm, thái độ ứng xử, phục vụ nhân dân của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức văn hoá của Thành phố theo hướng chuyên nghiệp, đủ phẩm chất, trình độ, năng lực, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế của Thủ đô.

Bên cạnh đó, Thành phố cũng tiếp tục triển khai thực hiện cơ chế, chính sách về đào tạo, đãi ngộ, tuyển dụng và sử dụng đội ngũ trí thức nhằm nâng cao chất lượng NLCN văn hoá phục vụ CNVH Thủ đô. Đó là bồi dưỡng, đào tạo

nhằm nâng cao trình độ 1.000 công chức nguồn làm việc tại xã, phường, thị trấn. Thành phố đã xét chọn, cử đi đào tạo và tuyển dụng công chức nguồn đối với 5 chức danh công chức xã, phường, thị trấn: Tư pháp - Hộ tịch, Văn phòng - Thống kê, Tài chính - Kế toán, Văn hóa - Xã hội, Địa chính - Xây dựng. Đây là yếu tố quan trọng nâng cao chất lượng của đội ngũ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hóa của Thủ đô.

Tuy nhiên, về phương diện cơ chế, chính sách cho phát triển CNVH nói chung, phát huy NLVH cho phát triển CNVH nói riêng ở Hà Nội vẫn còn quá nhiều việc phải làm như: đề xuất xây dựng cơ chế, chính sách thúc đẩy sáng tạo, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc, cải cách thủ tục hành chính nhằm phát huy tốt hơn nữa NLVH cho phát triển CNVH trên các lĩnh vực: Du lịch văn hóa, Nghệ thuật biểu diễn, Thiết kế, Âm thực, Quảng cáo, Điện ảnh, Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm, Thời trang... đảm bảo phát triển đồng bộ trong tổng thể phát triển KT-XH Thủ đô. Xây dựng cơ chế hỗ trợ, ưu đãi, khuyến khích người dân và doanh nghiệp các cơ chế hợp tác công - tư trong quản lý, bảo tồn, phát huy giá trị di sản cho phát triển văn hóa trong CNVH.

### **3.3.2. Thể chế, chính sách chú trọng bảo tồn, phát huy nguồn lực di sản văn hoá**

Tại khoản 2, Điều 11, Luật Thủ đô đã xác định cụ thể các khu vực, di tích, DSVH sau đây phải được tập trung nguồn lực để bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa: a) Khu vực Ba Đình; b) Di tích Phủ Chủ tịch; Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh, Bảo tàng Hồ Chí Minh; Di tích Hoàng Thành Thăng Long, Thành Cổ Loa; Văn Miếu - Quốc Tử Giám và các di tích quốc gia đặc biệt khác trên địa bàn Thủ đô; c) Khu vực Hồ Hoàn Kiếm, Hồ Tây; d) Phố cổ, làng cổ và làng nghề truyền thống tiêu biểu; đ) Biệt thự cũ và các công trình kiến trúc khác xây dựng trước năm 1954; e) Các giá trị văn hóa phi vật thể trên địa bàn Thủ đô.

Luật Thủ đô cũng quy định trách nhiệm cho Hội đồng nhân dân thành phố ban hành: a) Chính sách khuyến khích đầu tư, huy động đóng góp tự nguyện của tổ chức, cá nhân vào việc xây dựng công trình văn hóa, công viên, vườn hoa, khu vui chơi giải trí và bảo tồn, tôn tạo, phát huy giá trị DSVH trên

địa bàn Thủ đô; b) Danh mục phố cổ, làng cổ, làng nghề truyền thống tiêu biểu, biệt thự cũ, công trình kiến trúc khác xây dựng trước năm 1954 và các giá trị văn hóa phi vật thể...

Quy hoạch chung Thủ đô Hà Nội đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2050 đã xác định *tầm nhìn* Xây dựng và phát triển Thủ đô Hà Nội trở thành Thành phố Xanh - Văn hiến - Văn minh - Hiện đại, trên nền tảng phát triển bền vững. Hà Nội là trung tâm của quốc gia về văn hóa - khoa học - giáo dục, kinh tế, một trung tâm du lịch và giao dịch quốc tế có tầm khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Quy hoạch này cũng đã xác định định hướng quy hoạch mạng lưới công trình văn hóa của Thủ đô Hà Nội. Đó là xây dựng trung tâm văn hóa mới của thành phố Hà Nội tại khu vực Tây Hồ Tây và trung tâm văn hóa cấp quốc gia trên trục Thăng Long (khu vực Sơn Đồng, Hoài Đức). Quy hoạch lại hệ thống văn hóa như: nhà văn hóa thông tin, thư viện, hệ thống bảo tàng... Tiếp tục đầu tư nâng cấp những bảo tàng hiện có. Tiếp tục hoàn thiện dự án Làng Văn hóa các dân tộc Việt Nam, là trung tâm giao lưu nghiên cứu văn hóa các dân tộc trên toàn quốc. Xây dựng các trung tâm vui chơi giải trí, các điểm sinh hoạt văn hóa cộng đồng trong các khu đô thị mới.

Quy hoạch hệ thống tượng đài, xây dựng biểu tượng mới của Hà Nội là tượng đài Độc lập trên trục Thăng Long. Xây dựng mới quảng trường văn hóa gắn với hệ thống tượng đài mang tính lịch sử 1.000 năm Thăng Long, trình độ nghệ thuật cao kết hợp với các không gian công cộng, các không gian công viên, vườn hoa, khu vực vui chơi giải trí. Xây dựng công viên Tượng đài Thành phố vì hòa bình tại Từ Liêm, các công trình văn hóa, tượng đài, phù điêu... về sự kiện Cách mạng Tháng Tám, Tượng đài Chiến thắng Cầu Giẽ tại Phú Xuyên, Tượng đài Nguyễn Trãi tại Hà Đông...

Thương hiệu Thủ đô Hà Nội đã có bước phát triển từ “*Thủ đô Di sản*” tới “*Thành phố Vì hòa bình*” và hiện nay là “*Thành phố Sáng tạo*”. Thủ đô Hà Nội luôn tự hào là Thủ đô của DSVH với hệ thống di tích đồ sộ, đa dạng về loại hình, có mặt ở cả 30 quận, huyện, thị xã trên địa bàn Hà Nội. Quá trình đô thị hóa và

phát triển đô thị làm cho Thủ đô ngày càng hiện đại, khang trang thì hệ thống di sản của Thủ đô cũng ngày càng được tôn vinh, tỏa sáng. Hà Nội đang sở hữu nhiều danh hiệu UNESCO trao tặng, nhiều di tích được xếp hạng cấp quốc gia nhất cả nước. Hệ thống các loại hình di sản này chính là một trong những nguồn lực to lớn đối với sự phát triển bền vững của Thủ đô Hà Nội. Thương hiệu “Thành phố vì hòa bình” được xuất hiện ở thời điểm kỷ niệm 990 năm Thăng Long - Hà Nội (16-7-1999). Đây là ghi nhận và vinh danh Hà Nội, trong sự nghiệp xây dựng một thành phố hòa bình, năng động sáng tạo nhưng vẫn giữ được truyền thống tốt đẹp của Thủ đô văn hiến, xứng đáng là trung tâm chính trị - hành chính, trung tâm văn hóa, khoa học, giáo dục, kinh tế và giao dịch quốc tế. Hiện nay, Hà Nội đã trở thành trung tâm kết nối các giá trị toàn cầu, thiết lập quan hệ hữu nghị với hơn 100 thủ đô, thành phố của các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới, là một cầu nối “hòa bình”, một điểm đến “an toàn - thân thiện” cho nhiều sự kiện chính trị, kinh tế văn hóa lớn trên thế giới, là nơi thu hút sự quan tâm của đông đảo du khách trong nước và quốc tế. Với sự gìn giữ, bảo vệ và phát triển giá trị của “Thành phố vì hòa bình” này mà UNESCO sẽ cam kết tiếp tục hợp tác không chỉ để thúc đẩy và bảo tồn giá trị văn hóa - lịch sử mà còn để phát triển các ngành CNVH mới cho Thủ đô trong thời gian tới.

Ngày 30/10/2019, Hà Nội là thành phố đầu tiên của nước ta được công nhận là thành viên Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO. Theo UNESCO, thành phố sáng tạo thuộc mạng lưới này phải cam kết *đặt văn hóa vào trung tâm của chiến lược phát triển và chia sẻ các hoạt động thực tiễn tốt nhất của mình*. Hà Nội được công nhận và vinh danh là thành phố sáng tạo về lĩnh vực thiết kế. Đây là sự đánh giá cao của cộng đồng quốc tế và sự phát triển năng động, sáng tạo trên nền tảng văn hóa truyền thống ngàn năm văn hiến của Hà Nội. Sự kiện quan trọng này sẽ thúc đẩy cho sự hợp tác quốc tế giữa 246 thành phố trên thế giới đã được vinh danh, hướng tới thúc đẩy “NLVH” và “sáng tạo văn hóa”, làm nền tảng và động lực vững chắc cho đổi mới sáng tạo, xây dựng Thủ đô thông minh, sáng tạo, năng động và bền vững, tạo vị thế mới về cho Thủ đô. Hà Nội đã chọn lĩnh vực thiết kế để tham gia “thành phố sáng tạo”

vì đây là lĩnh vực có độ bao phủ rộng, thể hiện được sự đa dạng về năng lực sáng tạo của Thủ đô. Hà Nội đã bảo đảm các yêu cầu về tiêu chuẩn của thành phố sáng tạo về lĩnh vực thiết kế, như có nền công nghiệp thiết kế phát triển vững vàng; có nhiều cơ hội sáng tạo thiết kế từ điều kiện tự nhiên, nguyên vật liệu; có sự hiện diện của ngành công nghiệp sáng tạo; có nhóm sáng tạo và thiết kế hoạt động thường xuyên. Hà Nội đã tổ chức, khai thác có hiệu quả không gian văn hóa sáng tạo cộng đồng (phố đi bộ hồ Hoàn Kiếm và phụ cận, phố Bích họa Phùng Hưng, phố Sách Hà Nội...) được dư luận xã hội và nhân dân đánh giá cao, trở thành sản phẩm văn hóa - du lịch nổi bật của Thủ đô.

Với thương hiệu Thành phố sáng tạo, Thủ đô Hà Nội có điều kiện để nâng cao năng lực cạnh tranh, thu hút đầu tư quy mô lớn, tập trung các chương trình giáo dục, các sự kiện văn hóa - thể thao gắn với tầm nhìn mới. Điều quan trọng hơn là mỗi người dân Thủ đô Hà Nội có ý thức rõ hơn về tính sáng tạo trong mọi lĩnh vực để sáng tạo trở thành nguồn lực, động lực phát triển Thủ đô. Để phát triển thành phố sáng tạo, một nhà quản lý cho biết:

Hà Nội cần phát triển các trung tâm sáng tạo, xây dựng các không gian sáng tạo, phát triển chuỗi chương trình tài năng sáng tạo, lễ hội thiết kế sáng tạo Hà Nội, xây dựng mạng lưới các nhà thiết kế sáng tạo trẻ,... Hà Nội có tiềm lực và cần phấn đấu để trở thành kinh đô sáng tạo của khu vực và thế giới [PVS, LTMH, Nữ, Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội].

### **3.3.3. Thể chế, chính sách phát triển nguồn lực con người**

Từ năm 2000 đến 2020, Thành ủy Hà Nội đã ban hành hai Chương trình (05 và 08) hướng tới xây dựng người Hà Nội thanh lịch văn minh, tạo ra môi trường văn hóa mới lành mạnh trong từng đơn vị công tác, đơn vị hành chính, bệnh viện, trường học, đơn vị kinh doanh, các tổ chức chính trị - xã hội, đơn vị cộng đồng (làng xã, tổ dân phố) nhằm góp phần xây dựng nhân cách, phát huy giá trị tích cực của văn hóa truyền thống, khơi dậy và xây dựng trách nhiệm xã hội, ý thức công dân trong xây dựng và phát triển Thủ đô giàu mạnh. Từ Đại hội XII, Đảng bộ Thành phố đã đề cao truyền thống thanh lịch, văn minh của người Hà Nội, nhấn mạnh đến trọng tâm xây dựng con người, phát triển văn hóa, xác

định môi trường văn hóa lành mạnh ở Thủ đô là nhân tố quan trọng để xây dựng một thành phố văn hóa đi đầu cả nước.

Ngày 18/10/2011, Thành ủy Hà Nội đã ban hành Chương trình số 04-CT4/TU về “Phát triển văn hóa - xã hội, nâng cao chất lượng NLCN Thủ đô, xây dựng người Hà Nội thanh lịch, văn minh giai đoạn 2011 - 2015”. Chương trình này được tiếp tục thực hiện ở giai đoạn 2016 - 2020. Năm 2013, Thành phố đã phê duyệt Quy hoạch xây dựng và phát triển văn hóa Thủ đô đến năm 2020, định hướng 2030. Đây là quy hoạch xây dựng và phát triển văn hóa đầu tiên của cả nước, thể hiện một tầm nhìn chiến lược về xây dựng con người, phát triển văn hóa Thủ đô trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Quy hoạch này thể hiện quyết tâm chính trị cao của Đảng bộ, chính quyền và nhân dân Thủ đô Hà Nội trong việc phát huy các giá trị và nguồn lực, con người văn hóa hướng tới phát triển bền vững.

*Chương trình công tác 13* của Thành ủy đã khẳng định quan điểm chỉ đạo, phấn đấu xây dựng, phát triển văn hóa Hà Nội trở thành một bộ phận tiêu biểu của văn hóa Việt Nam, đưa văn hóa thấm thấu vào mọi lĩnh vực, mọi hoạt động, mọi thành viên của cộng đồng dân cư, lấy văn hóa làm mục tiêu và động lực thúc đẩy phát triển KT-XH.

Quan điểm này đã tiếp tục được khẳng định và cụ thể hóa qua các Đại hội XIV, XV của Đảng bộ thành phố. Đại hội XV của Đảng bộ thành phố đã xác định phát triển văn hóa là một trong ba nhiệm vụ then chốt của Đảng bộ và nhân dân thành phố: “Phát triển kinh tế là trọng tâm, xây dựng Đảng là then chốt, phát triển văn hóa là nền tảng tinh thần xã hội”... Thực hiện quan điểm chỉ đạo này, cấp ủy và chính quyền các cấp, các ngành trên địa bàn thành phố đã cụ thể hóa thành những nội dung và nhiệm vụ cụ thể để góp phần quan trọng vào xây dựng con người, văn hóa Thủ đô, phát huy NLVH Thủ đô trong xây dựng văn hóa Thủ đô xứng tầm là trung tâm văn hóa hàng đầu của đất nước.

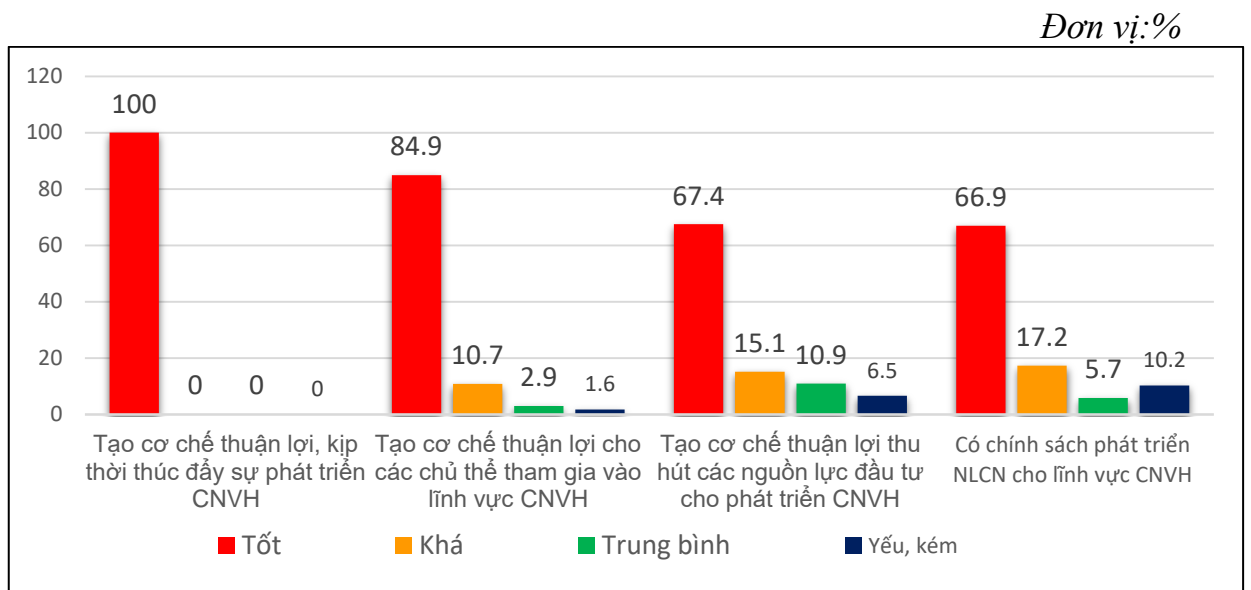
Trên cơ sở thực hiện các quan điểm, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát huy NLVH để thực hiện Chiến lược phát triển Thủ đô trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, nhiệm vụ xây dựng con người và văn hóa Thủ đô đã có những bước tiến quan trọng.

Giáo dục và đào tạo của Hà Nội tiếp tục giữ vững vị trí dẫn đầu của cả nước và quy mô trường lớp, chất lượng giáo dục toàn diện, giáo dục mũi nhọn, số học sinh đạt giải cao trong các kỳ thi học sinh giỏi quốc gia, quốc tế. Tỷ lệ lao động qua đào tạo tăng từ 53,14% năm 2015 lên 70,2% năm 2020, tỷ lệ giải quyết việc làm sau đào tạo lên đến 70%.

Chất lượng các hoạt động văn hóa ở cơ sở đã từng bước được nâng lên, đời sống văn hóa của nhân dân ngày càng được nâng cao. Hệ thống DSVH trên địa bàn Thủ đô đã được tổng kiểm kê, đánh giá, phân loại và tu bổ. Hà Nội tu bổ, tôn tạo 431 di tích được trong giai đoạn 2016 - 2020. Nhiều DSVH đã trở thành điểm du lịch hấp dẫn của cả nước và quốc tế. Hoạt động biểu diễn nghệ thuật chuyên nghiệp có nhiều khởi sắc, có nhiều sản phẩm chất lượng cao đứng đầu tại các cuộc thi liên hoan nghệ thuật toàn quốc. Phong trào văn hóa, nghệ thuật quần chúng được mở rộng, phát triển. Giao lưu văn hóa trong nước, khu vực và quốc tế được mở rộng. Nhiều sự kiện văn hóa nghệ thuật lớn, có uy tín, chất lượng cao được tổ chức hằng năm tại Thủ đô

Đánh giá chung về mức độ thực hiện vai trò của thể chế, chính sách trong phát triển CNVH Thủ đô, NCS đã thu được kết quả như sau (xem Biểu đồ 3.7).

**Biểu đồ 3.7: Đánh giá mức độ thực hiện vai trò của thể chế, chính sách trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội**



*Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án*



Kết quả cho thấy, quan điểm, chính sách của Thành phố Hà Nội đã rất kịp thời vào tạo sự thuận lợi thúc đẩy sự phát triển CNVH của địa phương. Điều này đã được đánh giá ở mức tối đa (100%), một điều rất hiếm thấy trong các cuộc khảo sát. Ngoài ra, các quan điểm, chính sách của Hà Nội cũng đã tạo cơ chế thuận lợi cho các chủ thể tham gia vào hoạt động trong lĩnh vực CNVH, thu hút các nguồn lực đầu tư cho phát triển CNVH và chủ trọng phát triển NLCN cho phát triển CNVH. Có thể thấy, thể chế, chính sách của Hà Nội đã trở thành nguồn lực quan trọng cho phát triển CNVH, thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của CNVH Thủ đô.

### **Tiểu kết chương 3**

Chương 3 đã nghiên cứu về thực trạng phát huy các NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Nội dung này được thực hiện dựa trên cơ sở lý luận và thực tiễn đã được làm rõ tại Chương 2.

Trong chương này, NCS đã làm rõ phát huy NLCN cho phát triển CNVH ở Thủ đô. Cụ thể là phát huy nguồn lực từ đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hóa, phát huy nguồn lực từ đội ngũ văn nghệ sĩ, phát huy nguồn lực từ đội ngũ nghệ nhân, phát huy nguồn lực từ đội ngũ trí thức và chuyên gia, phát huy nguồn lực từ người dân Thủ đô. Nguồn lực con người tại Hà Nội không chỉ phong phú về số lượng mà còn đa dạng về trình độ và kỹ năng. Tuy nhiên, cần nâng cao hơn nữa về chất lượng thông qua đào tạo chuyên sâu, khuyến khích sáng tạo, và hỗ trợ kết nối các tài năng trẻ với thị trường, để tạo ra những sản phẩm văn hoá mang đậm bản sắc Thủ đô nhưng vẫn có sức cạnh tranh quốc tế.

Về thực trạng phát huy nguồn lực DSVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội, NCS đã làm rõ trong các nội dung về thay đổi tư duy trong phát huy nguồn lực DSVH cho phát triển CNVH, tạo ra những sản phẩm văn hóa đặc trưng, tạo việc làm, tăng thu nhập cho người dân, tăng nguồn thu ngân sách địa phương và xây dựng không gian sáng tạo tại Hà Nội. Việc khai thác các giá trị của di sản không chỉ đóng góp vào bảo tồn bản sắc mà còn tạo nền tảng cho các ngành công nghiệp văn hoá phát triển. Tuy nhiên, cần có những biện pháp hiệu quả hơn để

vừa bảo tồn, vừa thúc đẩy khai thác giá trị thương mại của các di sản này một cách bền vững.

Về việc phát huy nguồn lực thể chế, chính sách văn hóa cho phát triển CNVH ở Hà Nội, NCS nhận thấy thể chế, chính sách văn hóa đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển NLCN cho CNVH, hình thành cơ chế quản lý phù hợp với tình hình mới. Hà Nội đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ, tuy nhiên, vẫn cần cải thiện cơ chế quản lý, tăng cường phối hợp liên ngành và nâng cao khả năng thích ứng với thị trường. Điều này sẽ giúp thúc đẩy môi trường kinh doanh sáng tạo, thuận lợi cho các doanh nghiệp và nghệ sĩ, đồng thời tạo điều kiện tối ưu cho các nguồn lực văn hoá phát huy giá trị.

Bên cạnh những kết quả to lớn đã đạt được, Chương 3 cũng chỉ rõ những hạn chế trong việc phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Từ đó, NCS sẽ tìm hiểu những vấn đề đặt ra và đề xuất những giải pháp nhằm phát huy hiệu quả hơn NLVH cho phát triển CNVH ở Hà Nội. Đây là nội dung sẽ được tiến hành tại Chương 4 của luận án.

## Chương 4

# NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP PHÁT HUY NGUỒN LỰC VĂN HOÁ CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ Ở HÀ NỘI

### 4.1. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

#### 4.1.1. Về nguồn lực con người

*Chưa nhận thức đầy đủ, toàn diện về NLCN cho phát triển các ngành CNVH của Thủ đô*

Nhận thức về trách nhiệm của NLCN đối với phát triển các ngành CNVH của Thủ đô là vấn đề quan trọng đảm bảo sự phát triển bền vững của lĩnh vực này. Nhà nghiên cứu Bùi Hoài Sơn cho rằng cản trở lớn nhất khi xây dựng CNVH chính là nhận thức chưa đầy đủ về vị trí, ý nghĩa, vai trò của các ngành CNVH bởi “khi nhận thức được đầy đủ, chúng ta sẽ có giải pháp và hành động phù hợp. Ngược lại, nó chỉ như món trang sức hay một khẩu hiệu mà không đến được đích chúng ta mong muốn” [125]. Nếu NLCN có nhận thức rõ ràng về trách nhiệm của mình trong phát triển các ngành CNVH ở Thủ đô thì họ sẽ có ý thức tự giác học tập, rèn luyện, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, sáng tạo ra những sản phẩm, dịch vụ văn hoá có giá trị. Ngược lại, nếu NLCN có nhận thức chưa đầy đủ về trách nhiệm của mình thì họ sẽ dễ dàng bị sa đà vào những hoạt động mang tính thương mại, chạy theo thị hiếu tầm thường, không có tính sáng tạo, dẫn đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ văn hoá không cao, không đáp ứng được nhu cầu của thị trường.

Vẫn còn nhà lãnh đạo, quản lý chưa thực sự hiểu sâu sắc về phát triển CNVH. Khi chia sẻ với NCS, một nhạc sĩ cho biết:

Khi vẫn còn tư tưởng tạo sân chơi thì sẽ không bao giờ trở thành công nghiệp được. Như cơ chế duyệt và cấp phép của cơ quan chức năng có thẩm quyền. Nhưng những người đánh giá và kiểm duyệt liệu có đủ trình độ để thẩm định hay không? [PVS, Nam, TM, nhạc sĩ].

Trăn trở của nhạc sĩ cũng là trăn trở của nhiều nghệ sĩ, những người sáng tạo ra các sản phẩm và dịch vụ văn hóa bởi nhiều sản phẩm và dịch vụ văn hóa

chưa được nhìn nhận đúng giá trị của nó. Thậm chí những người lãnh đạo, quản lý không thật sự am hiểu về lĩnh vực này đôi khi còn không thực đúng, thực hiện hết các quan điểm, chính sách, quy định của Nhà nước và chính quyền địa phương. Cũng trong chia sẻ với NCS, nhạc sĩ cho biết: “Các văn bản thì có tầm nhìn và sự cảm thông, tuy nhiên, khi thực hiện thì máy móc và chưa sự sát sao đến cuộc sống cũng như tâm tư của giới nghệ sĩ” [PVS, Nam, TM, nhạc sĩ].

Một số người lao động trong các ngành thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn và du lịch văn hoá vẫn chưa nhận thức đầy đủ về vai trò, trách nhiệm của mình trong việc tạo ra các sản phẩm, dịch vụ văn hoá có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước và quốc tế. Họ chỉ coi công việc của mình là một nghề để kiếm sống, chưa có ý thức tự giác học tập, rèn luyện, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ. Thậm chí họ bị cuốn theo lối sống thực dụng, chạy theo lợi nhuận, sẵn sàng tạo ra những sản phẩm thủ công mỹ nghệ mang tính thương mại, sản xuất nhanh, chạy theo thị hiếu tầm thường, không có tính sáng tạo, không mang giá trị văn hoá cao. Điều này đã gây ảnh hưởng xấu đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ văn hoá, làm giảm sức cạnh tranh của các ngành CNVH Thủ đô trên thị trường.

Một số doanh nghiệp, cơ quan, tổ chức trong lĩnh vực sản xuất các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn và du lịch văn hoá của Thủ đô Hà Nội chưa tạo ra môi trường làm việc thuận lợi, khuyến khích sự sáng tạo của NLCN. Họ thường áp đặt những quy định, quy chế cứng nhắc, không tạo điều kiện cho người lao động phát huy hết khả năng của mình. Điều này được thể hiện trong việc quy định về thời gian làm việc bắt buộc theo giờ hành chính từ 8h sáng đến 5h chiều, không tạo cơ chế khuyến khích người lao động làm việc ngoài giờ, kể cả khi họ có ý tưởng sáng tạo cần được thực hiện ngay... Những quy định này thường rất cứng nhắc, không linh hoạt, không phù hợp với đặc thù của các ngành mang tính sáng tạo cao như thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn và du lịch văn hoá khiến người lao động khó có thể phát huy hết khả năng sáng tạo của mình.

Quy định về cách thức làm việc, trình tự thực hiện công việc trong các ngành thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn và du lịch văn hoá... thường được

áp đặt một cách máy móc, không khuyến khích người lao động đưa ra những cách làm mới, sáng tạo. Ví dụ, một số doanh nghiệp sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ quy định cách thức làm việc, trình tự thực hiện công việc một cách chi tiết, không cho phép người lao động có sự linh hoạt, sáng tạo trong quá trình làm việc. Điều này khiến người lao động cảm thấy bị gò bó, không thể phát huy hết khả năng sáng tạo của mình để tạo ra những sản phẩm mới.

Quy định về mức độ hoàn thành công việc, chất lượng sản phẩm, dịch vụ... thường được áp đặt quá cao, gây áp lực cho người lao động, khiến họ bị căng thẳng, mệt mỏi và không thể duy trì sức sáng tạo lâu dài. Ví dụ, một số doanh nghiệp, cơ quan, tổ chức quy định mức độ hoàn thành công việc, chất lượng sản phẩm, dịch vụ phải đạt mức cao, không chấp nhận những sản phẩm, dịch vụ có tính sáng tạo nhưng chưa đáp ứng được thị trường ưa chuộng. Điều này khiến người lao động cảm thấy lo lắng, sợ sai, không dám đưa ra những ý tưởng sáng tạo mới. Những quy định, quy chế cứng nhắc này đã khiến người lao động trong các ngành CNVH cảm thấy bị gò bó, không có không gian để phát huy hết khả năng của mình. Điều này đã ảnh hưởng xấu đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ văn hoá, làm giảm sức cạnh tranh của các ngành CNVH Thủ đô trên thị trường văn hoá.

*Nguồn lực con người còn thiếu, yếu, chưa phát huy hết vai trò trong phát triển CNVH*

Thực tế cho thấy, tình trạng thiếu hụt cán bộ văn hóa có tâm huyết, kinh nghiệm để đảm đương nhiệm vụ vẫn diễn ra. Bên cạnh đó, các địa phương thường có sự thay đổi, luân chuyển cán bộ làm công tác văn hóa, cán bộ văn hoá chưa thạo việc, chưa nắm rõ về nghiệp vụ nên ảnh hưởng đến sự phát triển CNVH tại cơ sở.

Cơ cấu, số lượng cán bộ văn hoá hiện nay chưa đáp ứng yêu cầu khối lượng công việc, nhất là ở cấp cơ sở. Trên thực tế, ở cấp xã/phường/thị trấn, khối lượng công việc nhiều nhưng chỉ có 01 định biên cán bộ, công chức văn hóa xã hội. Đội ngũ này lại thường xuyên biến động, thay đổi, vừa quen việc lại chuyển vị trí. Trong khi đó, áp lực từ khối lượng công việc về văn hóa ở các xã/phường/thị trấn của Thủ đô lại quá lớn, liên quan đến nhiều lĩnh vực khác

nhau cần được giải quyết. Chính vì vậy, lực lượng cán bộ quản lý mỏng như hiện tại thì rất khó để hoàn thành khối lượng công việc rất lớn từ địa bàn cơ sở.

