

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH THANH HÓA
TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH



TẬP BÀI GIẢNG

QUẢN LÝ CÁC THIẾT CHẾ VĂN HÓA

(Dành cho sinh viên ngành Quản lý Văn hóa,)

Giảng viên soạn : ThS. Nguyễn Thị Thanh Nga

Bộ môn : Quản lý Văn hóa

Khoa : Văn hóa – Thông tin

THANH HÓA, NĂM 2021

MỤC LỤC

I. GIỚI THIỆU CHUNG MÔN HỌC	
1.1. Tổng quan lịch sử, phát triển môn học trong bối cảnh đổi mới giáo dục đại học Việt Nam giai đoạn 2013-2020	
1.2. Nghiên cứu mục tiêu môn học, hiệu quả môn học trong ngành đào tạo	
1.3. Nghiên cứu phương pháp tổ chức dạy – học của môn học	
1.3.1. Khái niệm phương pháp dạy học	
1.3.2. Lựa chọn phương pháp dạy học	
1.4. Những vấn đề cốt lõi về kiến thức, kỹ thuật, kỹ năng mà môn học cần đặt ra trong dạy – học	
1.5. Mục lục trình bày hệ thống bài giảng	
II. HỆ THỐNG NỘI DUNG BÀI GIẢNG	
<u>A.</u> CHƯƠNG 1 :NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ QUẢN LÝ DỊCH VỤ VĂN HÓA	
1.1.Những vấn đề cơ bản về thị trường văn hóa	
1.1.1.Sản phẩm văn hóa	
1.1.1.1.Khái niệm	
1.1.1.2.Phân loại sản phẩm văn hóa	
1.1.1.3.Đặc trưng của sản phẩm văn hóa	
1.1.2.Hàng hóa văn hóa	
1.1.2.1.Khái niệm	
1.1.2.2.Đặc trưng của hàng hóa văn hóa	
1.1.3.Thị trường văn hóa	
1.1.3.1.Thị trường	
1.1.3.2.Thị trường văn hóa	

1.1.3.3.Đặc trưng thị trường văn hóa	
1.1.3.4.Những yếu tố tác động đến thị trường văn hóa	
1.1.4.Thương mại hóa sản phẩm văn hóa	
1.1.4.1. Bản chất của thương mại hóa sản phẩm văn hóa	
1.1.4.2. Tính tất yếu của thương mại hóa sản phẩm văn hóa	
1.1.4.3. Phân loại sản phẩm văn hóa theo mức độ thương mại hóa sản phẩm văn hóa	
1.1.5.Dự báo xu hướng phát triển thị trường văn hóa trong bối cảnh hội nhập	
1.1.5.1.Xu hướng tích cực	
1.1.5.2.Xu hướng tiêu cực	
1.2.Quản lý thị trường văn hóa	
1.2.1.Khái niệm	
1.2.2.Chủ thể và đối tượng	
1.2.3.Mục tiêu quản lý thị trường văn hóa	
1.2.4.Phương pháp quản lý thị trường văn hóa	
<u>B.</u> CHƯƠNG 2 : NỘI DUNG QUẢN LÝ DỊCH VỤ VĂN HÓA	
2.1.Chính sách kinh tế trong văn hóa	
2.1.1 Khái niệm chính sách kinh tế trong văn hóa	
2.1.2. Chính sách đầu tư cho phát triển văn hóa	
2.1.3. Chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư phát triển văn hóa	
2.1.4. Chính sách chuyển các đơn vị sự nghiệp văn hóa sang cơ chế thị trường	
2.1.5 Chính sách đa dạng hóa các loại hình hoạt động kinh doanh	
2.2. Cơ chế quản lý kinh tế đối với các hoạt động văn hóa	
2.2.1. Khái niệm cơ chế quản lý kinh tế trong văn hóa	
2.2.2. Nội dung cơ chế quản lý kinh tế trong văn hóa	
2.2.2.1 Định hướng thị trường văn hóa	

2.2.2.2 Giám sát thị trường văn hóa	
2.2.2.3 Hỗ trợ sự phát triển thị trường văn hóa	
2.2.2.4 Đánh giá nội dung và chất lượng hàng hóa văn hóa	
2.2.2.5. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ	
2.3. Các biện pháp đổi mới trong quản lý thị trường văn hóa	
2.3.1.Tăng cường tầm kiểm soát vĩ mô của Nhà nước về lĩnh vực văn hóa và chuyển biến phương thức quản lý văn hóa.	
2.3.2.Mở cửa đi đôi với bảo vệ và phát triển văn hóa .	
2.3.3. Tăng cường bảo hộ quyền sở hữu tuệ.	
Tài liệu tham khảo	

ĐCCT TẬP BÀI GIẢNG

MÔN QUẢN LÝ DỊCH VỤ VĂN HÓA

1. Phần giới thiệu chung môn học

1.1. Tổng quan lịch sử, phát triển môn học trong bối cảnh đổi mới giáo dục đại học Việt Nam giai đoạn 2013-2020.

Trong bối cảnh quá trình toàn cầu hoá ngày càng gia tăng, kinh tế và văn hoá có thể được xem là hai nguồn lực lớn nhất quy định hành vi của con người. Mối quan hệ giữa kinh tế và văn hoá cũng như văn hoá và phát triển không chỉ thu hút sự quan tâm của giới nghiên cứu mà còn của nhiều chính phủ và các tổ chức quốc tế. Ở nước ta, trong mối quan hệ này, Đảng Cộng sản Việt Nam cũng khẳng định, kinh tế phát triển là cơ sở để xây dựng và phát triển nền văn hóa. Đồng thời, Đảng ta đã đưa ra quan điểm “ Văn hoá là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu vừa là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội”. Sự phát triển kinh tế phải hướng tới cái đúng, cái tốt, cái đẹp để phục vụ con người, phục vụ nhân dân. Mặt khác, cần khai thác văn hóa như một động lực, như một nguồn lực để phát triển kinh tế.

Những quy luật kinh tế chung và quy luật kinh tế đặc thù chi phối các hoạt động văn hoá. Các vấn đề về sản xuất, phân phối và tiêu thụ hàng hoá văn hoá tinh thần; Thị trường và quản lý thị trường hàng hoá văn hóa tinh thần. Tất cả các nội dung nghiên cứu của Học phần nhằm mục đích khai thác, phát huy, sử dụng hợp lý và hiệu quả nhất các nguồn lực sẵn có trong và ngoài nước cho việc phát triển quá trình sản xuất, sáng tạo các hoạt động văn hóa nghệ thuật. Học phần giúp người đọc có cái nhìn tổng quan về các vấn đề kinh tế trong hoạt động văn hoá, có khả năng tư duy và năng lực đánh giá, hoạch định được các vấn đề kinh tế mang tính chiến lược trong lĩnh vực văn hoá.

Quản lý dịch vụ văn hóa là một môn học khá mới mẻ trong hệ thống các môn học được đào tạo trong các trường Đại học hiện nay, do vậy mà số lượng các

nhà khoa học nghiên cứu cũng như tài liệu tham khảo về môn này còn rất hạn chế. Người ta thường cho rằng văn hóa thuộc thượng tầng kiến trúc xa rời kinh tế và chỉ tác động đến sức sản xuất một cách gián tiếp. Tuy nhiên, trong điều kiện kinh tế thị trường, việc sản xuất sản phẩm văn hóa như: sách báo, phim ảnh, “sản phẩm văn hóa mang tính hàng hóa”... không chỉ mang ý nghĩa truyền bá quan niệm, tư tưởng mà còn là một loại vật hóa đáp ứng nhu cầu tinh thần và vật chất rất phổ biến.

Do phát triển công nghiệp và sự bùng nổ dân số khiến cho việc ứng văn hóa trở nên có quy mô rộng lớn.

Xét theo chiều lịch sử chúng ta có làn sóng văn hóa giản đơn vào đầu công nguyên, khi nghệ thuật Hy- La chỉ chủ yếu phục vụ khoái cảm thẩm mỹ và thụ hưởng tinh thần cho tầng lớp quý tộc La – Mã. Do quy mô cung cầu văn hóa có giới hạn, nên sản phẩm văn hóa thời cổ đại chủ yếu là đơn chiếc, kể cả văn hóa vật thể và phi vật thể.

* Văn hóa Hy- La có những đỉnh cao về Kiến trúc như Hí trường La Mã, Kim Tự tháp, các phòng tắm Diocletian, Nhân Sư Spinx.... Điêu khắc La Mã với hàng ngàn tác phẩm phản ánh tỷ lệ vàng ca ngợi cái đẹp của con người trần thế thông qua Thiên Thân của Olempia.

*Văn hóa thời Trung cổ Châu Âu với cơ cấu kinh tế nông nghiệp và ý thức hệ Ki tô giáo thống trị, đã làm cho văn hóa lệ thuộc sâu sắc vào nhà thờ. Chủ nghĩa tín đồ cơ đốc không chủ trương trọng về vật chất nên văn hóa trung cổ chủ yếu là các giá trị đạo đức khuôn mẫu. Văn hóa phẩm rất nghèo nàn chủ yếu tranh thờ, kiến trúc nhà thờ theo các hệ phái mẫu mực. Tầng lớp dân thường vẫn chưa có một thị trường văn hóa riêng cho mình ngoài thứ “Culture populace”...

