

CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG CUỘC CÁCH MẠNG 4.0 HIỆN NAY Ở NƯỚC TA

PGS.TS. NGUYỄN VĂN MẠNH
ThS. NGUYỄN THỊ MỸ LỘC
Trường Đại học Khoa học Huế

1. Đặt vấn đề

Càng ngày chúng ta càng nhận thức sâu sắc rằng, văn hóa không chỉ là động lực, là sức mạnh mềm (soft power) để thúc đẩy sự phát triển xã hội, mà còn là nhân tố kinh tế/ kinh tế văn hóa. Đặc biệt, trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, với sự phát triển trí tuệ nhân tạo, vạn vật được kết nối, văn hóa càng có vai trò quan trọng, tham gia vào quá trình sản xuất của cải vật chất cho xã hội.

Tuy nhiên, xu hướng nghiên cứu kinh tế văn hóa từ trước đến nay chưa được các nhà khoa học thật sự quan tâm. Các nghiên cứu về hướng này còn nhỏ lẻ, chủ yếu mới dừng lại ở những ý tưởng, những đề xuất, như *văn hóa phải là nhân tố tham gia tích cực vào các chương trình, dự án*¹, hoặc đề xuất phát triển văn hóa kinh doanh, văn hóa trong doanh nghiệp, nhà máy²... Bài viết này, tập trung giải quyết hai vấn đề cơ bản của kinh tế văn hóa/ công nghiệp văn hóa (cultural industry): Sự cần thiết của việc phát triển công nghiệp văn hóa trong cuộc cách mạng 4.0 và các giải pháp phát triển công nghiệp văn hóa hiện nay ở nước ta.

2. Sự cần thiết của việc phát triển công nghiệp văn hóa trong cuộc cách mạng 4.0

Nói đến công nghiệp văn hóa thực chất là đề cập đến sự kết hợp sâu sắc giữa văn hóa và kinh tế, biến văn hóa thành hoạt động sản xuất/ hoạt động kinh tế mang lại nguồn lợi vật chất cho sự tăng trưởng GDP của đất nước.

Về mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa, *các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước* ngày càng xác định rõ và đi tới những nhận thức sâu sắc, toàn diện hơn. Ngay từ Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII (1998) Đảng ta đã mở ra những định hướng lớn cho quá trình đổi mới về văn hóa³. Đến năm 2011, trong *Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội*, Đảng đã xác lập mối quan hệ mật thiết giữa tăng trưởng kinh tế và phát triển văn hóa, đồng thời coi nó là một trong những vấn đề có ý nghĩa chiến lược đối với sự phát triển bền vững của Việt Nam thời kỳ công nghiệp hóa⁴. Trong mối quan hệ đó, kinh tế được xác định là động lực, mở đường cho quá trình đổi mới, hội nhập toàn diện. Cùng với hội nhập kinh tế là nhu cầu phát triển

¹Trần Quốc Vượng trong (2000), đã nêu lên: *Sự thất bại của nhiều dự án kinh tế là do chỉ chú ý đến GDP mà thiếu sự hỗ trợ của nhân tố văn hóa*; trong *Văn hóa Việt Nam tìm tòi và suy ngẫm*, Nxb Văn hóa Dân tộc - Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, Hà Nội, tr.106.

²Đinh Công Tuấn (2012), *Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam thời kỳ hội nhập*, Tạp chí Công Sản, số 10.

³Đảng Cộng sản Việt Nam (2008), *Nghị quyết Hội nghị lần thứ 5 Ban Chấp hành Trung ương Đảng (khóa VIII) về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc*, trong: Văn kiện Hội nghị lần thứ 5 BCH Trung ương khóa VIII, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 40-83.

⁴Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.73

một nền văn hóa tiên tiến, đa dạng, giàu bản sắc, tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại. Đến Hội nghị Trung ương 9 khóa XI (2014) cùng với việc tiếp tục khẳng định văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững của đất nước, vai trò của văn hóa đã được xác định rõ và được đặt lên ngang hàng với các lĩnh vực kinh tế. Mục tiêu gắn kết chặt chẽ, phát triển hài hòa giữa kinh tế và văn hóa đã được nêu ra như một yêu cầu cấp thiết. Theo đó, văn hóa đã trở thành một trụ cột chính gắn với sự phát triển của đất nước, nằm trong định hướng ưu tiên của thời kỳ CNH⁵.