Sự mai một, suy giảm số lượng của NLCN có năng lực, giàu kinh nghiệm thực tiễn, nhất là trong đội ngũ nghệ nhân làm sản phẩm thủ công mỹ nghệ dẫn đến tình trạng số lượng, chất lượng sản phẩm sẽ bị giảm sút, thiếu tính sáng tạo, hấp dẫn, không đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng. Mặt khác tình trạng này còn tạo ra thách thức trong việc đào tạo và chuyển giao kiến thức, kinh nghiệm cho thế hệ mới. Trong khi đó, Hà Nội sở hữu lượng lớn thành viên thuộc đội ngũ trí thức, chuyên gia nhưng chưa phát huy hết vai trò của họ trong phát triển CNVH ở Thủ đô. Khảo sát thực tế cho thấy (xem Biểu đồ 3.4) những nghiên cứu của đội ngũ này chưa được nhiều chủ thể biết đến, từ nhà lãnh đạo, quản lý đến những người sáng tạo, sản xuất sản phẩm, dịch vụ văn hóa, thậm chí cộng đồng nhân dân cũng chưa biết tới nên vai trò của họ chưa được khẳng định trong cộng đồng. Vai trò của đội ngũ trí thức, chuyên gia được đánh giá thực hiện tốt Tốt ở khía cạnh “khuyến nghị chính sách phát triển CNVH, nhưng cũng chỉ chiếm 52,1%. Còn ở khía cạnh “Góp phần nâng cao nhận thức của xã hội về CNVH” và “Nghiên cứu, đề xuất nhiệm vụ, giải pháp để phát triển CNVH” được đánh giá tốt chỉ chiếm 23,2% và 47,4%. Đây thực sự là vấn đề đáng tiếc. Nó cho thấy đội ngũ trí thức, chuyên gia chưa thể hiện hết khả năng của mình cho sự phát triển CNVH Thủ đô. Những đóng góp của họ có thể âm thầm, lặng lẽ. Nhưng thực tế cũng cho thấy những nghiên cứu về phát triển CNVH được các nhà lãnh đạo, quản lý rất quan tâm nhưng nó chưa đến được với các đơn vị, doanh nghiệp, cá nhân hoạt động trong lĩnh vực CNVH.

Chất lượng NLCN cho phát triển CNVH ở Hà Nội không đồng đều dẫn đến năng lực thực hiện công việc chưa cao. NLCN chưa có kiến thức toàn diện để tham gia hiệu quả vào phát triển CNVH. Họ giỏi về kinh doanh, sản xuất nhưng lại thiếu kinh nghiệm hoạt động thực tiễn, thiếu tri thức về nguồn lực DSVH. Nhóm hiểu rõ về nguồn lực DSVH nhưng thiếu kinh nghiệm trong quảng bá, kinh doanh sản phẩm văn hóa. Có nhóm rất đam mê sáng tạo, kinh doanh nhưng lại chưa nắm rõ về chính sách, chủ trương phát triển CNVH. Bên cạnh đó,

sự kết nối, trao truyền liên tục giữa các thế hệ của NLCN còn khá mờ nhạt. Nhiều nội dung công việc đòi hỏi am hiểu về kiến thức, kỹ năng liên ngành để giải quyết - đây cũng là một điểm yếu của NLCN trong lĩnh vực CNVH. Việc tập huấn, bồi dưỡng về phát triển CNVH còn thiếu, chưa thực sự chất lượng, nội dung chương trình tập huấn, các chương trình bồi dưỡng, nâng cao kiến thức chưa thực chất, chưa hiệu quả, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển CNVH.

Đội ngũ văn nghệ sĩ Thủ đô chưa có nhiều đổi mới, sáng tạo và tạo đặc trưng riêng cho sản phẩm văn hóa của mình. Nhiều sản phẩm văn hóa, nghệ thuật chất lượng chưa cao, chưa đáp ứng được nhu cầu của công chúng.

Vì vậy, việc đào tạo, bồi dưỡng NLCN cho phát triển CNVH của Thủ đô không thể thực hiện được trong thời gian ngắn, cần có chiến lược cụ thể, rõ ràng. Mặt khác, để đào tạo, bồi dưỡng NLCN chất lượng cao cho phát triển CNVH của Hà Nội, chúng ta không thể không nói tới việc đào tạo trong các cơ sở đào tạo như các học viện, trường đại học, trường đào tạo nghề, trung cấp, thậm chí là các trường phổ thông. Tuy nhiên, hiện nay, cơ hội hợp tác chặt chẽ giữa ngành CNVH với các cơ sở đào tạo chưa hình thành. Các cơ sở đào tạo vẫn thực hiện đào tạo cái mà mình đang có, chưa có sự thay đổi về nội dung đào tạo gắn với việc phát triển CNVH. Các trường đại học, trung tâm nghệ thuật mặc dù có chương trình đào tạo đa dạng nhưng vẫn không đáp ứng được nhu cầu của việc phát triển CNVH. Người học vẫn chỉ tiếp nhận được một phần kiến thức liên quan đến CNVH mà thôi. Do đó, vẫn tồn tại tình trạng nhóm người biết sáng tạo và tác phẩm nghệ thuật nhưng không biết sáng tạo ra sản phẩm văn hóa; nhóm người biết tạo ra các sản phẩm văn hóa nhưng không biết cách quảng bá, lưu thông sản phẩm trên thị trường; nhóm người biết kinh doanh sản phẩm lại chưa hiểu hết giá trị của NLVH để phát huy...

Các cơ sở đào tạo chính quy về nghệ thuật truyền thống ngày càng khó tuyển sinh. Các nghệ nhân khó tìm được người truyền nghề, truyền lửa nghề. Do đó, rất cần có sự tham gia của Nhà nước, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực CNVH trong khuyến khích người học chọn các lĩnh vực liên quan đến văn hoá, nghệ thuật, kỹ thuật làm nghề truyền thống. Điều này có thể bao gồm các học

bổng, ưu đãi thuế và các chính sách khác nhằm tạo động lực cho sự phát triển của NLCN trong lĩnh vực này. Cần phát triển chương trình đào tạo liên ngành để kết hợp các kỹ năng từ nhiều lĩnh vực khác nhau, như kỹ thuật số, quản lý dự án, và tiếp thị, để người học có thể linh hoạt và đáp ứng được các thách thức đa dạng của ngành CNVH.

Còn có cán bộ quản lý văn hóa nói riêng, cán bộ lãnh đạo, quản lý nói chung đến lúc này vẫn chưa có cái nhìn đầy đủ, toàn diện về các ngành CNVH. Nhiều cán bộ lãnh đạo, quản lý chưa dành sự quan tâm đúng mức đến phát triển CNVH nên cũng không quan tâm nhiều đến NLCN cho phát triển CNVH.

Hơn nữa, trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, các ngành CNVH Hà Nội, nhất là nghệ thuật biểu diễn, đang có những thay đổi mạnh mẽ, đặc biệt là xu hướng chuyển đổi số. Để đáp ứng nhu cầu phát triển của các ngành CNVH, bên cạnh những đặc trưng văn minh, hiện đại, tôn trọng pháp luật, có lối sống văn hóa, nhân ái, nghĩa tình, thủy chung, trong sáng, NLCN cho phát triển CNVH cần phải có trình độ, năng lực, có khả năng làm việc trong môi trường số, thích ứng với môi trường số. Họ phải sử dụng thành thạo các công nghệ số, có khả năng sáng tạo, tư duy phản biện, giải quyết vấn đề và làm việc nhóm hiệu quả. Đây cũng là một vấn đề lớn đặt ra cho việc đào tạo, bồi dưỡng NLCN cho phát triển CNVH ở Thủ đô.

#### *Đầu tư nguồn lực tài chính cho phát triển nguồn lực con người*

Việc tối ưu hóa nguồn lực tài chính của Hà Nội để phát triển NLCN cho các ngành CNVH cũng là một vấn đề đặt ra hiện nay. Đến nay, các nguồn lực tài chính để đầu tư cho phát triển NLCN bao gồm: Nguồn lực của Nhà nước bao gồm ngân sách nhà nước, các quỹ tài chính nhà nước, các chính sách ưu đãi của Nhà nước đối với các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng NLCN; Nguồn lực của doanh nghiệp bao gồm nguồn vốn đầu tư của doanh nghiệp cho đào tạo, bồi dưỡng nhân lực, các quỹ đào tạo của doanh nghiệp; Nguồn lực của cá nhân bao gồm nguồn vốn của cá nhân để tham gia đào tạo, bồi dưỡng.

Các nguồn lực trên được đầu tư trực tiếp cho phát triển NLCN bằng cách: thiết lập các chương trình học bổng để hỗ trợ những học viên có tiềm năng và



đam mê trong lĩnh vực CNVH; hợp tác với doanh nghiệp, tổ chức xã hội để tạo nguồn tài trợ cho các khoá học và chương trình đào tạo; xây dựng và nâng cấp cơ sở vật chất cho các trung tâm đào tạo, nhằm tạo điều kiện tốt nhất cho quá trình học tập và nghiên cứu; mua sắm trang thiết bị và công nghệ hiện đại để hỗ trợ quá trình giảng dạy và học tập; cung cấp nguồn lực tài chính cho các dự án nghiên cứu và sáng tạo trong lĩnh vực CNVH; tổ chức các cuộc thi, hội thảo để khuyến khích sự sáng tạo và ứng dụng công nghệ trong sản xuất các sản phẩm văn hoá. Nguồn lực tài chính có thể được đầu tư gián tiếp, bằng cách: hỗ trợ các nghệ sĩ và doanh nghiệp văn hoá trong việc tiếp cận thị trường trong nước và quốc tế; đầu tư vào quảng bá và tiếp thị để tăng cường khả năng mở rộng thị trường, xuất khẩu sản phẩm văn hoá của Hà Nội.

Tăng cường đầu tư nguồn lực tài chính cho NLCN có vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng NLCN, góp phần thúc đẩy phát triển các ngành CNVH ở Hà Nội.

#### **4.1.2. Về nguồn lực di sản văn hóa**

*Chưa phát huy hết được toàn bộ nguồn lực ở các di sản, giá trị văn hoá của Thủ đô.*

Với tiềm năng sẵn có, DSVH là nguồn vốn quan trọng để Hà Nội phát triển CNVH, trước hết là phục vụ ngành du lịch văn hoá, nghệ thuật biểu diễn. Song, thực tế những năm qua, Hà Nội chưa phát huy được tiềm năng vốn có của văn hoá Thăng Long xưa và văn hóa Xứ Đoài. Nguồn lực đó chưa được sử dụng tương xứng để phục vụ cho phát triển, mặt khác vừa bộc lộ hạn chế, bất cập so với yêu cầu của quá trình đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá của Thủ đô hiện nay.

Việc phát huy giá trị của DSVH truyền thống không chỉ đòi hỏi việc bảo tồn nguyên trạng về hình thức mà còn yêu cầu bảo tồn tinh thần, ý nghĩa của nó. Tuy nhiên, tình trạng di tích bị xuống cấp nghiêm trọng còn diễn ra ở một số địa phương. Việc tu bổ, tôn tạo tùy tiện làm biến dạng di tích thường xảy ra, nhất là các di tích có nguồn vốn ngoài ngân sách nhà nước. Một số địa phương đã khai thác di tích một cách bừa bãi, dẫn tới việc di tích bị xuống cấp nghiêm trọng.

Việc tập trung vào khai thác tối đa khía cạnh kinh tế của DSVH mà quên đi những yếu tố khác cũng vô cùng quan trọng là con người (chủ thể bảo tồn, gìn giữ các giá trị văn hóa), môi trường văn hóa văn hóa (nơi DSVH tồn tại), động lực tinh thần ẩn chứa trong DSVH (ý chí, khát vọng, niềm tin, quan niệm hạnh phúc, danh dự, truyền thống)... cho phát triển CNVH. Vì vậy, Nghị quyết 09-NQ/TU tháng 2/2022 của Thành ủy Hà Nội đánh giá: “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 CNVH của một số cấp, ngành, đơn vị còn hạn chế” [92, tr.5]. Bên cạnh đó, công tác quy hoạch, nghiên cứu giá trị di sản chưa được chú ý đúng mức, còn xuất hiện tình trạng đua nhau xây dựng hồ sơ xin xếp hạng di tích... dẫn tới những quan niệm chưa đúng về giá trị thực của di sản văn hoá. Hệ lụy là ở nhiều nơi nhân dân còn thờ ơ với chính di sản của cha ông, quê hương, đất nước mình.

Trong thời gian vừa qua, công tác bảo tồn và phát huy giá trị DSVH tuy đã từng bước được nâng cao, vai trò của nó trong xã hội ngày càng được người dân nhận thức đúng đắn nhưng sự nhận thức này chưa đồng đều, sâu sắc và chưa có những chương trình hành động cụ thể để bảo vệ di sản văn hoá. Người dân chưa tự chủ động bảo vệ di sản của chính họ mà có tư tưởng trông chờ, ỷ lại vào những chương trình bảo tồn của Nhà nước. Mặt khác, chúng ta luôn đưa ra khẩu hiệu tôn vinh nghệ nhân nhưng trên thực tế, chưa có chế độ hỗ trợ đối với những người bảo vệ di sản văn hoá (chủ nhân của nền văn hóa), chưa tạo cơ hội nghề nghiệp cho chủ nhân của di sản văn hoá, chưa kết nối được di sản văn hoá với du lịch để tạo thành động lực cho sự phát triển kinh tế du lịch, dịch vụ.

#### *Sự mâu thuẫn giữa bảo tồn và phát huy hiệu quả nguồn lực DSVH*

Hiện nay, nhiều địa phương của Hà Nội sở hữu những di sản rất quý, đầy tiềm năng để khai thác phát huy, nhưng do vẫn trung thành với cách làm cũ, tư duy theo lối mòn, không năng động đổi mới, nên nhiều khi sống trên di sản mà không khai thác được giá trị di sản. Ví dụ như một số bảo tàng sở hữu những cổ vật, bảo vật quý giá, nhưng do lo lắng mất mát, hư hại đã chủ yếu thiên về bảo vệ, cất giữ di sản, thậm chí cho vào kho khóa kỹ, cách ly với đời sống xã hội hay

quan niệm lễ hội phải chuẩn chỉnh như truyền thống... Nhưng như vậy thì rất khó phát huy giá trị của di sản trong đời sống đương đại, không hấp dẫn được công chúng thời đại mới, nhất là giới trẻ. Có thể thấy, nếu chỉ quan tâm đến bảo tồn di sản, giữ gìn truyền thống mà khước từ mọi yếu tố mới, bảo tồn “đông lạnh” di sản thì sẽ rất khó phát huy giá trị của di sản, không khai thác được phương diện kinh tế, không phục vụ được mục tiêu phát triển.

Đối với các DSVH, bảo tồn đã khó, nhưng phát huy giá trị di tích, di sản còn khó hơn rất nhiều. Thực hiện yêu cầu không để di tích, di sản bị lãng quên mà đưa di tích, di sản luôn “sống” trong thời hội nhập đòi hỏi sự tham gia của tất cả các cấp, các ngành, các chủ thể văn hóa và CNVH. Trong bối cảnh ngày càng nhiều du khách đến Hà Nội thì di sản là nguồn tài nguyên cần khai thác phục vụ du lịch. Tuy nhiên, không chỉ dừng lại ở việc xem di sản là tài nguyên du lịch mà phải biến đó trở thành một “sản phẩm du lịch”, tức là đảm bảo được các quy chuẩn, tiêu chí do các công ty du lịch - lữ hành đặt ra để họ đồng ý đưa vào tour chuyên nghiệp. Bên cạnh các giá trị tự thân, còn cần thêm nhiều yếu tố như chất lượng dịch vụ đi kèm đảm bảo phục vụ du khách (hiện nay, vấn đề vệ sinh ở một số di tích của ta không đảm bảo, nhiều nơi không có chỗ để xe...). Một hướng dẫn viên du lịch lâu năm, có nhiều kinh nghiệm làm du lịch ở Hà Nội chia sẻ:

Tôi đã đi nhiều nơi trong nước, một số nơi trên thế giới, nhưng quả thật khó nơi nào có được nhiều di sản như Thủ đô Hà Nội. Nhưng cái khó nhất trong việc khai thác các di tích, di sản ở Hà Nội rời rạc và ở cả nước ta nói chung, cho hoạt động du lịch đó là phải làm sao nhìn lại và nâng tầm những giá trị lịch sử - văn hóa của di tích và thuyết phục được mọi người rằng di sản, di tích đó đủ chuẩn là một sản phẩm du lịch [PVS, HQT, Nam, Hướng dẫn viên du lịch].

Thực tiễn nhiều năm qua cho thấy, những di sản nào được đối xử một cách thỏa đáng cả hai về bảo tồn và phát huy, giữ gìn và khai thác thì sẽ thu được kết quả khả quan và dài lâu. Văn Miếu - Quốc Tử Giám là mô hình vừa bảo tồn rất tốt các giá trị di tích, hiện vật, cảnh quan, vừa kết hợp tổ chức những sự kiện văn hóa, nghệ thuật, hoạt động du lịch đa dạng tạo được nguồn thu lớn

và sức sống cho di sản. Nhờ vậy, năm 2019, khu di tích đã đón tiếp được hơn 2 triệu lượt khách tham quan trong nước và quốc tế, tổng thu từ khách du lịch đạt 45,7 tỷ đồng. Đây là khuynh hướng ứng xử với di sản lý tưởng nhất và được khuyến khích nhất, như vậy, sẽ đạt được “mục tiêu kép” vừa bảo vệ được di sản, vừa đạt được mục tiêu kinh tế. Tuy nhiên, trên thực tế, đây cũng là một bài toán khó không dễ gì thực hiện và hiện nay chỉ có một số di sản đạt tới.

#### **4.1.3. Về thể chế, chính sách**

*Hệ thống thể chế, chính sách về phát triển CNVH của Hà Nội chưa đầy đủ, đồng bộ.*

Cơ chế chính sách là yếu tố quan trọng quyết định sự thành công hay thất bại của bất kỳ lĩnh vực nào, trong đó có sự phát triển nguồn lực cho CNVH. Hiện nay, hệ thống chính sách về phát triển CNVH của Hà Nội chưa đầy đủ, đồng bộ, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển các ngành CNVH. Đến nay, trong các văn bản của Nhà nước, thành phố Hà Nội cũng chưa xác định rõ CNVH là gì. Mặc dù trong *Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* đã xác định 3 yếu tố trọng yếu của CNVH là sự sáng tạo, khoa học công nghệ và bản quyền tác giả. Đồng thời, Chiến lược đã xác định được 12 ngành CNVH của Việt Nam, trong đó một số ngành sẵn có lợi thế, tiềm năng để phát triển, đưa ra các chỉ tiêu, nhiệm vụ, giải pháp cụ thể cho các ngành này. Nhưng một điều dễ nhận thấy là 12 lĩnh vực trên không chỉ thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quản lý mà còn thuộc Bộ Thông tin - Truyền thông, Bộ Công Thương, Bộ Xây dựng... Vì thế, rất cần có cơ chế, chính sách làm rõ trách nhiệm, nhiệm vụ của từng bộ trong phát triển CNVH và cơ chế phối hợp giữa các bộ trong thực hiện nhiệm vụ này. Trên cơ sở đó, các địa phương mới có thể thực hiện tốt việc phát huy NLVH cho phát triển CNVH.

Hiện nay, Hà Nội vẫn chưa có những văn bản quy định cụ thể việc liên kết, phối hợp giữa các đơn vị, ngành, lĩnh vực trong phát triển CNVH. Điều này cũng gây nên sự khó khăn trong cho các nhà tổ chức khi muốn thực hiện các chương trình ở Hà Nội. Khi hỏi về những khó khăn, vướng mắc trong việc tổ chức sự kiện, chương trình văn hóa ở Hà Nội, một đạo diễn cho biết:

Hiện tại Thủ đô Hà Nội chưa có một văn bản cụ thể hướng dẫn về sự phối hợp liên ngành nên đôi khi các nhà tổ chức gặp rất nhiều vướng mắc. Mặc dù lãnh đạo Ủy ban hay Sở Văn hóa rất tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, nhưng những địa phương thì chưa có văn bản hướng dẫn hay định hướng cho các công ty tổ nên có rất nhiều những thủ tục, giấy tờ phải thực hiện [PVS, Nam, HCC, đạo diễn].

Thêm vào đó, một số quy định chưa rõ ràng, còn mơ hồ cũng khiến cho những chủ thể tham gia phát triển CNVH Thủ đô cũng gặp khó khăn. Bàn về điều này, một nghệ sĩ cho biết: “Khó khăn nữa là còn bị ràng buộc bởi những cơ chế, những thủ tục, những điều luật hơi mơ hồ. Ví dụ như thế nào là tốt? là hay? là đúng với tiêu chuẩn thuần phong mỹ tục? Trong khi nghệ thuật vốn đa sắc và mỗi người sẽ có một cảm nhận riêng” [PVS, Nam, TM, nhạc sĩ]. Đây cũng là một điều khó khăn đối với những người ban hành những quy định chung. Việc phải có sản phẩm và dịch vụ văn hóa tốt, hay, chất lượng, đảm bảo thuần phong mỹ tục là đòi hỏi tất yếu. Nhưng cụ thể hóa điều đó thành những quy định rõ ràng thì vô cùng khó, nhưng không cụ thể hóa được thì khi thực hiện sẽ bị phụ thuộc vào cảm nhận của mỗi người.

Mặt khác, trong bối cảnh thực hiện chủ trương chung về tinh giản bộ máy, nhân sự nên việc thành lập thêm đơn vị, tổ chức mới, tăng biên chế là rất khó khăn. Do đó, các đơn vị phụ trách, cán bộ quản lý gần như phải kiêm nhiệm thêm các công việc về phát triển CNVH. Điều này gây khó khăn cho việc quản lý, điều hành, tham mưu hay tư vấn chính sách phát huy NLVH cho phát triển CNVH.

Thêm vào đó, cho đến nay, Hà Nội vẫn chưa có công cụ tài chính cần thiết để thực hiện những chương trình, dự án tạo bước đột phá cho các ngành CNVH trọng điểm phát triển. Đơn cử như năm 2017, Hà Nội đã có Kế hoạch thực hiện *Chiến lược phát triển ngành CNVH Thủ đô Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*. Kế hoạch đã xác định nghệ thuật biểu diễn là một trong những ngành thế mạnh của Thủ đô, mỗi năm dàn dựng và biểu diễn 15 - 20 vở mới/năm cho các loại hình chèo, cải lương, kịch nói và các loại hình nghệ thuật đương đại;

nghệ thuật chuyên nghiệp phần đầu mỗi năm có 3.500 - 4.000 buổi biểu diễn. Mục tiêu đề ra rất rõ ràng, cụ thể nhưng không thực hiện được. Thậm chí, giai đoạn 2017-2020, số lượng buổi diễn còn giảm dần [Phụ lục 6].

Để các ngành CNVH tại Việt Nam có được những bước phát triển thực sự, xác lập được chỗ đứng tại thị trường trong nước, khu vực và quốc tế, đòi hỏi phải có những đột phá mang tính tiên phong và toàn diện về mặt chính sách để huy động nguồn lực đầu tư mạnh mẽ cho các ngành CNVH tại Việt Nam.

*Thế chế, chính sách chưa tạo được môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tham gia phát triển các ngành CNVH*

Hiện nay, thủ tục hành chính chưa thực sự khuyến khích các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tham gia phát triển các ngành CNVH. Việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân đối với các sản phẩm, dịch vụ văn hóa chưa được bảo đảm. Chính sách thúc đẩy hợp tác quốc tế nhằm tiếp thu kinh nghiệm, nâng cao trình độ quản lý, kinh doanh sản phẩm văn hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các sản phẩm văn hóa của Hà Nội cũng còn hạn chế. Hầu hết ý kiến khảo sát trực tiếp đối với các chủ không gian sáng tạo, thiết chế văn hoá ở Hà Nội đều có điểm chung: mong muốn nhận được nhiều sự hỗ trợ hơn từ các cơ quan Nhà nước để duy trì, mở rộng và phát triển các cơ sở. Cụ thể: hỗ trợ thời gian ký hợp đồng thuê đất, thuê nhà lâu hơn, giá thuê ưu đãi hơn; hỗ trợ sửa chữa, nâng cấp các nhà hát chèo, nhà hát kịch, nhà hát cải lương...

Chủ trương khuyến khích các nhà khoa học, nhà nghiên cứu trong và ngoài Thủ đô cùng tham gia đóng góp vào việc xây dựng các chính sách, chiến lược phát triển các ngành CNVH của Thủ đô Hà Nội cần được khẳng định rõ ràng, mạnh mẽ hơn. Ngoài ra, chính sách thu hút, đãi ngộ nhân tài, đảm bảo sự thống nhất trong toàn hệ thống chính trị Thành phố, tránh tình trạng bình quân, thiếu công bằng cần được triển khai một cách thiết thực hơn đối với NLCN trong phát triển CNVH của Thủ đô.

Việc hoàn thiện cơ chế chính sách là yêu cầu quan trọng để phát triển NLCN cho các ngành CNVH của Thủ đô Hà Nội. Điều này cần có sự chung tay, góp sức của các cấp, các ngành, các tổ chức, cá nhân của Hà Nội.

## **4.2. MỤC TIÊU VÀ GIẢI PHÁP**

### **4.2.1. Mục tiêu phát triển công nghiệp văn hóa của thành phố Hà Nội**

Nhằm thúc đẩy phát triển KT-XH của Thủ đô, Đảng bộ, Chính quyền Thành phố đã xác định mục tiêu đến năm 2025, ngành CNVH Thủ đô trở thành ngành kinh tế quan trọng, tạo động lực mới thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội; giữ vững và phát triển thương hiệu Thủ đô ngàn năm văn hiến, “Thành phố vì hòa bình”, “Thành phố sáng tạo”; phấn đấu đóng góp khoảng 5% GRDP của Thành phố.

Tập trung phát triển một số ngành sẵn có lợi thế, tiềm năng gồm: Du lịch văn hóa, Thủ công mỹ nghệ, Nghệ thuật biểu diễn, Điện ảnh, Thiết kế, Âm thực, Phần mềm và trò chơi giải trí. Đồng thời quan tâm phát triển các ngành: Quảng cáo, Kiến trúc, Truyền hình và Phát thanh, Xuất bản, Thời trang...

Mục tiêu đến năm 2030, ngành CNVH 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 là “Thành phố sáng tạo” có sức ảnh hưởng ở khu vực Đông Nam Á, nằm trong nhóm các thành phố có ngành CNVH phát triển hàng đầu có thương hiệu, sản phẩm uy tín, có sức cạnh tranh khu vực và thế giới, sánh vai thủ đô các nước phát triển cao trong khu vực. Phấn đấu doanh thu từ các ngành CNVH tăng dần qua từng năm, đóng góp khoảng 8% GRDP của Thành phố.

Hà Nội duy trì phát triển ổn định, bền vững các ngành: Du lịch văn hóa, Thủ công mỹ nghệ, Nghệ thuật biểu diễn, Thiết kế, Âm thực, Phần mềm và trò chơi giải trí. Đồng thời, Thành phố đẩy mạnh phát triển các ngành: Quảng cáo, Kiến trúc, Điện ảnh. Tiếp tục phát triển các ngành: Nhiếp ảnh và Triển lãm, Thời trang, Truyền hình và Phát thanh, Xuất bản...

Mục tiêu đến năm 2045, ngành CNVH 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 mức sống và chất lượng cuộc sống cao; kinh tế, văn hóa, xã hội phát triển toàn diện, đặc sắc, hài hòa và bền vững; trở thành 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. Hình thành một số công trình văn hóa mới mang tính biểu tượng có tầm cỡ khu vực và thế giới. Phân đầu đóng góp khoảng 10% GRDP của Thành phố.

#### **4.2.2. Khuyến nghị một số giải pháp phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội**

##### **4.2.2.1. Khuyến nghị nhằm phát huy nguồn lực di sản văn hoá**

###### *- Xây dựng cơ chế đặc thù để biến các DSVH của Hà Nội thành NLVH*

Do vị thế đặc biệt trong tiến trình lịch sử dân tộc, Hà Nội là địa phương sở hữu hệ thống các DSVH vật thể và phi vật thể phong phú và có giá trị cực kỳ quý báu. Có thể khẳng định chắc chắn rằng, Hà Nội là địa phương đi đầu trong cả nước về thành tựu nghiên cứu, quản lý, bảo tồn và phát huy giá trị DSVH. Nhiều DSVH đã trở thành những địa chỉ có sức hút rất mạnh đối với du khách trong nước và quốc tế; có những di sản đã trở thành hình ảnh, biểu tượng đại diện cho đất nước, con người Việt Nam, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa Việt Nam ra thế giới như: Chùa Một cột, Khuê Văn Các, Khu di tích Hoàng thành Thăng Long. Nhiều DSVH đã trở thành địa chỉ đỏ, quy tụ niềm tin, tình cảm, ý chí của dân tộc, như Khu lưu niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh, Lăng Bác và Quảng trường Ba Đình, ngôi nhà số 48 phố Hàng Ngang...

Tuy nhiên, phải nhận thấy rằng việc biến DSVH thành NLVH của Hà Nội (và cả nước) còn chưa được như kỳ vọng, xét cả về số lượng, chất lượng và hiệu quả. Điều đó đặt ra đòi hỏi cấp bách phải đổi mới căn bản và triệt để công tác nghiên cứu, quản lý DSVH ở Hà Nội, giải quyết tốt mối quan hệ giữa bảo tồn và phát triển, tạo cơ chế thuận lợi cho phát triển CNVH, khẳng định thương hiệu và xung lực văn hóa của Thủ đô.

*Đầu tiên*, cần có chính sách cụ thể cho phát triển mạng lưới di sản và xem xét chúng như một loại tài nguyên văn hóa có tiềm năng cho phát triển CNVH nói riêng, phát triển KT-XH nói chung. Để làm tốt điều này, cần phải thực hiện tốt việc kiểm kê DSVH, nắm chắc được những DSVH trên địa bàn thành phố, lập hồ sơ cho các DSVH, đánh giá đúng các giá trị của từng DSVH, tránh tình trạng bỏ sót DSVH.



Hơn nữa, việc nghiên cứu và thử nghiệm mô hình hợp tác công - tư trong hoạt động bảo tồn DSVH gắn với phát triển CNVH bền vững là một yếu tố quan trọng. Chúng ta cần kết hợp sự nỗ lực của cả chính quyền và các doanh nghiệp để đảm bảo rằng việc bảo tồn DSVH không chỉ là nhiệm vụ của chính quyền các cấp mà còn của cả cộng đồng, trong đó có các doanh nghiệp tư nhân.

Bên cạnh đó, Hà Nội cần tăng cường đầu tư cho hoạt động bảo tồn và phát huy giá trị DSVH trên địa bàn thành phố. Điều này được thể hiện qua việc xây dựng và duy trì các di tích, bảo tàng, và không gian văn hóa. Đào tạo và nâng cao năng lực cho bộ máy quản lý DSVH của thành phố nhằm đáp ứng tốt yêu cầu của nhiệm vụ đặt ra. Cần có những chuyên gia về DSVH và phát triển kinh tế để quản lý tốt DSVH và phát triển hiệu quả CNVH của Thủ đô. Nói cách khác, Hà Nội cần thực hiện tốt chính sách kinh tế trong văn hóa mà Đảng và Nhà nước đã đề ra và triển khai thực hiện từ năm 1998.