*Văn hóa thời tiền tư bản TK XIV- XV có thể xem là làn sóng văn hóa thứ hai (sau văn hóa cổ đại). Đây là thời điểm phát triển kinh tế xã hội tác động mạnh mẽ vào văn hóa. Theo các nhà nhân học, việc một số lượng dân chúng thuộc tầng lớp trung lưu tăng, kèm theo việc di dân diễn ra trên toàn cầu đã bùng nổ sự sản

xuất và phổ biến văn hóa. Tầng lớp thợ thủ công là đội tiên phong trong việc sản xuất văn hóa mang tính hàng loạt nhờ có sản xuất thủ tinh, gốm, gỗ, đá, kim loại được tổ chức quy mô đáp ứng việc thông thương trong tiêu dùng thuần túy. TK XV- XVIII đã chứng kiến sự định giá lại các giá trị sản phẩm văn hóa một cách giản đơn. Đó là loại giá trị được biểu hiện không theo quy luật giá trị đầu tư ban đầu và sức lao động chi phí cho mỗi sản phẩm mà chủ yếu giá trị được phản ánh thông qua tính độc đáo của sản phẩm và sự kỳ công trong sản xuất đến mức độ nào.

* Từ TK XX những tiến bộ phi thường của con người về công nghệ, kỹ thuật số, cùng với nó là sự quá tải về dân số, môi trường xuất hiện như một áp lực cho loài người. Văn hóa ở TK XX-XXI là một đối trọng nhạy cảm nhất. Vấn đề bảo tồn các giá trị văn hóa của quốc gia dân tộc nhỏ, dân tộc yếu thế? Vấn đề nguy cơ đồng nhất văn hóa do sự chi phối của các cường quốc kinh tế? Vấn đề hy sinh văn hóa cho lợi ích kinh tế trong bối cảnh toàn cầu hóa?...

Đặc biệt, các giá trị văn hóa truyền thống ở TK XX-XXI có nguy cơ định dạng lại theo khuôn khổ kinh tế thuần túy. Lợi ích từ một nền sản xuất văn hóa mang tính công nghiệp đã làm cho người nghèo, người vùng sâu, vùng xa cũng tiếp cận văn hóa một cách dễ dàng. Thị trường văn hóa xuất hiện mạnh mẽ, khiến cho sản phẩm văn hóa tăng cường lưu thông. Dòng chảy văn hóa theo một quy luật cung- cầu riêng và từng bước quy mô mang tính toàn cầu. Tuy vậy ở TK XX-XXI các giá trị văn hóa vẫn có những bất biến, thậm chí giá trị văn hóa sáng tạo đơn chiếc lại còn được đề cao hơn nhiều. Thị trường chứng khoán Âu- Mỹ luôn luôn định giá tác phẩm hội họa của Leonardo da Vinci, Raphael, Botticelli... có giá trị đặc biệt và sử dụng làm hàng định giá ổn định hơn nhiều kim loại quý.

* Sản phẩm văn hóa ngày một đa dạng trong khuôn khổ kinh tế văn hóa phát triển. Một số hệ quả diễn ra do quy luật kinh tế tác động vào văn hóa là:

+ Hình thức hưởng thụ văn hóa thay đổi theo hướng đa dạng hơn. Trước kia người ta chỉ chủ yếu thụ cảm văn hóa một cách trực tiếp (nghe hát, diễn, xem tranh, tranh luận...). Nay có thể có nhiều hình thức gián tiếp rất đa dạng.

+ Hình thức sáng tạo, cung- cầu văn hóa được mở rộng. Trước kia chủ yếu một số ít người có tài đặc biệt thực hiện sản xuất, sáng tạo văn hóa, thì nay có thể chia nhỏ nhiều cung đoạn: sản xuất mẫu, thi công mẫu, sản xuất hàng loạt...

+ Đa dạng sản phẩm văn hóa: Trước kia chủ yếu sản phẩm đơn chiếc hay sản phẩm gia công số lượng giới hạn. Nay sản xuất hàng loạt, kể cả sản phẩm văn hóa có tính vật thể và sản phẩm được định dạng trên kỹ thuật số.

+ Thị trường quảng bá và tiêu thụ: đây là thành tựu đặc biệt, khiến cho thị trường văn hóa trở nên rộng rãi và gần công chúng đúng như ý nghĩa văn hóa là một sản phẩm đặc biệt của cộng đồng.

+ Lợi ích kinh tế trong văn hóa: Trên thực tế nhiều lĩnh vực đầu tư phát triển sản phẩm văn hóa đã thu lợi ích rất lớn. Hãng phim Mỹ Hollywood, Phim Thượng Hải, Hồng Kông. Việt Nam ngành gốm Bát Tràng, làng Tơ Lụa Hà Tây cũng là một ví dụ sáng giá.

+ Quy luật kinh tế- văn hóa hình thành: Đây là hệ quả của quá trình kinh tế tác động vào văn hóa (đầu tư, cung ứng, sản xuất, tiêu thụ, quảng bá...). Đó là một quy luật riêng biểu hiện hệ thống định dạng, đánh giá, kiểm chứng mang tính đặc trưng trong hoạt động kinh doanh văn hóa mà chúng ta cần nắm bắt thấu đáo để chủ động quản lý, đầu tư.

+ Những đặc trưng căn bản trên là:

- Cung cầu trong thị trường văn hóa mang theo chu kỳ riêng, ngoài các quy luật chung như kinh tế hàng hóa, chúng còn phụ thuộc vào nhu cầu thẩm mỹ mang tính đặc trưng của mỗi cộng đồng người.

- Tuổi thọ của sản phẩm văn hóa không phụ thuộc vào “mới- hay cũ”, mà phụ thuộc vào “tính độc đáo thẩm mỹ có hay không”; Do vậy, cũng có thể người

ta xem nhiều lần một bộ phim mà vẫn còn thích xem lại; Hoặc người ta sẵn sàng trả giá cao nhiều lần để tham dự một buổi ẩm thực văn hóa mà không phải đến để ăn no.

- Nhu cầu sử dụng sản phẩm văn hóa “mang tính hệ số kép”, nghĩa là nhà kinh tế truyền bá một bộ phim Hàn Quốc trong đó chủ yếu sử dụng một câu chuyện lịch sử độc đáo với một dàn diễn viên độc đáo, thời trang rất hấp dẫn. Phim được biểu tặng, nhưng hệ quả là người xem trên toàn thế giới thích thú thời trang Hàn quốc, tiêu thụ gia tăng. Chắc chắn lợi ích đầu tư của Thời trang đã thành công.

Những sản phẩm do ngành công nghiệp văn hóa chế tác nên chính là kết quả của quá trình nhất thể hóa văn hóa kinh tế. Theo đó, văn hóa không còn đơn thuần là những quan niệm, tư tưởng có tác dụng gián tiếp đối với sức sản xuất, mà còn với hình thức của một ngành công nghiệp mới năng động có hiệu suất kinh tế cao là công nghiệp văn hóa.

Hiện nay, những sản phẩm văn hóa có một trọng lượng kinh tế không nhỏ, và trọng lượng đó càng lớn theo sự phát triển của xã hội. Những sản phẩm do văn hóa tạo ra có một giá trị “đặc biệt” hay nói một cách khác, đó là một loại “hàng hóa”, “đặc biệt” đối với nền kinh tế nước ta, một loại “hàng hóa” vừa dùng để trao đổi buôn bán nhưng cũng vừa phải giữ gìn, phát huy. Việc chuyển đổi từ thể chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta làm cho sản phẩm văn hóa ngày càng phong phú, thị trường văn hóa ngày càng sôi động là một thực tế ai cũng nhìn thấy. Bên cạnh những mặt tích cực, nhiều sản phẩm phản văn hóa, phản khoa học, chỉ coi trọng lợi ích tiền bạc làm cho thị trường văn hóa bị ảnh hưởng tiêu cực (như sự xuất hiện tràn lan các loại sản phẩm bạo lực, đồi trụy, mê tín dị đoan...). Tuy nhiên, nếu chỉ căn cứ vào những hiện tượng tiêu cực này để đổ lỗi cho kinh tế thị trường mà không nhìn thấy mặt tích cực của nó thì sẽ rơi vào phiến diện, hơn thế, vô hình trung đối lập văn hóa tiên tiến với kinh tế thị trường. Bởi vậy, dưới điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, phát triển văn hóa phải trả lời một câu

hỏi lý luận quan trọng: phát triển văn hóa và phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa bài trừ lẫn nhau hay thống nhất biện chứng với nhau? Câu trả lời sẽ là sự kết hợp hai yếu tố "thị trường" và "định hướng xã hội chủ nghĩa" hàm chứa một ý nghĩa văn hóa bao trùm: chúng ta chỉ có thể thực hiện được phương châm này một khi ý nghĩa văn hóa chi phối toàn bộ nền kinh tế thị trường của chúng ta. Nói khác đi, ở đây văn hóa và kinh tế hòa quyện vào nhau để bảo đảm cho xã hội phát triển trong tính lành mạnh độc đáo của nó.

Trong tổng thể xã hội, cả bốn hệ thống văn minh kinh tế, chính trị, văn hóa, sinh thái phải nằm trong một chỉnh thể hữu cơ gắn bó, thúc đẩy lẫn nhau, không thể tách rời vì sự biệt lập từng bộ phận sẽ kéo lùi phát triển. Chỉ có sự phát triển nhịp nhàng giữa kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội và tạo ra sự phát triển hài hòa giữa văn minh vật chất và văn minh tinh thần mới bảo đảm cho sự thắng lợi của chủ nghĩa xã hội. Văn hóa phản ánh gương mặt tinh thần của nhân dân và trình độ văn minh của dân tộc, là lực lượng tinh thần và nhân tố trí lực có tác dụng thúc đẩy phát triển toàn diện xã hội. Sự phát triển văn hóa trong việc thỏa mãn nhu cầu văn hóa ngày một tăng cao của nhân dân, nâng cao tinh thần yêu nước, tổ chức văn hóa khoa học và tổ chức đạo đức tư tưởng của toàn dân tộc, hình thành lý tưởng và khát vọng chung của tất cả mọi thành viên trong xã hội, thực sự là nền tảng tinh thần và trụ cột tinh thần quan trọng không gì thay thế được. Phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là sự chọn lựa tất nhiên để phát triển sức sản xuất xã hội nhằm tiến tới hiện đại hóa đất nước. Do đó, phát triển văn hóa tiên tiến song song với phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa thực chất là để giải phóng và phát triển sức sản xuất xã hội, nhằm thỏa mãn nhu cầu văn hóa ngày càng cao của nhân dân. Nó thống nhất một cách nội tại trong thực tiễn xây dựng xã hội chủ nghĩa. Văn hóa tiên tiến phải là thứ văn hóa thích ứng với kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, có tác dụng thúc đẩy sự phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa phát triển. Phát triển văn hóa tiên tiến là động

lực tinh thần nâng đỡ phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là nguồn cơ sở vật chất bảo đảm phát triển văn hóa tiên tiến.