Về mối quan hệ giữa kinh tế với văn hóa ta thấy, *hội nhập kinh tế tất yếu sẽ “lan tỏa” sang lĩnh vực văn hóa*. Hội nhập kinh tế không thể thành công nếu thiếu hội nhập văn hóa. Ngược lại, nếu không hội nhập về văn hóa thì hội nhập kinh tế sẽ thiếu cơ sở vững chắc. Nói cách khác, kinh tế không thể tự mình đạt được mục tiêu phát triển bền vững nếu thiếu nền tảng văn hóa. Mặt khác, văn hóa cũng không thể giữ vai trò tích cực, là động lực phát triển của đất nước nếu không có sự hậu thuẫn và sức mạnh của kinh tế. Trong sự phát triển của nước ta hiện nay, văn hóa không thể mãi là sản phẩm thụ động của kinh tế.

Rõ ràng, văn hóa không chỉ mang lại cho kinh tế năng lực, tư duy tổ chức mà còn tự mình biến thành nguồn lực kinh tế, sản xuất công nghiệp/ công nghiệp văn hóa. Ở mặt thứ nhất, văn hóa tăng cường sức hội tụ, bảo đảm cho hoạt động kinh tế có hiệu quả. Vì thế, những doanh nghiệp có uy tín hiện nay đều coi trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp và chú trọng tìm hiểu/ hiểu biết về văn hóa thế giới, văn hóa ở từng quốc gia là nhân tố thành công trong kinh doanh. Ở mặt thứ hai, văn hóa trở thành

nguồn lực/ sản phẩm vật chất mang lại thu nhập quốc dân: Công nghiệp văn hóa.

Như vậy, để hướng tới mục tiêu phát triển bền vững trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ở nước ta hiện nay, việc phát triển nền văn hóa mới rất được chú trọng. Nền văn hóa đó được đặt ra trong mối quan hệ chặt chẽ giữa kinh tế và văn hóa. Trong đó, văn hóa không chỉ được coi là động lực tinh thần cho sự phát triển kinh tế nói riêng và xã hội nói chung mà còn là nguồn lực kinh tế, sản xuất công nghiệp/ công nghiệp văn hóa. Đặc biệt, trong cuộc cách mạng 4.0 hiện nay, khoa học công nghiệp mới với các trụ cột khoa học về sự sống, khoa học vật liệu mới, khoa học về năng lượng và khoa học điện tử viễn thông, công nghệ thông tin... Tất cả đã tạo nên nhân tố kích thích cho sự hình thành công nghiệp văn hóa trong xã hội hiện đại.

Điều hiển nhiên là, những *thành tựu của khoa học và công nghiệp* thế giới đang góp phần quan trọng thúc đẩy sự phát triển văn hóa, công nghiệp văn hóa, làm cho các sản phẩm văn hóa luôn bảo đảm chất lượng, giá trị của chính nó và không ngừng góp phần nâng cao nguồn lực kinh tế, sản xuất công nghiệp, thúc đẩy tăng trưởng GDP cho đất nước. Mặt khác, sự phát triển của khoa học và công nghiệp cũng thúc đẩy việc mở rộng mau chóng ảnh hưởng của văn hóa vào nhiều lĩnh vực của đời sống và sự hình thành thị trường văn hóa trong phạm vi liên kết khu vực và toàn cầu.

Trước đây, để phát triển kinh tế, người ta thường tập trung vào việc khai thác sức lao động của con người. Ngày nay, trong thời đại của văn minh trí tuệ, công nghiệp 4.0, yếu tố quyết định cho sự phát triển là năng lực trí tuệ, tiềm năng sáng tạo, thông tin và tư duy đổi mới không ngừng nhằm tạo ra những giá trị và sản

⁵Đảng Cộng sản Việt Nam (2014), *Văn kiện Hội nghị lần thứ 9 BCH Trung ương khóa XI*, Văn phòng Trung ương Đảng, Hà Nội, tr.48-49.

phẩm hàng hóa có hàm lượng thông tin, tri thức cao. Muốn đạt được điều đó, văn hóa không chỉ là động lực mà đang trở thành nhân tố chủ đạo của nền kinh tế tri thức. Trong nền kinh tế này, các nhân tố như thông tin, tri thức, tiềm năng văn hóa của một dân tộc đang trở thành những nhân tố quan trọng trong quá trình sản xuất, lao động sáng tạo. Hàm lượng tri thức cao trong các sản phẩm kinh tế và văn hóa sẽ có khả năng đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của cá nhân khách hàng tiêu dùng đa dạng cũng như của toàn xã hội.