Ngoài ra, cần có chính sách khuyến khích ưu tiên phát triển hình thức du lịch cộng đồng để bảo tồn DSVH tại cộng đồng. Điều này thúc đẩy sự tham gia mạnh mẽ của cộng đồng trong việc quản lý và duy trì DSVH của họ, đồng thời tạo cơ hội thuận lợi cho cộng đồng không ngừng sáng tạo ra các sản phẩm và dịch vụ văn hóa trên cơ sở những DSVH được lưu giữ trong cộng đồng. Mặt khác, chính quyền thành phố cần có chính sách cụ thể nhằm khuyến khích các nghệ sĩ, nhà sáng tạo, doanh nhân cùng tham gia sáng tạo ra những sản phẩm và dịch vụ văn hóa dựa trên các giá trị DSVH. Đây là hướng đi bền vững để đảm bảo sự trân trọng và bảo tồn tốt nhất DSVH Hà Nội, biến các DSVH thành nguồn lực cho sự phát triển nhanh và bền vững.

#### *- Phát triển các chủ thể DSVH*

Đối với các chủ thể sáng tạo, trước hết phải nghiên cứu đầy đủ, toàn diện các cộng đồng là chủ nhân của DSVH. Đối với những cộng đồng chủ nhân trong lịch sử, nay không còn nữa, thì phải tổ chức nghiên cứu cẩn trọng, toàn diện, chú trọng việc phục dựng lại cộng đồng này dựa trên những cứ liệu xác thực, đưa họ vào cuộc sống đương đại bằng các sản phẩm của CNVH một cách sáng tạo, sinh động, trên cơ sở đó phát huy giá trị của DSVH. Tuyệt đối

tránh việc bảo tồn, “khai thác” và phát huy giá trị di sản mà hoàn toàn “quên” các chủ thể sáng tạo của di sản như hiện nay.

Đối với các cộng đồng chủ thể sáng tạo đang gắn với các DSVH, nhất là các DSVH phi vật thể, cần phải có chính sách đặc biệt chăm lo đến họ một cách thiết thực, cụ thể để họ có tích cực và chủ động trong bảo tồn, sáng tạo, cải biến, trao truyền và làm cho giá trị của các DSVH được phát huy cao độ trong môi trường xã hội hiện đại. Có ba thứ cần được hỗ trợ hiệu quả cho các chủ thể văn hóa là: *kiến thức* (nghiên cứu, làm cho sự hiểu biết của họ về di sản đầy đủ, chính xác hơn); *phương tiện và điều kiện* sáng tạo, quảng bá, biến di sản thành sản phẩm của CNVH; *được tôn vinh và đãi ngộ xứng đáng*.

Đối với chủ thể sở hữu DSVH, có lẽ những gì được ghi trong Luật Di sản và các văn bản quản lý khác còn chưa đủ. Điều quan trọng nhất là cần phải có những chính sách và giải pháp phù hợp để giúp họ hiểu đầy đủ và sâu sắc giá trị di sản mà họ đang sở hữu, nâng cao năng lực quản lý và đặc biệt là năng lực chuyển hóa giá trị di sản thành NLVH trong quá trình phát triển bền vững. Những bài học kinh nghiệm ở Đường Lâm, Bát Tràng, Vạn Phúc, Triều Khúc,... cần được nghiên cứu sâu sắc để vận dụng trong thực tiễn quản lý và phát triển NLVH Thủ đô.

*- Bảo tồn không gian văn hóa, môi trường văn hóa Hà Nội*

Đây là một trong những thách thức to lớn và nan giải trong thực tiễn phát triển NLVH ở Hà Nội cũng như ở nhiều địa phương, nhiều quốc gia trên thế giới. Thực tế cho thấy, có rất nhiều môi trường “gốc”, nơi các DSVH được sinh ra, nay đã hoàn toàn biến mất. Đối với những trường hợp như vậy người ta chỉ có thể nghiên cứu và phục dựng lại môi trường đó một cách ước lệ. Trước kia, việc phục dựng này rất khó khăn. Ngày nay, việc này đã trở nên thuận lợi hơn nhiều với sự hỗ trợ của công nghệ hiện đại, dữ liệu lớn Big Data hay IoT... Vấn đề là cần nghiên cứu và đưa vào thành quy tắc, quy trình bảo tồn và phát huy các giá trị của DSVH. Ngay cả đối với các DSVH đang tồn tại, sức ép của quá trình hiện đại hóa, đô thị hóa đã và đang làm biến dạng không ít không gian sinh tồn của DSVH. Ở Hà Nội, không chỉ có các di sản ở khu vực nội thành đang bị bóp

nghet, mà ngay ở nhiều vùng nông thôn ngoại thành, nhiều không gian của DSVH đã và đang bị xâm hại nghiêm trọng. Nhiều đền, chùa càng ngày càng bị kẹt cứng trong các phố xá, khu đô thị mới đang mọc lên với tốc độ quá nhanh. Đến cả những không gian, môi trường của các khu di tích, thắng cảnh nổi tiếng, như Hồ Gươm, Khu di tích Phủ Chủ tịch, Văn Miếu – Quốc Tử Giám... cũng luôn xuất hiện những nguy cơ. Để giải quyết được vấn đề này, chúng ta không chỉ kêu gọi thực hiện trách nhiệm của các chủ thể, nhất là chủ thể sở hữu, chủ thể quản lý di sản phải được đặt lên hàng đầu, với tất cả sự nghiêm khắc của pháp luật mà còn đòi hỏi phải sửa đổi, bổ sung các quy định của pháp luật nhằm hình thành khung an toàn pháp lý cho sự tồn tại của DSVH.

Hơn nữa, khi DSVH trở thành NLVH thì điều khó tránh khỏi các di sản đó có thể bị tách khỏi môi trường văn hóa “gốc”, được “chuyển trồng” hay “cấy ghép” trong một không gian hay môi trường văn hóa mới. Để giải quyết vấn đề này, các DSVH cần được sự hỗ trợ hữu hiệu của các công nghệ hiện đại (công nghệ số, công nghệ thực tế ảo...) khiến cho các DSVH đó không bị vong bản, mất gốc. Đến lượt nó, các DSVH không chỉ giúp quảng bá hình ảnh đất nước, con người Hà Nội, con người Việt Nam, mà còn tạo nên sức hút lôi cuốn bạn bè, đối tác làm ăn đến với Việt Nam để tự mình khám phá và trải nghiệm các DSVH ở môi trường “gốc” của di sản. Điều này sẽ giúp cho các DSVH của Hà Nội vượt qua được những trở ngại hiện hữu, phát huy tốt hơn các NLVH trong thời gian tới.

*- Tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ hiện đại trong khai thác, phát huy nguồn lực DSVH*

Triển khai số hóa, hoàn thiện cơ sở dữ liệu về DSVH vật thể và phi vật thể, di sản tư liệu, tên đường phố Hà Nội, thông tin về Mạng lưới thành phố Sáng tạo Hà Nội 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. Điều này giúp quản lý thành phố nắm bắt được cụ thể vị trí của các tài sản văn hóa và lịch sử trên bản đồ, từ đó có thể thực hiện các biện pháp bảo tồn và phát triển một cách hiệu quả hơn. Cụ thể:

Về DSVH vật thể, việc số hóa sẽ giúp lưu trữ, bảo quản và truy cập thông tin về các di tích, công trình kiến trúc, nghệ thuật, lễ hội,... một cách thuận tiện, an toàn và lâu dài. Đồng thời, số hóa cũng giúp tạo ra các sản phẩm du lịch, giáo dục, nghiên cứu,... hấp dẫn hơn, góp phần quảng bá hình ảnh DSVH Hà Nội ra thế giới.

Về DSVH phi vật thể, việc số hóa sẽ giúp lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống, những tri thức, kỹ năng, nghệ thuật,... của các cộng đồng dân cư một cách trực quan, khoa học. Đồng thời, số hóa cũng giúp tăng cường sự tham gia của cộng đồng vào quá trình bảo tồn và phát huy DSVH phi vật thể.

Về di sản tư liệu, việc số hóa sẽ giúp bảo quản và lưu trữ các tài liệu, hiện vật,... một cách an toàn và lâu dài. Đồng thời, số hóa cũng giúp phục vụ công tác nghiên cứu, học tập,... hiệu quả hơn.

Để triển khai thành công nhiệm vụ này, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, cộng đồng trong và ngoài nước. Các cơ quan, tổ chức cần xây dựng kế hoạch, lộ trình triển khai cụ thể, phù hợp với tình hình thực tế. Kế hoạch cần xác định rõ mục tiêu, nội dung, phương pháp, tiến độ,... của việc triển khai số hóa, hoàn thiện cơ sở dữ liệu về DSVH. Các cơ quan, tổ chức cần huy động nguồn lực tài chính, nhân lực, trang thiết bị,... để triển khai nhiệm vụ này một cách hiệu quả. Nguồn lực tài chính cần được huy động từ ngân sách nhà nước, nguồn vốn xã hội hóa,... NLCN cần được huy động từ các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, cộng đồng,... Trang thiết bị cần được đầu tư phù hợp với yêu cầu của việc số hóa, hoàn thiện cơ sở dữ liệu về DSVH. Các cơ quan, tổ chức cần tăng cường hợp tác, phối hợp với nhau để triển khai nhiệm vụ này một cách hiệu quả. Hợp tác, phối hợp có thể được thực hiện trên nhiều phương diện, bao gồm: trao đổi thông tin, chia sẻ nguồn lực, đào tạo nhân lực,...

Việc triển khai số hóa, hoàn thiện cơ sở dữ liệu về DSVH là một nhiệm vụ quan trọng, cần được triển khai một cách đồng bộ, hiệu quả. Nhiệm vụ này sẽ góp phần bảo tồn và phát huy giá trị DSVH của Thủ đô Hà Nội, đồng thời nâng cao vị thế của Hà Nội trên bản đồ du lịch thế giới.

Ngày nay, trí tuệ nhân tạo đã trở nên phổ biến. Việc phối hợp triển khai ứng dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo trong khai thác các

DSVH để hình thành nên những sản phẩm của ngành CNVH là việc làm cần thiết. Ứng dụng trí tuệ nhân tạo để phát triển các ứng dụng du lịch thông minh, giúp du khách khám phá các DSVH một cách thuận tiện, hấp dẫn. Ứng dụng công nghệ thực tế ảo để tái hiện các di tích, công trình kiến trúc,... một cách chân thực, sống động, giúp người xem có thể trải nghiệm cảm giác như đang trực tiếp khám phá di tích, thưởng thức các DSVH phi vật thể... Ứng dụng công nghệ blockchain để bảo vệ bản quyền các sản phẩm CNVH, giúp các doanh nghiệp yên tâm sản xuất, kinh doanh và tham gia các hoạt động của các ngành CNVH. Việc ứng dụng công nghệ thông tin, AI, thực tế ảo giới thiệu các DSVH, sản phẩm ngành CNVH trên mạng Internet và các nền tảng truyền thông số là một xu hướng tất yếu, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị DSVH, sản phẩm ngành CNVH của Thủ đô Hà Nội.

#### ***4.2.2.2. Khuyến nghị một số giải pháp phát huy nguồn lực con người***

*- Kiện toàn bộ máy, tổ chức, đảm bảo NLCN cho phát triển các ngành CNVH của Thủ đô*

Để đảm bảo phát triển bền vững cho lĩnh vực CNVH của Thủ đô, việc đảm bảo có đủ số lượng, không ngừng nâng cao chất lượng NLCN cho phát triển CNVH là điều không thể thiếu.

Đầu tiên, đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý văn hoá đủ về số lượng và có cơ cấu hợp lý là rất quan trọng. Điều này giúp có đủ người có kinh nghiệm, kỹ năng và nghệ thuật lãnh đạo, quản lý, thúc đẩy sự phát triển CNVH hiệu quả.

Để thực hiện điều này, Thành phố cần tiến hành đánh giá và phân tích nhu cầu NLCN lãnh đạo, quản lý văn hoá am hiểu về CNVH. Thành phố cần xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ văn hóa các cấp theo tiêu chuẩn chức danh, trang bị, bổ sung những kiến thức chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng quản lý điều hành, từng bước tiêu chuẩn hóa đội ngũ cán bộ văn hóa đáp ứng với yêu cầu quá trình phát triển các ngành CNVH. Bên cạnh các tiêu chuẩn về chính trị, phẩm chất, đạo đức, lối sống cần tập trung đầu tư đào tạo, bồi dưỡng kiến thức lý luận về văn hóa, nhất là những kỹ năng thực hành trong việc tổ chức, quản lý,

kiểm tra các hoạt động trong các lĩnh vực văn hóa, và các lĩnh vực liên quan đến phát triển CNVH của Thủ đô hiện nay.

Để kiện toàn tổ chức, đồng thời đảm bảo đủ số lượng văn nghệ sĩ phục vụ cho sự phát triển CNVH Thủ đô, trước hết cần phân tích kỹ lưỡng về chất lượng đội ngũ văn nghệ sĩ tham gia vào lĩnh vực CNVH. Tiếp đến, khuyến khích sự sáng tạo của toàn thể đội ngũ trong tổ chức sự kiện văn hóa, dự án nghệ thuật, biểu diễn, triển lãm nghệ thuật,... để lựa chọn những nghệ sĩ tài năng và đủ năng lực tham gia vào phát triển CNVH. Cung cấp, hỗ trợ tài chính và bảo đảm quyền lợi cho nghệ sĩ, giúp họ thăng hoa trong sáng tạo sản phẩm văn hóa, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của lĩnh vực CNVH.

Để kiện toàn tổ chức, đảm bảo số lượng nghệ nhân phục vụ cho sự phát triển CNVH Thủ đô, cần có sự đánh giá cụ thể về số lượng và chất lượng đội ngũ nghệ nhân trong các ngành CNVH. Cung cấp, hỗ trợ tài chính và giải quyết các vấn đề pháp lý, chính sách để giúp nghệ nhân đủ nguồn lực duy trì và phát triển sự nghiệp của mình. Tạo cơ hội để nghệ nhân có thêm cơ hội mở rộng giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm và hỗ trợ lẫn nhau, tạo ra một cộng đồng mạnh mẽ. Phát triển các cơ hội tiếp cận thị trường, bao gồm cả việc sử dụng các kênh trực tuyến và thương mại điện tử để nghệ nhân có thể tiếp cận khách hàng rộng lớn hơn.

Để kiện toàn tổ chức, đồng thời đảm bảo đủ số lượng trí thức phục vụ phát triển các ngành CNVH tại Thủ đô, cần khảo sát nhu cầu về đội ngũ trí thức trong lĩnh vực CNVH và dự báo xu hướng phát triển. Triển khai chính sách tuyển dụng linh hoạt để thu hút và giữ chân những trí thức có kiến thức sâu rộng và kỹ năng đa dạng. Tạo cầu nối giữa doanh nghiệp và trường đại học, hỗ trợ việc nghiên cứu chuyên sâu và chia sẻ kiến thức. Tạo môi trường làm việc thuận lợi, thúc đẩy sự sáng tạo và đổi mới, khuyến khích trí thức đề xuất ý tưởng mới và dự báo xu hướng phát triển trong từng ngành thuộc CNVH. Hỗ trợ và tạo cơ hội nhiều hơn để trí thức kết nối với nghệ sĩ, nghệ nhân và những người sáng tạo để tạo ra sự đa dạng và độc đáo trong ngành CNVH.

*- Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ NLCN trong lĩnh vực CNVH của thành phố Hà Nội*

Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ NLCN trong lĩnh vực CNVH của thành phố Hà Nội là một trong những giải pháp quan trọng để phát triển CNVH Thủ đô theo hướng hiện đại, bền vững. Trên cơ sở đánh giá đúng hiện trạng NLCN trong các ngành CNVH với những điểm mạnh, điểm yếu để phát huy những mặt tích cực, hạn chế những điểm yếu, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc để hình thành NLCN mạnh cho CNVH phát triển. Đồng thời dự báo chính xác sự biến động của NLCN trong lĩnh vực CNVH để có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng, cung ứng NLCN chất lượng cao, tạo ra những sản phẩm văn hoá có giá trị, hấp dẫn, thu hút được công chúng tiêu dùng trong và ngoài nước.

Trước tiên, cần thực hiện tốt các chủ trương, kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức của Thành ủy, UBND thành phố Hà Nội. Các chủ trương, kế hoạch này đã được thể hiện rõ trong: Quyết định số 1869/QĐ-UBND ngày 23/4/2021 của UBND thành phố Hà Nội về việc ban hành Kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2021-2025; Kế hoạch số 46-KH/TU ngày 29/10/2021 của Thành uỷ về đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025; Quyết định số 5249/QĐ-UBND ngày 15/12/2021 của UBND Thành phố Hà Nội về việc ban hành Kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025; Quyết định số 1698/QĐ-UBND ngày 19/5/2022 của UBND Thành phố Hà Nội phê duyệt Đề án đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025 và định hướng đến năm 2030; Kế hoạch 213/KH-UBND ngày 08/08/2023 của UBND thành phố Hà Nội về Triển khai thực hiện Đề án “Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025 và định hướng đến năm 2030”. Từ đó xây dựng kế hoạch, lộ trình đào tạo, bồi dưỡng cán bộ theo từng quý, từng năm, từng giai đoạn.

Đối với đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý văn hoá, cần tiếp tục đào tạo, bồi dưỡng cán bộ có kiến thức kỹ năng hoạt động văn hóa, trong đó tập trung vào các nhiệm vụ cơ bản: Tăng cường bồi dưỡng kiến thức lãnh đạo, quản lý nhà

nước và tổ chức các hoạt động văn hóa; quản lý, sử dụng trang thiết bị và tổ chức hoạt động của hệ thống thiết chế văn hóa; có kỹ năng tổ chức các loại hình lễ hội và tổ chức sự kiện; kỹ năng quản lý các hoạt động dịch vụ văn hóa; kỹ năng thực hành và bảo tồn DSVH... Hằng năm, cán bộ văn hóa tập trung ngắn ngày để bồi dưỡng tập huấn cập nhật kiến thức thường xuyên phù hợp với tình hình mới, tạo điều kiện để kịp thời giải quyết những phát sinh trong đời sống thực tiễn. Tạo điều kiện thuận lợi để cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hóa Thủ đô có điều kiện giao lưu học hỏi kinh nghiệm, trau dồi kỹ năng, nghiệp vụ công tác. Thành phố cần tạo điều kiện để đội ngũ này được tiếp cận, tham quan, học tập kinh nghiệm thực tế từ các tỉnh/thành phố tiêu biểu trong cả nước và kinh nghiệm từ các nước khác về phát triển CNVH. Các cán bộ lãnh đạo, quản lý cũng cần chủ động tiếp cận, cập nhật kiến thức về khoa học công nghệ và các kiến thức liên quan đến CNVH, phát triển CNVH.

Đào tạo và bồi dưỡng cho văn nghệ sĩ có kiến thức sâu rộng về nghệ thuật, kỹ thuật biểu diễn, và ý thức rõ về vai trò của họ trong phát triển CNVH Thủ đô. Đối với đội ngũ văn nghệ sĩ Thủ đô, cần nâng cao kỹ năng diễn xuất, kỹ thuật âm nhạc, và kỹ năng chế tác... để nâng cao chất lượng các sản phẩm văn hoá. Vì vậy, Thành phố cần tạo nhiều cơ hội để nghệ sĩ học hỏi và trao đổi với đồng nghiệp trong và ngoài nước để mở rộng kiến thức, có định hướng rõ ràng cho sản phẩm văn hóa. Những sản phẩm này vừa đáp ứng nhu cầu của thị trường vừa thực hiện phát triển văn hóa dân tộc. Kết nối với doanh nghiệp để tạo ra cơ hội tài trợ và hỗ trợ tài chính cho các dự án sản phẩm văn hóa mới. Cần thúc đẩy chính sách hỗ trợ nghệ sĩ trẻ mới nổi, tạo điều kiện cho sự phát triển và thăng tiến của họ trong sự nghiệp. Qua đó, việc đào tạo và nâng cao trình độ đội ngũ văn nghệ sĩ sẽ làm cho Thủ đô Hà Nội trở thành một trung tâm nghệ thuật và văn hoá phồn thịnh, đồng thời đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của ngành CNVH.

Đào tạo và bồi dưỡng cho nghệ nhân những kiến thức sâu rộng về truyền thống văn hóa, kỹ thuật nghệ thuật dân gian, và vai trò của họ trong việc giữ gìn và phát triển DSVH dân tộc là một yếu tố quan trọng giúp bảo tồn và phát triển



DSVH, đồng thời làm tăng tính phong phú, đặc sắc cho các sản phẩm văn hoá Thủ đô Hà Nội. Nội dung đào tạo, bồi dưỡng tập trung hỗ trợ nghệ nhân hiểu rõ về lịch sử và truyền thống văn hóa, từ đó làm tăng thêm lòng tự hào và nhận thức toàn diện hơn về giá trị của DSVH. Phương thức đào tạo, bồi dưỡng giúp các nghệ nhân xây dựng cộng đồng làm việc và học tập với các trung tâm có kinh nghiệm trong bảo tồn và phát triển văn hóa dân gian; kết nối với các cơ quan, đơn vị tổ chức sự kiện và triển lãm để tạo cơ hội trưng bày và tiếp cận với công chúng rộng lớn hơn; tăng sự tương tác với cộng đồng để đo lường sự hài lòng và cải thiện chất lượng các sản phẩm văn hóa. Bằng cách này, việc đào tạo và bồi dưỡng nghệ nhân sẽ góp phần quan trọng vào sự phát triển của CNVH Thủ đô Hà Nội, đồng thời giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa dân gian độc đáo của thành phố.

Đào tạo và bồi dưỡng cho đội ngũ trí thức, chuyên gia với kiến thức sâu rộng về văn hoá, nghệ thuật, và những xu hướng mới trong lĩnh vực CNVH là một yếu tố then chốt để thúc đẩy sự phát triển và đổi mới trong CNVH Thủ đô Hà Nội. Nội dung đào tạo, bồi dưỡng về lịch sử văn hóa, nghệ thuật hiện đại, và sự phát triển của ngành CNVH; xây dựng kỹ năng quản lý hoạt động văn hóa để tổ chức và triển khai các sự kiện văn hoá một cách hiệu quả; tạo cơ hội để đội ngũ trí thức, chuyên gia làm việc với doanh nghiệp và các tổ chức văn hoá để áp dụng kiến thức vào thực tế. Tổ chức các buổi đối thoại và thu thập phản hồi từ đội ngũ trí thức, chuyên gia để điều chỉnh chương trình đào tạo cho phù hợp với thực tiễn và nhu cầu của người học. Bằng cách này, việc đào tạo và bồi dưỡng cho đội ngũ trí thức, chuyên gia sẽ làm tăng cường tri thức, hướng đến đổi mới, góp phần đưa Thủ đô Hà Nội ngày càng phát triển mạnh mẽ lĩnh vực CNVH.

Phát huy vai trò của nhân dân Thủ đô nhằm góp phần tạo động lực thúc đẩy các ngành CNVH phát triển bền vững và ngày càng nâng cao chất lượng. Vì vậy, việc đào tạo, củng cố, nâng cao trình độ cảm thụ về đẹp của các sản phẩm văn hóa, nâng cao trình độ đánh giá giá trị của các sản phẩm văn hóa cho người dân đang là vấn đề cấp bách ở nhiều địa phương trong cả nước, đặc biệt đối với thành phố Hà Nội. Thành phố Hà Nội cần phát huy tốt vai trò, năng

lực, phẩm chất và trình độ chuyên môn của mỗi người dân họ tích cực xây dựng Thủ đô phát triển, hiện đại, văn minh; dẫn dắt, đi đầu trong sự nghiệp xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước trong hiện tại và tương lai; trở thành trung tâm phát triển CNVH của cả nước.

*- Nâng cao nhận thức của NLCN trong phát triển CNVH*

Cần nâng cao nhận thức về thực hiện phát triển CNVH của Thủ đô. Đây là giải pháp quan trọng để phát huy tốt hơn hợp lực của NLCN vào phát triển CNVH. Điều này phải được thực hiện trước hết trong cán bộ, đảng viên, các tổ chức Đảng, chính quyền Thành phố. Việc này phải thấu suốt quan điểm:

Phát triển CNVH được đặt trong tổng thể và trên nền tảng phát triển văn hoá, con người Việt Nam nói chung và Thủ đô Hà Nội nói riêng, là điều kiện để phát huy tối đa nguồn lực văn hoá, con người, tạo nên sức mạnh nội sinh, động lực quan trọng quyết định phát triển bền vững Thủ đô; là một ưu tiên trong chiến lược phát triển KT-XH, với mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có đóng góp hiệu quả vào tăng trưởng GRDP, đem lại nhiều việc làm và thu nhập, thúc đẩy sự phát triển nhanh và bền vững Thủ đô.... Phát triển CNVH là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành, của toàn xã hội trên tinh thần “đầu tư cho văn hoá là đầu tư cho phát triển bền vững”; đảm bảo nguyên tắc Đảng lãnh đạo trong định hướng, sự thống nhất quản lý của Nhà nước trong việc tạo lại hành lang pháp lý, cơ chế chính sách nhằm phát huy mạnh mẽ vai trò động lực, là chủ thể sáng tạo của các tổ chức, doanh nghiệp, cộng đồng và Nhân dân tham gia phát triển CNVH [26].

Từ đó, tất cả các cấp ủy, chính quyền có nhận thức đầy đủ về CNVH và phát triển các ngành CNVH. Như vậy, các cấp ủy Đảng, chính quyền mới có sự quan tâm đúng mức đối với phát triển CNVH, công tác chỉ đạo, lãnh đạo và tổ chức thực hiện sát sao, liên tục hơn và được chuyển thể thành các biện pháp, kế hoạch và chương trình cụ thể cho phát triển NLCN cho lĩnh vực CNVH ở Hà Nội.

Cần thực hiện tốt công tác tuyên truyền, giáo dục, vận động để nâng cao nhận thức của các tầng lớp nhân dân về phát triển các ngành CNVH. Việc này cần được thực hiện thường xuyên, bài bản để thúc đẩy ý thức tự giác, trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân, cộng đồng trong việc tham gia phát triển các ngành CNVH ở Thủ đô.

#### ***4.2.2.3. Khuyến nghị nhằm phát huy nguồn lực thể chế, chính sách văn hóa***

##### *Xây dựng cơ chế, chính sách đặc thù cho Hà Nội*

Hà Nội sở hữu NLVH dồi dào với di sản phong phú, nhà, biệt thự cũ, di sản đô thị, di sản ký ức, nghề thủ công truyền thống, thiết chế văn hóa... Đây là nền tảng cho phát triển CNVH. Thêm vào đó, Hà Nội là nơi có sức ảnh hưởng mạnh mẽ đến xu hướng văn hoá của cả nước, cũng là nơi tập trung nhiều nhân tài trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật và sáng tạo. Chính sách đặc thù cho phép tận dụng tối đa sức ảnh hưởng này để phát triển CNVH của thành phố, đồng thời khuyến khích sáng tạo và đa dạng hóa các sản phẩm văn hóa.

Hà Nội cần xây dựng cơ chế tài chính đặc thù, bao gồm chính sách miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn, như nhà hát, xưởng nghệ thuật, công ty sản xuất phim, công ty thiết kế, trung tâm văn hóa, bảo tàng tư nhân, v.v. Chính sách tài chính đặc thù cũng cần bao gồm các quỹ hỗ trợ khởi nghiệp, các khoản tài trợ cho những sáng kiến văn hóa đặc sắc nhằm thúc đẩy ngành CNVH sáng tạo phát triển mạnh mẽ và bền vững.

Chính sách phát triển nghề và sản phẩm thủ công truyền thống: Hỗ trợ nghệ nhân, đào tạo thế hệ trẻ, quảng bá sản phẩm. Đổi mới thiết kế, ứng dụng khoa học kỹ thuật, nâng cao chất lượng sản phẩm; Tiếp cận thị trường trong nước và quốc tế. Đây là mong muốn của những người yêu và gắn bó với nghề thủ công truyền thống. Một nghệ nhân chia sẻ với NCS: “Thành phố cần hỗ trợ xây dựng trung tâm hoặc cửa hàng trưng bày giới thiệu sản phẩm tại làng nghề, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh, dễ tiếp cận và trao đổi thúc đẩy lưu thông hàng hóa” [PVS, ĐTD, Nam, Làng nghề sơn mài Hạ Thái].

Hà Nội nên xem xét lập quỹ hỗ trợ các dự án phát triển du lịch văn hóa, bao gồm các dự án bảo tồn di sản, các hoạt động biểu diễn nghệ thuật, và dự án xây dựng không gian văn hóa công cộng, xây dựng các tuyến du lịch gắn liền với những chủ đề văn hóa – lịch sử đặc trưng của Hà Nội. Tích hợp công nghệ hiện đại để tăng cường trải nghiệm, như phát triển các ứng dụng di động hướng dẫn tham quan các di tích, bảo tàng và điểm du lịch nổi tiếng. Điều này không chỉ giúp bảo tồn di sản mà còn thúc đẩy sáng tạo trong cách thức giới thiệu văn hóa Hà Nội đến du khách.

Ngoài ra, Hà Nội cần chú trọng xây dựng cơ chế, chính sách đảm bảo phát huy hiệu lực, hiệu quả các NLVH trên cơ sở xác định rõ mục tiêu, định hướng phát triển CNVH cũng như thế mạnh của từng ngành thuộc CNVH. Cung cấp nguồn vốn cho các dự án phát triển CNVH. Đặc biệt là phải thực hiện hiệu quả hoạt động bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, khuyến khích sáng tạo. Cơ chế này cũng cần tạo điều kiện thuận lợi trong đào tạo cán bộ, xây dựng hệ thống quản lý hiệu quả. Hà Nội cần đề án hay chủ trương cụ thể để các nghệ sĩ tập trung nguồn lực, tạo ra hệ sinh thái giữa DSVH, con người với các lĩnh vực của CNVH. Từ đó, Hà Nội mới khẳng định được nét đặc trưng của CNVH Thủ đô. Chia sẻ về điều này, một nghệ sĩ cho biết:

Hà Nội nên có chủ trương để hình thành nên “sân khấu thời trang” cho riêng thành phố giống như Paris hay các thành phố nổi tiếng khác. Tại sao Hà Nội mình không có một cái sàn catwalk riêng để trình diễn thời trang? mở ra những CLB người mẫu Hà Nội, CLB các nhà thiết kế Hà Nội. Và từ các CLB này sẽ lan tỏa rất là rộng về văn hóa Hà Nội thông qua thời trang, thông qua các tuần lễ thời trang diễn ra hằng tháng gắn với lễ hội hoa bằng lăng, lễ hội Hoa Sen chẳng hạn. Điều này có sức lan tỏa rất là lớn đối với cộng đồng và thu hút được khách du lịch. Nếu chúng ta làm tốt thì đây cũng là công nghiệp hóa văn hóa [PVS, Nam, ĐH, Nhà thiết kế].

Chú ý hoàn thiện cơ chế phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị cả về chiều dọc lẫn chiều ngang nhằm tạo sự thuận lợi cho phát triển CNVH. Những khó

khăn, vướng mắc trong cơ chế phối hợp cần được tháo gỡ kịp thời bằng các văn bản hướng dẫn với những quy định rõ ràng để dễ dàng trong triển khai thực hiện. Chỉ có như vậy, các ngành CNVH thủ đô mới có môi trường thông thoáng để phát triển.