Nội dung của môn học Văn hóa và kinh tế gồm có 6 bài nghiên cứu những vấn đề trọng tâm và cốt lõi như: Tổng quan về văn hóa và kinh tế: đối tượng, mục tiêu, nội dung của văn hóa và kinh tế và một số quy luật kinh tế vận dụng vào trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật. Thị trường sản phẩm văn hóa, công nghiệp văn hóa...

1.2. Nghiên cứu mục tiêu môn học, hiệu quả môn học trong ngành đào tạo

1.2.1. Mục tiêu lý thuyết :

- Thứ nhất: Sinh viên nắm được các khái niệm có liên quan đến văn hóa và kinh tế, nắm được nội dung và bản chất của các quy luật kinh tế trong nền kinh tế thị trường nói chung và các quy luật kinh tế cơ bản tác động tới các hoạt động văn hoá nghệ thuật. Từ đó có thể hiểu và giải thích được các hiện tượng, các mối quan hệ giữa kinh tế và hoạt động xã hội và ngược lại, trong đó quan hệ giữa kinh tế và văn hóa là một loại hình đặc thù; Từ đó xây dựng các chương trình đầu tư, quản lý kinh tế- văn hóa cho phù hợp và hiệu quả.

- Thứ hai: Sinh viên nắm được đặc điểm quá trình sáng tạo/sản xuất ra các sản phẩm văn hoá. Phân biệt được sự khác nhau giữa sản xuất sản phẩm vật chất thông thường và sản xuất sản phẩm văn hoá. Từ đó có cái nhìn đúng đắn về đặc trưng của các sản phẩm hàng hoá văn hoá cũng như quá trình sản xuất ra các sản phẩm đó.

- Thứ ba: Sinh viên nắm được đặc điểm của thị trường văn hoá và các chính sách, cơ chế quản lý nhà nước về thị trường văn hoá. Từ đó có các chính sách hợp lý phù hợp với nền kinh tế thị trường dưới sự quản lý của Nhà nước khi tham gia làm việc tại các cơ quan, tổ chức trong lĩnh vực văn hoá nghệ thuật.

1.2.2. Mục tiêu thực hành:

Sinh viên hình thành, phát triển thao tác và kỹ năng quản lý thị trường văn hóa như: hoạch định, tổ chức, điều hành, kiểm tra thị trường hàng hóa văn hóa.

Sinh viên có thể nghiên cứu và vận dụng lý thuyết kinh tế vào giải quyết các mối quan hệ kinh tế trong lĩnh vực văn hóa.

1.3. Nghiên cứu Phương pháp Tổ chức dạy – học của môn học.

1.3.1. . Khái niệm phương pháp dạy học

- **Phương pháp dạy học (PPDH):** là hệ thống những cách thức hoạt động (bao gồm các hành động và thao tác) của giảng viên và sinh viên nhằm thực hiện tốt mục đích và nhiệm vụ dạy học xác định. PPDH bao gồm: Phương pháp giảng dạy (gọi tắt là phương pháp dạy) và phương pháp học tập (gọi tắt là phương pháp học).

- **Phương pháp dạy:** là PP tổ chức hoạt động nhận thức cho người học, PP điều khiển các hoạt động trí tuệ và thực hành như dạy tự học (self –study based), dạy học kiểu tìm hiểu (enquiry based), dạy học giải quyết vấn đề (problem solving based), phương pháp giáo dục ý thức và thái độ đúng đắn cho sinh viên.

- **Phương pháp học:** là PP tự điều khiển hoạt động nhận thức và rèn luyện khả năng thu thập thông tin để hình thành hệ thống tri thức và kỹ năng thực hành, hình thành nhân cách của người học và thành đạt mục tiêu học tập.

Hai phương pháp này không tồn tại độc lập, tách rời nhau mà liên quan và phụ thuộc nhau, vừa là mục đích vừa là nguyên nhân tồn tại của nhau.

1.3.2. Lựa chọn phương pháp dạy học cho học phần

Với đặc thù là một môn học mới, lại là sự kết hợp giữa hai lĩnh vực kinh tế và văn hóa nên việc truyền đạt kiến thức sao cho sinh viên có thể hiểu và nắm chắc là một việc cũng không mấy đơn giản, đặc biệt là đối với đối tượng sinh viên của các trường thuộc khối văn hóa, tư duy kinh tế cũng gặp nhiều khó khăn. Chính vì vậy, tìm ra được phương pháp giảng dạy hiệu quả, tạo hứng thú cho người học là việc làm hết sức cần thiết. Nhờ sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa các phương pháp

dạy học tích cực của các môn khoa học xã hội kết hợp những tư duy logic của kinh tế trong quá trình lên lớp đã giúp cho giáo viên vững vàng hơn về một cách dạy học hứng thú người học, người nghe. Sau đây là một vài trao đổi:

Phân tích là phương pháp dùng tư duy tổng hợp những vấn đề cụ thể của sự vật với những chi tiết của nó trong sự vận động phát triển vốn có. Chẳng hạn như việc phân tích mối quan hệ qua lại tác động giữa kinh tế và văn hóa trong sự phát triển chung của một quốc gia, chúng ta phải có cái nhìn tổng quát về toàn bộ lĩnh vực văn hóa và kinh tế để từ đó mới đưa ra được mối quan hệ giữa hai thành tố này với nhau.

Lôgic là phương pháp vạch ra bản chất, tính tất nhiên, tính quy luật của sự vật dưới hình thức lý luận trừu tượng và khái quát.

Phương pháp lôgic có nhiệm vụ dựng lại cái lôgic khách quan trong sự phát triển của sự vật nên có ưu thế ở chỗ nó không những phản ánh được bản chất, tất yếu, quy luật phát triển của sự vật mà nó còn phản ánh được lịch sử phát triển của sự vật ấy (một cách tóm tắt, khái quát, trên những giai đoạn chủ yếu). Phương pháp lôgic có khả năng kết hợp trong bản thân mình hai yếu tố của sự nghiên cứu: Nghiên cứu kết cấu của sự vật cùng với hiểu biết lịch sử của sự vật trong sự thống nhất chặt chẽ của chúng.

1.4. Những vấn đề cốt lõi về kiến thức, kỹ thuật, kỹ năng mà môn học cần đặt ra trong dạy- học.

1.4.1. Những vấn đề cốt lõi về kiến thức

Học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức về: văn hóa, kinh tế cũng như mối quan hệ, sự tác động 2 chiều giữa kinh tế và văn hóa. Giúp sinh viên hiểu được quá trình hình thành, phát triển và quản lý thị trường văn hóa ở Việt Nam.

1.4.2. Những vấn đề cốt lõi trong kỹ thuật

Từ những kiến thức trên sinh viên sẽ được thực hành các thao tác nghiệp vụ của mình để có được các kỹ thuật xây dựng kế hoạch khảo sát các thị trường văn hóa, tổ chức những chương trình văn hóa nghệ thuật trong thực tế.

1.4.3. Những vấn đề cốt lõi trong kỹ năng

Với những kiến thức và kỹ thuật được trang bị sẽ giúp cho sinh viên hình thành, phát triển thao tác và kỹ năng quản lý thị trường sản phẩm văn hóa.

1.5. Mục lục trình bày hệ thống bài giảng

TT	Tên bài giảng	Tổng số tiết trên lớp của GV	Số tiết GV trình bày	Số tiết thảo luận	Bài tự luận/ SV tự làm ngoài giờ lên lớp	Giảng viên thực hiện
CHƯƠNG 1						
NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ QUẢN LÝ THỊ TRƯỜNG VĂN HÓA						
1	1.1.Những vấn đề cơ bản về thị trường văn hóa 1.1.1.Sản phẩm văn hóa 1.1.1.1.Khái niệm 1.1.1.2.Phân loại sản phẩm văn hóa 1.1.1.3.Đặc trưng của sản phẩm văn hóa 1.1.2.Hàng hóa văn hóa 1.1.2.1.Khái niệm 1.1.2.2.Đặc trưng của hàng hóa văn hóa	6	4	2	6	Nguyễn Thị Thanh Nga
2	1.1.3.Thị trường văn hóa	5	3	2	5	Nguyễn

	1.1.3.1.Thị trường 1.1.3.2.Thị trường văn hóa 1.1.3.3.Đặc trưng thị trường văn hóa 1.1.3.4.Những yếu tố tác động đến thị trường văn hóa					Thị Thanh Nga
3	1.3. Đặc điểm của các ngành công nghiệp văn hóa 1.3.1. Được bảo hộ bởi luật bản quyền 1.3.2. Quy mô doanh nghiệp 1.3.3. Tính rủi ro 1.3.4. Khác biệt giữa chi phí sản xuất và tái sản xuất 1.3.5. Mối quan hệ giữa các ngành công nghiệp văn hóa 1.1.4.Thương mại hóa sản phẩm văn hóa 1.1.4.1. Bản chất của thương mại hóa sản phẩm văn hóa 1.1.4.2. Tính tất yếu của thương mại hóa sản	4	3	1	4	Nguyễn Thị Thanh Nga

	phẩm văn hóa 1.1.4.3. Phân loại sản phẩm văn hóa theo mức độ thương mại hóa sản phẩm văn hóa					
4	<u>Tổng:</u>	15	10	5	15	