Ở nước ta trong thời gian đổi mới vừa qua, nhận thức về mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế ngày càng hoàn thiện. Hai lĩnh vực kinh tế, văn hóa không chỉ được nhấn mạnh ở việc thực hiện chức năng chuyên biệt mà còn trở thành những nhân tố cùng đồng thời thúc đẩy sự phát triển, phát triển công nghiệp văn hóa và các dịch vụ văn hóa, hoạt động thể thao, du lịch. Văn hóa đã và đang trở thành nguồn lực, nhân tố, sản phẩm quan trọng để phát triển kinh tế. Đứng trước những yêu cầu phát triển mới, chúng ta đã và đang tập trung nguồn lực để xây dựng nền kinh tế văn hóa/ công nghiệp văn hóa. Đó là bước chuẩn bị quan trọng để hướng tới phát triển nền kinh tế tri thức - nền kinh tế đậm chất trí tuệ và nhân văn sâu sắc.

Để xây dựng và phát triển công nghiệp văn hóa, chúng ta cần thực sự coi văn hóa là nguồn lực, nhân tố bảo đảm cho sự phát triển bền vững; cần thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của công nghiệp văn hóa, kinh tế tri thức. Mặt khác, cần coi trọng tính đặc thù, bản sắc văn hóa dân tộc, giữ gìn, phát huy các giá trị truyền thống, chống lại khuynh hướng đồng hóa và cả nguy cơ đồng nhất về văn hóa do tác động của cách mạng công nghiệp 4.0, cũng như xu thế hội nhập và toàn cầu hóa.

Thời gian qua, nước ta đã và đang chú trọng phát triển kinh tế trong văn hóa, văn hóa trong kinh tế, chú trọng thúc đẩy các hoạt động

của công nghiệp hóa. Ngành văn hóa đang cố gắng xây dựng và hoàn thiện thị trường sản phẩm văn hóa để tạo ra những sản phẩm văn hóa hấp dẫn, chất lượng cao. Với chiều sâu và những giá trị văn hóa độc đáo, Việt Nam được coi là một trong những quốc gia giàu tiềm năng văn hóa. Chúng ta có thể giới thiệu ra thị trường trong nước, khu vực và thế giới nhiều sản phẩm văn hóa để biến tiềm năng đó thành nền công nghiệp văn hóa.

Vì vậy, những người làm công tác quản lý văn hóa cần hướng đến một tư duy mở đường nhằm xây dựng một thị trường văn hóa dân tộc trên cơ sở phát triển chuỗi các sản phẩm công nghiệp văn hóa; cần đặc biệt quan tâm đến nền công nghiệp văn hóa, hàm lượng tri thức trong các sản phẩm kinh tế. Có như vậy nguồn lực văn hóa mới thúc đẩy phát triển kinh tế và chính nguồn lực đó sẽ tạo nên sức sản xuất kinh tế, tăng thu nhập cho đất nước.

3. Giải pháp phát triển công nghiệp văn hóa trong cuộc cách mạng 4.0

Để xác lập một nền công nghiệp văn hóa trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay, thiết nghĩ chúng ta cần tiến hành một số giải pháp mang tính chiến lược sau đây:

Giải pháp thứ nhất: Trước hết, công nghiệp văn hóa thể hiện trong văn hóa kinh doanh Việt Nam. Văn hóa kinh doanh trước hết phải dựa vào những giá trị truyền thống của dân tộc, đó là sự thông minh, cần cù, khéo léo, ham học hỏi, tinh thần sáng tạo không ngừng, thái độ dũng cảm, dám mạo hiểm, ý chí quyết tâm vượt qua những khó khăn, thách thức, tính quyết đoán trong công việc... Những đức tính đó phải được hội tụ trong phẩm chất của các doanh nhân Việt Nam. Song song với đó, họ phải từng bước loại bỏ hạn chế trong văn hóa kinh doanh của mình, như làm ăn nhỏ lẻ, thiếu chuyên nghiệp, thiếu học hỏi/ tiếp nhận kinh nghiệm thế giới một cách bài bản, tầm nhìn hạn chế, xem nhẹ chữ tín, thiếu tính liên kết, nặng