Xây dựng các cơ chế, chính sách đặc thù là giải pháp quan trọng để phát huy NLVH cho phát triển CNVH của Thủ đô. Việc thực hiện hiệu quả các giải pháp này sẽ góp phần nâng cao vị thế văn hóa, phát triển KT-XH và nâng cao đời sống người dân Thủ đô.

#### *Xây dựng và thực hiện cơ chế, chính sách phù hợp đối với NLCN*

Trước hết, tập trung xây dựng và thực hiện chính sách đặc thù đối với cán bộ quản lý văn hoá các cấp, trên cơ sở áp dụng theo các quy định chung của Chính phủ; Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch; Thành phố về chế độ, chính sách cho cán bộ, đặc biệt là đội ngũ cán bộ ngành văn hoá, thể thao và du lịch. Xây dựng, bổ sung thêm các chính sách đặc thù đối với đội ngũ cán bộ quản lý văn hoá của Thành phố Hà Nội như: tăng phụ cấp, hỗ trợ cho cán bộ làm việc ngoài giờ hành chính, ngày lễ, ngày nghỉ; tăng mức phụ cấp cho cán bộ kiêm nhiệm nhiều đầu việc,... Chính sách đãi ngộ vật chất, động viên tinh thần một cách hợp lý và thỏa đáng là một nhân tố quan trọng góp phần làm trong sạch đội ngũ, đoàn kết, tập hợp rộng rãi những người có đức, có tài tham gia cống hiến cho công tác quản lý văn hoá cơ sở, đóng góp vào công cuộc phát triển CNVH.

Chú trọng thực hiện chính sách đãi ngộ, trọng dụng, tôn vinh và khen thưởng cán bộ. Để đãi ngộ đúng với thực tài, cần xây dựng chính xác bản mô tả công việc và khung năng lực theo vị trí chức danh, đặc biệt là hệ thống đánh giá theo kết quả và hiệu quả công việc để vừa góp phần nâng cao hiệu quả tuyển dụng, sử dụng nhân tài. Điều này vừa giúp đánh giá công bằng, chính xác, kiểm chứng được năng lực và phẩm chất của đội ngũ cán bộ, đồng thời là cơ sở để trả lương theo mô hình 3P (P1 - Position: theo vị trí chức danh; P2 - Person: theo khung năng lực; P3 - Performance: theo hiệu quả công việc).

Đối với đội ngũ văn nghệ sĩ Thủ đô, cần có chính sách xây dựng môi trường khuyến khích sự sáng tạo và đổi mới trong nghệ thuật và văn hóa. Ngoài

ra, cần có chính sách nhằm khuyến khích sự hợp tác giữa nghệ sĩ và doanh nghiệp để tạo ra các sản phẩm văn hoá đa dạng. Hình thành chính sách thăng tiến để khuyến khích sự phát triển nghề nghiệp cho đội ngũ văn nghệ sĩ. Xây dựng các chính sách và chương trình hỗ trợ để giúp nghệ sĩ trẻ có điều kiện để phát triển sự nghiệp của mình, khuyến khích sự đổi mới và tạo cơ hội cho nghệ sĩ mới nổi thể hiện tài năng. Bằng cách này, Hà Nội sẽ xây dựng một cơ chế, chính sách linh hoạt, hỗ trợ, giúp đội ngũ văn nghệ sĩ phát triển và góp phần vào sự thịnh vượng của ngành CNVH.

Đối với đội ngũ nghệ nhân Thủ đô Hà Nội, cần có chính sách cung cấp nguồn lực để hỗ trợ nghiên cứu và triển khai thực hiện các dự án bảo tồn DSVH dân gian. Xây dựng các chương trình đào tạo và bồi dưỡng để nâng cao kỹ thuật và kiến thức nghệ thuật cho đội ngũ nghệ nhân. Tăng cường liên kết và hợp tác với các trung tâm văn hóa để tạo cơ hội biểu diễn và trưng bày các sản phẩm văn hóa. Hình thành các chính sách và chương trình hỗ trợ để giúp nghệ nhân trẻ phát triển sự nghiệp của mình. Cần có cơ chế, chính sách cụ thể hỗ trợ các nghệ nhân trao truyền, lan tỏa những giá trị mà họ đang nắm giữ.

Đối với đội ngũ trí thức Thủ đô Hà Nội, cần phát triển chương trình đào tạo linh hoạt, đa dạng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của đội ngũ trí thức. Có chính sách huy động các nguồn lực và hỗ trợ cho các dự án nghiên cứu và phát triển mới. Tạo cơ chế tăng cường liên kết và hợp tác với các tổ chức và đối tác quốc tế để mở rộng cơ hội và chia sẻ kiến thức. Thực hiện nghiêm các quy định pháp luật để đảm bảo quyền lợi và điều kiện công bằng cho đội ngũ trí thức trong quá trình làm việc và sáng tác. Tạo cơ chế thông thoáng, thuận tiện để đội ngũ trí thức có thể tiếp cận nguồn lực và kết nối với doanh nghiệp. Qua đó, Hà Nội có thể xây dựng một cơ chế, chính sách linh hoạt nhằm thúc đẩy đội ngũ trí thức phát triển, đóng góp tích cực vào sự phát triển của ngành CNVH.

*Thiết lập và thực hành các chính sách bảo tồn, phát huy di sản văn hoá*

Hà Nội cần thiết lập và thực hiện các chính sách để bảo tồn và phát huy DSVH. Điều này là cực kỳ quan trọng để duy trì và phát triển bản sắc văn hóa của thành phố cũng như góp phần vào sự giàu có và phát triển bền vững của

cộng đồng. Đây cũng là yếu tố rất quan trọng tạo nên đặc trưng riêng cho CNVH ở Hà Nội. Do vị thế đặc biệt trong tiến trình lịch sử dân tộc, Hà Nội là địa phương sở hữu một khối lượng khổng lồ các DSVH vật thể và phi vật thể phong phú và có giá trị cực kỳ quý báu. Có thể khẳng định chắc chắn rằng, Hà Nội là địa phương đi đầu trong cả nước về thành tựu nghiên cứu, quản lý, bảo tồn và phát huy giá trị DSVH. Nhiều DSVH đã trở thành những địa chỉ có sức hút rất mạnh đối với du khách trong nước và quốc tế; có những di sản đã trở thành hình ảnh, biểu tượng đại diện cho đất nước, con người Việt Nam, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa Việt Nam ra thế giới như: Chùa Một cột, Khuê Văn Các, Khu di tích Hoàng thành Thăng Long. Nhiều DSVH đã trở thành địa chỉ đỏ, quy tụ niềm tin, tình cảm, ý chí của dân tộc, như Khu lưu niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh, Lăng Bác và Quảng trường Ba Đình, ngôi nhà số 48 phố Hàng Ngang, Nhà tù Hỏa Lò...

Tuy nhiên, phải nhận thấy rằng việc biến DSVH thành NLVH của Hà Nội (và cả nước) còn chưa được như kỳ vọng, xét cả về số lượng, chất lượng và hiệu quả. Điều đó đặt ra đòi hỏi cấp bách phải đổi mới căn bản và triệt để công tác nghiên cứu, quản lý DSVH ở Hà Nội, giải quyết tốt mối quan hệ giữa bảo tồn và phát triển, tạo cơ chế thuận lợi cho phát triển CNVH, khẳng định thương hiệu và xung lực văn hóa của Thủ đô.

*Đầu tiên*, cần có chính sách cụ thể cho phát triển mạng lưới di sản và xem xét chúng như một loại tài nguyên văn hóa quan trọng có tiềm năng lớn cho phát triển CNVH nói riêng, phát triển KT-XH nói chung. Để làm tốt điều này, cần phải thực hiện tốt việc kiểm kê DSVH, nắm chắc được những DSVH trên địa bàn thành phố, lập hồ sơ cho các DSVH, đánh giá đúng các giá trị của từng DSVH, tránh tình trạng bỏ sót DSVH.

Hơn nữa, việc nghiên cứu và thử nghiệm mô hình hợp tác công - tư trong hoạt động bảo tồn DSVH gắn với phát triển CNVH bền vững là một yếu tố quan trọng. Chúng ta cần kết hợp sự nỗ lực của cả chính quyền và các doanh nghiệp để đảm bảo rằng việc bảo tồn DSVH không chỉ là nhiệm vụ của chính quyền các cấp mà còn của cả cộng đồng, trong đó có các doanh nghiệp tư nhân.

Bên cạnh đó, cần tăng cường đầu tư cho hoạt động bảo tồn và phát huy giá trị DSVH trên địa bàn thành phố. Điều này được thể hiện qua việc xây dựng và duy trì các di tích, bảo tàng, và không gian văn hóa. Đào tạo và nâng cao năng lực cho bộ máy quản lý DSVH của thành phố nhằm đáp ứng tốt yêu cầu của nhiệm vụ đặt ra. Cần có những chuyên gia về DSVH và phát triển kinh tế để quản lý tốt DSVH và phát triển hiệu quả CNVH của Thủ đô. Nói cách khác, cần thực hiện tốt chính sách kinh tế trong văn hóa mà Đảng và Nhà nước đã đề ra và triển khai thực hiện từ năm 1998. Các chính sách này có thể bao gồm: Bảo vệ các di tích lịch sử, các công trình kiến trúc cổ và các địa điểm có giá trị văn hóa để giữ gìn và tôn vinh di sản lịch sử và văn hóa của Hà Nội. Tạo ra các chương trình giáo dục và thông tin về DSVH cho cộng đồng, đặc biệt là cho thanh thiếu niên và trẻ em, để tăng cường nhận thức và tình yêu với văn hóa địa phương. Tạo điều kiện và hỗ trợ cho các hoạt động văn hóa cộng đồng như hội họa, âm nhạc, văn học, v.v., để tăng cường sự tham gia của cộng đồng và giữ gìn và phát triển văn hóa địa phương. Phát triển và quảng bá các tour du lịch văn hóa, festival và sự kiện văn hóa để thu hút du khách đến Hà Nội, tạo ra nguồn thu nhập và cơ hội cho người dân địa phương. Tạo ra các chương trình và cơ hội để hỗ trợ và khuyến khích sự sáng tạo và sản xuất văn hóa của các nghệ nhân và nghệ sĩ địa phương.

Ngoài ra, cần có chính sách khuyến khích ưu tiên phát triển hình thức du lịch cộng đồng để bảo tồn DSVH tại cộng đồng. Điều này thúc đẩy sự tham gia mạnh mẽ của cộng đồng trong việc quản lý và duy trì DSVH của họ, đồng thời tạo cơ hội thuận lợi cho cộng đồng không ngừng sáng tạo ra các sản phẩm và dịch vụ văn hóa trên cơ sở những DSVH được lưu giữ trong cộng đồng. Mặt khác, chính quyền thành phố cần có chính sách cụ thể nhằm khuyến khích các nghệ sĩ, nhà sáng tạo, doanh nhân cùng tham gia sáng tạo ra những sản phẩm và dịch vụ văn hóa dựa trên các giá trị DSVH.

Việc thực hiện các chính sách này không chỉ là bảo tồn mà còn là phát triển và thúc đẩy DSVH của Hà Nội, đồng thời giữ gìn và phát triển bản sắc văn hóa độc đáo của thành phố.



*Phát triển thị trường CNVH, tạo ra được thương hiệu CNVH của Thủ đô*

Phát triển CNVH đòi hỏi phải xây dựng và hoàn thiện thị trường văn hóa. Phát triển tốt CNVH cũng giúp chúng ta giành lại thị trường văn hóa, mở rộng thị trường văn hóa. Một người đam mê với đũi Nam Cao chia sẻ với NCS:

Khoảng 20 năm trước, đũi Nam Cao rất thịnh, xuất khẩu nhiều sang Lào, sang Thái Lan. Đây lại là điểm yếu "chí mạng" khiến làng nghề 500 tuổi mai một. Bởi quá lệ thuộc vào một thị trường cố định, tư duy của người làm nghề không thay đổi, không làm những sản phẩm khác để mở ra những thị trường mới, lớn hơn. Vì vậy, sau trận sóng thần ở Phuket, Thái Lan năm 2012, nhà mới bên đây “bùng”. Người dân bị bùng tiền, không có đối tác đặt lại nên chuyển sang làm việc khác, nghề dệt suy yếu dần [PVS, LTH, Nữ, Không gian sáng tạo HanhSilk].

Hoàn thiện và mở rộng thị trường văn hóa cũng chính là khai thác các mặt tích cực của cơ chế thị trường vào việc nâng cao chất lượng của ngành CNVH, tăng thêm nguồn thu từ các giá trị DSVH, cân bằng kinh phí đầu tư cho công tác bảo tồn DSVH. Đó là một trong những giải pháp tốt nhất cho mối quan hệ bảo tồn - phát triển.

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 nối phố - không gian đi bộ, điểm mua sắm, mở rộng tạo không gian văn hóa, không gian sáng tạo dành cho cộng đồng. Triển khai quyết liệt một số dự án, đề án quy hoạch bảo tồn, phát huy giá trị di sản thế giới, di tích quốc gia đặc biệt, di tích quốc gia nhằm nhấn mạnh tính đặc trưng, tạo nên thương hiệu có tính cạnh tranh trên trường quốc tế cho các sản phẩm và dịch vụ văn hóa của Hà Nội.

Tăng cường đầu tư, quản lý, mở rộng các chương trình đào tạo, liên kết với chuyên gia trong nước và quốc tế nhằm nâng cao năng lực sáng tạo dựa trên các giá trị của các DSVH của chủ thể tham gia vào CNVH... hướng tới thị

trường cả nước và quốc tế. Xây dựng đề án hình thành các khu vực, trung tâm hoạt động văn hóa nghệ thuật của Thủ đô, Trung tâm biểu diễn Nghệ thuật Quốc gia, các Chương trình giới thiệu tinh hoa văn hóa các nước trên thế giới và văn hóa đặc sắc các vùng miền; thúc đẩy phát triển các loại hình nghệ thuật, từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngành CNVH của Thủ đô. Hình thành các tuyến, chương trình liên kết các vùng văn hóa như Liên kết văn hóa đất tổ, cổ đô (Hà Nội - Phú Thọ - Ninh Bình - Thanh Hóa - Huế...), Trung tâm văn hóa Đồng bằng Sông Hồng, Trung tâm văn hóa Việt Mường (Hòa Bình), Chương trình “Hà Nội - Huế - Sài Gòn”...

Đề xuất nhu cầu và nội dung cụ thể để Sở Quy hoạch - Kiến trúc, Viện Quy hoạch xây dựng Hà Nội rà soát bố trí quỹ đất để xây dựng các công trình văn hóa mới trên địa bàn thành phố trong đó tập trung vào đề án Quy hoạch phân khu đô thị sông Hồng nhằm hoàn thiện việc xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển CNVH Thủ đô nhằm tạo thương hiệu riêng cho các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Hà Nội tập trung vào công trình, dự án lớn (Trung tâm thiết kế sáng tạo và giới thiệu sản phẩm OCOP tầm quốc gia, Trung tâm thiết kế sáng tạo Hà Nội, Trung tâm biểu diễn Nghệ thuật quốc gia, Tổ hợp thể thao đẳng cấp quốc tế...), các hoạt động sáng tạo văn hóa, sản xuất các sản phẩm và dịch vụ văn hóa, hình thành hệ thống quảng trường, không gian văn hóa nghệ thuật... phục vụ phát triển CNVH Hà Nội với đặc trưng riêng, lựa chọn xây dựng các thương hiệu sản phẩm, dịch vụ văn hóa chất lượng cao tham gia vào thị trường CNVH trong nước và quốc tế.

Ủy ban nhân dân các quận, huyện, thị xã chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan triển khai một số dự án, đề án quy hoạch bảo tồn, tu bổ, tôn tạo phát huy giá trị di tích quốc gia đặc biệt, di tích quốc gia có tiềm năng phát triển du lịch văn hóa. Tạo môi trường, điều kiện thuận lợi nhất để khai thác, phát huy những giá trị văn hóa đặc sắc của địa phương, phát triển ngành CNVH gắn với du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch di sản.

#### **Tiểu kết chương 4**

Chương 4 đã nhận diện những vấn đề đang đặt ra về NLCN, nguồn lực DSVH và cơ chế, chính sách cho phát triển CNVH ở thủ đô Hà Nội.

Vấn đề đặt ra đối với phát huy NLCN là việc đào tạo, bồi dưỡng NLCN, ý thức và trách nhiệm của các chủ thể tham gia phát triển CNVH. Vấn đề đặt ra đối với cơ chế, chính sách văn hóa là phát triển NLCN cho phát triển CNVH, hỗ trợ khởi nghiệp và quản trị rủi ro trong phát triển các sản phẩm, dịch vụ văn hóa, hình thành môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tham gia phát triển các ngành CNVH ở thủ đô Hà Nội.

Từ đó, NCS đưa ra khuyến nghị một số giải pháp phát huy NLVH cho phát triển CNVH ở thủ đô Hà Nội. Đối với phát huy NLCN cho phát triển CNVH ở Thủ đô, NCS bàn đến việc kiện toàn bộ máy, tổ chức, đảm bảo sử dụng hiệu quả NLCN cho phát triển các ngành CNVH; đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng NLCN cho lĩnh vực CNVH; nâng cao nhận thức về vai trò của NLCN cho phát triển CNVH. Để phát huy hiệu quả nguồn lực DSVH, NCS đề xuất xây dựng cơ chế đặc thù để biến các DSVH của Hà Nội thành NLVH; phát triển các chủ thể văn hóa; bảo tồn không gian văn hóa, môi trường văn hóa Hà Nội; tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ hiện đại trong khai thác, phát huy nguồn lực DSVH. Để phát huy nguồn lực thể chế, chính sách văn hóa, NCS đề xuất cần xây dựng cơ chế, chính sách đặc thù cho Hà Nội; Xây dựng và thực hiện tốt cơ chế, chính sách phù hợp đối với NLCN; Thiết lập và thực hiện tốt các chính sách bảo tồn, phát huy giá trị DSVH; Phát triển thị trường CNVH, tạo ra được thương hiệu CNVH của Thủ đô.

## KẾT LUẬN

Văn hóa là một trong những yếu tố nền tảng của sự phát triển, không chỉ góp phần định hình bản sắc xã hội mà còn thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội. Công nghiệp văn hóa là lĩnh vực đang phát triển mạnh mẽ trong bối cảnh toàn cầu hóa, đóng vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm, nâng cao giá trị văn hóa và mang lại những trải nghiệm độc đáo cho cộng đồng. Trong đó, NLVH là yếu tố cốt lõi, vừa là tiền đề, vừa là động lực thúc đẩy sự phát triển của CNVH. Việc khai thác và phát huy hiệu quả NLVH có ý nghĩa quyết định đến chất lượng, hiệu quả của quá trình sản xuất, tiêu thụ sản phẩm và dịch vụ văn hóa.

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn, luận án đã làm rõ những nội dung sau:

1. Cơ sở lý luận về phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa

Luận án đã hệ thống hóa và phân tích các quan điểm lý luận về CNVH và NLVH, nhấn mạnh vai trò của NLVH trong việc thúc đẩy phát triển CNVH.

Xây dựng khung lý thuyết về các loại hình NLVH phục vụ CNVH, bao gồm: (i) nguồn lực con người (NLCN) - lực lượng sáng tạo, sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản phẩm văn hóa; (ii) nguồn lực di sản văn hóa (DSVH) - hệ thống DSVH vật thể và phi vật thể tạo ra sản phẩm văn hóa đặc trưng; (iii) nguồn lực thể chế và chính sách văn hóa - yếu tố thúc đẩy môi trường thuận lợi cho phát triển CNVH.

2. Thực trạng phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở thủ đô Hà Nội

Hà Nội - Thủ đô nghìn năm văn hiến - sở hữu hệ thống NLVH phong phú và đa dạng, đóng vai trò trung tâm trong phát triển CNVH của cả nước.

Việc phát huy NLVH đã có những kết quả đáng kể: Nguồn lực DSVH được khai thác trong các ngành CNVH như du lịch, thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn, góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập và quảng bá hình ảnh Thủ

đô. Nguồn nhân lực (nghệ nhân, nghệ sĩ, chuyên gia) tham gia tích cực vào sáng tạo và quảng bá sản phẩm văn hóa, nhưng còn hạn chế về số lượng và chất lượng đào tạo. Thể chế, chính sách (Nghị quyết 09-NQ/TU, Chương trình 06-CTr/TU) tạo hành lang pháp lý cho CNVH, nhưng còn chồng chéo và thiếu đồng bộ, dẫn đến hạn chế trong việc khai thác tối ưu các NLVH.

3. Những vấn đề đặt ra trong phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở thủ đô Hà Nội

Thủ đô chưa có chiến lược tổng thể và dài hạn trong khai thác NLVH cho CNVH.

NLCN chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển, còn thiếu và yếu về cả số lượng lẫn chất lượng, chưa có sự đào tạo bài bản.

Việc phát huy nguồn lực DSVH chưa đạt hiệu quả tương xứng với tiềm năng, vẫn tồn tại xung đột giữa bảo tồn và phát triển.

Hệ thống thể chế, chính sách chưa đủ mạnh để thu hút đầu tư và thúc đẩy đổi mới sáng tạo, thúc đẩy sự phát triển của các ngành CNVH.

4. Giải pháp và định hướng phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội

Nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của NLVH trong phát triển CNVH, kết nối chặt chẽ giữa văn hóa và kinh tế.

Hoàn thiện và cụ thể hóa chính sách kinh tế trong văn hóa, chính sách văn hóa trong kinh tế, chính sách xã hội hóa, đảm bảo sự hài hòa giữa bảo tồn và phát triển.

Ứng dụng công nghệ vào quản lý, sản xuất, phân phối các sản phẩm văn hóa, tận dụng công nghệ số để mở rộng thị trường và nâng cao giá trị sản phẩm CNVH.

Thúc đẩy vai trò của Nhà nước trong xây dựng và thực thi chính sách phát triển CNVH, đảm bảo sự tham gia của cộng đồng địa phương vào khai thác và phát huy NLVH.

Khuyến khích đầu tư, hợp tác giữa các tổ chức, doanh nghiệp, nghệ sĩ và cộng đồng trong phát triển CNVH, khai thác hiệu quả NLVH để tạo ra các sản phẩm văn hóa đặc sắc.

#### 5. Luận án mở ra các vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu

Phát huy NLVH trong các lĩnh vực CNVH chưa được nghiên cứu (thời trang, truyền thông số, điện ảnh...).

Vai trò của văn hóa đương đại và nguồn lực tài chính, thiết chế văn hóa... trong phát triển CNVH.

Tác động của xu hướng biến đổi sinh kế đến khai thác NLVH đang diễn ra hiện nay...

Thủ đô Hà Nội với tiềm năng văn hóa đa dạng cần tận dụng tối đa NLVH để phát triển CNVH bền vững, cân bằng giữa kinh tế và bảo tồn bản sắc. Kết quả nghiên cứu của luận án không chỉ góp phần hoàn thiện chính sách mà còn là tài liệu tham khảo cho các nhà quản lý, doanh nghiệp và nhà nghiên cứu. Để CNVH ở thủ đô Hà Nội phát triển mạnh mẽ hơn, cần sự chung tay của cả Nhà nước, cộng đồng và doanh nghiệp, trong đó con người phải được đặt làm trung tâm của mọi sáng tạo và phát triển.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ  
ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Phạm Thị Mỹ Hoa, *Không gian sáng tạo – Mũi nhọn tiềm năng trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội*, Văn hóa nghệ thuật, số 476 tháng 10.2021, trang 53-56
2. Phạm Thị Mỹ Hoa, *Cần một “bước nhảy” về nguồn lực thể chế để Thủ đô Hà Nội phát triển công nghiệp văn hóa*, Văn hóa nghệ thuật, số 566 tháng 4.2024, trang 37-41
3. Phạm Thị Mỹ Hoa, *Đào tạo bồi dưỡng đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý văn hóa – chìa khóa cho phát triển công nghiệp văn hóa của Thủ đô*, Văn hóa nghệ thuật, số 572 tháng 6.2024, trang 38-41
4. Phạm Thị Mỹ Hoa, *Thị trường văn hóa – tiềm năng và thách thức Về “đầu ra” trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Thủ đô Hà Nội*, Văn hóa nghệ thuật, số 584 tháng 10.2024, trang 52-55

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Alvin Toffler (1996), *Làn sóng thứ 3*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
2. Trần Thị An (2017), *Vốn văn hóa với tư cách là một nguồn lực nội sinh cho phát triển đất nước*, Thông tin Khoa học Xã hội, (1), tr.11-19.
3. Nguyễn Thị Mai Anh (2020), “Văn hoá, nguồn lực cho phát triển bền vững”, *Tạp chí Cộng sản*, tháng 11 (954) tr.36-45
4. Ban Quản lý di tích danh thắng (2023): *Báo cáo tổng kết công tác năm 2022 và nhiệm vụ công tác năm 2024*
5. Hoàng Chí Bảo (2015), “Công nghiệp văn hóa đối với phát triển bền vững đất nước”, *Tạp chí Lý luận chính trị*, số 9, tr.8-13.
6. Hoàng Chí Bảo, Đỗ Huy (2006), *Văn hóa động lực mục tiêu của sự phát triển xã hội*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội
7. Nguyễn Thế Dũng (2022), Báo cáo đề dẫn, Hội thảo “Giải pháp phát huy các nguồn lực văn hóa của thành phố Hà Nội trong xây dựng và phát triển thương hiệu Thành phố sáng tạo”, tr.4, Hà Nội.
8. Đặng Văn Bài (2003) (Chủ nhiệm đề tài cấp bộ), *Cơ chế chính sách bảo vệ và phát huy di sản văn hóa ở Việt Nam*, Bộ Văn hóa - Thông tin (nay là Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch) Việt Nam, Hà Nội.
9. Đặng Văn Bài (2014), “Nguồn lực văn hóa của Hà Nội và định hướng phát triển công nghiệp văn hóa”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, (581), tr10-45.
10. Nguyễn Duy Bắc (2022) (chủ nhiệm đề tài cấp bộ), *Phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước*, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
11. Nguyễn Chí Bền (chủ biên) (2010), *Văn hóa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
12. Bộ Thương mại (2007), *Kỷ yếu Hội thảo quốc tế Thách thức của sản phẩm và dịch vụ văn hoá trong đàm phán thương mại quốc tế đối với các nước châu Á*, Hà Nội.



13. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Đại sứ quán Đan Mạch (2010), Kỷ yếu Hội thảo “Công nghiệp văn hóa: Vai trò đối với nền kinh tế và khung chính sách phù hợp phát triển công nghiệp văn hóa tại Việt Nam”, Hà Nội.
14. Bộ Văn hóa, Thông tin và Thể thao (1992), *Thập kỷ thế giới phát triển văn hóa*, Hà Nội.
15. C.Mác và Ph.Ăngghen: *Những bức thư về duy vật lịch sử*, Nxb Sự thật, H.1976.
16. Nguyễn Thị Phương Châm (2018), *Lễ hội dân gian và sự phát triển du lịch*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội: Chủ đề: Địa lí văn hóa, tr. 11-14.
17. Bùi Thị Kim Chi (2021), "Phát triển công nghiệp văn hóa gắn với phát huy giá trị văn hóa dân tộc Việt Nam", *Tạp chí Lịch sử Đảng*, số 11/2021, tr.21-30.
18. Trần Quốc Chiêm (2022), *Phát huy vai trò, trách nhiệm của văn nghệ sĩ Thủ đô trong xây dựng và phát triển thành phố sáng tạo*. Bài đăng trong Kỷ yếu hội thảo khoa học "Nguồn văn hóa trong chiến lược phát triển "Thành phố sáng tạo" 2022, tr.406 – 411
19. Ngô Hồng Chương (biên dịch) (2003), *Phân tích và dự báo ngành công nghiệp thông tin trong tương lai*, Nxb Bưu điện, Hà Nội.
20. Phan Thế Công (2015), “Phát triển các ngành công nghiệp sáng tạo ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế”, *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, số 1 (86), tr.17-28.
21. Cục thống kê Thành phố Hà Nội, *Niên giám thống kê thành phố Hà Nội năm 2022*, Nxb. Thống kê, 2022.
22. Trần Hữu Dũng (2002), “Vốn văn hóa”, *Tạp chí Tia sáng*, số tháng 12, tr.23-26.
23. Đảng Cộng sản Việt Nam (1998), *Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
24. Đảng Cộng sản Việt Nam (2014), *Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khóa XI*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

25. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Tập 1, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
26. Đại học Văn Lang (2019), *Hội thảo quốc tế du lịch cộng đồng và phát triển bền vững trong bối cảnh toàn cầu hoá*, Nxb Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
27. Nguyễn Khoa Điềm (chủ biên) (2001), *Xây dựng và phát triển nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
28. Phạm Duy Đức (2023), *Nhận diện các nguồn lực văn hoá của Thủ đô Hà Nội và giải pháp phát huy các nguồn lực văn hoá nhằm phát triển Thủ đô Hà Nội “văn hiến – văn minh – hiện đại”*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học Phát huy các giá trị và nguồn lực văn hoá xây dựng Thủ đô “Văn hiến – văn minh – hiện đại”, H.2023, tr.159.
29. Phạm Duy Đức (chủ biên) (2006), *Những thách thức của văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
30. Phạm Duy Đức - Vũ Phương Hậu (đồng chủ biên) (2012), *Nghiên cứu xây dựng và phát triển ngành CNVH của Thủ đô Hà Nội trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá*, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
31. Phạm Duy Đức, Vũ Thị Phương Hậu (chủ biên) (2020), *Văn hóa trong chính trị và văn hóa trong kinh tế ở Việt Nam – Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
32. Lê Quý Đức (2012), “Nguồn lực văn hoá và vai trò của nguồn lực văn hoá đối với sự phát triển kinh tế - xã hội”, *Tạp chí Văn hoá dân gian*, số 4 (142), tr 10-19.
33. Lê Quý Đức (2020), “Phát huy nguồn lực văn hoá, con người, tạo bước đột phá đưa đất nước phát triển nhanh, bền vững”, *Tạp chí Cộng sản*, tháng 3/2020 (937), tr.41-51.
34. Nghiêm Thị Châu Giang (chủ biên) (2019), *Vai trò của văn hóa trong phát triển kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay* do tác giả Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

35. Phan Hồng Giang, Bùi Hoài Sơn (đồng chủ biên) (2014), *Quản lý văn hóa Việt Nam trong tiến trình đổi mới và hội nhập quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội
36. Nguyễn Sơn Hà (2016), “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện nay”, *Tạp chí Văn hoá nghệ thuật*, (382), tr. 51-53.
37. Phạm Minh Hạc (2007), *Phát triển văn hóa, con người và nguồn nhân lực trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá*, Ban Tư tưởng - Văn hóa Trung ương, Hà Nội.
38. Phạm Minh Hạc, Nguyễn Khoa Điềm (đồng chủ biên), *Về phát triển văn hóa và xây dựng con người thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá*, Nxb. Chính trị quốc gia, H.2003.
39. Trần Văn Hải (chủ nhiệm đề tài) (2007), *Xây dựng ngành công nghiệp xuất bản tiên tiến ở Việt Nam trong điều kiện toàn cầu hóa kinh tế hiện nay*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Đề tài khoa học cấp cơ sở.
40. Đặng Thị Hồng Hạnh (2018), *Nguồn lực văn hoá với sự phát triển kinh tế Thủ đô Hà Nội (qua nghiên cứu làng Bát Tràng, Gia Lâm và Mông Phụ, Sơn Tây)*, Nxb Lý luận Chính trị, Hà Nội.
41. Vũ Phương Hậu (2013), "Một số vấn đề về công nghiệp văn hóa", *Tạp chí VHNT* số 347, tháng 5-2013. Tr17-26.
42. Vũ Thị Phương Hậu (2015), "Chính sách kinh tế trong văn hóa thời kỳ đổi mới", *Tạp chí Lý luận chính trị*, Số tháng 1, tr.15-23
43. Vũ Thị Phương Hậu (2016), “Chính sách kinh tế trong văn hóa và những vấn đề đặt ra hiện nay”, *Tạp chí Sinh hoạt lý luận*, Số tháng 3/2016, tr 24-32.
44. Vũ Thị Phương Hậu (2019), “Di sản văn hóa trong phát triển du lịch ở Thủ đô Hà Nội”, *Tạp chí Khoa học*, Số tháng 6, tr.35-44.
45. Lê Thị Hiền, Phạm Bích Huyền, Lương Hồng Quang, Nguyễn Lâm Tuấn Anh (Biên soạn): *Chính sách văn hóa*, Giáo trình dành cho sinh viên Đại học và Cao đẳng các trường văn hóa - nghệ thuật (tái bản có sửa chữa, bổ sung), Nxb. Lao động, Hà Nội.