CHƯƠNG 2
NỘI DUNG QUẢN LÝ THỊ TRƯỜNG VĂN HÓA

1	2.1.Chính sách kinh tế trong văn hóa 2.1.1 Khái niệm chính sách kinh tế trong văn hóa 2.1.2. Chính sách đầu tư cho phát triển văn hóa 2.1.3. Chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư phát triển văn hóa 2.1.4. Chính sách chuyển các đơn vị sự nghiệp văn hóa sang cơ chế thị trường 2.1.5 Chính sách đa dạng hóa các loại hình hoạt động kinh doanh	5	3	2	5	Nguyễn Thị Thanh Nga
2	2.2. Cơ chế quản lý kinh tế đối với các hoạt động văn hóa	6	4	2	6	Nguyễn Thị

	2.2.1. Khái niệm cơ chế quản lý kinh tế trong văn hóa 2.2.2. Nội dung cơ chế quản lý kinh tế trong văn hóa 2.2.2.1 Định hướng thị trường văn hóa 2.2.2.2 Giám sát thị trường văn hóa 2.2.2.3 Hỗ trợ sự phát triển thị trường văn hóa 2.2.2.4 Đánh giá nội dung và chất lượng hàng hóa văn hóa 2.2.2.5. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ 2.3. Các biện pháp đổi mới trong quản lý thị trường văn hóa 2.3.1.Tăng cường tầm kiểm soát vĩ mô của Nhà nước về lĩnh vực văn hóa và chuyển biến phương thức quản lý văn hóa. 2.3.2.Mở cửa đi đôi với bảo vệ và phát triển văn hóa . 2.3.3. Tăng cường bảo					Thanh Nga
--	---	--	--	--	--	-----------

	hộ quyền sở hữu tuệ.					
3	<u>Bài 3:</u> Quản lý thị trường văn hóa của nhà nước Việt Nam 1.Quản lý thị trường văn hóa 2.Cơ chế quản lý kinh tế đối với các hoạt động văn hóa 3.Các tổ chức hành chính – xã hội trong lĩnh vực quản lý thị trường văn hóa	4	3	1	4	Nguyễn Thị Thanh Nga
4	<u>Tổng:</u>	15	11	4	15	

2. Hệ thống bài giảng

2.1. Nội dung từng bài giảng trong tín chỉ lý thuyết

2.1.1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ QUẢN LÝ DỊCH VỤ VĂN HÓA

BÀI 1: Những vấn đề cơ bản về dịch vụ văn hóa và thị trường văn hóa

1.1. Các khái niệm cơ bản

1.1.1. Khái niệm văn hóa

Văn hóa vốn là hiện tượng xã hội hết sức đa dạng, phức tạp, đa cấp độ, văn hóa từng được nhìn nhận theo nhiều cách thức khác nhau. Ở trình độ lý luận và yêu cầu của xã hội hiện nay, văn hóa được xem nhợt là tất cả những gì liên quan đến con người, ít nhiều thể hiện được sức mạnh bản chất của con người.

Từ đó, có thể hiểu văn hóa là những phương thức và kết quả hoạt động của con người đạt được trong lịch sử, bao gồm giá trị vật chất, giá trị tinh thần do con người sáng tạo ra.

Với nghĩa hẹp, văn hóa phản ánh hệ thống các giá trị và quy tắc ứng xử được xã hội chấp nhận. Theo nghĩa này, văn hóa hàm chứa những quan điểm về mục đích, giá trị và lý tưởng của xã hội. Văn hóa hướng con người tới chân, thiện, mỹ. Nói đến văn hóa là nói đến con người và văn hóa là thuộc tính biểu hiện bản chất xã hội của con người.

Với tính phức tạp, đa chiều như vậy thật khó khăn để đưa ra một định nghĩa hoàn chỉnh, có tính bao quát về văn hóa. Nghiên cứu về văn hóa chúng tôi hiểu rằng, văn hóa chính là tổng thể những giá trị do con người sáng tạo ra (văn hóa tức là nhân hóa), đó là các giá trị vật chất, các giá trị tinh thần và bản thân sự phát triển của con người. Các giá trị này, thực chất chính là kết quả của sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và môi trường xã hội. Các giá trị này đều tương tác và gắn bó với nhau. Trong các giá trị vật chất có các giá trị tinh thần và trong các giá trị tinh thần đều hàm chứa các giá trị vật chất. Trong hai giá trị đó cũng hàm chứa sự phát triển của năng lực bản chất của con người. Dù là văn hóa vật chất hay văn hóa tinh thần cũng đều là sản phẩm trực tiếp hay gián tiếp của con người.

Vì vậy, Mác đã nói rằng, văn hóa là sự thể hiện các năng lực bản chất của con người, bao gồm khả năng, sức mạnh, phương thức nhận thức, đánh giá và cải tạo thế giới của con người.

Từ cách hiểu như vậy về văn hóa, chúng tôi lựa chọn định nghĩa chính thức về văn hóa của UNESCO (đây cũng là một định nghĩa văn hóa được nhiều người chấp nhận) để làm cơ sở nghiên cứu cho đề tài của mình: “Văn hóa phản ánh và thể hiện một cách tổng quát sống động mọi mặt của cuộc sống (của mỗi cá nhân và các cộng đồng) đã diễn ra trong quá khứ cũng như diễn ra trong hiện tại, qua hàng bao thế kỷ nó đã cấu thành nên một hệ thống các giá trị, truyền thống, thẩm mỹ và lối sống mà dựa trên đó từng dân tộc tự khẳng định bản sắc riêng của mình”.

Văn hóa là đối tượng nghiên cứu của nhiều ngành khoa học như: khảo cổ học, dân tộc chí, lịch sử, triết học, nhân loại học, xã hội học, văn hóa học... Mỗi ngành học lại bao gồm nhiều trường phái sử dụng những cách tiếp cận khác nhau để phân tích hiện tượng văn hóa, vì thế một số nhà khoa học đã nói đến sự “bùng nổ” của định nghĩa văn hóa.

Năm 1952 hai nhà nhân loại học Hoa Kỳ là A. Cơ-rô-bơ (A.Kroeber) và C. Cơ- lắ- khôn (C. Khuckhohn) đã công bố cuốn sách, trong đó thống kê được 164 định nghĩa văn hóa. Năm 1963 hai ông cho tái bản cuốn sách này, có bổ sung thêm một số định nghĩa và chia thành 6 nhóm đó là:

1. Định nghĩa miêu tả;
2. Định nghĩa mang tính lịch sử;
3. Định nghĩa lấy chuẩn mực làm cốt lõi (xã hội học);
4. Định nghĩa tâm lý học;
5. Định nghĩa cấu trúc;
6. Định nghĩa di truyền học.

Mới đây, ông A.Ca-rơ-min nhà nghiên cứu văn hóa người Nga cho biết: tại hội nghị triết học quốc tế năm 1980, người ta đã thống kê ra 250 định nghĩa văn hóa khác nhau. Năm 2010 chính tác giả đó tập hợp được trên 500 định nghĩa văn hóa và phân chia thành 14 nhóm đó là:

1. Định nghĩa miêu tả;
2. Định nghĩa nhân loại học;
3. Định nghĩa mang tính giá trị;
4. Định nghĩa mang tính chuẩn mực;
5. Định nghĩa nhấn vào sự thích nghi;
6. Định nghĩa mang tính lịch sử;
7. Định nghĩa chức năng;
8. Định nghĩa ký hiệu học;

9. Định nghĩa nhấn vào tính biểu trưng;
10. Định nghĩa thông giải học;
11. Định nghĩa mang tính tinh thần;
12. Định nghĩa tâm lý học;
13. Định nghĩa nhấn vào sự học tập;
14. Định nghĩa xã hội học.

Tuy định nghĩa văn hóa nhiều như vậy, nhưng chúng thường tập trung vào ba ngành chính là: triết học văn hóa, nhân loại học văn hóa và xã hội học văn hóa. Ba ngành học trên nằm trong khuôn khổ của một ngành học chung là các khoa học về văn hóa.

Trong đó, xã hội học xem xét văn hóa là hệ thống các giá trị và chuẩn mực, trung hòa các mối quan hệ tương tác giữa mọi người trong cộng đồng xã hội.

Xã hội học chia văn hóa thành hai hình thái: văn hóa cá nhân và văn hóa cộng đồng (nhóm xã hội).

Văn hóa cá nhân biểu hiện ở sự sáng tạo của cá nhân, bao gồm toàn bộ vốn tri thức, kinh nghiệm...tích lũy vào một con người, phản ánh sự lựa chọn định hướng giá trị và phương thức ứng xử của người ấy trong các mối quan hệ với tự nhiên, với xã hội và với bản thân mình.

Văn hóa cộng đồng là văn hóa của một tập thể người, phản ánh hệ giá trị và chuẩn mực xã hội mà họ đã lựa chọn, chia sẻ, biểu hiện thành lối sống ổn định, đã trở thành truyền thống của cộng đồng xã hội ấy.

GS Nhân loại học V.Barnouw người Hoa Kỳ trong sách “Văn hóa và nhân cách” đã viết: Văn hóa là lối sống của một nhóm người, trong đó hình thái toàn bộ các mô hình hành vi là do học được, ít hay nhiều đã được khuôn mẫu hóa, các mô hình ấy được trao truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác, thông qua nghĩa của ngôn ngữ giao tiếp và qua sự bắt chước.