về lợi ích cá nhân... Bên cạnh đó, phải biết tiếp thu, chọn lọc những giá trị tích cực từ nhiều nền văn hóa kinh doanh của các nước trên thế giới để áp dụng cho phù hợp, để biến chúng thành lợi thế cho mình. Hơn lúc nào hết, công nghiệp văn hóa trong kinh doanh Việt Nam cần phải được cộng đồng doanh nghiệp nước ta coi trọng để bước vào hành trình mới của cuộc cách mạng 4.0 đầy thách thức. Đó là động lực thành công và cũng là hành trang quý báu khi bước vào “*những sân chơi*” kinh tế lớn của thế giới. Xây dựng công nghiệp văn hóa trong kinh doanh Việt Nam chính là nội dung, biện pháp quan trọng hàng đầu để củng cố phát triển nội lực, tạo tư thế mới làm tiền đề và điểm tựa cho việc hội nhập của nền kinh tế Việt Nam vào kinh tế thế giới trong cuộc cách mạng 4.0 hiện nay. Trong quá trình đó, phát huy thế mạnh của thị trường văn hóa, công nghiệp văn hóa và cần sớm tính đến việc xây dựng một nền văn hóa thương nghiệp. Ở đó, triết lý kinh doanh, đạo đức nghề nghiệp, tính trung thực, tư tưởng nhân văn và văn hóa kinh doanh được coi trọng, tôn vinh. Đội ngũ doanh nhân cần trở thành các doanh nhân văn hóa, một nguồn lực đáng kể trong việc đẩy mạnh công nghiệp văn hóa, kinh tế tri thức cho đất nước ta trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Giải pháp thứ hai: Cần coi trọng phát triển loại hình du lịch văn hóa, biến tiềm năng văn hóa, di sản văn hóa dân tộc thành sản phẩm văn hóa phục vụ du lịch. Từ đó làm cho văn hóa không chỉ tồn tại dưới dạng những di sản truyền thống tĩnh, ổn định, đứng yên như là những trang sử của ông cha, mà nó phải được chuyển thành nguyên liệu, vật liệu, thành sản phẩm phục vụ nền công nghiệp không khói; sản phẩm văn hóa ngày càng trở nên sống động, thành một sản phẩm hàng hóa để marketing, giới thiệu, chào bán cho du khách gần xa, trong khu vực và trên thế giới, để thu hút mọi người tìm đến với Việt Nam. Như vậy,

văn hóa đã trở thành công nghiệp văn hóa, sản phẩm văn hóa phục vụ phát triển kinh tế.

Giải pháp thứ ba: Văn hóa phải trở thành một nhân tố căn bản cho việc thực hiện nhiệm vụ phản biện đánh giá các chương trình dự án phát triển kinh tế, xã hội của đất nước. Theo hướng phản biện này, văn hóa không chỉ dừng lại ở công tác bảo tồn các di sản truyền thống mà suy cho cùng phải bảo vệ được lợi ích con người/ quyền con người, quyền được sống và mưu cầu hạnh phúc. Ví như, nhiều chương trình, dự án ảnh hưởng tiêu cực đến quyền lợi người dân, nhưng không được chú ý, như dự án Khoanh vùng bảo vệ vùng lõi, vùng đệm Di sản thiên nhiên thế giới Phong Nha - Kẻ Bàng, nghiêm cấm sự chặt phá, đánh bắt động thực vật trong khu vực vùng lõi và vùng đệm của di sản, nhưng đã không tính đến sinh kế, không tính đến việc người dân sẽ sống bằng cách nào khi không được khai thác nguồn lợi của rừng; hay các dự án định canh định cư, giải tỏa đền bù để phát triển đô thị, chính quyền chỉ cần giao đất, hỗ trợ tiền cho người dân đến định canh định cư ở vùng đất mới, nhưng không xem xét một cách đồng bộ, thấu đáo môi trường sống của người dân, là chương trình dự án đó không phát triển bền vững... Như vậy văn hóa thực sự đã trở thành một nhân tố rất quan trọng trong việc phản biện các chương trình dự án phát triển kinh tế - xã hội của đất nước trong cuộc cách mạng 4.0 hiện nay.

Giải pháp thứ tư: Nhiều sản phẩm văn hóa của dân tộc cần phải có những hình thức chuyển đổi thành công nghiệp văn hóa/ kinh doanh văn hóa để biến văn hóa thành một sản phẩm kinh tế mang lại một nguồn thu đáng kể cho quốc dân. Ví dụ, kinh doanh phim ảnh, sân khấu, lễ hội (như lễ hội bắn pháo hoa Đà Nẵng, Festival Huế, huyền thoại Nhật Lệ - Quảng Bình...), bảo tàng, di tích lịch sử danh thắng với việc hỗ trợ kỹ thuật công nghệ 3D, 4D... Các sản phẩm văn hóa đó phải được coi là hàng

hóa đặc biệt; nó đã và đang trở thành một ngành kinh doanh siêu lợi nhuận. Xu hướng sản xuất văn hóa, tiêu dùng văn hóa theo phương pháp công nghiệp là xu hướng khách quan của xã hội hiện đại. Vì vậy, ngành văn hóa cần phải có chính sách phù hợp để phát triển ngành công nghiệp văn hóa này, nếu không sẽ rơi vào sự phụ thuộc sức mạnh công nghiệp văn hóa của nước khác⁶.