46. Hội đồng nhân dân Thành phố Hà Nội (2013), Nghị quyết số 16/2013/NQ-HĐND ngày 17/1/2013 về chính sách khuyến khích đầu tư, huy động đóng góp tự nguyện của tổ chức, cá nhân vào việc xây dựng công trình văn hóa, công viên, vườn hoa, khu vui chơi giải trí và bảo tồn, tôn tạo, phát huy giá trị di sản văn hóa trên địa bàn Thủ đô, Hà Nội.
47. Đoàn Minh Huân, Nguyễn Ngọc Hà (2014), “Công nghiệp Văn hóa”, *Tạp chí Lý luận Chính trị*, (12), tr.61-65.
48. Nguyễn Thị Hương (2008), “Phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam”, *Tạp chí Lý luận Chính trị*, (10), tr.59-64.
49. Nguyễn Thị Hương (2009), “Chính sách kinh tế trong văn hóa và phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam”, *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông*, số tháng 5 (11), tr.55-61.
50. Nguyễn Thị Hương (chủ biên) (2011), *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn xây dựng, phát triển văn hóa Việt Nam*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
51. Nguyễn Văn Hy, Phan Văn Tú, Hoàng Sơn Cường, Lê Thị Hiền, Trần Thị Diên (1998), *Quản lý hoạt động văn hóa*, Nxb. Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
52. Đặng Cảnh Khanh (1999), *Các nhân tố phi kinh tế xã hội học về sự phát triển*, Nxb khoa học xã hội, Hà Nội.
53. Đinh Gia Khánh (2008), *Địa chỉ văn hóa dân gian Thăng Long-Đông Đô-Hà Nội*, Nxb. Hà Nội, Hà Nội.
54. Phùng Lâm (1999), *Đại dự đoán Trung Quốc thế kỷ XXI*, Nxb Văn hóa Thông tin, người dịch Nguyễn Văn Mậu, Hà Nội.
55. Đặng Mộng Lân, Nguyễn Như Thịnh (2000), *Thế kỷ 21 thách thức và triển vọng*, Nxb Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
56. Phan Huy Lê (2014), “Di sản văn hóa trong sự phát triển đặc trưng bền vững của Thủ đô Hà Nội”, *Tạp chí Lịch sử Đảng*, (10), tr.3-10.
57. Phan Huy Lê (chủ biên) (2020), *Các giá trị truyền thống và con người Việt Nam hiện nay*, Nxb Đại học Quốc gia, Tp. Hồ Chí Minh.

58. Từ Thị Loan (2017), “Phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam: Thực trạng và những vấn đề đặt ra”, *Tạp chí Văn hóa học*, số 1(29), tr.8-21.
59. Từ Thị Loan (chủ biên) (2017), *Phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
60. Nguyễn Văn Lưu (2016), “Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao”, *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, (3), tr. 41-42
61. Trường Lưu (2006), *Văn minh tinh thần từ chất lượng văn hóa*, Nxb Văn hóa - Thông tin, Viện Văn hóa, Hà Nội.
62. Max Weber (2017), *Nền đạo đức tin lành và tinh thần của chủ nghĩa tư bản* (xuất bản lần đầu năm 1904 - 1905), Bùi Văn Nam Sơn dịch, Nxb Tri thức, Hà Nội.
63. Hà Thúy Mai (2016), “Nguồn lực văn hóa và tiềm năng du lịch ở khu di tích lịch sử Tân Trào”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, (384), tr.54-56
64. Michiô Môrishima (1973), *Vì sao Nhật Bản thành công*, Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội
65. Phạm Xuân Nam (Chủ biên) (1996), *Văn hoá và Kinh doanh*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
66. Phạm Xuân Nam (Chủ biên) (2001), *Triết lý về mối quan hệ giữa cái kinh tế và cái xã hội trong phát triển*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
67. Đặng Phương Nga (2017), *Vai trò của văn hóa đối với sự phát triển nguồn nhân lực và kinh tế Việt Nam*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội: Chủ đề: Địa lí văn hóa 2017, tr. 48-52
68. Nguyễn Danh Ngà (1997), *Đổi mới cơ chế quản lý doanh nghiệp công ích ngành văn hoá thông tin trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam*, Nxb Văn hoá thông tin, Hà Nội.
69. Vũ Hoàng Ngân, Phạm Thị Bích Ngọc (Đồng Chủ biên) (2019), *Giáo trình phát triển nguồn nhân lực*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
70. Nguyễn Cẩm Ngọc và cộng sự (2019), *Kỹ yếu hội thảo quốc tế đổi mới và sáng tạo trong đào tạo nguồn nhân lực toàn cầu*, Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.

71. Nguyễn Tri Nguyên (2004), *Văn hoá tiếp cận lý luận và thực tiễn*, Nxb Văn hoá Thông tin, Hà Nội.
72. Mai Hải Oanh (2006), “Xây dựng ngành CNVH ở nước ta”, *Tạp chí Văn hoá nghệ thuật*, (6), tr.28-31.
73. Phạm Lan Oanh, Nguyễn Thành Tuấn (2014), *Phát huy vốn văn hóa dân gian trong phát triển du lịch Cao Bằng*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội
74. Phùng Hữu Phú (2010), “Phát triển bền vững Thủ đô Hà Nội trên nền tảng 1000 năm văn hiến, anh hùng”, *Tạp chí Lý luận chính trị*, (10), tr.3-9.
75. Nguyễn Vinh Phúc (2009), *1000 Thăng Long - Hà Nội*, Nxb Trẻ, Hà Nội.
76. Nguyễn Thị Thu Phương (chủ biên) (2016), *Sức mạnh mềm văn hóa Trung Quốc và tác động tới Việt Nam và một số nước Đông Á*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
77. Nguyễn Thị Thu Phương (2016), “Tác động của cải cách thể chế đối với phát triển công nghiệp văn hóa Trung Quốc và một số vấn đề đặt ra cho Việt Nam”, *Tạp chí Văn hóa học*, số 2 (24), tr.36-46
78. Nguyễn Thị Thu Phương (2017), *Cải cách thể chế văn hóa Trung Quốc từ năm 1978 đến nay*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
79. Nguyễn Thị Thu Phương (chủ biên) (2022), *Định vị các ngành CNVH trong phát triển bền vững ở Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
80. Lương Hồng Quang (2018), *Các ngành công nghiệp sáng tạo ở Việt Nam, môi trường thể chế, thị trường và sự tham gia*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
81. Quốc hội (2017), Luật Du lịch, số: 09/2017/QH14
82. Ravin Jesuthasan, John W. Boudreau (2014), *Nguồn nhân lực trong thời đại 4.0*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân; Vũ Thị Hồng Ngân dịch, Công ty Văn hoá và Truyền thông 1980 Books, Hà Nội.
83. Tô Huy Rứa (2006), “Xây dựng và phát triển ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta”, *Tạp chí Cộng sản*, (1), tr.48-53

84. Tô Huy Rúa (2006), “Phát huy vai trò động lực của văn hóa đối với sự phát triển kinh tế-xã hội”, *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, số 5(18), tr.3-10
85. Hà Văn Siêu (2018), “Di sản văn hóa với phát triển du lịch”, *Tạp chí Cộng sản*, số 8 (910), tr. 68-71
86. Sở du lịch Hà Nội: Báo cáo tổng kết năm 2023, phương hướng, nhiệm vụ năm 2024.
87. Sở văn hoá và thể thao Hà Nội: *Kết quả đề án về “Tổng kiểm kê, đánh giá, phân loại di tích lịch sử văn hóa”*.
88. Sở Văn hoá và thể thao Hà Nội (2023), Đề án "Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý văn hóa của thành phố Hà Nội đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.
89. Sở Văn hoá và thể thao Hà Nội (2023), *Báo cáo tình hình hoạt động của 06 đơn vị nghệ thuật trực thuộc Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội*, tr.13
90. Lê Hữu Tầng (chủ biên) *Động lực của sự phát triển kinh tế - xã hội*. Nxb. Khoa học xã hội. H.1997
91. Thành phố Hà Nội (2023), *Kỷ yếu hội thảo khoa học Phát huy các giá trị văn hóa và nguồn lực văn hóa xây dựng Thủ đô “Văn hiến - Văn minh - Hiện đại”*, Hà Nội.
92. Thành ủy Hà Nội (2022), Nghị quyết 09-NQ/TU *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*, ngày 22/02/2022
93. Phạm Hồng Thái (2015), *Sự phát triển của CNVH ở Nhật Bản và Hàn Quốc*, Nxb. Khoa học xã hội.
94. Bùi Quang Thắng c.b (2008), *30 thuật ngữ nghiên cứu văn hoá*. Nxb Khoa học xã hội. H.2008.
95. Trần Chiến Thắng (chủ nhiệm đề tài) (2007), *Hoạt động văn hoá và sản phẩm văn hoá trong cơ chế thị trường định hướng XHCN ở nước ta hiện nay*, Bộ Khoa học công nghệ, Hà Nội.

96. Nguyễn Toàn Thắng (2016), “Nguồn lực văn hoá trong phát triển kinh tế xã hội”, *Tạp chí Văn hoá nghệ thuật*, (384), tr.3-7.
97. Lê Quang Thiêm (chủ biên) (1998), *Văn hoá với sự phát triển của xã hội Việt Nam theo con đường xã hội chủ nghĩa*, Nxb chính trị quốc gia, Hà nội.
98. Trần Nho Thìn (2015), “Công nghiệp sáng tạo và văn hóa”, *Tạp chí Văn hóa dân gian*, số 2 (158), tr.31-39.
99. Thủ tướng Chính phủ (2016), Quyết định 1755/QĐ-TTg phê duyệt “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030”. Tr.3
100. Nguyễn Thị Thục (Chủ biên), *Du lịch cộng đồng ở huyện Bá Thước, tỉnh Thanh Hoá* (Nghiên cứu trường hợp bản Đốc, xã Cổ Lũng và bản Tôm, xã Ban Công), Nxb. Khoa học xã hội, H. 2020, tr.8
101. Nguyễn Tiến Thư (2020), *Chính sách văn hoá ở Việt Nam trong thời kỳ đổi mới và hội nhập quốc tế*. Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh. Đề tài khoa học cấp cơ sở năm 2020. Tr.18
102. Đỗ Thị Thanh Thủy (2014), “Đề phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam”, *Tạp chí Văn hóa học*, số 6 (16), tr 13-22
103. Đỗ Thị Thanh Thủy (2015), “Một số biện pháp để phát triển các ngành Công nghiệp văn hóa bài học từ các nước trên thế giới”, *Tạp chí Văn hóa học*, số 4(20), tr.24-34
104. Đỗ Thị Thanh Thủy (2015), “Một số biện pháp để phát triển các ngành Công nghiệp văn hóa bài học từ các nước trên thế giới”, *Tạp chí Văn hóa học*, số 5(21), tr.38-47.
105. Bùi Thanh Thủy (2014), "Nguồn lực văn hóa và phát huy nguồn lực văn hóa trong quan hệ với phát triển kinh tế-xã hội", *Tạp chí Triết học*, Số 8(279), tr. 80 - 86.
106. Lại Văn Toàn và các cộng sự (tuyển chọn và dịch) *Những vấn đề đạo đức trong điều kiện kinh tế thị trường từ góc nhìn của các nhà khoa học Trung Quốc (1996)*, Nxb Thông tin Khoa học xã hội, H.1996



107. Trường Đại học Văn hiến (2019), *Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, Nxb. Đại học Quốc gia, Tp. Hồ Chí Minh.
108. Nguyễn Thanh Tuấn (2005), *Văn hóa ở các nước tư bản phát triển - đặc điểm và dự báo*, Nxb Văn hóa Thông tin, Viện Văn hóa, Hà Nội.
109. Nguyễn Thanh Tuấn (2007), *Sự biến đổi văn hoá đô thị ở nước ta hiện nay*, Nxb Văn hóa Thông tin, Viện Văn hóa, Hà Nội.
110. Đặng Thị Tuyết (2015), "Văn hoá bản địa-Nguồn lực vàng phát triển du lịch Tây Bắc", *Tạp chí Văn hoá Nghệ thuật*, số 368, tr.43-48
111. Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2017), *Kế hoạch thực hiện chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa Thủ đô Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, số 112/KH-UBND, ngày 29/5/2017
112. Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2023), *Phát huy các giá trị và nguồn lực văn hóa xây dựng Thủ đô "Văn hiến - Văn minh - Hiện đại"*. Hội thảo khoa học cấp Nhà nước
113. Ủy ban Quốc gia về hập kỷ Văn hóa vì phát triển (1992), *Thập kỷ quốc tế văn hoá vì phát triển*, Bộ Văn hoá Thông tin
114. Văn phòng Quốc hội (2013), *Luật Di sản văn hoá*, và Quốc hội (2024), *Luật Di sản văn hoá*.
115. Khúc Thị Thanh Vân (2013), *Tác động của vốn xã hội đến nông dân trong quá trình phát triển bền vững nông thôn vùng đồng bằng Bắc Bộ (2010-2020)*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội, tr.518-528
116. Viện ngôn ngữ học (2003), *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, Đà Nẵng.
117. Viện Nghiên cứu phát triển KT-XH Hà Nội (2021), *Nghiên cứu phát triển công nghiệp văn hóa của Hà Nội trong giai đoạn 2021-2030*. Báo cáo nghiên cứu chuyên ngành cấp thành phố.
118. Hoàng Vinh (2004), *Văn hoá và Phát triển ở Việt Nam - một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội
119. Hoàng Vinh (2006) *Những vấn đề văn hoá trong đời sống xã hội Việt Nam hiện nay*, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.

### Tài liệu trên Website

120. Ban Chấp hành TƯ (2014), 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 của đất nước. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Nghi-quyet-33-NQ-TW-2014-xay-dung-phat-trien-van-hoa-con-nguoi-Viet-Nam-237544.aspx>
121. Nguyễn Việt Chức, *Văn hóa Thăng Long - Hà Nội tài nguyên quý giá để phát triển du lịch*, tại trang <http://vjol.info.vn>khxhvn>article>download>, truy cập ngày 02/11/2023.
122. Đinh Xuân Dũng (2019), “Khai thông nguồn lực văn hoá, tạo bước đột phá đưa đất nước phát triển nhanh, bền vững”; *Tạp chí Cộng sản*, ngày 15/12/2019. [https://www.tapchicongsan.org.vn/media-story/-/asset\\_publisher/V8hhp4dK31Gf/content/khai-thong-nguon-luc-van-hoa-tao-buoc-dot-pha-dua-dat-nuoc-phat-trien-nhanh-ben-vung](https://www.tapchicongsan.org.vn/media-story/-/asset_publisher/V8hhp4dK31Gf/content/khai-thong-nguon-luc-van-hoa-tao-buoc-dot-pha-dua-dat-nuoc-phat-trien-nhanh-ben-vung). Truy cập ngày 12/10/2023
123. Ngọc Đan (2023): *Hà Nội bảo tồn và phát triển làng nghề, tăng thu nhập cho nông hộ*. <https://vccinews.vn/news/46342/ha-noi-bao-ton-va-phat-trien-lang-nghe-tang-thu-nhap-cho-nong-ho.html>. Truy cập ngày 01/1/2024
124. Vũ Văn Hà, Vũ Thị Phương Dung (2022), *Cơ chế phân bổ nguồn lực trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và những vấn đề đặt ra trong thực hiện thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh COVID-19*, <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/hoi-thao-quang-ninh/-/2018/826745/co-che-phan-bo-nguon-luc-trong-nen-kinh-te-thi-truong-dinh-huong-xa-hoi-chu-nghia-va-nhung-van-de-dat-ra-trong-thuc-hien-thich-ung-an-toan%2C-linh-hoat%2C-kiem-soat-hieu-qua-dich-benh-covid-19.aspx>. Truy cập ngày 25/1/2024
125. Bảo Hân, Vân An, *Hà Nội phát triển công nghiệp văn hóa từ tiềm năng thành ... “tiềm năng”*, tại trang <https://hanoimoi.vn/ha-noi-phat-trien->

- [cong-nghiep-van-hoa-tu-tiem-nang-thanh-tien-nang-634221.html](http://cong-nghiep-van-hoa-tu-tiem-nang-thanh-tien-nang-634221.html), truy cập ngày 28/2/2024
126. Đ. Hưng (2023), Hà Nội xác định đội ngũ trí thức là lực lượng đưa Thủ đô hội nhập quốc tế, VOV điện tử, ngày 03/3/2023 và Trường Phong (2023), Có bao nhiêu tiến sĩ trong bộ máy thành phố Hà Nội, *Tiền phong điện tử* ngày 04/3/2023. Truy cập ngày 02/2/2024
127. Trần Đình Hượu (2011), “Vấn đề tìm đặc sắc văn hóa dân tộc”, <http://www.vanhoanghean.com.vn/component/k2/30-nhung-goc-nhin-vanho/2343-van-de-tim-dac-sac-van-hoa-dan-toc>, truy cập 11/2/2024
128. Không rõ tên (2023), *Chính sách phát triển công nghiệp văn hóa của Trung Quốc*, <https://daibieunhandan.vn/ngghi-vien-the-gioi-viet-nam-va-the-gioi/chinh-sach-phat-trien-cong-nghiep-van-hoa-cua-trung-quoc-i314846>. Truy cập ngày 15/10/2023.
129. Mily, Duy Linh, Nguyễn Khánh, *Tim Cook gây sốt mạng xã hội Việt khi đăng ảnh gặp Mỹ Linh*, *Duy Thắm*, <https://tuoitre.vn/tim-cook-gay-sot-mang-xa-hoi-viet-khi-dang-anh-gap-my-linh-duy-tham>, ngày đăng và truy cập 15/4/2024
130. Tuấn Minh (2022), Hà Nội chiếm gần 8,4% dân số cả nước, *Nhân dân điện tử* ngày 13/12/2022. <https://nhandan.vn/ha-noi-chiem-gan-84-dan-so-ca-nuoc-post729588.html>. Truy cập ngày 29/11/2023
131. Quốc hội (2013), Hiến pháp. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Bo-may-hanh-chinh/Hien-phap-nam-2013-215627.aspx>. Truy cập ngày 22/12/2023
132. Minh Sơn (2022): *Thành phố Hà Nội phát triển làng nghề truyền thống trong bối cảnh mới*, tại trang <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/thuc-tien-kinh-nghiem1/-/2018/826459/thanh-pho-ha-noi-phat-trien-lang-nghe-truyen-thong-trong-boi-canh-moi.aspx>, truy cập 21/10/2023
133. UNESCO, Khung thống kê văn hóa UNESCO (2009), <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-vi.pdf>

### Tài liệu tiếng nước ngoài

134. Bakhshi.H, Downing.J, Osborne.M, Schneider.P (2017), *The future of skills: Employment in 2030*, (Trương lai của các kỹ năng: Việc làm năm 2030), NESTA, London.
135. Bakhshi.H, Stuart Cunningham (2016), *Cultural policy in the time of the creative industries* (Chính sách văn hóa trong thời đại các ngành công nghiệp sáng tạo), NESTA, London.
136. Bruno S. Frey (2003), *Art and Economics: Analysis and Cultural Policy* (Nghệ thuật và kinh tế: chính sách văn hóa và sự phân tích), Second Edition, Springer - Verlag Berlin Heidelberg, Germany.
137. Claude L, Bridger J. and Luloff A.E. (2000) Community well-being and local activeness (*Phúc lợi cộng đồng và sự năng động của địa phương*). Pp. 39-45 in P. Schaeffer and J. Loveridge eds, *Small town and rural economic development: a case studies approach* (Westport, CT: Praeger).
138. Clives S. Gray (1992), *Compare Public Policies: Case of Cultural Policy in Western Europe* (So sánh chính sách văn hóa: Trường hợp chính sách văn hóa ở Tây Âu), Leicester Business School Occasional Paper, 1/4/1992
139. Dani Rodrik (2015), *Economics Rules*, W.W. Norton & Company
140. David Looseley (1995), *The Politics of Fun: Cultural Policy and Debate in Contemporary France*, (Chính trị Giải trí: Chính sách văn hóa và tranh luận tại nước Pháp đương đại), Oxford and New York: Berg
141. David Throsby (1999), “*Cultural Capital*”, *Journal of Cultural Economics*, No. 23, pp. 3-12.
142. David Throsby (2001), *Economic and Culture* (Kinh tế và văn hóa), Cambridge University Press
143. David Throsby (2010), *The economics of Cultural Policy* (Nhân tố kinh tế trong chính sách văn hóa), Cambridge University Press,
144. David Throsby và Victor A. Ginsburgh (2010), *The Economics of Art and Culture - An American Perspective*, Cambridge University Press.

145. Geert Hofstede (2001) *"Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations"*, Sage Publications, Inc.
146. Kebir L., Crevoisier O. (2008) Cultural Resources and Regional Development: The Case of the Cultural Legacy of Watchmaking (*Nguồn lực văn hóa và phát triển địa phương: Nghiên cứu trường hợp di sản văn hóa nghề chế tác đồng hồ*), *European Planning Studies* 16, issue 9, 1189-1205.
147. Nicolas Garnham (2005), "From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the 'creative industries' approach to arts and media policy making in the United Kingdom" (Từ các ngành công nghiệp văn hóa đến sáng tạo: phân tích về hàm ý đối với các tiếp cận "các ngành công nghiệp sáng tạo" với chính sách nghệ thuật và truyền thông tại Vương quốc Anh), *International Journal of Cultural Policy*. Vol 11(1): pp.15-29.
148. Nocca F.(2017) The Role of Cultural Heritage in Sustainable Development: Multidimensional Indicators as Decision-Making Tool (*Vai trò của di sản văn hóa trong phát triển bền vững: Các chỉ báo đa chiều đóng vai trò công cụ hỗ trợ ra quyết định*) *Sustainability* 2017, 9, 1882. doi:10.3390/su9101882
149. Noonan D.S. (2003), Contingent Valuation and Cultural Resources: A Meta-Analytic Review of the Literature (*Định giá ngẫu nhiên và nguồn lực văn hóa: Thống kê phân tích tổng hợp*), *Journal of Cultural Economics* 27, 159–176 (2003).
150. O'Connor Justin (2017), *Creative Island, Sector analysis 2017*, Monash University.
151. Paul du Gay, Michael Pryke (2002), *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*. Sage Publications Ltd, English.
152. Petti L., Trillo C. and Makore B.N. (2020), Cultural Heritage and Sustainable Development Targets: A Possible Harmonisation? Insights

- from the European Perspective ((*Di sản văn hóa và các mục tiêu phát triển bền vững, có thể hài hòa? Góc nhìn Châu Âu*) Sustainability 2020, 12, 926. doi:10.3390/su12030926.
153. Pierre Bourdieu (1986), "*The forms of capital*", Greenwood Press, New York.
154. Pierre Bourdieu P. & Darbel A.(1969) *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public (2nd ed.)*, Editions de Minuit, Paris.
155. Putman R.D et al (1995), "*Bowling Alone: America's Declining Social Capital*", Journal of Democracy, 61-65, New York.
156. Putnam, Robert D. (1993), "*The Prosperous Community*", The American Prospect, No. 4, pp. 35.
157. Raymond Williams (1961), *The Long Revolution*, Broadview Press Ltd.
158. René Girard (1972), *Violence and Religion (Bạo lực và tôn giáo)*, Báo cáo gửi UNESCO
159. Richard E. Caves (2000), "*Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce.*", Harvard University Press.
160. Richard R. Wilk, Lisa C. Cliggett (2009), *Economies and Cultures: Foundations of Economic Anthropology*, Westview Press.
161. Sacco P., Ferilli G., Blessi G.T. (2014) *Understanding culture-led local development: A critique of alternative theoretical explanations*. UrbanStudies
162. Scott, James (1977), *The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*, Ithaca, Yale University Press.
163. Theodor W. Adorno, Max Horkheimer (1944), *Dialectic of Enlightenment*, Social Studies Association.
164. Theodor G. (2000), *Levels of analysis and conceptual clarification in community attachment and satisfaction research: connections to community development*, Journal of the Community Development Society 31 (I) pp. 35-58
165. Thomas Heinz (1997), *Culture Management*, Opladen.

166. Throsby David, Victor A. Ginsburgh (2010), *The Economics of Art and Culture - An American Perspective*, Cambridge University Press.
167. Toby Miller, George (2002), *Cultural Policy (Chính sách văn hóa)*, SAGE Publication Ltd.
168. UNESCO (1976), *Records of the General Conference nineteenth session, Nairobi, Vol. 1 - Resolutions, Paris: UNESCO*, (Biên bản kỳ họp 19 Đại hội đồng UNESCO tại Nairobi), tr.36.
169. UNESCO: *Cultural Industries - A challenge for the Future of Culture*, Paris, 1982, tr.24-25
170. UNESCO (2000), *Culture, trade and globalization: Questions and answers, (Hỏi đáp về Văn hóa, thương mại và toàn cầu hóa)* , en.unesco.org.
171. Veghes C. (2018), *Cultural Heritage, Sustainable Development and Inclusive Growth: Global Lessons for the Local Communities Under a Marketing Approach*, European Journal of Sustainable Development.
172. Wilkinson K. (1991), *The community in rural America*, Greenwood Press, New York.
173. James Heilbrun, Charle M. Gray (1993) "*The Economics of Art and Culture - An American Perspective*", Cambridge University Press.

#### **Tài liệu trên Website**

174. Brennan M., Flint C.G., Luloff A. (2009), Bringing Together Local Culture and Rural Development: Findings from Ireland, Pennsylvania and Alaska (*Gắn kết văn hóa địa phương và phát triển nông thôn: Kết quả nghiên cứu ở Ai len, Pennsylvania và Alaska*). *Sociologia Ruralis*, 49: 97-112. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00471.x>
175. DFID (1999), "*Sustainable Livelihood Guidance Sheets, London: Department for International Development*", <https://www.enonline.net/attachments/871/dfid-sustainable-livelihoodguidance-sheet-section1.pdf>, truy cập 24/11/2023.

176. Keitumetse S.O. (2014), “Cultural Resources as Sustainability Enablers: Towards a Community-Based Cultural Heritage Resources Management (COBACHREM) Model” (Nguồn lực văn hóa với vai trò thúc đẩy tính bền vững: Hướng tới mô hình quản lý nguồn lực di sản văn hóa gắn với cộng đồng), *Sustainability* 6, No. 1: 70-85. <https://doi.org/10.3390/su6010070>, truy cập 27/11/2023.
177. UNDP (2019), *Guidance Note Application of the Sustainable Livelihood Framework in Development Projects*, <https://www.undp.org/publications>, truy cập 29/1/2024.
178. UNESCO (2005), *Text of the 2005 Convention*, <https://www.unesco.org/creativity/en/2005-convention>, truy cập 21/1/2014



**PHỤ LỤC**

	<b>Trang</b>
Phụ lục 1: Mẫu bảng hỏi và kết quả	2
Phụ lục 2: Danh sách cá nhân tham gia phỏng vấn sâu	17
Phụ lục 3: Số lượng cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hoá của thành phố Hà Nội	18
Phụ lục 4: Đội ngũ nghệ nhân của Thủ đô Hà Nội	19
Phụ lục 5: Danh sách làng nghề truyền thống ở Hà Nội	21
Phụ lục 6: Số lượng buổi biểu diễn và doanh thu từ biểu diễn nghệ thuật (giai đoạn 2017 - 2022)	42
Phụ lục 7: Văn bản của thành phố Hà Nội về phát triển CNVH	43
Phụ lục 8. Số lượng và thu nhập của cán bộ ngành văn hoá	46
Phụ lục 9. Thống kê đón, tiếp khách tham quan, du lịch tại một số di tích	47
Phụ lục 10: Một số hình ảnh	49

## **Phụ lục 1: Mẫu bảng hỏi và kết quả**

### **PHIẾU THAM KHẢO Ý KIẾN**

Để phục vụ đề tài nghiên cứu *Nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa*, chúng tôi tiến hành tham khảo ý kiến của Ông/Bà về chủ đề thực trạng phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội.

Công nghiệp văn hóa là ngành ứng dụng những tiến bộ khoa học - công nghệ và kỹ năng kinh doanh, sử dụng năng lực sáng tạo, nguồn vốn văn hóa để tạo ra các sản phẩm, dịch vụ văn hóa, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, hưởng thụ văn hóa của người dân. Ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam bao 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.

Chúng tôi đã chuẩn bị sẵn một số câu hỏi và phương án trả lời, nếu Ông/Bà **đồng ý** với phương án trả lời nào thì **khoanh tròn vào số tương ứng** của phương án đó hoặc **ghi trực tiếp** vào ô hay dòng kẻ chấm (.....). Ý kiến của Ông/Bà rất quan trọng đối với kết quả nghiên cứu của đề tài.

Để đảm bảo tính khách quan, Ông/Bà vui lòng không ghi tên, địa chỉ, số điện thoại của mình vào phiếu.