Tuy nhiên, từ nhiều góc độ nghiên cứu khác nhau, các học giả đã cho ra đời rất nhiều định nghĩa, quan niệm về văn hóa. Theo thống kê chưa đầy đủ, hiện nay trên thế giới có khoảng trên **500 định nghĩa về văn hóa**. Với xu thế phát triển của khoa học và công nghệ hiện đại, con số định nghĩa sẽ tiếp tục tăng lên. Trong khoa học xã hội và nhân văn, dường như không có một khái niệm nào lại có nhiều cách hiểu khác nhau như khái niệm văn hóa.

Tại hội nghị quốc tế về văn hóa do UNESCO chủ trì từ ngày 26/7 đến 6/8 năm 1982 ở Mêhicô với sự tham dự của đại diện hơn 100 quốc gia, đã có khoảng 200 định nghĩa được đưa ra và bản tuyên bố chung của Hội nghị khẳng định:

“Trong ý nghĩa rộng nhất, văn hoá là tổng thể những nét riêng biệt về tinh thần và vật chất, trí tuệ và xúc cảm quyết định tính cách của một xã hội hay của một nhóm người trong xã hội. Văn hoá bao gồm nghệ thuật và văn chương, những lối sống, những quyền căn bản của con người, những hệ thống giá trị, những tập tục và tín ngưỡng. Chính văn hoá đem lại cho con người khả năng suy xét về bản thân. Chính văn hoá làm cho chúng ta trở thành những sinh vật đặc biệt nhân bản, có lý tính, có óc phê phán và dần thân một cách có đạo lý. Chính nhờ văn hoá mà chúng ta xét đoán được những giá trị và thực thi những lựa chọn. Chính nhờ văn hoá mà con người tự thể hiện, tự ý thức được bản thân, tự biết mình là một phương án chưa hoàn thành đặt ra để xem xét những thành tựu của bản thân, tìm tòi không biết mệt những ý nghĩa mới mẻ và sáng tạo nên những công trình vượt trội lên bản thân mình”¹.

Nguyên Tổng Giám đốc UNESCO F.May-ơ (Federico Mayor Zaragoza) cho rằng: “Văn hoá là tổng thể sống động của các hoạt động sáng tạo trong quá khứ và trong hiện tại. Qua các thế kỷ, hoạt động sáng tạo ấy đã hình thành nên một hệ thống các giá trị, các truyền thống và thị hiếu - những yếu tố xác định đặc tính

¹ Tuyên bố về những chính sách văn hóa - hội nghị Quốc tế do UNESCO chủ trì từ 27/7 đến 6/8/1982 tại Mêhicô

riêng của mỗi dân tộc.”² . Chủ tịch Hồ Chí Minh cho rằng: “Vì lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống, loài người mới sáng tạo và phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, văn học, nghệ thuật, những công cụ cho sinh hoạt hằng ngày về ăn, mặc, ở và các phương thức sử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hóa.”

Trong công trình nghiên cứu “Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam”, PGS-TSKH. Trần Ngọc Thêm đã nêu một định nghĩa rằng: “Văn hóa là một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn, trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội của mình”.

Văn hóa còn được dùng với nghĩa hẹp hơn – một lĩnh vực hoạt động văn hóa nghệ thuật, khoa học, công nghệ bên cạnh chính trị, kinh tế, xã hội. Với nghĩa này, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã nói rằng: trong công cuộc kiến thiết nước nhà, có bốn vấn đề cùng phải chú ý đến, cùng phải coi trọng ngang nhau: chính trị, kinh tế, xã hội, văn hóa.

Hội nghị Trung Ương 4 khóa VII (1993) đã chỉ rõ rằng, văn hóa là một lĩnh vực xã hội, bao gồm nếp sống, lối sống, phong tục tập quán, đạo đức xã hội, văn học – nghệ thuật, thông tin đại chúng, xuất bản báo chí, và các chuyên ngành nghiệp vụ văn hóa.

Nghị quyết Trung Ương 5 khóa VIII quan niệm văn hóa là đời sống tinh thần xã hội nói chung, tập trung vào những lĩnh vực lớn: tư tưởng, đạo đức, lối sống, phong tục tập quán, giáo dục và khoa học, văn học nghệ thuật, thông tin đại chúng, giao lưu văn hóa với thế giới, các thể chế và thiết chế văn hóa.

Như vậy, mặc dù có nhiều cách hiểu về văn hóa, nhiều định nghĩa về văn hóa do các cách tiếp cận khác nhau, nhưng rõ ràng, các quan niệm về văn hóa đều đi đến một điểm chung là văn hóa gắn với con người, được đúc kết thành hệ giá trị

² F.M. Zaragaza, Thập kỷ thế giới phát triển văn hóa, Tạp chí thông tin UNESCO, số tháng 11/1988

và chuẩn mực xã hội, biểu hiện thông qua vốn di sản văn hoá và hệ ứng xử văn hóa của cộng đồng người.

Văn hóa là toàn bộ những hoạt động tinh thần của con người. Đó là việc con người sáng tạo, phổ biến, lưu truyền một hệ thống hữu cơ các giá trị tinh thần tạo nên nền tảng tinh thần và bản sắc của một cộng đồng, một dân tộc, một đất nước.

Văn hóa là thuộc tính bản chất của con người và xã hội loài người, do đó nó có mặt hầu như trong tất cả các hoạt động, các lĩnh vực của con người, của xã hội. Chính vì thế việc tìm kiếm một khái niệm tuyệt đối về văn hóa là không thể.

Ngoài ra, văn hóa còn được hiểu là văn hóa – nghệ thuật xếp cạnh giáo dục, khoa học.

Quá trình hình thành văn hóa có thể mượn tượng như sau: Con người sống trong thiên nhiên thứ nhất để duy trì sự tồn tại của mình. Khi các giá trị có sẵn khan hiếm thì con người tác động vào thiên nhiên thứ nhất, thay đổi các hình thái vật chất của nó để tạo thêm của cải – đó chính là quá trình lao động. Trong quá trình lao động, con người hợp tác với nhau để nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất. Khi hợp tác thì mỗi cá nhân phải đảm nhiệm một khâu của quá trình lao động - từ đó sự phân công lao động ra đời. Sự hợp tác và phân công lao động đòi hỏi phải trao đổi thông tin và vì thế ngôn ngữ ra đời. Ngôn ngữ là sản phẩm của lao động; đến lượt nó cùng với lao động; chính ngôn ngữ biến con người ngày càng “người” hơn. Sau ngôn ngữ là hàng loạt các hệ thống giá trị tinh thần khác như chữ viết, phong tục, tập quán, thơ ca,... đến khi các giá trị tinh thần này trở thành hệ thống hữu cơ thì văn hóa hình thành dần.

Khi xã hội phát triển cao hơn, văn hóa trở nên phong phú và rất đa dạng. Người ta có thể dựa vào các hình thái của hoạt động sản xuất để phân chia văn hóa thành văn hóa sản xuất vật chất, văn hóa sản xuất tinh thần, văn hóa quản lý.

Như vậy, mặc dù có nhiều cách hiểu về văn hóa, nhiều định nghĩa về văn hóa do các cách tiếp cận khác nhau, nhưng rõ ràng, các quan niệm về văn hóa đều đi đến một điểm chung là văn hóa gắn với con người, được đúc kết thành hệ giá trị và chuẩn mực xã hội, biểu hiện thông qua vốn di sản văn hoá và hệ ứng xử văn hóa của cộng đồng người.

Khi xã hội phát triển cao hơn, văn hóa trở nên phong phú và rất đa dạng. Người ta có thể dựa vào các hình thái của hoạt động sản xuất để phân chia văn hóa thành văn hóa sản xuất vật chất, văn hóa sản xuất tinh thần, văn hóa quản lý.

Văn hóa vật chất là môi trường nhân tạo - kết quả hoạt động sản xuất vật chất của con người - bao gồm công cụ lao động, phương tiện sản xuất, hoạt động mưu sinh của con người, trang phục, ăn uống, nhà cửa, phương tiện giao tiếp... Văn hóa sản xuất là phương thức hoạt động kinh tế của con người trong xã hội, phản ánh những đặc điểm cụ thể về sản xuất, phân phối và đổi mới hệ thống giá trị chủ đạo của hoạt động kinh tế trong thời điểm lịch sử nào đó của xã hội. Văn hóa sản xuất thể hiện đặc điểm về phân công lao động; trình độ thực hiện các mục tiêu kinh tế; trình độ phát triển lực lượng sản xuất (công cụ lao động, công nghệ); tính chất phát triển của chủ thể hoạt động sản xuất.

Văn hoá giữ một vai trò hết sức quan trọng trong sự phát triển của quốc gia dân tộc và văn hoá đảm nhiệm những chức năng cơ bản sau:

Chức năng biểu tượng: Mọi văn hoá chuyển tải tổng số quan trọng những tri thức và tín ngưỡng đối với thế giới quanh ta.

Chức năng xây dựng: Văn hoá làm tồn tại những thể chế như hôn nhân, tiền bạc, luật pháp, ngôn ngữ mà chúng ta chấp nhận (hay không chấp nhận) những hệ quả của chúng.

Chức năng hướng dẫn: Bằng cách nhập tâm, văn hoá thúc đẩy chúng ta tới chỗ tuân theo những chuẩn mực hành vi. Sự tuân theo ấy gắn liền với nhiều kiểu khen thưởng: cá nhân, đạo đức, xã hội.