4. Kết luận

Rõ ràng, văn hóa Việt Nam không chỉ tự khẳng định giá trị của mình trong tiến trình lịch sử của dân tộc, mà ngày càng được bầu bạn khắp năm châu khâm phục, ngưỡng mộ. Các di sản văn hóa, di sản thiên nhiên của nước ta được UNESCO công nhận là di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới trong thời gian qua đã khẳng định vị thế của Việt Nam trong văn hóa thế giới, làm phong phú thêm bức tranh đa sắc, những giá trị tảng nền của văn hóa Việt Nam⁷... Đó là cơ sở để văn hóa Việt Nam với chiều sâu truyền thống, phong phú và đặc sắc, sẽ có nhiều ưu thế trong việc tham gia vào chuỗi liên kết/ kết nối khu vực và thế giới, tạo động lực cho sản xuất, cho tăng trưởng kinh tế trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Văn hóa vì vậy, không chỉ là nền tảng, là mục tiêu, động lực, là nhân tố điều tiết hành vi xã hội mà còn là nguồn lực kinh tế. Mỗi di sản văn hóa đều chứa đựng trong mình không chỉ giá trị tinh thần, vật chất mà còn mang những

giá trị kinh tế/ công nghiệp văn hóa trong xu thế phát triển hiện nay của thế giới. Kinh tế hóa văn hóa, văn hóa hóa kinh tế đã và đang là xu thế phát triển tất yếu của xã hội hiện đại. Kinh tế với văn hóa không phải là hai đường thẳng song song, giữa chúng không có một đường biên phân định mà ngày càng có xu thế hòa nhập vào nhau để tạo nên một nền kinh tế tri thức mà thực chất là sự kết hợp kinh tế và văn hóa - công nghiệp văn hóa trong xã hội toàn cầu hóa hiện nay.

Nhận thức được sâu sắc vấn đề này sẽ giúp cho chúng ta nhanh chóng hội nhập với khu vực và thế giới, vượt qua những thách thức, khó khăn trong cuộc cạnh tranh kinh tế toàn cầu để bước vào một sân chơi mới, sân chơi trí tuệ nhân tạo, vạn vật kết nối của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay ■

Tài liệu tham khảo:

1. Phan Huy Lê (2015), *Di sản văn hóa Việt Nam dưới góc nhìn lịch sử*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
2. Dương Phú Hiệp (2009), *Quan hệ giữa kinh tế và văn hóa trong phát triển*, Tạp chí Lý luận chính trị, số 12.
3. Đinh Công Tuấn (2012), *Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam thời kỳ hội nhập*, Tạp chí Công sản, số 10.
4. Trần Quốc Vượng (2000), *Văn hóa Việt Nam tìm tòi và suy ngẫm*, Nxb Văn hóa Dân tộc - Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, Hà Nội.

⁶Dương Phú Hiệp (2009), *Quan hệ giữa kinh tế và văn hóa trong phát triển*, Tạp chí Lý luận chính trị, số 12, tr.28-32.

⁷Theo Phan Huy Lê, 2015, đến năm 2014 Việt Nam có 8 di sản văn hóa vật thể, 9 di sản văn hóa phi vật thể và 4 di sản tư liệu được vinh danh Di sản thế giới. Về Di sản văn hóa thế giới có: Quần thể di tích cố đô Huế (1993), Phố cổ Hội An (1999), Khu di tích Mỹ Sơn (1999), Khu trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội (2010), Thành nhà Hồ (2011). Về Di sản thiên nhiên thế giới có: Vịnh Hạ Long (1994), Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng (2003). Về Di sản thế giới hỗn hợp có: Quần thể danh thắng Tràng An (2014). Về Di sản văn hóa phi vật thể đại diện nhân loại có: Nhã nhạc cung đình Huế (2003), Không gian cồng chiêng Tây Nguyên (2005), Dân ca Quan họ Bắc Ninh (2009), Ca Trù (2009), hội Gióng (2010), Hát Xoan (2011), Tín ngưỡng thờ Hùng Vương (2012), Đờn ca tài tử Nam Bộ (2013), Ví giặm Nghệ Tĩnh (2014). Di sản tư liệu thuộc Chương trình ký ức thế giới có: Mộc bản triều Nguyễn (2009), Bia tiến sĩ tại Văn Miếu - Quốc Tử giám Hà Nội (khu vực châu Á - Thái Bình Dương, 2010, thế giưới, 2011), Kho mộc bản kinh Phật chùa Vĩnh Nghiêm (2012), Châu bản triều Nguyễn (khu vực châu Á - Thái Bình Dương, 2014).