*Xin chân thành cảm ơn những ý kiến quý báu của Ông/Bà!*

**Câu hỏi 1. Theo ông/bà, những chủ thể nào dưới đây tham gia vào phát triển công nghiệp văn hóa của Hà Nội? (Có thể chọn nhiều phương án)**

1. Các cấp ủy Đảng của Thành phố
2. Chính quyền các cấp của Thành phố
3. Cán bộ văn hóa các cấp của Thành phố
4. Đội ngũ doanh nhân
5. Trí thức
6. Văn nghệ sĩ
7. Nghệ nhân
8. Các tầng lớp nhân dân Thủ đô

**Câu hỏi 2. Theo ông/bà, nguồn lực con người trong công nghiệp văn hóa của Thủ đô có đặc điểm gì? (Có thể chọn nhiều phương án)**

1. Tuổi trẻ
2. Đa dạng về lứa tuổi
3. Đến từ các địa phương trong cả nước

4. Là người Hà Nội
5. Giàu ý tưởng sáng tạo
6. Yêu thích văn hóa, nghệ thuật
7. Có đầu óc kinh doanh
8. Trình độ học vấn cao
9. Có khả năng kết nối
10. Đam mê với lĩnh vực công nghiệp văn hóa

**Câu hỏi 3. Ông/Bà cho biết mức độ cần thiết của các yêu cầu đối với nguồn lực con người trong công nghiệp văn hóa của Thủ đô? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Các yêu cầu	Rất cần thiết	Cần thiết	Không thật cần thiết	Không cần
a. Trẻ tuổi	1	2	3	4
b. Giàu ý tưởng sáng tạo	1	2	3	4
c. Thành thạo công nghệ	1	2	3	4
d. Thành thạo ngoại ngữ	1	2	3	4
e. Có hiểu biết về văn hóa truyền thống	1	2	3	4
f. Có hiểu biết (hoặc có năng khiếu) nghệ thuật	1	2	3	4
g. Có trình độ học vấn cao	1	2	3	4
h. Có năng lực kinh doanh	1	2	3	4

**Câu hỏi 4. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ lãnh đạo, quản lý Hà Nội trong phát triển công nghiệp văn hóa? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt	Khá	Trung bình	Yếu, kém
a. Ban hành chủ trương, chính sách xây dựng, phát triển CNVH	1	2	3	4
b. Tổ chức các nguồn lực xây dựng, phát triển CNVH	1	2	3	4
c. Kiểm tra, giám sát việc xây dựng, phát triển CNVH	1	2	3	4

**Câu hỏi 5. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ văn nghệ sĩ trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt	Khá	Trung bình	Yếu, kém
a. Sáng tạo ra các sản phẩm, dịch vụ văn hóa	1	2	3	4
b. Giữ gìn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống	1	2	3	4
c. Thu hút công chúng đến với CNVH	1	2	3	4

**Câu hỏi 6. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ trí thức trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt	Khá	Trung bình	Yếu, kém
a. Góp phần nâng cao nhận thức của xã hội về CNVH	1	2	3	4
b. Nghiên cứu, đề xuất nhiệm vụ, giải pháp để phát triển CNVH	1	2	3	4
c. Khuyến nghị chính sách phát triển CNVH	1	2	3	4

**Câu hỏi 7. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ nghệ nhân trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt	Khá	Trung bình	Yếu, kém
a. Thực hành văn hóa trong cộng đồng	1	2	3	4
b. Tạo tác các sản phẩm văn hóa	1	2	3	4
c. Kích thích sự hình thành các sản phẩm CNVH	1	2	3	4

**Câu hỏi 8. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của các tầng lớp nhân dân trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt	Khá	Trung bình	Yếu, kém
a. Tiêu dùng các sản phẩm CNVH	1	2	3	4
b. Thẩm định các sản phẩm CNVH	1	2	3	4
c. Phản biện chính sách phát triển CNVH	1	2	3	4

**Câu hỏi 9. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ doanh nhân trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt	Khá	Trung bình	Yếu, kém
a. Tạo ra giá trị thặng dư của các sản phẩm CNVH	1	2	3	4
b. “Bà đỡ” cho các nghệ sĩ, nghệ nhân tham gia phát triển CNVH	1	2	3	4
c. Đẩy mạnh quảng bá sản phẩm CNVH, mở rộng thị trường văn hóa phẩm	1	2	3	4

**Câu hỏi 10. Theo ông/bà, những di sản văn hóa nào dưới đây tham gia vào phát triển công nghiệp văn hóa của Hà Nội? (Có thể chọn nhiều phương án)**

1. Âm thực truyền thống
2. Di tích lịch sử - văn hóa
3. Danh lam thắng cảnh

4. Làng nghề truyền thống
5. Lễ hội truyền thống
6. Nghệ thuật truyền thống
7. Phong tục tập quán
8. Tiếng nói, chữ viết
9. Trang phục truyền thống
10. Tri thức dân gian
11. Y học cổ truyền
12. Khác (xin ghi rõ).....

**Câu hỏi 11. Ông/Bà nhận thấy yếu tố văn hóa truyền thống của dân tộc được thể hiện ở mức độ nào trong các sản phẩm, dịch vụ văn hóa sau? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Sản phẩm/dịch vụ	Rất rõ rang	Rõ ràng	Bình thường	Rất ít	Không nhận thấy
a. Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các làng nghề ở Hà Nội	1	2	3	4	5
b. Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các nhà máy, doanh nghiệp ở Hà Nội	1	2	3	4	5
c. Các chương trình du lịch ở Hà Nội	1	2	3	4	5
d. Các vở tuồng, chèo, cải lương, kịch nói... ở Hà Nội	1	2	3	4	5

**Câu hỏi 12. Ông/Bà vui lòng cho biết ông/bà ưu tiên lựa chọn sản phẩm, dịch vụ như thế nào? (Có thể chọn nhiều phương án)**

1. Sản phẩm, dịch vụ mang tính hiện đại
2. Sản phẩm, dịch vụ mang tính tiện lợi
3. Sản phẩm, dịch vụ mang yếu tố văn hóa truyền thống vùng miền của Việt Nam
4. Sản phẩm, dịch vụ mang yếu tố văn hóa truyền thống của Hà Nội
5. Sản phẩm, dịch vụ có sự kết hợp giữa tính hiện đại và văn hóa truyền thống vùng miền của Việt Nam
6. Sản phẩm, dịch vụ có sự kết hợp giữa tính hiện đại và văn hóa truyền thống của Hà Nội

**Câu hỏi 13. Ông/Bà cho biết mức độ phát huy nguồn lực di sản văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt	Khá	Trung bình	Yếu, kém
a. Hình thành tư duy coi DSVH và nguồn lực cho phát triển	1	2	3	4
b. Tạo ra các sản phẩm, dịch vụ văn hóa mang đặc trưng của Hà Nội	1	2	3	4

c. Tạo ra việc làm, tăng thu nhập cho người dân, tăng nguồn thu cho ngân sách	1	2	3	4
d. Hình thành không gian sáng tạo ở Hà Nội (ví dụ phố đi bộ, phố sách, café âm nhạc, café sách, phố Bích họa Phùng Hưng...)	1	2	3	4

**Câu hỏi 14. Ông/Bà vui lòng cho biết mức độ ông/bà đi đến các địa điểm ở Hà Nội dưới đây? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Các hình thức	Thường xuyên	Thỉnh thoảng	Không đến
1. Phố sách	1	2	3
2. Phố đi bộ	1	2	3
3. Café âm nhạc, café sách, café tranh/ảnh	1	2	3
4. Các làng nghề truyền thống (tham quan, tìm hiểu, chụp ảnh...)	1	2	3
5. Các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, khu phố cổ, nhà cổ (tham quan, tìm hiểu, chụp ảnh...)	1	2	3
6. Địa điểm kích thích sự sáng tạo, trao đổi những hiểu biết về nghệ thuật, thiết kế, chia sẻ tình cảm...	1	2	3

**Câu hỏi 15. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của thể chế, chính sách trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt	Khá	Trung bình	Yếu, kém
a. Tạo cơ chế thuận lợi, kịp thời thúc đẩy sự phát triển CNVH	1	2	3	4
b. Tạo cơ chế thuận lợi cho các chủ thể tham gia vào lĩnh vực CNVH	1	2	3	4
c. Tạo cơ chế thuận lợi thu hút các nguồn lực đầu tư cho phát triển CNVH	1	2	3	4
d. Có chính sách phát triển nguồn lực con người cho lĩnh vực CNVH	1	2	3	4

**Câu hỏi 16. Theo ông/bà, những vấn đề gì đang đặt ra đối với việc phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội? (Có thể chọn nhiều phương án)**

1. Nhận thức chưa đúng, đầy đủ về vai trò của nguồn lực văn hóa với phát triển CNVH
2. Nguồn lực con người chưa đáp ứng được yêu cầu
3. Công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn lực con người cho lĩnh vực công nghiệp văn hóa chưa đáp ứng được yêu cầu



	3. Trên đại học
e. Nghề nghiệp chính	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nông dân</li> <li>2. Công nhân</li> <li>3. Cán bộ, công chức, viên chức nhà nước</li> <li>4. Kinh doanh, Buôn bán</li> <li>5. Làm việc trong các cơ sở, đơn vị, doanh nghiệp ngoài nhà nước</li> <li>6. Làm việc tự do</li> <li>7. Nội trợ</li> <li>8. Khác (xin ghi rõ).....</li> </ol>
f. Thu nhập của gia đình ông/bà khoảng bao nhiêu tiền/người/tháng?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 5 triệu đồng trở xuống</li> <li>2. 5-10 triệu đồng</li> <li>3. 10-20 triệu đồng</li> <li>4. Trên 20 triệu đồng</li> </ol>



## KẾT QUẢ XỬ LÝ PHIẾU ĐIỀU TRA

Đối tượng	Tổng số phiếu phát ra	Tổng số phiếu thu về
Lãnh đạo, quản lý	40	40
Nghệ sĩ chuyên nghiệp	80	80
Nghệ nhân	80	75
Trí thức Thủ đô	80	78
Người dân	120	109
<b>Tổng</b>	<b>400</b>	<b>384</b>

**Câu hỏi 1. Theo ông/bà, những chủ thể nào dưới đây tham gia vào phát triển công nghiệp văn hóa của Hà Nội? (Có thể chọn nhiều phương án)**

Chủ thể	Số phiếu	Tỷ lệ %
Các cấp ủy Đảng của Thành phố	384	100
Chính quyền các cấp của Thành phố	384	100
Cán bộ văn hóa các cấp của Thành phố	384	100
Đội ngũ doanh nhân	299	77,9
Trí thức	214	55,7
Văn nghệ sĩ	371	96,6
Nghệ nhân	233	60,7
Các tầng lớp nhân dân Thủ đô	209	54,4

**Câu hỏi 2. Theo ông/bà, nguồn nhân lực trong công nghiệp văn hóa của Thủ đô có đặc điểm gì? (Có thể chọn nhiều phương án)**

Chủ thể	Số phiếu	Tỷ lệ %
Tuổi trẻ	236	61,5
Đa dạng về lứa tuổi	287	74,7
Đến từ các địa phương trong cả nước	200	52,1
Là người Hà Nội	209	54,4
Giàu ý tưởng sáng tạo	319	83,1
Yêu thích văn hóa, nghệ thuật	345	89,8
Có đầu óc kinh doanh	341	88,8
Trình độ học vấn cao	327	85,2
Có khả năng kết nối	267	69,5
Đam mê với lĩnh vực công nghiệp văn hóa	279	72,7

**Câu hỏi 3. Ông/Bà cho biết mức độ cần thiết của các yêu cầu đối với nguồn nhân lực trong công nghiệp văn hóa của Thủ đô? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Các yêu cầu	Rất cần thiết (1)	Cần thiết (2)	Không thật cần thiết (3)	Không cần (4)
a. Trẻ tuổi	255 (66,4)	105 (27,3)	13(3,4)	11(2,9)

b. Giàu ý tưởng sáng tạo	283 (73,7)	99 (25,8)	0 (0,5)	0
c. Thành thạo công nghệ	304 (79,2)	50 (13)	22 (5,7)	8 (2,1)
d. Thành thạo ngoại ngữ	304 (79,2)	50 (13)	22 (5,7)	8 (2,1)
e. Có hiểu biết về văn hóa truyền thống	261 (68)	96 (25)	24 (6,3)	3 (0,7)
f. Có hiểu biết (hoặc có năng khiếu) nghệ thuật	265 (69)	83 (21,6)	35 (9,1)	1 (0,3)
g. Có trình độ học vấn cao	129 (33,6)	118 (30,7)	119 (31)	18 (4,7)
h. Có năng lực kinh doanh	177 (30,5)	126 (32,8)	70 (18,2)	11 (2,9)

**Câu hỏi 4. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ lãnh đạo, quản lý Hà Nội trong phát triển công nghiệp văn hóa? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt (1)	Khá (2)	Trung bình (3)	Yếu, kém (4)
a. Ban hành chủ trương, chính sách xây dựng, phát triển công nghiệp văn hóa	366 (95,3)	18 (4,7)	0	0
b. Tổ chức các nguồn lực xây dựng, phát triển công nghiệp văn hóa	274 (71,4)	100 (26)	4 (1)	6 (1,6)
c. Kiểm tra, giám sát việc xây dựng, phát triển công nghiệp văn hóa	274 (71,4)	100 (26)	5 (1,3)	5 (1,3)

**Câu hỏi 5. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ văn nghệ sĩ trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt (1)	Khá (2)	Trung bình (3)	Yếu, kém (4)
Sáng tạo ra các sản phẩm, dịch vụ văn hóa	281 (73,2)	75 (19,5)	22 (5,7)	6 (1,6)
Giữ gìn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống	281 (73,2)	75 (19,5)	22 (5,7)	6 (1,6)
Thu hút công chúng đến với công nghiệp văn hóa	284 (74)	75 (19,5)	19 (4,9)	6 (1,6)

**Câu hỏi 6. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ trí thức trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt (1)	Khá (2)	Trung bình	Yếu, kém
----------	---------	---------	------------	----------

			(3)	(4)
Góp phần nâng cao nhận thức của xã hội về công nghiệp văn hóa	89 (23,2)	165 (43)	64 (16,7)	70 (18,2)
Nghiên cứu, đề xuất nhiệm vụ, giải pháp để phát triển công nghiệp văn hóa	182 (47,4)	91 (23,7)	102 (26,6)	9 (2,3)
Khuyến nghị chính sách phát triển công nghiệp văn hóa	200 (52,1)	88 (22,9)	81 (21,1)	15 (3,9)

**Câu hỏi 7. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ nghệ nhân trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt (1)	Khá (2)	Trung bình (3)	Yếu, kém (4)
Thực hành văn hóa trong cộng đồng	256 (66,7)	114 (29,7)	12 (3,1)	2 (0,5)
Tạo tác các sản phẩm văn hóa	383 (99,7)	1 (0,3)		
Kích thích sự hình thành các sản phẩm công nghiệp văn hóa	281 (73,2)	49 (12,8)	27 (7)	27 (7)

**Câu hỏi 8. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của các tầng lớp nhân dân trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt (1)	Khá (2)	Trung bình (3)	Yếu, kém (4)
Tiêu dùng các sản phẩm công nghiệp văn hóa	353 (91,9)	23 (6)	8 (2,1)	0
Thẩm định các sản phẩm công nghiệp văn hóa	201 (52,3)	131 (34,2)	27 (7)	25 (6,5)
Phản biện chính sách phát triển công nghiệp văn hóa	199 (51,8)	125 (32,6)	40 (10,4)	20 (5,2)

**Câu hỏi 9. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của đội ngũ doanh nhân trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt (1)	Khá (2)	Trung bình (3)	Yếu, kém (4)
Tạo ra giá trị thặng dư của các sản phẩm công nghiệp văn hóa	184 (47,9)	153 (39,8)	37 (9,7)	10 (2,6)
“Bà đỡ” cho các nghệ sĩ, nghệ nhân tham gia phát triển công nghiệp văn hóa	209 (54,4)	97 (25,3)	49 (12,8)	29 (7,6)
Đẩy mạnh quảng bá sản phẩm công nghiệp văn hóa, mở rộng thị trường văn hóa phẩm	235 (61,2)	94 (24,5)	34 (8,9)	21 (5,4)

**Câu hỏi 10. Theo ông/bà, những di sản văn hóa nào dưới đây tham gia vào phát triển công nghiệp văn hóa của Hà Nội? (Có thể chọn nhiều phương án)**

Chủ thể	Số phiếu	Tỷ lệ %
Âm thực truyền thống	289	75,3
Di tích lịch sử - văn hóa	305	79,4
Danh lam thắng cảnh	379	98,7
Làng nghề truyền thống	277	72,1
Lễ hội truyền thống	247	64,3
Nghệ thuật truyền thống	245	63,8
Phong tục tập quán	222	57,8
Tiếng nói, chữ viết	138	35,9
Trang phục truyền thống	302	78,6
Tri thức dân gian	199	51,8
Y học cổ truyền	231	60,2
Khác	0	0

**Câu hỏi 11. Ông/Bà nhận thấy yếu tố văn hóa truyền thống của dân tộc được thể hiện ở mức độ nào trong các sản phẩm, dịch vụ văn hóa sau? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Sản phẩm/dịch vụ	Rất rõ ràng (1)	Rõ ràng (2)	Bình thường (3)	Rất ít (4)	Không nhận thấy (5)
Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các làng nghề ở Hà Nội	100(26)	101(26,3)	88(22,9)	74(19,3)	25(6,5)
Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các nhà máy, doanh nghiệp ở Hà Nội	100(26)	101(26,3)	88(22,9)	74(19,3)	25(6,5)
Các chương trình du lịch ở Hà Nội	99(25,8)	129(33,6)	97(25,3)	29(7,6)	30(7,8)
Các vở tuồng, chèo, cải lương, kịch nói... ở Hà Nội	220(57,3)	105(27,3)	39(10,2)	20(5,2)	0

**Câu hỏi 12. Ông/Bà vui lòng cho biết ông/bà ưu tiên lựa chọn sản phẩm, dịch vụ văn hoá như thế nào? (Có thể chọn nhiều phương án)**

Chủ thể	Số phiếu	Tỷ lệ %
Sản phẩm, dịch vụ mang tính hiện đại	372	96,9
Sản phẩm, dịch vụ mang tính tiện lợi	353	91,9

Sản phẩm, dịch vụ mang yếu tố văn hóa truyền thống vùng miền của Việt Nam	329	85,7
Sản phẩm, dịch vụ mang yếu tố văn hóa truyền thống của Hà Nội	368	95,8
Sản phẩm, dịch vụ có sự kết hợp giữa tính hiện đại và văn hóa truyền thống vùng miền của Việt Nam	289	75,3
Sản phẩm, dịch vụ có sự kết hợp giữa tính hiện đại và văn hóa truyền thống của Hà Nội	306	79,7

**Câu hỏi 13. Ông/Bà cho biết mức độ phát huy nguồn lực di sản văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt (1)	Khá (2)	Trung bình (3)	Yếu, kém (4)
Hình thành tư duy coi di sản văn hóa là nguồn lực cho phát triển	292(76)	85(22,1)	7(1,8)	0
Tạo ra các sản phẩm, dịch vụ văn hóa mang đặc trưng của Hà Nội	111(28,9)	92(24)	98(25,2)	83(21,6)
Tạo ra việc làm, tăng thu nhập cho người dân, tăng nguồn thu cho ngân sách	189(49,2)	127(33,1)	51(13,3)	17(4,4)
Hình thành không gian sáng tạo ở Hà Nội (ví dụ phố đi bộ, phố sách, café âm nhạc, café sách, phố Bích họa Phùng Hưng...)	195(50,8)	120(31,3)	52(13,5)	16(4,2)

**Câu hỏi 14. Ông/Bà vui lòng cho biết mức độ ông/bà đi đến các địa điểm ở Hà Nội dưới đây? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Các hình thức	Thường xuyên (1)	Thỉnh thoảng (2)	Không đến (3)
Phố sách	111(28,9)	248(64,6)	25(6,5)
Phố đi bộ	99(25,8)	256(66,7)	29(7,6)
Café âm nhạc, café sách, café tranh/ảnh	183(47,7)	182(47,4)	19(4,9)
Các làng nghề truyền thống (tham quan, tìm hiểu, chụp ảnh...)	89(23,2)	187(48,7)	108(28,1)
Các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, khu phố cổ, nhà cổ (tham quan, tìm hiểu, chụp ảnh...)	133(34,6)	222(57,8)	29(7,6)
Địa điểm kích thích sự sáng tạo, trao đổi những hiểu biết về nghệ thuật, thiết kế, chia sẻ tình cảm...	69(18)	187(48,7)	128(33,3)

**Câu hỏi 15. Ông/Bà cho biết mức độ thực hiện vai trò của thể chế, chính sách trong phát triển công nghiệp văn hóa Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Lĩnh vực	Tốt (1)	Khá (2)	Trung bình (3)	Yếu, kém (4)
Tạo cơ chế thuận lợi, kịp thời thúc đẩy sự phát triển công nghiệp văn hóa	384(100)	0	0	0
Tạo cơ chế thuận lợi cho các chủ thể tham gia vào lĩnh vực công nghiệp văn hóa	326(84,9)	41(10,7)	11(2,9)	6(1,6)
Tạo cơ chế thuận lợi thu hút các nguồn lực đầu tư cho phát triển công nghiệp văn hóa	259(67,4)	58(15,1)	42(10,9)	25(6,5)
Có chính sách phát triển nguồn nhân lực cho lĩnh vực công nghiệp văn hóa	257(66,9)	66(17,2)	22(5,7)	39(10,2)

**Câu hỏi 16. Theo ông/bà, những vấn đề gì đang đặt ra đối với việc phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội? (Có thể chọn nhiều phương án)**

Chủ thể	Số phiếu	Tỷ lệ %
Nhận thức chưa đúng, đầy đủ về vai trò của nguồn lực văn hóa với phát triển công nghiệp văn hóa	379	98,7
Nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu	376	97,9
Công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho lĩnh vực công nghiệp văn hóa chưa đáp ứng được yêu cầu	304	79,2
Sản phẩm, dịch vụ văn hóa của Hà Nội chưa cạnh tranh được với sản phẩm, dịch vụ văn hóa của nước ngoài	367	95,6
Cơ chế, chính sách chưa đầy đủ, chặt chẽ, đồng bộ, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển công nghiệp văn hóa	308	80,2
Các yếu tố văn hóa truyền thống chưa được khai thác để hình thành các sản phẩm, dịch vụ văn hóa đặc trưng	349	90,9
Khác:		
Một số di sản đang bị xuống cấp	137	35,7
Tình trạng xâm phạm di sản văn hoá	78	20,3
Giá thành các sản phẩm thủ công mỹ nghệ cao	31	8,1

**Câu hỏi 17. Theo ông/bà, cần phải làm gì để phát huy nguồn lực văn hóa cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Hà Nội? (Mỗi dòng chọn 1 ô)**

Việc cần làm	Rất cần thiết (1)	Cần thiết (2)	Không cần thiết (3)	Khó trả lời (4)
Nâng cao nhận thức của các chủ thể về phát huy nguồn lực cho phát triển công nghiệp văn hóa	380(99)	4(1)	0	0
Tăng cường chỉ đạo của các cấp ủy Đảng đối với phát huy nguồn lực cho phát triển công nghiệp văn hóa	377(98,1)	6(1,6)	1(0,3)	0
Nhà nước hoàn thiện các quy định pháp luật về phát huy nguồn lực cho phát triển công nghiệp văn hóa	325(84,6)	59(15,4)	0	0
Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ nguồn nhân lực trong lĩnh vực công nghiệp văn hoá	310(80,7)	74(19,3)	0	0
Bảo tồn không gian văn hóa, môi trường văn hóa cho các di sản văn hóa của Hà Nội	366(95,3)	18(4,7)	0	0
Có cơ chế đặc thù để khuyến khích các chủ thể tham gia vào phát triển công nghiệp văn hóa	299(77,9)	81(21,1)	4 (1)	0
Tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ hiện đại trong khai thác, phát huy các nguồn lực văn hóa	304(79,2)	73(19)	7(1,8)	0
Khác Bảo vệ, giữ gìn di sản văn hoá Tuyên truyền rộng rãi đến người dân	137 57	35,7 14,8		

**Câu hỏi 18. Ông/bà vui lòng cho biết một số thông tin của cá nhân**

Thông tin	Trả lời	Số phiếu	Tỷ lệ
a. Tuổi	Dưới 31 tuổi	147	38,3
	Từ 31 – 60 tuổi	158	41,1
	Trên 60 tuổi	79	20,6
b. Giới tính	Nam	184	47,9
	Nữ	200	52,1
c. Nơi ở	Nội thành	191	49,7
	Ngoại thành	193	50,3
d. Học vấn	- Trung học phổ thông trở xuống	96	25
	- Trung cấp/Cao	163	42,4

	đẳng/ Đại học - Trên đại học	125	32,6
e. Nghề nghiệp chính	- Nông dân - Công nhân - Cán bộ, công chức, viên chức nhà nước - Kinh doanh, Buôn bán - Làm việc trong các cơ sở, đơn vị, doanh nghiệp ngoài nhà nước - Làm việc tự do - Nội trợ - Khác (xin ghi rõ).....	21 34 184 29 20 50 14 42	5,5 8,9 47,9 7,6 5,2 13 3,6 10,9
f. Thu nhập của gia đình ông/bà khoảng bao nhiêu tiền/người/tháng ?	- 5 triệu đồng trở xuống - 5-10 triệu đồng - 10-20 triệu đồng - Trên 20 triệu đồng	65 127 148 44	16,9 33,1 38,5 11,5



**Phụ lục 2: Danh sách cá nhân trả lời phỏng vấn sâu**

<b>TT</b>	<b>Họ và tên</b>	<b>Giới tính</b>	<b>Nghề nghiệp</b>	<b>Địa chỉ</b>
1.	NNT	Nữ	Cán bộ văn hóa	Thị xã Sơn Tây
2.	HCC	Nam	Đạo diễn	Hà Nội
3.	ĐTĐ	Nam	Nghệ nhân	Làng nghề sơn mài Hạ Thái
4.	ĐH	Nam	Nhà thiết kế	Hà Nội
5.	LTMH	Nữ	Trưởng phòng	Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội
6.	LTH	Nữ	Quản lý	HanhSilk
7.	NTH	Nữ	Du khách	Phú Thọ
8.	NTH	Nữ	Nghiên cứu viên	Viện Văn hóa nghệ thuật quốc gia Việt Nam
9.	LTML	Nữ	Phó Chủ tịch	Hội DSVH Việt Nam
10.	NHM	Nam	Phó giám đốc	Sở Du lịch Hà Nội
11.	TM	Nam	Nhạc sĩ	Hà Nội
12.	NTN	Nam	Nghệ nhân rói nước	Làng Đào Thục, Đông Anh
13.	HQT	Nam	Hướng dẫn viên du lịch	Hà Nội
14.	NBV	Nam	Kiến trúc sư	Không gian sáng tạo Complex 01

**Phụ lục 3: Số lượng cán bộ lãnh đạo, quản lý lĩnh vực văn hoá  
của thành phố Hà Nội**

<b>Năm</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Cấp Thành phố</b>	<b>Cấp quận, huyện, thị xã</b>	<b>Cấp xã, phường, thị trấn</b>	<b>Tổng</b>
2017	Số lượng (người)	327	529	363	1.219
2018	Số lượng (người)	323	508	363	1.194
2019	Số lượng (người)	323	508	362	1.194
2020	Số lượng (người)	323	503	361	1.187
2021	Số lượng (người)	319	489	361	1.169
2022	Số lượng (người)	321	480	361	1.162
2023	Số lượng (người)	321	480	361	1.162

**Phụ lục 4: Đội ngũ nghệ nhân của Thủ đô Hà Nội**

Tổng 131 nghệ nhân với 18 NNND và 113 NNUT. Trong đó:

- 18 nghệ nhân đã mất (04 NNND và 14 NNUT) - chiếm 13,74%.

- Giới tính: 67 nghệ nhân là nam giới (10 NNND, 57 NNUT) - chiếm 51,14% và 64 nghệ nhân là nữ giới (08 NNND, 56 NNUT) - chiếm 48,85%.