Chức năng gợi ý: Đối mặt với các sự kiện, văn hoá của chúng ta làm cho chúng ta cảm nhận những tình cảm, thể hiện những thái độ, do đó mọi yếu tố văn hoá đều mang những xúc cảm. Những xúc cảm này có thể là tự nhiên, nhưng cái cách chúng ta sống (bằng cách che giấu chúng hay giải thoát chúng) cũng liên hệ với văn hoá chúng ta. Văn hoá trở thành một hiện thực tinh thần hơn là vật chất, nó không chỉ nằm ở các biểu tượng cố định. Tuy nhiên, đó không phải là những "nhận thức" đơn giản mà là một tập hợp những biểu tượng huy động "toàn bộ đời sống tinh thần" từ trí tuệ đến hành động, từ suy luận đến xúc cảm, như R. d' Andrade đã từng viết.

Bên cạnh những chức năng trên, văn hoá còn mang những chức năng đặc thù như: Chức năng giáo dục, chức năng nhận thức, chức năng giao tiếp, chức năng tổ chức xã hội, chức năng thẩm mỹ, chức năng giải trí v.v..

1.1.2. Dịch vụ văn hoá

1.1.2.1 Khái niệm dịch vụ văn hóa

Trong nền kinh tế thị trường, bên cạnh các hàng hóa vật thể hữu hình còn có những loại dịch vụ mà người ta mua và bán trên thị trường. Đó là hàng hóa phi vật thể, hay còn gọi là hàng hóa - dịch vụ.

Dịch vụ văn hóa là những hoạt động trên lĩnh vực văn hóa có tổ chức và đo đạc trả công, nhằm phục vụ trực tiếp cho những nhu cầu nhất định của công chúng. Dịch vụ văn hóa tồn tại ở nhiều dạng: văn hóa phi vật thể, văn hóa tâm linh, văn hóa du lịch, văn hóa giải trí, văn hóa sinh hoạt xã hội...

Những nhân tố ảnh hưởng đến dịch vụ văn hóa bao gồm: nhân tố thời đại, nhân tố truyền thống, nhân tố lịch sử. Dịch vụ văn hóa hiện nay ở Việt Nam có cả dịch vụ văn hóa công như: các dịch vụ văn hóa về tâm linh, du lịch và một số dịch vụ văn hóa về sinh hoạt xã hội,... và dịch vụ văn hóa tư nhân như: hoạt động kinh doanh dịch vụ quảng cáo, băng đĩa hình, dịch vụ karaoke, vũ trường.

Tuy nhiên hiện nay các dịch vụ văn hóa công được tổ chức thực hiện theo sự chỉ đạo của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch một cách khá tốt, không có nhiều

những biến tướng, phức tạp. Ngược lại, các dịch vụ văn hóa toạ nhân hiện nay lại đang có những bất cập đi ngược lại với thuần phong mỹ tục của dân tộc nên đòi hỏi phải có sự quản lý chặt chẽ, hiệu quả hơn.

1.1.2.2. Đặc điểm và vai trò của dịch vụ văn hóa

Ngày nay, nền sản xuất xã hội cùng với khoa học - kỹ thuật và công nghệ phát triển với tốc độ cao đã thúc đẩy mạnh mẽ quá trình phân công lao động xã hội, làm gia tăng nhu cầu phục vụ sản xuất cũng như cuộc sống văn minh của con người.

Từ đó, hoạt động dịch vụ trở thành một ngành kinh tế độc lập. Dịch vụ văn hoá là loại hình dịch vụ đời sống nhằm thoả mãn nhu cầu con người, làm cho con người sống ngày càng văn minh, hiện đại.

Thực tế hiện nay cho thấy, ở nhiều nước trên thế giới, khi thu nhập của người dân tăng lên, đủ ăn, đủ mặc thì hoạt động dịch vụ văn hoá không thể thiếu. Theo đó, dịch vụ văn hoá có các đặc điểm như sau: - Giá trị sử dụng của sản phẩm dịch vụ không có hình thái vật thể (hữu hình) mà tồn tại dưới hình thái phi vật thể. - Quá trình sản xuất ra hàng hóa dịch vụ hướng vào phục vụ trực tiếp người tiêu dùng với tư cách là những khách hàng (chữa bệnh, dạy học, cắt tóc, may đo...); quá trình sản xuất và tiêu dùng diễn ra đồng thời. - Do không mang hình thái vật thể và do quá trình sản xuất đồng thời cũng là quá trình tiêu dùng, nên hàng hóa dịch vụ không thể tồn tại độc lập, không thể tích lũy hay dự trữ.

Hiện nay, trong xã hội nước ta xuất hiện rất nhiều các loại hoạt động dịch vụ. Chính quá trình này đã phát sinh nhiều biểu hiện cần được quan tâm: - Rất nhiều hộ gia đình, sáng thức dậy đã nhận được giấy mẫu quảng cáo của các tổ chức kinh tế được nhét qua khe cửa hoặc quăng vào sân nhà mình. Nào là quảng cáo bán gạo, bán tivi, đầu đĩa, máy giặt, máy điều hoà nhiệt độ... Thậm chí, có những ngôi nhà mới xây xong, quét vôi, sơn trắng toát, đẹp một cách mỹ miều, thế nhưng sáng mở mắt ra đã thấy trên tường nhà mình xuất hiện những dòng chữ đỏ

lạnh lùng: “Nhận khoan, cắt, đập, phá bê tông” hoặc “Thuốc gia truyền, đặc trị trĩ - mạch lươn, yếu sinh lý”, kèm theo đó là số điện thoại để liên hệ. - Nếp sống và những phong tục truyền thống ở một bộ phận dân cư ít nhiều đã có những thay đổi theo quá trình phát triển của nền kinh tế thị trường và sự đa dạng của các loại hình dịch vụ. Xã hội ngày nay, khi mà nhân tố con người được coi trọng và phát huy thì đó cũng chính là nhân tố kích thích con người lao vào công việc.

3.2. Chính sách kinh tế trong văn hóa

3.2.1. Khái niệm

3.2.1.1. Khái niệm chính sách

Chính sách là gì? Đây là một thuật ngữ được sử dụng rất rộng rãi trong đời sống xã hội, đặc biệt là được sử dụng rất nhiều trong các vấn đề liên quan đến chính trị và pháp quyền. Theo Từ điển tiếng Việt^[1] “*chính sách*” được hiểu 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 chính sách...” Theo chúng tôi, chính sách cần được hiểu ở những góc nhìn nhất định: xem xét nó một cách độc lập hay trong mối quan hệ với các phạm trù khác, chẳng hạn như chính trị hay pháp quyền như nói ở trên.

Nếu nhìn nhận chính sách như một hiện tượng tĩnh và tương đối độc lập thì theo chúng tôi, chính sách được hiểu là những tư tưởng, những định hướng, những mong muốn cần hướng tới, cần đạt được. Còn chiến lược hay kế hoạch, thậm chí pháp luật chẳng qua chỉ là hình thức, là phương tiện để chuyển tải, để thể hiện chính sách mà thôi.

Chính vì vậy, chúng tôi cho rằng, so với khái niệm pháp luật, chính sách được hiểu rộng hơn nhiều. Nếu xét nội hàm của khái niệm này trong mối quan hệ với chính trị và pháp quyền thì khái niệm chính sách cần được tìm hiểu ở một số khía cạnh sau đây:

Chính sách là sự thể hiện cụ thể của đường lối chính trị chung. Dựa vào đường lối chính trị chung, cương lĩnh chính trị của đảng cầm quyền mà người ta định ra chính sách.

Chính sách là cơ sở nền tảng để chế định nên pháp luật. Hay nói cách khác, pháp luật là kết quả của sự thể chế hóa chính sách. Có thể có chính sách chưa được luật pháp hóa (thể chế hóa), hoặc cũng có thể không bao giờ được luật pháp hóa vì nó không được lựa chọn để luật pháp hóa khi không còn phù hợp với tư tưởng mới hay sự thay đổi của thực tiễn. Nhưng sẽ không có pháp luật phi chính sách hay pháp luật ngoài chính sách. Theo nghĩa đó, chính sách chính là linh hồn, là nội dung của pháp luật, còn pháp luật là hình thức, là phương tiện thể hiện của chính sách khi nó được thừa nhận, được “nhào nặn” bởi “bàn tay công quyền”, tức là được ban hành bởi nhà nước theo một trình tự luật định.

Như vậy, chính sách luôn gắn liền với quyền lực chính trị, với đảng cầm quyền và với bộ máy quyền lực công – nhà nước. Chúng ta vẫn thường nói đến một nguyên tắc của tổ chức thực thi quyền lực chính trị là “Đảng đề ra đường lối, chính sách, Nhà nước thể chế hóa đường lối, chính sách của Đảng thành pháp luật”. Tuy nhiên, cũng không nên tuyệt đối hóa vai trò hoạch định chính sách của đảng cầm quyền.

Có ý kiến cho rằng, việc xây dựng chính sách là nhiệm vụ của Đảng, Đảng là người duy nhất có quyền đưa ra chính sách. Đúng. Đảng đề ra đường lối chính sách để Nhà nước thể chế hóa thành pháp luật nhưng việc xây dựng và ban hành pháp luật của Nhà nước cũng chính là Nhà nước xây dựng và ban hành chính sách (Điều này được phản ánh rất rõ trong thực tiễn tổ chức bộ máy nhà nước ở Việt Nam hiện nay, khi người của Đảng được giao nắm các trọng trách và vị trí quan trọng trong bộ máy nhà nước (trong thành phần của Quốc hội Khoá XII hiện nay số lượng đảng viên chiếm tới 93%; đối với Chính phủ thì 100% thành viên Chính phủ là đảng viên). Đường lối, chính sách của Đảng có thể được copy, được cụ thể

hóa trong pháp luật nhưng nó cũng có thể được điều chỉnh, được hoàn thiện trong quá trình thể chế hóa để phù hợp với tư tưởng mới hay đáp ứng yêu cầu mới của thực tiễn xã hội. Nhà nước xây dựng và ban hành pháp luật là thể chế hóa chính sách của Đảng thành pháp luật nhưng cũng là một bước xây dựng và hoàn thiện chính sách. Và vì vậy, chính sách và pháp luật là hai phạm trù rất gần gũi và có những điểm giao nhau, là cơ sở tồn tại của nhau trong một chế độ nhà nước pháp quyền.

3.2.1.2. Khái niệm chính sách kinh tế

Theo Từ điển tiếng Việt thì “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”.

Theo tác giả Vũ Cao Đàm thì “chính sách là một tập hợp biện pháp được thể chế hóa, mà một chủ thể quyền lực, hoặc chủ thể quản lý đưa ra, trong đó tạo sự ưu đãi một hoặc một số nhóm xã hội, kích thích vào động cơ hoạt động của họ nhằm thực hiện một mục tiêu ưu tiên nào đó trong chiến lược phát triển của một hệ thống xã hội”. Theo tác giả thì khái niệm “hệ thống xã hội” được hiểu theo một ý nghĩa khái quát. Đó có thể là một quốc gia, một khu vực hành chính, một doanh nghiệp, một nhà trường.

Cũng có một định nghĩa khác, “chính sách là chuỗi những hoạt động mà chính quyền chọn làm hay không làm với tính toán và chủ đích rõ ràng, có tác động đến người dân”.

Chính sách là công cụ để thực hiện chiến lược theo Alfred chardler: "*chính sách kinh doanh là phương cách đường lối hoặc phương hướng dẫn dắt hành động trong khi phân bổ sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp*". Theo Robinson thì chính sách là những chỉ dẫn cho việc làm quyết định hoặc đưa ra quyết định và thể hiện những tình huống lặp lại có tính chu kỳ.

Như thế, có thể hiểu chính sách bao gồm các nguyên tắc chỉ đạo, các lời hướng dẫn, quy tắc và thủ tục được thiết lập nhằm hỗ trợ và thúc đẩy việc thực hiện các mục tiêu đã xác định.

Như vậy, phân tích khái niệm “chính sách” thì thấy:

- Chính sách là do một chủ thể quyền lực hoặc chủ thể quản lý đưa ra;
- Chính sách được ban hành căn cứ vào đường lối chính trị chung và tình hình thực tế;
- Chính sách được ban hành bao giờ cũng nhằm đến một mục đích nhất định; nhằm thực hiện một mục tiêu ưu tiên nào đó; chính sách được ban hành đều có sự tính toán và chủ đích rõ ràng.

3.2.1.2. Khái niệm chính sách kinh tế trong văn hóa

Chính sách kinh tế trong văn hóa là một tổng thể các nguyên tắc hoạt động, các cách làm thực tiễn và các phương pháp quản lý kinh tế hay ngân sách dùng làm cơ sở điều tiết các hoạt động văn hóa. Không phải ngẫu nhiên mà Đảng và Nhà nước ta xây dựng và ban hành chính sách kinh tế trong văn hóa, mà do quá trình nhận thức về mối quan hệ biện chứng giữa phát triển kinh tế và phát triển văn hóa.

Nghị quyết Trung ương năm khóa VIII đã chỉ rõ, mục tiêu của chính sách kinh tế trong văn hóa phải đáp ứng các yêu cầu sau: *Thứ nhất*, gắn văn hóa với hoạt động kinh tế. *Thứ hai*, khai thác các tiềm năng kinh tế, tài chính hỗ trợ cho phát triển văn hóa. *Thứ ba*, đảm bảo yêu cầu về chính trị, tư tưởng cho hoạt động văn hóa. *Thứ tư*, giữ gìn và phát huy được bản sắc văn hóa dân tộc. Như vậy, chính sách kinh tế trong văn hóa vừa phải chú ý đến hiệu quả kinh tế, vừa phải chú ý đến hiệu quả xã hội.

Rõ ràng, chủ trương của Đảng và Nhà nước về thực hiện chính sách kinh tế trong văn hóa thể hiện trong các văn kiện, nghị quyết xoay quanh mấy vấn đề sau:

Một là, phát triển kinh tế để phát triển văn hóa. Kinh tế phát triển tạo cơ sở vật chất, nguồn vốn, kỹ thuật làm tiền đề cho phát triển văn hóa. Phát triển kinh tế

phải hướng tới mục tiêu văn hóa, văn hóa là mục tiêu là động lực của phát triển văn hóa.

Hai là, phát huy vai trò kinh tế của văn hóa. Ngoài vai trò là nền tảng tinh thần, là mục tiêu, còn có chính sách biến văn hóa thành nguồn lực kinh tế trong nền kinh tế thị trường, gắn sản xuất, tiêu dùng các sản phẩm văn hóa với cơ chế thị trường, hình thành thị trường văn hóa và nền công nghiệp văn hóa. Điều này đã được thể hiện rõ trong Nghị quyết trung ương năm khóa VIII:

- Thực hiện cơ chế mở rộng hoạt động kinh doanh dịch vụ (hoạt động thể thao, dịch vụ văn hóa...), tạo nguồn thu hỗ trợ cho hoạt động sự nghiệp của các đơn vị văn hóa, nghệ thuật.
- Cải tiến chế độ tài trợ, đặt hàng đối với điện ảnh, biểu diễn nghệ thuật, báo chí, xuất bản; thuế đối với báo chí: trợ giá cho một số báo chí, văn hóa phẩm đưa ra nước ngoài nhằm mục đích tuyên truyền đối ngoại và sách báo đưa lên miền núi, hải đảo, vùng sâu, vùng xa.
- Quy định cụ thể chế độ cho các doanh nghiệp đặc thù của ngành văn hóa thông tin (hãng phim, rạp chiếu bóng, hiệu sách, khu vui chơi, giải trí, nhà xuất bản, trung tâm triển lãm, tu bổ di tích...) được hưởng mức thuế ưu đãi trong hoạt động kinh doanh (thuế đất, thuế vốn khấu hao cơ bản...)³.

Nghị quyết 23 Bộ Chính trị khóa X đã cụ thể hóa chính sách kinh tế trong văn học, nghệ thuật, coi sản phẩm văn học, nghệ thuật là loại hàng hóa đặc biệt mà Nhà nước phải đặt hàng và là khách hàng sử dụng các hàng hóa đó. Xây dựng và đổi mới cơ chế chính sách, chế tài điều chỉnh việc Nhà nước đặt hàng mua các tác phẩm, tổ chức sản xuất, xuất bản, công diễn, trình chiếu, triển lãm, tặng giải thưởng các tác phẩm văn học nghệ thuật có giá trị cao về tư tưởng và nghệ thuật.

Ngoài ra, chính sách kinh tế trong văn hóa còn bao hàm cả việc: “cho phép các thành phần kinh tế kể cả tư nhân trong nước và nước ngoài, thực hiện một số

³ Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII, tr.73,74

hình thức liên doanh, liên kết với một số cơ sở hoạt động văn hóa theo quy định của pháp luật nhằm xây dựng cơ sở hạ tầng, đổi mới công nghệ và tham gia tổ chức một số hoạt động văn hóa có nội dung lành mạnh, bổ ích”⁴

Ba là, đầu tư cho việc đào tạo đội ngũ những người hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật. Chú ý tới việc nâng cao đời sống vật chất cho những người làm công tác văn hóa, văn nghệ, thể thao; bổ sung và xây dựng mới các chế độ chính sách đối với hoạt động văn học, nghệ thuật như chế độ lương, nhuận bút, đãi ngộ tài năng, bồi dưỡng lao động nghề nghiệp, lương hưu...nhằm tạo ra các sản phẩm văn hóa có giá trị đáp ứng nhu cầu của nhân dân.

Những yêu cầu cơ bản của chính sách kinh tế trong văn hóa trên đã góp phần gắn kết chặt chẽ giữa văn hóa và kinh tế, tạo điều kiện phát huy vai trò của văn hóa trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Bên cạnh đó, một số quan điểm, đường lối và chính sách kinh tế trong văn hóa cũng được thể hiện trong các luật và văn bản dưới luật như: Hiến pháp 1992 (điều 30, 31, 32, 33 và 34); Luật xuất bản; Luật báo chí; Luật doanh nghiệp; Luật di sản văn hóa; Luật điện ảnh...và các văn bản dưới luật. Việc ban hành các văn bản pháp quy này cho thấy chính sách kinh tế trong văn hóa đã có hành lang pháp lý, có những điều kiện cần để triển khai trong thực tiễn.

Mục tiêu của quản lý kinh tế trong lĩnh vực văn hoá là mở rộng hoạt động sáng tạo và thị trường văn hóa nghệ thuật. Khai thác triệt để nguồn lực con người, tài chính, cơ sở vật chất, các giá trị tinh thần của dân tộc, nhân loại... một cách hiệu quả phục vụ nhu cầu vật chất và tinh thần ngày càng tăng của nhân dân. Ngành hành chính văn hóa và các ngành khác dựa vào đường lối, chính sách và pháp luật của Nhà nước thực hiện việc định hướng, dự báo, điều tiết, giám sát và không chế đối với tổ chức và cá nhân hoạt động kinh doanh trong thị trường

⁴ Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII, tr,74

văn hóa để đảm bảo văn hóa và thị trường văn hóa phát triển theo đúng quỹ đạo lành mạnh.

Trong hoạt động quản lý thị trường văn hóa ngành hành chính văn hóa và các ngành hữu quan khác như quản lý hành chính công thương, công an, thuế vụ... là chủ thể quản lý thị trường.