***PL4.1. Chia theo các loại hình***

<b>STT</b>	<b>Loại hình</b>	<b>Số lượng (người)</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>
1	Nghệ thuật trình diễn dân gian	104	79,39%
2	Tập quán xã hội và tín ngưỡng	16	12,21%
3	Tri thức dân gian	11	8,4%
	<b><i>Tổng số</i></b>	<b><i>131</i></b>	

**PL4.2. Chia theo địa phương**

<b>STT</b>	<b>Địa phương</b>	<b>Số lượng (người)</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>
1	Huyện Phú Xuyên	31	23,66
2	Huyện Quốc Oai	13	09,92
3	Huyện Đông Anh	15	11,45
4	Quận Ba Đình	08	06,10
5	Huyện Đan Phượng	08	06,10
6	Quận Hoàn Kiếm	06	04,58
7	Huyện Thạch Thất	05	03,81
8	Huyện Thường Tín	05	03,81
9	Quận Bắc Từ Liêm	01	00,76
10	Huyện Hoài Đức	06	04,58
11	Quận Tây Hồ	03	02,29
12	Quận Thanh Xuân	07	05,34
13	Thị xã Sơn Tây	01	00,76
14	Huyện Phúc Thọ	01	00,76
15	Quận Cầu Giấy	02	01,52
16	Huyện Ứng Hoà	01	00,76
17	Quận Đống Đa	04	03,05
18	Quận Hai Bà Trưng	01	00,76
19	Quận Hoàng Mai	01	00,76
20	Quận Long Biên	02	01,52
21	Huyện Mê Linh	02	01,52
22	Huyện Mỹ Đức	01	00,76
23	Quận Nam Từ Liêm	03	02,29
24	Huyện Thanh Trì	01	00,76
25	Huyện Chương Mỹ	01	00,76
26	Huyện Gia Lâm	01	00,76
27	Huyện Thanh Oai	01	00,76
	<b>Tổng số</b>	<b>131</b>	

**Phụ lục 5: Danh sách làng nghề truyền thống ở Hà Nội**  
(tính đến cuối năm 2023)

TT	Làng nghề, làng nghề truyền thống	Xã	Huyện	Năm công nhận
<b>I.</b>	<b><i>Làng nghề truyền thống</i></b>			
1	Làng nghề truyền thống thuốc nam dân tộc Dao Yên Sơn	Ba Vì	Ba Vì	2013
2	Làng nghề truyền thống chế biến chè búp khô Đá Chông	Minh Quang	Ba Vì	2013
3	Làng nghề truyền thống chế biến chè Phú Yên	Yên Bài	Ba Vì	2015
4	Làng nghề may Cổ Nhuế	Cổ Nhuế 2	Bắc Từ Liêm	2009
5	Làng nghề truyền thống hoa Tây Tựu	Tây Tựu	Bắc Từ Liêm	2016
6	Làng nghề truyền thống mộc dân dụng và phục chế nhà cổ Phúc Cầu	Thụy Hương	Chương Mỹ	2009
7	Làng nghề mộc dân dụng và điêu khắc Tân Mỹ	Thụy Hương	Chương Mỹ	2012
8	Làng nghề truyền thống mộc Phù Yên	Trường Yên	Chương Mỹ	2016
9	Làng nghề gỗ Mỹ nghệ Thiết Ứng	Vân Hà	Đông Anh	2009
10	Làng nghề đậu chài Vống La	Vống La	Đông Anh	2018
11	Làng nghề truyền thống gốm sứ Bát Tràng	Bát Tràng	Gia Lâm	2009
12	Làng nghề truyền thống gốm sứ Giang Cao	Bát Tràng	Gia Lâm	2009
13	Làng nghề gốm sứ Kim Lan	Kim Lan	Gia Lâm	2009
14	Làng nghề thuốc nam, thuốc bắc Ninh Giang	Ninh Hiệp	Gia Lâm	2009
15	Làng nghề mộc truyền thống Thượng Mạo	Phú Lương	Hà Đông	2009
16	Làng nghề nuôi rắn Lệ Mật	Việt Hưng	Long Biên	2010
17	Làng nghề đan lát Nam Cường	Tam Đồng	Mê Linh	2006
18	Làng nghề bún Phú Đô	Phú Đô	Nam Từ Liêm	2009
19	Làng nghề truyền thống cốm Mễ Trì	Mễ Trì	Nam Từ Liêm	2016
20	Làng nghề bánh kẹo truyền thống Cổ Hoàng	Hoàng Long	Phú Xuyên	2014
21	Làng nghề nặn tò he Xuân La	Phượng	Phú	2010

		Dực	Xuyên	
22	Làng nghề dệt lưới chã Văn Lãng	Quang Trung	Phú Xuyên	2010
23	Làng nghề làm hương thấp làng Văn Trai Thượng	Văn Hoàng	Phú Xuyên	2013
24	Làng nghề truyền thống mộc thôn Đại Nghiệp	Tân Dân	Phú Xuyên	2021
25	Làng nghề đục chạm gỗ cao cấp và mộc dân dụng Ngọc Than	Ngọc Mỹ	Quốc Oai	2011
26	Làng nghề mộc dân dụng và chế biến lâm sản Ngô Sài	Quốc Oai	Quốc Oai	2015
27	Làng nghề mộc dân dụng và đục chạm gỗ cao cấp thôn Yên Quán	Tân Phú	Quốc Oai	2013
28	Làng nghề truyền thống Mây tre đan Xuân Dương	Kim Lũ	Sóc Sơn	2009
29	Làng nghề Truyền Thống tre trúc Thu Thủy	Xuân Thu	Sóc Sơn	2009
30	Làng nghề truyền thống hoa đào Nhật Tân	Nhật Tân	Tây Hồ	2015
31	Làng nghề truyền thống xôi Phú Thượng	Phú Thượng	Tây Hồ	2016
32	Làng nghề Quất cảnh Tứ Liên	Tứ Liên	Tây Hồ	2018
33	Làng nghề truyền thống mộc dân dụng và làm nhà gỗ Hương Ngải	Hương Ngải	Thạch Thất	2013
34	Làng nghề truyền thống sơn tạc tượng thôn Vũ Lãng	Dân Hòa	Thanh Oai	2002
35	Làng nghề nón lá mây tre xk thôn Tiên Lữ	Dân Hòa	Thanh Oai	2003
36	Làng nghề truyền thống làm trống Gia Vĩnh	Thanh Thùy	Thanh Oai	
37	Làng nghề truyền thống nón lá Vĩnh Thịnh	Đại Áng	Thanh Trì	2020
38	Làng nghề truyền thống làm bánh Tranh Khúc	Duyên Hà	Thanh Trì	2011
39	Làng nghề chế biến miến và bánh đa Phú Diễn	Hữu Hòa	Thanh Trì	2012
40	Làng nghề dệt truyền thống Triều Khúc	Tân Triều	Thanh Trì	2009
41	Làng nghề mộc truyền thống Phụng Công	Hòa Bình	Thường Tín	2009
42	Làng nghề truyền thống sản xuất lưới cước Trần Phú	Minh Cường	Thường Tín	2012
43	Làng nghề truyền thống mộc mỹ nghệ Phúc Trạch	Thống Nhất	Thường Tín	2016

44	Làng nghề mộc mỹ nghệ An Định	Tô Hiệu	Thường Tín	2018
45	Làng nghề truyền thống hoa cây cảnh Nội Thôn	Vân Tảo	Thường Tín	2012
46	Làng nghề truyền thống sản xuất nhạc cụ dân tộc Đào Xá	Đông Lỗ	Ứng Hòa	2009
47	Làng nghề chế biến thuốc nam Dân tộc Dao thôn Hợp Nhất	Ba Vì	Ba Vì	2021
48	Làng nghề chế biến thuốc nam Dân tộc Dao thôn Hợp Sơn	Ba Vì	Ba Vì	2021
49	Làng nghề trồng Đào, cây cảnh thôn Đông Thai	Vân Tảo	Thường Tín	2023
50	Làng nghề bánh cuốn Thanh Trì	Thanh Trì	Hoàng Mai	2023
51	Làng nghề khảm trai thôn Đồng Vinh	Chuyên Mỹ	Phú Xuyên	2023
52	Làng nghề sơn khảm thôn Bối Khê	Chuyên Mỹ	Phú Xuyên	2023
53	Làng nghề khảm trai thôn Trung	Chuyên Mỹ	Phú Xuyên	2023
54	Làng nghề khảm trai thôn Thượng	Chuyên Mỹ	Phú Xuyên	2023
55	Làng nghề khảm trai thôn Ngộ	Chuyên Mỹ	Phú Xuyên	2023
56	Làng nghề khảm trai thôn Hạ	Chuyên Mỹ	Phú Xuyên	2023
57	Làng nghề sơn khảm thôn Mỹ Văn	Chuyên Mỹ	Phú Xuyên	2023
58	Làng nghề đồ mộc dân dụng thôn Chanh Thôn	Nam Tiến	Phú Xuyên	2023
59	Làng nghề cỏ tế cổ truyền Lưu Thượng	Phú Túc	Phú Xuyên	2023
<b>II</b>	<b>Làng nghề</b>			
1	Làng nghề CB chè khô thôn Búi Thông	Ba Trại	Ba Vì	2002
2	Làng nghề CB chè khô thôn Đô Trám	Ba Trại	Ba Vì	2002
3	Làng nghề CB chè thôn Trung Sơn	Ba Trại	Ba Vì	2004
4	Làng nghề CB chè thôn Đồng Dài	Ba Trại	Ba Vì	2004
5	Làng nghề CB chè thôn Đồng Chằm	Ba Trại	Ba Vì	2003
6	Làng nghề CB chè thôn Trại Khoai	Ba Trại	Ba Vì	2003
7	Làng nghề chế biến chè búp khô Thôn Đồi	Ba Trại	Ba Vì	2005
8	Làng nghề chế biến chè búp khô thôn	Ba Trại	Ba Vì	2005

	Bùi Thông dưới			
9	Làng nghề chế biến chè búp khô Trung Hạ - Chu Minh	Ba Trại	Ba Vì	2005
10	Làng nghề CB tinh bột sắn thôn Minh Hồng	Minh Quang	Ba Vì	2002
11	Làng nghề nón thôn Phong Châu	Phú Châu	Ba Vì	2002
12	Làng nghề nón thôn Liễu Châu	Phú Châu	Ba Vì	2002
13	Làng nghề nón thôn Phú Xuyên	Phú Châu	Ba Vì	2001
14	Làng nghề chế biến tơ tằm Lương Phú	Thuần Mỹ	Ba Vì	2001
15	Làng nghề Trồng hoa Mai trắng Thôn An Hòa	Tản Lĩnh	Ba Vì	2021
16	Làng nghề mây tre đan thôn Hạ Dục	Đồng Phú	Chương Mỹ	2003
17	Làng nghề mây song đan xuất khẩu thôn Hòa Xá	Đồng Phú	Chương Mỹ	2008
18	Làng nghề mây tre giang thôn Yên Kiện	Đông Phương Yên	Chương Mỹ	2002
19	Làng nghề mây tre giang thôn Đông Cự	Đông Phương Yên	Chương Mỹ	2002
20	Làng nghề mây tre giang thoi Đồi Ba	Đông Phương Yên	Chương Mỹ	2002
21	Làng nghề mây tre đan thôn Lũng Vỹ	Đông Phương Yên	Chương Mỹ	2003
22	Làng nghề mây tre giang đan thôn Đồi 2	Đông Phương Yên	Chương Mỹ	2003
23	Làng nghề mây tre giang đan thôn Đồi 1	Đông Phương Yên	Chương Mỹ	2005
24	Làng nghề mây tre giang đan thôn Đông Cự	Đông Sơn	Chương Mỹ	2005
25	Làng nghề mây song giang đan xuất khẩu thôn Yên Kiện	Đông Sơn	Chương Mỹ	2007
26	Làng nghề mây tre đan Lương Sơn	Đông Sơn	Chương Mỹ	2009
27	Làng nghề mộc, điêu khắc thôn Phụ Chính	Hòa Chính	Chương Mỹ	2004
28	Làng nghề mây song giang đan xuất khẩu thôn Lưu Xá	Hòa Chính	Chương Mỹ	2007



29	Làng nghề mây tre giang đan xuất khẩu thôn Bài Trượng	Hoàng Diệu	Chương Mỹ	2008
30	Làng nghề thêu thôn Yên Cốc	Hồng Phong	Chương Mỹ	2005
31	Làng nghề mây tre đan thôn Thái Hòa	Hợp Đồng	Chương Mỹ	2002
32	Làng nghề mây tre giang thôn Lam Điền	Lam Điền	Chương Mỹ	2002
33	Làng nghề mây song đan xuất khẩu thôn Đồi Miếu	Nam Phương Tiến	Chương Mỹ	2008
34	Làng nghề mây tre đan thôn Quan Châm	Phú Nghĩa	Chương Mỹ	2002
35	Làng nghề mây tre đan thôn Khê Than	Phú Nghĩa	Chương Mỹ	2002
36	Làng nghề mây tre đan thôn Phú Vinh	Phú Nghĩa	Chương Mỹ	2001
37	Làng nghề mây tre đan Phú Hữu I	Phú Nghĩa	Chương Mỹ	2003
38	Làng nghề mây tre đan Phú Hữu II	Phú Nghĩa	Chương Mỹ	2003
39	Làng nghề mây tre đan Nghĩa Hảo	Phú Nghĩa	Chương Mỹ	2004
40	Làng nghề mây tre đan thôn Đồng Trữ	Phú Nghĩa	Chương Mỹ	2004
41	Làng nghề truyền thống điêu khắc đá Long Châu Miếu	Phụng Châu	Chương Mỹ	2015
42	Làng nghề mây tre giang đan thôn Tiên Lữ	Tiên Phương	Chương Mỹ	2003
43	Làng nghề mây tre giang đan xuất khẩu thôn Quyết Tiên	Tiên Phương	Chương Mỹ	2007
44	Làng nghề mây tre đan thôn Trung Cao	Trung Hòa	Chương Mỹ	2004
45	Làng nghề chế biến nông sản thực phẩm thôn Chi Nê	Trung Hòa	Chương Mỹ	2007
46	Làng nghề mây tre đan thôn Phù Yên	Trường Yên	Chương Mỹ	2001
47	Làng nghề mây tre giang đan thôn Yên Trường	Trường Yên	Chương Mỹ	2005
48	Làng nghề nón mũ lá thôn Văn La	Văn Võ	Chương Mỹ	2002
49	Làng nghề chế biến lương thực thực phẩm thôn Trúng Đích	Hạ Mỗ	Đan Phượng	2003
50	Làng nghề chế biến lương thực, thực	Hồng Hà	Đan	2004

	phẩm thôn Bá Nội		Phượng	
51	Làng nghề đồ mộc thôn Thượng Thôn	Liên Hà	Đan Phượng	2002
52	Làng nghề chế biến lâm sản thôn Hạ	Liên Trung	Đan Phượng	2001
53	Làng nghề Cb lâm sản thôn Trung	Liên Trung	Đan Phượng	2003
54	Làng nghề CB lương thực thực phẩm thôn Tháp Thượng	Song Phượng	Đan Phượng	2003
55	Làng nghề cơ khí thôn Thúy Hội	Tân Hội	Đan Phượng	2004
56	Làng nghề sản xuất đồ gỗ mỹ nghệ thôn Thù Lỗ	Liên Hà	Đông Anh	2020
57	Làng nghề trồng quýt cảnh xã Tầm Xá	Tầm Xá	Đông Anh	2020
58	Làng nghề dát vàng bạc quý và may da Kiều Kỵ	Kiều Kỵ	Gia Lâm	2009
59	Làng nghề cây cảnh hoa giấy thôn Phù Đồng	Phù Đồng	Gia Lâm	2020
60	Làng nghề dệt in hoa thôn Ý La	Dương Nội	Hà Đông	2002
61	Làng nghề dệt vải thôn La Dương	Dương Nội	Hà Đông	2002
62	Làng nghề dệt in hoa La Nội	Dương Nội	Hà Đông	2002
63	Làng nghề dệt the La Khê	La Khê	Hà Đông	
64	Làng nghề rèn Đa Sỹ	Kiến Hưng	Hà Đông	2001
65	Làng nghề dệt lụa tơ tằm Vạn Phúc	Vạn Phúc	Hà Đông	2001
66	Làng nghề sản xuất bánh đa nem thôn Ngự Câu	An Thượng	Hoài Đức	2003
67	Làng nghề chế biến nông sản Cát Quế	Cát Quế	Hoài Đức	2001
68	Làng nghề dệt may, chế biến nông lâm sản Đồng Nhân	Đồng La	Hoài Đức	2008
69	Làng nghề chế biến lương thực thực phẩm thôn Lưu Xá	Đức Giang	Hoài Đức	2002
70	Làng nghề bún bánh thôn Cao Xá Hạ	Đức Giang	Hoài Đức	2002
71	Làng nghề chế biến nông sản Dương Liễu	Dương Liễu	Hoài Đức	
72	Làng nghề nhiếp ảnh truyền thống thôn Lai Xá	Kim Chung	Hoài Đức	2003
73	Làng nghề cơ khí, mộc dân dụng mỹ nghệ thôn Đại Tự	Kim Chung	Hoài Đức	2007
74	Làng nghề dệt kim - bánh kẹo La Phù	La Phù	Hoài Đức	2001
75	Làng nghề chế biến nông sản Minh	Minh Khai	Hoài Đức	2001

	Khai			
76	Làng nghề điêu khắc sơn mỹ nghệ thôn Sơn Đồng	Sơn Đồng	Hoài Đức	2002
77	Làng nghề xây dựng, chế biến nông sản thôn Yên Sở	Yên Sở	Hoài Đức	2007
78	Làng nghề hoa Đại Bái	Đại Thịnh	Mê Linh	2017
79	Làng nghề hoa, cây cảnh Hạ Lôi	Mê Linh	Mê Linh	2017
80	Làng nghề hoa, cây cảnh Liễu Trì	Mê Linh	Mê Linh	2017
81	Làng nghề mỳ bún Yên Thị	Tiền Thịnh	Mê Linh	2017
82	Làng nghề bánh đa Trung Hà	Tiền Thịnh	Mê Linh	2017
83	Làng nghề mây tre đan giang đan xuất khẩu thôn Đông Mỹ	An Tiến	Mỹ Đức	2005
84	Làng nghề thêu xuất khẩu thôn Hoành	Đông Tâm	Mỹ Đức	2007
85	Làng nghề dệt Phùng Xá	Phùng Xá	Mỹ Đức	2001
86	Làng nghề thêu thôn Trì	Thượng Lâm	Mỹ Đức	2003
87	Làng nghề thêu thôn Nội	Thượng Lâm	Mỹ Đức	2002
88	Làng nghề mây tre đan, thêu ren thôn Trê	Tuy Lai	Mỹ Đức	2003
89	Làng nghề bún bánh Hòa Khê Hạ	Bạch Hạ	Phú Xuyên	2002
90	Làng nghề dệt lưới chã thôn An Mỹ	Đại Thắng	Phú Xuyên	2004
91	Làng nghề cào bông thôn Văn Hội	Đại Thắng	Phú Xuyên	2002
92	Làng nghề mây tre đan guột tể thôn Nhị Khê	Hoàng Long	Phú Xuyên	2007
93	Làng nghề mây tre đan guột tể thôn Kim Long Trung	Hoàng Long	Phú Xuyên	2007
94	Làng nghề xây dựng thôn Kim Long Thượng	Hoàng Long	Phú Xuyên	2007
95	Làng nghề chế biến LTTP thôn Tân Độ	Hồng Minh	Phú Xuyên	2002
96	Làng nghề cơ khí, dịch vụ thôn Phú Gia	Phú Minh	Phú Xuyên	2004
97	Làng nghề cỏ tể thôn Lưu Động	Phú Túc	Phú Xuyên	2002
98	Làng nghề cỏ tể thôn Tư Sản	Phú Túc	Phú Xuyên	2002
99	Làng nghề cỏ tể thôn Trình Viên	Phú Túc	Phú	2002

			Xuyên	
100	Làng nghề cỏ tế thôn Đường La	Phú Túc	Phú Xuyên	2002
101	Làng nghề cỏ tế thôn Phú Túc	Phú Túc	Phú Xuyên	2002
102	Làng nghề cỏ tế thôn Hoàng Xá	Phú Túc	Phú Xuyên	2002
103	Làng nghề cỏ tế thôn Lưu Xá	Phú Túc	Phú Xuyên	2002
104	Làng nghề thêu Đại Đồng	Phú Xuyên	Phú Xuyên	2003
105	Làng nghề giấy da thôn Giẽ Hạ	Phú Yên	Phú Xuyên	2002
106	Làng nghề giấy da thôn Giẽ Thượng	Phú Yên	Phú Xuyên	2002
107	Làng nghề giấy da thôn Thượng Yên	Phú Yên	Phú Xuyên	2002
108	Làng nghề cào bông thôn Xuân La	Phượng Dực	Phú Xuyên	2001
109	Làng nghề đan võng thôn Thao Nội	Sơn Hà	Phú Xuyên	2003
110	Làng nghề tơ lưới thôn Thao Ngoại	Sơn Hà	Phú Xuyên	2002
111	Làng nghề mộc dân dụng Đồng Cả	Tân Dân	Phú Xuyên	2017
112	Làng nghề mộc dân dụng Gia Phú	Tân Dân	Phú Xuyên	2017
113	Làng nghề mộc dân dụng Thường Liễu	Tân Dân	Phú Xuyên	2017
114	Làng nghề mộc dân dụng thôn Đồng Phố	Tân Dân	Phú Xuyên	2004
115	Làng nghề đan guột tế thôn Trung Lập	Tri Trung	Phú Xuyên	2003
116	Làng nghề đồ mộc cao cấp tranh thôn	Văn Nhân	Phú Xuyên	2004
117	Làng nghề may Từ Thuận	Vân Từ	Phú Xuyên	2001
118	Làng nghề khảm trai thôn Ứng Cù	Vân Từ	Phú Xuyên	2001
119	Làng nghề may mặc thôn Chung	Vân Từ	Phú Xuyên	2004
120	Làng nghề CB NSTP thôn Hạ Hiệp	Liên Hiệp	Phúc Thọ	2002
121	Làng nghề CB NSTP thôn Hiếu Hiệp	Liên Hiệp	Phúc Thọ	
122	Làng nghề dệt thảm thôn Làng Đông	Phụng	Phúc Thọ	2002

		Thượng		
123	Làng nghề CB NSTP thôn Linh Chiêu	Sen Phương	Phúc Thọ	2002
124	Làng nghề may thôn Thượng Hiệp	Tam Hiệp	Phúc Thọ	2001
125	Làng nghề chế biến tinh bột Cộng Hòa	Cộng Hòa	Quốc Oai	2003
126	Làng nghề mây giang song đan, tấm hương thôn Đồng Lư	Đồng Quang	Quốc Oai	
127	Làng nghề mây tre giang đan thôn Đại Phú	Liệp Tuyết	Quốc Oai	2004
128	Làng nghề mây tre giang đan thôn Thông Đạt	Liệp Tuyết	Quốc Oai	2004
129	Làng nghề mây giang đan thôn Bái Nội	Liệp Tuyết	Quốc Oai	2007
130	Làng nghề mây giang đan thôn Bái Ngoại	Liệp Tuyết	Quốc Oai	2007
131	Làng nghề mây giang đan thôn Vĩnh Phúc	Liệp Tuyết	Quốc Oai	2007
132	Làng nghề tre nan Văn Khê	Nghĩa Hương	Quốc Oai	2002
133	Làng nghề cốt nan thôn Thế Trụ	Nghĩa Hương	Quốc Oai	2002
134	Làng nghề cốt nan thôn Văn Quang	Nghĩa Hương	Quốc Oai	2002
135	Làng nghề nón mũ lá thôn Phú Mỹ	Ngọc Mỹ	Quốc Oai	2003
136	Làng nghề chế biến nông sản thực phẩm Thôn Tân Hòa	Tân Hòa	Quốc Oai	2002
137	Làng nghề cốt nan thôn Trại Ro	Tuyết Nghĩa	Quốc Oai	2001
138	Làng nghề đan cốt nan xuất khẩu thôn Muôn	Tuyết Nghĩa	Quốc Oai	2007
139	Làng nghề thêu ren Ngọc Kiên	Cổ Đông	Sơn Tây	2008
140	Làng nghề bánh tẻ thôn Phú Nhi	Phú Thịnh	Sơn Tây	2007
141	Làng nghề mây tre đan thôn Thái Hòa	Bình Phú	Thạch Thất	2002
142	Làng nghề mây tre đan thôn Bình Xá	Bình Phú	Thạch Thất	2002
143	Làng nghề mây tre đan thôn Phú Hòa	Bình Phú	Thạch Thất	2002
144	Làng nghề mộc Canh Nậu	Canh Nậu	Thạch Thất	2003
145	Làng nghề mộc thôn Chàng Sơn	Chàng Sơn	Thạch Thất	2001
146	Làng nghề mộc XD Dị Nậu	Dị Nậu	Thạch	2003

			Thất	
147	Làng nghề đồ mộc, may thôn Hữu Bằng	Hữu Bằng	Thạch Thất	2001
148	Làng nghề cơ khí nông cụ Phùng Xá	Phùng Xá	Thạch Thất	2001
149	Làng nghề chè lam thôn Thạch	Thạch Xá	Thạch Thất	2001
150	Làng nghề bún thôn Thanh Lương	Bích Hòa	Thanh Oai	2002
151	Làng nghề bún thôn Kỳ Thúy	Bích Hòa	Thanh Oai	2001
152	Làng nghề may công nghiệp, may dân dụng thôn Thượng	Bích Hòa	Thanh Oai	2004
153	Làng nghề ren voni xuất khẩu thôn Trên	Bích Hòa	Thanh Oai	2004
154	Làng nghề nón thôn Thị Nguyên	Cao Dương	Thanh Oai	2004
155	Làng nghề nón thôn Mực Xá	Cao Dương	Thanh Oai	2004
156	Làng nghề mộc truyền thống thôn Áng Phao	Cao Dương	Thanh Oai	2005
157	Làng nghề nón lá thôn Cao Xá	Cao Dương	Thanh Oai	2005
158	Làng nghề tương, miến thôn Cự Đà	Cự Khê	Thanh Oai	2004
159	Làng nghề CB lâm sản thôn Canh Hoạch	Dân Hòa	Thanh Oai	2001
160	Làng nghề mây tre đan xuất khẩu thôn Phú Thọ	Dân Hòa	Thanh Oai	2007
161	Làng nghề nón lá thôn Động Gĩa	Đỗ Động	Thanh Oai	2005
162	Làng nghề giò chả thôn Hoàng Trung	Hồng Dương	Thanh Oai	2003
163	Làng nghề chè tấm hương thôn Ba Dư	Hồng Dương	Thanh Oai	2002
164	Làng nghề chè tấm hương thôn Phương Nhị	Hồng Dương	Thanh Oai	2002
165	Làng nghề chè tấm mảnh thôn Ngô Đồng	Hồng Dương	Thanh Oai	2004
166	Làng nghề chè tấm hương thôn Mạnh Kỳ	Hồng Dương	Thanh Oai	2004
167	Làng nghề chè tấm hương thôn Tảo Dương	Hồng Dương	Thanh Oai	2004
168	Làng nghề chè tấm xuất khẩu thôn Ngọc Đình	Hồng Dương	Thanh Oai	2005
169	Làng nghề vòng nón, nón thôn Đôn Thư	Kim Thư	Thanh Oai	2004

170	Làng nghề nón Chuông - Làng Chuông	Phương Trung	Thanh Oai	
171	Làng nghề nón thôn Liên Tân	Phương Trung	Thanh Oai	2002
172	Làng nghề nón thôn Tân Tiến	Phương Trung	Thanh Oai	2002
173	Làng nghề nón thôn Quang Trung	Phương Trung	Thanh Oai	2002
174	Làng nghề nón thôn Mã Kiều	Phương Trung	Thanh Oai	2002
175	Làng nghề nón thôn Tây Sơn	Phương Trung	Thanh Oai	2002
176	Làng nghề nón thôn Tân Dân	Phương Trung	Thanh Oai	2002
177	Làng nghề nón thôn Chung Chính	Phương Trung	Thanh Oai	2001
178	Làng nghề khâu bóng thôn Lê Dương	Tam Hưng	Thanh Oai	2008
179	Làng nghề khâu bóng thôn Song Khê	Tam Hưng	Thanh Oai	2007
180	Làng nghề khâu bóng thể thao thôn Bùi Xá	Tam Hưng	Thanh Oai	2007
181	Làng nghề khâu bóng thể thao thôn Song Khê	Tam Hưng	Thanh Oai	2003
182	Làng nghề nón mũ lá thôn Chi Lễ	Tân Ước	Thanh Oai	2002
183	Làng nghề nón mũ lá thôn Quế Sơn	Tân Ước	Thanh Oai	2003
184	Làng nghề giò chả thôn Ước Lễ	Tân Ước	Thanh Oai	2003
185	Làng nghề giò chả truyền thống thôn Phúc Thụy	Tân Ước	Thanh Oai	2008
186	Làng nghề dệt khăn, vải, dệt len thôn Thanh Thần	Thanh Cao	Thanh Oai	2004
187	Làng nghề thêu truyền thống thôn Cao Mật Thượng	Thanh Cao	Thanh Oai	2005
188	Làng nghề CB lương thực thôn Nga My Thượng	Thanh Mai	Thanh Oai	2008
189	Làng nghề chế biến nông sản thôn Nga My Hạ	Thanh Mai	Thanh Oai	2008
190	Làng nghề kim khí thôn Dụ Tiên	Thanh Thùy	Thanh Oai	2002
191	Làng nghề kim khí thôn Từ Am	Thanh Thùy	Thanh Oai	2002
192	Làng nghề kim khí thôn Rùa Hạ	Thanh Thùy	Thanh Oai	2002
193	Làng nghề kim khí thôn Gia Vĩnh	Thanh Thùy	Thanh Oai	2002

194	Làng nghề kim khí thôn Rùa Thượng	Thanh Thùy	Thanh Oai	2001
195	Làng nghề điêu khắc thôn Dư Dụ	Thanh Thùy	Thanh Oai	2001
196	Làng nghề thêu thôn Cổ Chát	Dũng Tiến	Thường Tín	2001
197	Làng nghề thêu thôn Đông Cừ	Dũng Tiến	Thường Tín	2002
198	Làng nghề thêu ren thôn Ba Lãng	Dũng Tiến	Thường Tín	2008
199	Làng nghề sơn mài thôn Hạ Thái	Duyên Thái	Thường Tín	2001
200	Làng nghề sơn mài thôn Duyên Trường	Duyên Thái	Thường Tín	2005
201	Làng nghề điêu khắc Nhân Hiền	Hiền Giang	Thường Tín	2001
202	Làng nghề làm lược sừng Thụy Ứng	Hòa Bình	Thường Tín	2003
203	Làng nghề sinh vật cảnh thôn Cơ Giáo	Hồng Vân	Thường Tín	2008
204	Làng nghề sinh vật cảnh thôn Xâm Xuyên	Hồng Vân	Thường Tín	2008
205	Làng nghề kim khí thôn Liễu Nội	Khánh Hà	Thường Tín	2002
206	Làng nghề thêu thôn Từ Vân	Lê Lợi	Thường Tín	2002
207	Làng nghề dệt đũi tơ tằm thôn Cống Xuyên	Nghiêm Xuyên	Thường Tín	2002
208	Làng nghề thêu thôn Đình Tô	Nguyễn Trãi	Thường Tín	2002
209	Làng nghề thêu may thôn Xóm Bến	Nguyễn Trãi	Thường Tín	2005
210	Làng nghề may thêu thôn Gia Khánh	Nguyễn Trãi	Thường Tín	2007
211	Làng nghề tiện gỗ thôn Nhị Khê	Nhị Khê	Thường Tín	2001
212	Làng nghề tiện Trung Thôn	Nhị Khê	Thường Tín	2003
213	Làng nghề bánh dày Thượng Đình	Nhị Khê	Thường Tín	2003
214	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương I	Ninh Sở	Thường Tín	
215	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương II	Ninh Sở	Thường Tín	2002



216	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương III	Ninh Sở	Thường Tín	2002
217	Làng nghề tre đan thôn Đại Lộ	Ninh Sở	Thường Tín	2002
218	Làng nghề tre đan thôn Bằng Sở	Ninh Sở	Thường Tín	2002
219	Làng nghề thêu Quất Động	Quất Động	Thường Tín	2001
220	Làng nghề thêu ren thôn Lưu Xá	Quất Động	Thường Tín	2004
221	Làng nghề thêu ren thôn Bì Hương	Quất Động	Thường Tín	2004
222	Làng nghề thêu ren thôn Quất Tinh	Quất Động	Thường Tín	2004
223	Làng nghề thêu ren thôn Đô Quan	Quất Động	Thường Tín	2004
224	Làng nghề thêu ren thôn Nguyên Bì	Quất Động	Thường Tín	2004
225	Làng nghề thêu ren thôn Đức Trạch	Quất Động	Thường Tín	2004
226	Làng nghề thêu ren thôn Quất Lâm	Quất Động	Thường Tín	2004
227	Làng nghề thêu thôn Hương Dương	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
228	Làng nghề thêu thôn Khoái Nội	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
229	Làng nghề thêu thôn Bình Lãng	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
230	Làng nghề thêu thôn Đào Xá	Thắng Lợi	Thường Tín	2001
231	Làng nghề thêu xuất khẩu Phương Cù	Thắng Lợi	Thường Tín	2003
232	Làng nghề thêu ren thôn Một Thượng	Thắng Lợi	Thường Tín	2007
233	Làng nghề mộc dân dụng thôn Định Quán	Tiền Phong	Thường Tín	2002
234	Làng nghề điêu khắc mộc thôn Thượng Cung	Tiền Phong	Thường Tín	2002
235	Làng nghề bông len thôn Trát Cầu	Tiền Phong	Thường Tín	2001
236	Làng nghề Chăn ga gối đệm Ngọc Động	Tiền Phong	Thường Tín	2020
237	Làng nghề mộc cao cấp Vạn Điểm	Vạn Điểm	Thường Tín	2001

238	Làng nghề đồ gỗ mỹ nghệ cao cấp thôn Đặng Xá	Vạn Điểm	Thường Tín	2005
239	Làng nghề cơ khí mộc thôn Nguyên Hanh	Văn Tự	Thường Tín	2002
240	Làng nghề bông vải sợi Trung Thượng	Đại Hùng	Ứng Hòa	2003
241	Làng nghề may áo dài truyền thống thôn Trạch Xá	Hòa Lâm	Ứng Hòa	2004
242	Làng nghề chế tăm hương, đan guột tẻ thôn Trần Đăng	Hoa Sơn	Ứng Hòa	2008
243	Làng nghề dệt Hòa Xá	Hòa Xá	Ứng Hòa	2001
244	Làng nghề làm bún thôn Bật Chùa	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
245	Làng nghề làm bún thôn Bật Trung	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
246	Làng nghề làm bún thôn Bật Ngõ	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
247	Làng nghề rèn truyền thống thôn Vũ Ngoại	Liên Bạt	Ứng Hòa	2005
248	Làng nghề truyền thống giày dép da thôn Thần	Minh Đức	Ứng Hòa	2015
249	Làng nghề mây đan guột tẻ thôn Phí Trạch	Phương Tú	Ứng Hòa	2003
250	Làng nghề tăm hương thôn Phú Lương Thượng	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2001
251	Làng nghề hương đen thôn Xà Cầu	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2003
252	Làng nghề tăm hương thôn Phú Lương Hạ	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
253	Làng nghề chế tăm hương thôn Quảng Nguyên	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
254	Làng nghề chế tăm hương thôn Cầu Bàu	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
255	Làng nghề chế tăm hương thôn Đạo Tú	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
256	Làng nghề tre đan thôn Hoàng Dương	Sơn Công	Ứng Hòa	2002
257	Làng nghề khảm trai thôn Cao Xá	Trung Tú	Ứng Hòa	2007
258	Làng nghề tre giang đan thôn Đống Vũ	Trường Thịnh	Ứng Hòa	
259	Làng nghề mây tre đan thôn Hoa Đường	Trường Thịnh	Ứng Hòa	2003
260	Làng nghề rượu làng Ngâu thôn Yên Ngu	Tam Hiệp	Thanh Trì	2021
261	Làng nghề hoa, cây cảnh Tích Giang	Tích Giang	Phúc Thọ	2022
262	Làng nghề mộc thôn Phú An	Thanh Đa	Phúc Thọ	2022
263	Làng nghề may thôn Vĩnh Trung	Đại Áng	Thanh Trì	2022

264	Làng nghề sản xuất bánh kẹo thôn Nội Am	Liên Ninh	Thanh Trì	2022
265	Làng nghề chế biến nông sản thôn Thuận Quang	Dương Xá	Gia Lâm	2023
266	Làng nghề mây tre đan thôn 3	Vạn Phúc	Thanh Trì	2023
267	Làng nghề mộc Triệu Xuyên	Long Xuyên	Phúc Thọ	2023
268	Làng nghề cắt may Làng Táo	Tam Thuấn	Phúc Thọ	2023
191	Làng nghề kim khí thôn Từ Am	Thanh Thùy	Thanh Oai	2002
192	Làng nghề kim khí thôn Rùa Hạ	Thanh Thùy	Thanh Oai	2002
193	Làng nghề kim khí thôn Gia Vĩnh	Thanh Thùy	Thanh Oai	2002
194	Làng nghề kim khí thôn Rùa Thượng	Thanh Thùy	Thanh Oai	2001
195	Làng nghề điêu khắc thôn Dư Dụ	Thanh Thùy	Thanh Oai	2001
196	Làng nghề thêu thôn Cổ Chát	Dũng Tiến	Thường Tín	2001
197	Làng nghề thêu thôn Đông Cửu	Dũng Tiến	Thường Tín	2002
198	Làng nghề thêu ren thôn Ba Lãng	Dũng Tiến	Thường Tín	2008
199	Làng nghề sơn mài thôn Hạ Thái	Duyên Thái	Thường Tín	2001
200	Làng nghề sơn mài thôn Duyên Trường	Duyên Thái	Thường Tín	2005
201	Làng nghề điêu khắc Nhân Hiền	Hiền Giang	Thường Tín	2001
202	Làng nghề làm lược sừng Thụy Ứng	Hòa Bình	Thường Tín	2003
203	Làng nghề sinh vật cảnh thôn Cơ Giáo	Hồng Vân	Thường Tín	2008
204	Làng nghề sinh vật cảnh thôn Xâm Xuyên	Hồng Vân	Thường Tín	2008
205	Làng nghề kim khí thôn Liễu Nội	Khánh Hà	Thường Tín	2002
206	Làng nghề thêu thôn Từ Vân	Lê Lợi	Thường Tín	2002
207	Làng nghề dệt đũi tơ tằm thôn Công Xuyên	Nghiêm Xuyên	Thường Tín	2002
208	Làng nghề thêu thôn Đình Tổ	Nguyễn	Thường	2002

		Trãi	Tín	
209	Làng nghề thêu may thôn Xóm Bến	Nguyễn Trãi	Thường Tín	2005
210	Làng nghề may thêu thôn Gia Khánh	Nguyễn Trãi	Thường Tín	2007
211	Làng nghề tiện gỗ thôn Nhị Khê	Nhị Khê	Thường Tín	2001
212	Làng nghề tiện Trung Thôn	Nhị Khê	Thường Tín	2003
213	Làng nghề bánh dày Thượng Đình	Nhị Khê	Thường Tín	2003
214	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương I	Ninh Sở	Thường Tín	
215	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương II	Ninh Sở	Thường Tín	2002
216	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương III	Ninh Sở	Thường Tín	2002
217	Làng nghề tre đan thôn Đại Lộ	Ninh Sở	Thường Tín	2002
218	Làng nghề tre đan thôn Bằng Sở	Ninh Sở	Thường Tín	2002
219	Làng nghề thêu Quất Động	Quất Động	Thường Tín	2001
220	Làng nghề thêu ren thôn Lưu Xá	Quất Động	Thường Tín	2004
221	Làng nghề thêu ren thôn Bì Hướng	Quất Động	Thường Tín	2004
222	Làng nghề thêu ren thôn Quất Tĩnh	Quất Động	Thường Tín	2004
223	Làng nghề thêu ren thôn Đô Quan	Quất Động	Thường Tín	2004
224	Làng nghề thêu ren thôn Nguyên Bì	Quất Động	Thường Tín	2004
225	Làng nghề thêu ren thôn Đức Trạch	Quất Động	Thường Tín	2004
226	Làng nghề thêu ren thôn Quất Lâm	Quất Động	Thường Tín	2004
227	Làng nghề thêu thôn Hướng Dương	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
228	Làng nghề thêu thôn Khoái Nội	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
229	Làng nghề thêu thôn Bình Lãng	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
230	Làng nghề thêu thôn Đào Xá	Thắng Lợi	Thường	2001

			Tín	
231	Làng nghề thêu xuất khẩu Phương Cù	Thắng Lợi	Thường Tín	2003
232	Làng nghề thêu ren thôn Một Thượng	Thắng Lợi	Thường Tín	2007
233	Làng nghề mộc dân dụng thôn Định Quán	Tiền Phong	Thường Tín	2002
234	Làng nghề điêu khắc mộc thôn Thượng Cung	Tiền Phong	Thường Tín	2002
235	Làng nghề bông len thôn Trát Cầu	Tiền Phong	Thường Tín	2001
236	Làng nghề Chăn ga gói đệm Ngọc Động	Tiền Phong	Thường Tín	2020
237	Làng nghề mộc cao cấp Vạn Điểm	Vạn Điểm	Thường Tín	2001
238	Làng nghề đồ gỗ mỹ nghệ cao cấp thôn Đặng Xá	Vạn Điểm	Thường Tín	2005
239	Làng nghề cơ khí mộc thôn Nguyên Hanh	Văn Tự	Thường Tín	2002
240	Làng nghề bông vải sợi Trung Thượng	Đại Hùng	Ứng Hòa	2003
241	Làng nghề may áo dài truyền thống thôn Trạch Xá	Hòa Lâm	Ứng Hòa	2004
242	Làng nghề chế tăm hương, đan guột tể thôn Trần Đăng	Hoa Sơn	Ứng Hòa	2008
243	Làng nghề dệt Hòa Xá	Hòa Xá	Ứng Hòa	2001
244	Làng nghề làm bún thôn Bật Chùa	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
245	Làng nghề làm bún thôn Bật Trung	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
246	Làng nghề làm bún thôn Bật Ngõ	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
247	Làng nghề rèn truyền thống thôn Vũ Ngoại	Liên Bạt	Ứng Hòa	2005
248	Làng nghề truyền thống giày dép da thôn Thần	Minh Đức	Ứng Hòa	2015
249	Làng nghề mây đan guột tể thôn Phí Trạch	Phương Tú	Ứng Hòa	2003
250	Làng nghề tăm hương thôn Phú Lương Thượng	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2001
251	Làng nghề hương đen thôn Xà Cầu	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2003
252	Làng nghề tăm hương thôn Phú Lương Hạ	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
253	Làng nghề chế tăm hương thôn Quảng Nguyên	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
254	Làng nghề chế tăm hương thôn Cầu	Quảng	Ứng Hòa	2004

	Bầu	Phú Cầu		
255	Làng nghề chẻ tăm hương thôn Đạo Tú	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
256	Làng nghề tre đan thôn Hoàng Dương	Sơn Công	Ứng Hòa	2002
257	Làng nghề khảm trai thôn Cao Xá	Trung Tú	Ứng Hòa	2007
258	Làng nghề tre giang đan thôn Đống Vũ	Trường Thịnh	Ứng Hòa	
259	Làng nghề mây tre đan thôn Hoa Đường	Trường Thịnh	Ứng Hòa	2003
260	Làng nghề rượu làng Ngâu thôn Yên Ngu	Tam Hiệp	Thanh Trì	2021
261	Làng nghề hoa, cây cảnh Tích Giang	Tích Giang	Phúc Thọ	2022
262	Làng nghề mộc thôn Phú An	Thanh Đa	Phúc Thọ	2022
263	Làng nghề may thôn Vĩnh Trung	Đại Áng	Thanh Trì	2022
264	Làng nghề sản xuất bánh kẹo thôn Nội Am	Liên Ninh	Thanh Trì	2022
265	Làng nghề chế biến nông sản thôn Thuận Quang	Dương Xá	Gia Lâm	2023
266	Làng nghề mây tre đan thôn 3	Vạn Phúc	Thanh Trì	2023
267	Làng nghề mộc Triệu Xuyên	Long Xuyên	Phúc Thọ	2023
268	Làng nghề cắt may Làng Táo	Tam Thuán	Phúc Thọ	2023
207	Làng nghề dệt đũi tơ tằm thôn Cống Xuyên	Nghiêm Xuyên	Thường Tín	2002
208	Làng nghề thêu thôn Đình Tô	Nguyễn Trãi	Thường Tín	2002
209	Làng nghề thêu may thôn Xóm Bến	Nguyễn Trãi	Thường Tín	2005
210	Làng nghề may thêu thôn Gia Khánh	Nguyễn Trãi	Thường Tín	2007
211	Làng nghề tiện gỗ thôn Nhị Khê	Nhị Khê	Thường Tín	2001
212	Làng nghề tiện Trung Thôn	Nhị Khê	Thường Tín	2003
213	Làng nghề bánh dày Thượng Đình	Nhị Khê	Thường Tín	2003
214	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương I	Ninh Sở	Thường Tín	
215	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương II	Ninh Sở	Thường Tín	2002
216	Làng nghề tre đan thôn Xâm Dương	Ninh Sở	Thường	2002

	III		Tín	
217	Làng nghề tre đan thôn Đại Lộ	Ninh Sở	Thường Tín	2002
218	Làng nghề tre đan thôn Bằng Sở	Ninh Sở	Thường Tín	2002
219	Làng nghề thêu Quất Động	Quất Động	Thường Tín	2001
220	Làng nghề thêu ren thôn Lưu Xá	Quất Động	Thường Tín	2004
221	Làng nghề thêu ren thôn Bì Hướng	Quất Động	Thường Tín	2004
222	Làng nghề thêu ren thôn Quất Tinh	Quất Động	Thường Tín	2004
223	Làng nghề thêu ren thôn Đô Quan	Quất Động	Thường Tín	2004
224	Làng nghề thêu ren thôn Nguyên Bì	Quất Động	Thường Tín	2004
225	Làng nghề thêu ren thôn Đức Trạch	Quất Động	Thường Tín	2004
226	Làng nghề thêu ren thôn Quất Lâm	Quất Động	Thường Tín	2004
227	Làng nghề thêu thôn Hướng Dương	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
228	Làng nghề thêu thôn Khoái Nội	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
229	Làng nghề thêu thôn Bình Lãng	Thắng Lợi	Thường Tín	2002
230	Làng nghề thêu thôn Đào Xá	Thắng Lợi	Thường Tín	2001
231	Làng nghề thêu xuất khẩu Phương Cù	Thắng Lợi	Thường Tín	2003
232	Làng nghề thêu ren thôn Một Thượng	Thắng Lợi	Thường Tín	2007
233	Làng nghề mộc dân dụng thôn Định Quán	Tiền Phong	Thường Tín	2002
234	Làng nghề điêu khắc mộc thôn Thượng Cung	Tiền Phong	Thường Tín	2002
235	Làng nghề bông len thôn Trát Cầu	Tiền Phong	Thường Tín	2001
236	Làng nghề Chăn ga gối đệm Ngọc Động	Tiền Phong	Thường Tín	2020
237	Làng nghề mộc cao cấp Vạn Điểm	Vạn Điểm	Thường Tín	2001
238	Làng nghề đồ gỗ mỹ nghệ cao cấp thôn	Vạn Điểm	Thường	2005

	Đặng Xá		Tín	
239	Làng nghề cơ khí mộc thôn Nguyên Hanh	Văn Tự	Thường Tín	2002
240	Làng nghề bông vải sợi Trung Thượng	Đại Hùng	Ứng Hòa	2003
241	Làng nghề may áo dài truyền thống thôn Trạch Xá	Hòa Lâm	Ứng Hòa	2004
242	Làng nghề chế tăm hương, đan guột té thôn Trần Đăng	Hoa Sơn	Ứng Hòa	2008
243	Làng nghề dệt Hòa Xá	Hòa Xá	Ứng Hòa	2001
244	Làng nghề làm bún thôn Bật Chùa	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
245	Làng nghề làm bún thôn Bật Trung	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
246	Làng nghề làm bún thôn Bật Ngõ	Liên Bạt	Ứng Hòa	2004
247	Làng nghề rèn truyền thống thôn Vũ Ngoại	Liên Bạt	Ứng Hòa	2005
248	Làng nghề truyền thống giày dép da thôn Thần	Minh Đức	Ứng Hòa	2015
249	Làng nghề mây đan guột té thôn Phí Trạch	Phương Tú	Ứng Hòa	2003
250	Làng nghề tăm hương thôn Phú Lương Thượng	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2001
251	Làng nghề hương đen thôn Xà Cầu	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2003
252	Làng nghề tăm hương thôn Phú Lương Hạ	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
253	Làng nghề chế tăm hương thôn Quảng Nguyên	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
254	Làng nghề chế tăm hương thôn Cầu Bầu	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
255	Làng nghề chế tăm hương thôn Đạo Tú	Quảng Phú Cầu	Ứng Hòa	2004
256	Làng nghề tre đan thôn Hoàng Dương	Sơn Công	Ứng Hòa	2002
257	Làng nghề khảm trai thôn Cao Xá	Trung Tú	Ứng Hòa	2007
258	Làng nghề tre giang đan thôn Đông Vũ	Trường Thịnh	Ứng Hòa	
259	Làng nghề mây tre đan thôn Hoa Đường	Trường Thịnh	Ứng Hòa	2003
260	Làng nghề rượu làng Ngâu thôn Yên Nguu	Tam Hiệp	Thanh Trì	2021
261	Làng nghề hoa, cây cảnh Tích Giang	Tích Giang	Phúc Thọ	2022
262	Làng nghề mộc thôn Phú An	Thanh Đa	Phúc Thọ	2022
263	Làng nghề may thôn Vĩnh Trung	Đại Áng	Thanh Trì	2022
264	Làng nghề sản xuất bánh kẹo thôn Nội	Liên Ninh	Thanh Trì	2022



	Am			
265	Làng nghề chế biến nông sản thôn Thuận Quang	Dương Xá	Gia Lâm	2023
266	Làng nghề mây tre đan thôn 3	Vạn Phúc	Thanh Trì	2023
267	Làng nghề mộc Triệu Xuyên	Long Xuyên	Phúc Thọ	2023
268	Làng nghề cắt may Làng Táo	Tam Thuận	Phúc Thọ	2023

**Phụ lục 6: Số lượng buổi biểu diễn và doanh thu từ biểu diễn nghệ thuật  
(giai đoạn 2017 - 2022)**

<b>Nội dung</b>	<b>Năm</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Biểu diễn phục vụ nhiệm vụ chính trị (số buổi)	414	387	320	8	50	405
Biểu diễn doanh thu (số buổi)	2.886	2.499	2.280	800	91	616
Doanh thu đạt (tỷ đồng)	52,3	58	65	15,2	1,9	14,85

**Phụ lục 7: Văn bản của thành phố Hà Nội về phát triển CNVH**

- Nghị quyết 11/2012/NQ-HĐND ngày 13/7/2012 thông qua Quy hoạch phát triển văn hóa Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;

- Nghị quyết số 08/2013/NQ-HĐND ngày 11/7/2013 Quy định mức tiền phạt đối với một số hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa (*Theo quy định tại Khoản 2 Điều 20 Luật Thủ đô*);

- Nghị quyết số 16/2013/NQ-HĐND ngày 17/7/2013 về chính sách khuyến khích đầu tư, huy động đóng góp tự nguyện của tổ chức, cá nhân vào việc xây dựng công trình văn hóa, công viên, vườn hoa, khu vui chơi giải trí và bảo tồn, tôn tạo, phát huy giá trị di sản văn hóa trên địa bàn Thủ đô (*Theo quy định tại điểm a Khoản 3 Điều 11 Luật Thủ đô*);

- Nghị quyết số 24/2013/NQ-HĐND ngày 04/12/2013 Ban hành Danh mục phố cổ, làng cổ, làng nghề truyền thống tiêu biểu, biệt thự cũ, công trình kiến trúc khác xây dựng trước năm 1954 và di sản văn hóa phi vật thể trên địa bàn Thủ đô cần tập trung nguồn lực để bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa (*Theo quy định tại điểm b Khoản 3 Điều 11 Luật Thủ đô*).

- Quyết định số 4641/QĐ-UBND ngày 17/10/2012 của UBND thành phố Hà Nội về việc Phê duyệt Quy hoạch phát triển Văn hóa thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;

- Quyết định số 07/2012/QĐ-UBND ngày 27/4/2012 Ban hành Quy định thực hiện nếp sống văn minh trong việc cưới, việc tang và lễ hội trên địa bàn thành phố Hà Nội;

- Quyết định số 6398/QĐ-UBND ngày 24/10/2013 ban hành Quy hoạch Bảo tồn, phát huy giá trị Khu phố cổ Hà Nội, kèm theo Quy chế quản lý - quy hoạch kiến trúc Khu Phố cổ Hà Nội;

- Quyết định số 6634/QĐ-UBND ngày 31/10/2013 ban hành Quy hoạch bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị di tích làng cổ Đường Lâm, thị xã Sơn Tây, tỷ lệ 1/2000, minh họa vùng bảo vệ 1, tỷ lệ 1/500, kèm theo Quy chế quản lý;

- Quyết định số 48/2016/QĐ-UBND ngày 17/11/2016 về việc ban hành Quy chế quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị di tích lịch sử - văn hóa và danh lam thắng cảnh trên địa bàn Thành phố;

- Quyết định số 5745/QĐ-UBND ngày 14/10/2016 về việc Phê duyệt, công bố danh mục kiểm kê di tích trên địa bàn thành phố Hà Nội đến ngày 31/12/2015;

- Quyết định số 14/QĐ-UBND ngày 02/01/2020 Về việc công bố chính thức tổ chức không gian đi bộ khu vực Hồ Hoàn Kiếm và phụ cận;

- Quyết định số 3342/QĐ-UBND ngày 30/7/2020 về việc phê duyệt nội dung văn kiện Dự án hợp tác Hà Nội - Toulouse về hỗ trợ kỹ thuật bảo tồn, phát huy giá trị các di sản đô thị tiêu biểu và di tích khảo cổ học tại Di sản văn hóa thế giới Khu trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội;

- Kế hoạch số 202/KH-UBND ngày 07/11/2016 Thí điểm xây dựng nhận diện thương hiệu (logo), biển chỉ dẫn và sản phẩm lưu niệm du lịch Hà Nội;

- Kế hoạch số 120/KH-UBND ngày 01/6/2017 của UBND Thành phố về việc khắc phục những tồn tại, hạn chế; đổi mới, nâng cao hiệu quả công tác quản lý di tích văn hóa, quản lý lễ hội trên địa bàn Thành phố;

- Trên cơ sở đó, ngày 30/7/2021, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội ban hành Kế hoạch số 176/KH-UBND về Thực hiện Chương trình 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”;

- Quyết định số 1869/QĐ-UBND ngày 23/4/2021 về việc ban hành Kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2021-2025;

- Quyết định số 5249/QĐ-UBND ngày 15/12/2021 về việc ban hành Kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025;

- Quyết định số 1698/QĐ-UBND ngày 19/5/2022 phê duyệt Đề án đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025 và định hướng đến năm 2030.

- Ủy ban nhân dân ban hành Kế hoạch số 213/KH-UBND ngày 08/08/2023 về triển khai thực hiện Đề án “Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng cán bộ, công chức, viên chức thành phố Hà Nội giai đoạn 2022-2025 và định hướng đến năm 2030”.

- Sở Văn hóa và Thể thao tham mưu xây dựng Đề án “Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý văn hóa của thành phố Hà Nội đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

**Phụ lục 8. Số lượng và thu nhập của cán bộ ngành văn hoá**

<b>Năm</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Cấp Thành phố</b>	<b>Cấp quận, huyện, thị xã</b>	<b>Cấp xã, phường, thị trấn</b>
2017	Số lượng (người)	327	883	588
	Thu nhập bình quân (triệu đồng)	6,0	5,2	4,21
2018	Số lượng (người)	323	859	588
	Thu nhập bình quân (triệu đồng)	6,28	5,5	4,7
2019	Số lượng (người)	323	851	585
	Thu nhập bình quân (triệu đồng)	7,0	5,7	5,05
2020	Số lượng (người)	323	842	584
	Thu nhập bình quân (triệu đồng)	6,9	5,88	5,48
2021	Số lượng (người)	319	829	584
	Thu nhập bình quân (triệu đồng)	6,5	5,94	5,64
2022	Số lượng (người)	321	894	584
	Thu nhập bình quân (triệu đồng)	6,9	6,51	6,05
2023	Số lượng (người)	321	894	584
	Thu nhập bình quân (triệu đồng)	6,97	6,71	6,35

**Phụ lục 9. Thống kê đón, tiếp khách tham quan, du lịch tại một số di tích (Giai đoạn 2017 - 2022)**

Di tích	Nội dung	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
<b>Thành phố quản lý</b>							
Hồ Hoàn Kiếm và Đền Ngọc Sơn	Lượt khách	956.000	950.000	949.000	490.000	138.800	700.000
	Doanh thu (tỷ đồng)	27,80	26,47	25,77	12,766	3.346	19
Văn Miếu - Quốc Tử Giám	Lượt khách	1.640.800	1.700.000	1.597.300	736.200	278.190	1.314.101
	Doanh thu (tỷ đồng)	46,19	46,50	45,79	22	6,8	39,1
Nhà tù Hoả Lò	Lượt khách	1,874			203.000	97.010	490.000
	Doanh thu (tỷ đồng)	56,220			10.1	4.2	15.76
Hoàng thành Thăng Long	Lượt khách	1.510.822			150.600	750.750	501.000
	Doanh thu (tỷ đồng)	35.051			5.1	2	16.2
Các di tích cách mạng kháng chiến (5D Hàm Long, 48 Hàng Ngang, 90 Thợ Nhuộm, nhà lưu niệm Bác Hồ tại Vạn Phúc)	Lượt khách	19.700	20.000	25.000	7.700	<b>2.600</b>	7.000
	Doanh thu (tỷ đồng)	1.2	1.28	1.4	0.5	0.1	0.42
<b>Quận, huyện, thị xã quản lý</b>							

Chùa Hương, huyện Mỹ Đức	Lượt khách	5.959.173	1.753.000
	Doanh thu (tỷ đồng)	476.733	103.010
làng cổ Đường Lâm	Lượt khách	60.000	13.423
	Doanh thu (tỷ đồng)	10.850	2.076



**Phụ lục 10. Một số hình ảnh**



Nội dung: Triển lãm tư liệu Cầu Long Biên: Hình thành & Biến đổi

Người chụp: Tạp chí Kiến trúc

Địa điểm: Không gian của triển lãm tại Cầu Long Biên (trong khuôn khổ Lễ hội

Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023)

Thời gian: 21/11/2023



Nội dung: Triển lãm Góc “Ký ức đầu máy xe lửa hơi nước”

Người chụp: Nghiên cứu sinh

Địa điểm chụp: Góc ký ức Đầu máy xe lửa hơi nước tại Vườn Nhãn - Nhà máy xe lửa Gia Lâm (trong khuôn khổ Lễ hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023)

Thời gian chụp: 23/11/2023



Nội dung: Chuyến tàu "Di sản" khởi hành từ Ga Hà Nội – Ga Long Biên – Ga Gia Lâm

Người chụp: Tạp chí kiến trúc

Địa điểm chụp: Phía ngoài Ga Hà Nội (Lễ hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023).

Thời gian chụp: 14/11/2023



Nội dung: Không gian trưng bày lụa Vạn Phúc thuộc phần Trưng bày chuyên đề  
“Tinh hoa làng nghề Việt qua góc nhìn thiết kế nội thất đương đại”

Người chụp: Nghiên cứu sinh

Địa điểm chụp: Không gian trưng bày tại Bảo tàng Hà Nội (trong khuôn khổ Lễ  
hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023). Thời gian chụp: 18/11/2023



Nội dung: Không gian trưng bày tranh Hàng Trông thuộc phần Trưng bày chuyên đề “Tinh hoa làng nghề Việt qua góc nhìn thiết kế nội thất đương đại”

Người chụp: Nghiên cứu sinh

Địa điểm chụp: Không gian trưng bày tại Bảo tàng Hà Nội (trong khuôn khổ Lễ hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023)

Thời gian chụp: 18/11/2023



Nội dung: Tọa đàm Thời trang và Di sản (Sự kiện do Diễn đàn Thời trang Việt Nam tổ chức)

(Người chụp: Tạp chí kiến trúc Thời gian chụp: 21/11/2023)



Nội dung: Trình diễn  
Thời trang Cổ phục  
“Vân Long Lưu Vũ”  
Người chụp: Nghiên cứu  
sinh

Địa điểm chụp: Ngoài  
trời (trong khuôn khổ Lễ  
hội Thiết kế Sáng tạo Hà  
Nội 2023)

Thời gian chụp:  
18/11/2023



Nội dung: Trình diễn Thời trang Cổ phục “Vân Long Lưu Vũ”

Người chụp: Tạp chí kiến trúc

Địa điểm chụp: Phân xưởng Nóng - Nhà máy xe lửa Gia Lâm (trong khuôn khổ Lễ hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023). Thời gian chụp: 18/11/2023



Nội dung: The Flow of Arts – Dòng chảy từ mầm non nghệ thuật (hoạt động nghệ thuật kết hợp các loại hình dance và âm nhạc hội nhập cho thiếu nhi)

Người chụp: Tạp chí kiến trúc

Địa điểm chụp: Phân xưởng Nóng - Nhà máy xe lửa Gia Lâm (trong khuôn khổ Lễ hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023). Thời gian chụp: 25/11/2023



Nội dung: Tọa đàm Tái thiết các di sản trong lòng Hà Nội tiếp cận từ khai thác sáng tạo và phát huy giá trị & Trao giải cuộc thi ICONIC DESIGN và Thư viện cộng đồng. (Người chụp: Tạp chí kiến trúc. Thời gian chụp: 23/11/2023)



Nội dung: Hoạt động sáng tạo - Không gian trưng bày các sản phẩm làm từ tre của xưởng Taboo Bamboo. Người chụp: Tạp chí kiến trúc  
Địa điểm chụp: Phân xưởng 3B - Nhà máy xe lửa Gia Lâm (trong khuôn khổ Lễ hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023). Thời gian chụp: 22/11/2023



Nội dung: Chương trình nghệ thuật Công chiêng “Ngẫu hứng đại ngàn”  
 Người chụp: Tạp chí kiến trúc. Thời gian chụp: 26/11/2023  
 Địa điểm chụp: Sân khấu ngoài trời Cầu Lăn Chìm – Nhà máy Xe lửa Gia Lâm  
 (trong khuôn khổ Lễ hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023).



Nội dung: Chương trình nghệ thuật đương đại – Giới thiệu các ban nhạc Rock  
 “Dòng chảy”. (Người chụp: Tạp chí kiến trúc. Thời gian chụp: 18/11/2023)





Nội dung: Nghệ sĩ đến gần hơn với khán giả (Người chụp: Nghiên cứu sinh. Địa điểm chụp: Thời gian chụp: 20/10/2023)



Nội dung: Nghệ thuật đến gần hơn với công chúng (Người chụp: Nghiên cứu sinh. Địa điểm chụp: Thời gian chụp: 20/10/2023)



Nội dung: Trình diễn nghệ thuật truyền thống kết hợp đương đại "Đường trường". Người chụp: Tạp chí kiến trúc. Thời gian chụp: 18/11/2023  
Địa điểm chụp: Xưởng Nóng, Nhà máy xe lửa Gia Lâm (Lễ hội Thiết kế Sáng tạo Hà Nội 2023).



Nội dung: Hội chèo Làng Đặng  
Người chụp: Nghiên cứu sinh. Thời gian chụp: 18/10/2023  
Địa điểm chụp: Bảo tàng Lịch sử Quốc gia



"Biển hồng" ấn tượng phủ kín SVĐ Mỹ Đình trong concert của Blackpink tại Hà Nội (Ảnh: Mạnh Quân).



Dàn nhạc Giao hưởng Việt Nam biểu diễn dưới sự chỉ huy của nhạc trưởng Honna Tetsuji (Ảnh Hà Nội mới).



Lễ công bố Phở Hà Nội là di sản văn hóa phi vật thể Quốc gia  
 Người chụp: Nghiên cứu sinh, thời gian chụp: ngày 29/11/2023



Không gian trưng bày Phở Hà Nội - Di sản văn hóa phi vật thể Quốc gia  
 Người chụp: Nghiên cứu sinh, thời gian chụp: ngày 29/11/2023

BÁO CÁO ĐỘC SÁNG



NGUỒN CHÍNH

1	<a href="http://thuvienso.itdr.org.vn">thuvienso.itdr.org.vn</a> Nguồn Internet	4%
2	<a href="http://fdocument.org">fdocument.org</a> Nguồn Internet	3%
3	<a href="http://vanhoanghethuat.vn">vanhoanghethuat.vn</a> Nguồn Internet	3%
4	Ho Chi Minh National Academy of Politics Xuất bản	3%
5	<a href="http://qlkh.humg.edu.vn">qlkh.humg.edu.vn</a> Nguồn Internet	2%
6	<a href="http://tuyengiao.hagiang.gov.vn">tuyengiao.hagiang.gov.vn</a> Nguồn Internet	2%
7	<a href="http://admin.vicas.org.vn">admin.vicas.org.vn</a> Nguồn Internet	1%

Loại trừ Trích dẫn    Mở

Loại trừ trùng khớp    < 1000 words

Loại trừ mục lục tham khảo    Mở