Chính sách kinh tế trong văn hóa là tổng thể những quan điểm, những nguyên tắc, những công cụ, những biện pháp, những giải pháp của các cơ quan, tổ chức, nhà nước đưa ra để điều chỉnh các hoạt động văn hóa nhằm thực hiện các mục tiêu đặt ra trong giai đoạn lịch sử nhất định.

3.2.2. Chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư cho phát triển văn hóa

Trong lĩnh vực sản xuất vật chất, Đảng và Nhà nước ta đã đưa ra nhiều chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia phát triển kinh tế. Nhưng ở lĩnh vực văn hóa chúng ta còn rất dè dặt khi đưa ra những quan điểm về cơ cấu kinh tế nhiều thành phần. Lý do cơ bản ở đây là lĩnh vực văn hóa tinh thần rất nhạy cảm với những vấn đề liên quan đến chính trị và an ninh quốc gia. Mặt khác việc quản lý các sản phẩm văn hóa trên thị trường cũng gặp rất nhiều khó khăn do tính chất giá trị sử dụng kép của nó.

Tuy vậy sự phát triển nền văn hóa Việt Nam không thể chỉ dựa vào nguồn ngân sách của Nhà nước. Việc khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động văn hóa tinh thần là một yêu cầu đặt ra cần phải nghiên cứu một cách nghiêm túc và thận trọng. Nhà nước cần có những định hướng cơ bản để tạo dựng môi trường pháp lý thích hợp để thu hút các nguồn vốn trong dân để phát triển văn hóa. Một số sản phẩm văn hóa thuộc diện có thể thương mại hóa hoàn toàn nên khuyến khích, kêu gọi kinh tế tư nhân đầu tư khai thác.

Một số các giá trị tinh thần của quốc gia như các cảnh quan thiên nhiên, các di tích lịch sử lâu đời, các lễ hội truyền thống... có thể kêu gọi thành phần

kinh tế tư bản Nhà nước tham gia theo cơ chế Nhà nước và nhân dân cùng làm. Ngoài ra cũng cần kêu gọi các nhà hảo tâm, các tổ chức nước ngoài tài trợ cho việc khôi phục những giá trị văn hóa truyền thống phục vụ nhu cầu thưởng thức của nhân dân. Chủ trương xã hội hóa các hoạt động văn hóa phải đi đôi với việc đổi mới cơ chế và phương thức quản lý trong đó chú trọng đến việc bồi dưỡng, nâng cao trình độ, năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý trong lĩnh vực văn hóa. Đồng thời phải tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, định hướng đi đúng quỹ đạo phát triển chung của xã hội.

Các thành phần kinh tế tham dự vào lĩnh vực văn hóa nghệ thuật phải thực hiện tốt những nguyên tắc sau đây:

- Không sử dụng văn hóa nghệ thuật vào các hoạt động chống lại chế độ, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước (không đi ngược lại lợi ích của quốc gia).
- Không được sản xuất các sản phẩm văn hóa nghệ thuật mang các phản văn hóa - phản giá trị xã hội.
- Chấp hành nghiêm chỉnh chế độ đăng ký, quản lý... Theo luật pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Chủ trương thực hiện xã hội hóa các hoạt động văn hóa thông tin của Đảng và Nhà nước ta hiện nay đã tạo được thế mạnh khai thác mọi nguồn vốn trong nhân dân đầu tư cho các hoạt động văn hóa.

Trong từng giai đoạn lịch sử cần phải xây dựng những chủ trương, chính sách hợp lý để thúc đẩy sự nghiệp văn hóa phát triển trong sự phát triển chung của nền kinh tế quốc dân. Ở thời điểm hiện nay khi mà nền kinh tế thị trường có sự định hướng của Nhà nước đang trên đà phát triển, xu thế hòa nhập khu vực và quốc tế đang được đẩy mạnh thì việc khuyến khích các thành phần kinh tế, các tổ chức, cá nhân ở trong và ngoài nước đầu tư kinh phí cho hoạt động văn hóa nghệ thuật theo định hướng XHCN là hết sức cần thiết. Nhưng muốn làm được điều đó thì các cơ quan làm chức năng quản lý Nhà nước về văn hóa phải

đủ mạnh để chỉ đạo, dẫn dắt và kiểm soát các hoạt động văn hóa từ khâu sản xuất đến lưu thông, tiêu dùng sản phẩm văn hóa tinh thần.

. *Tăng nguồn đầu tư từ ngân sách Nhà nước*

Nâng dần tỷ lệ kinh phí dành cho văn hóa. Với tỷ lệ chi dành cho văn hóa như hiện nay là chưa đáp ứng được yêu cầu đòi hỏi hoạt động và phát triển của văn hoá hiện nay, để văn hóa thực sự đảm đương được vai trò là nền tảng tinh thần của xã hội vừa là mục tiêu vừa là động lực thúc đẩy nền kinh tế xã hội phát triển.

Tuy mức đầu tư ngân sách Nhà nước cho văn hóa mỗi năm có tăng, điều này chứng tỏ sự quan tâm của Đảng và Nhà nước đối với văn hóa. Nhưng nếu so với thực trạng và yêu cầu cấp bách về phát triển văn hóa thì cần đòi hỏi có sự đầu tư nhiều và xứng đáng hơn nữa.

Mặt khác trong việc đầu tư, Nhà nước cũng cần phải đầu tư một cách hợp lý, sát với thực tế. Với cách đầu tư kinh phí theo tỷ lệ % cho văn hóa và phân theo đầu người hiện nay là chưa hợp lý, còn nhiều điều bất cập; ví như ở vùng sâu, vùng xa, miền núi cao, vùng dân tộc thiểu số... rất rộng, người ít, điều kiện sống, hoạt động khó khăn mà kinh phí đầu tư lại cấp theo đầu người thì thật khó khăn cho việc tổ chức các hoạt động văn hóa. Đảng và Nhà nước ta hiện nay đang có những chủ trương, chính sách khắc phục điều bất hợp lý này, bước đầu bằng các chương trình, dự án hỗ trợ cho các hoạt động văn hóa nghệ thuật ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, miền núi và vùng các dân tộc thiểu số. Ngân sách nhà nước sẽ tập trung vào một số chương trình lớn như sau:

- Đầu tư để khôi phục, tôn tạo những giá trị di sản văn hóa truyền thống, khai thác giữ gìn và phát huy những tiềm năng văn hóa truyền thống ở cơ sở (đặc biệt là ở các làng, xã nông thôn, các vùng dân tộc thiểu số).
- Đối với công tác bảo tồn - bảo tàng: tập trung nguồn kinh phí vào những trọng điểm di tích quốc gia, các di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới, đầu tư trọng điểm, không đầu tư diện rộng để tu bổ, tôn tạo, giữ gìn và khai thác hợp lý các di sản đó.

- Đầu tư khai thác có chọn lọc một số kinh nghiệm quản lý và các di sản văn hóa thế giới điển hình.

- Đầu tư kinh phí để tôn tạo các di tích cách mạng, hỗ trợ một phần kinh phí và vốn đầu tư nước ngoài cho việc bảo vệ, tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa khác (kể cả các công trình mang tính chất tôn giáo được công nhận là di tích lịch sử văn hóa).

- Đầu tư kinh phí cho sưu tầm, chỉnh lý, biên soạn, quản lý lâu dài, phổ biến các sản phẩm văn hóa tinh thần (các di sản văn hóa phi vật thể có giá trị).

- Đầu tư kinh phí cho việc bảo tồn, phổ biến giá trị các di sản nghệ thuật truyền thống (mỹ thuật, âm nhạc, sân khấu, múa, tuồng, chèo, múa rối...).

- Đầu tư kinh phí để hỗ trợ cho các tập thể hoặc gia đình, cá nhân tổ chức các hoạt động biểu diễn nghệ thuật và truyền dạy nghề trên cơ sở khai thác, phổ biến nghệ thuật truyền thống.

- Từ năm 1994 đến nay, Nhà nước đã và vẫn đang duy trì các chương trình mục tiêu Quốc gia về văn hóa với ngân sách hàng trăm tỷ đồng nhằm thực hiện:

- + Chương trình mục tiêu quốc gia: chống xuống cấp và tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa.

- + Chương trình mục tiêu quốc gia: đưa văn hóa thông tin về cơ sở.

- + Chương trình mục tiêu quốc gia: chấn hưng điện ảnh.

- ***Cơ chế trợ giúp vốn cho thị trường văn hóa***

Nhà nước thông qua biện pháp đầu tư tài chính hỗ trợ một bộ phận các xí nghiệp văn hóa đầu tư sản xuất để thỏa mãn nhu cầu văn hóa của các tầng lớp khác nhau vừa góp phần cân bằng phát triển văn hóa xã hội.

Thị trường văn hóa có tính đặc thù riêng. Sản phẩm văn hóa có tính sử dụng kép: giá trị sử dụng cá nhân và giá trị sử dụng cộng đồng. Nhà nước phải ứng xử như người quản lý, người tiêu dùng. Nhà nước thông qua biện pháp đầu tư tài chính, hỗ trợ một bộ phận các xí nghiệp văn hóa đầu tư sản xuất. Nhà nước ứng xử

như người quản lý, cơ chế thể hiện vai trò quản lý của nhà nước. Nhà nước ứng xử như người tiêu dùng, cơ chế thể hiện sự đặc thù của ngành văn hóa. Mục đích của cơ chế trợ giúp vốn cho thị trường văn hóa: thỏa mãn nhu cầu của thị trường và đảm bảo các xí nghiệp tồn tại. Nhà nước hỗ trợ kinh phí cho một số xí nghiệp sản xuất đáp ứng yêu cầu tiêu dùng. Ví dụ: Ngành Bảo tàng, giáo dục, khoa học - công nghệ...

5.2.3. Chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư phát triển văn hóa

Trong lĩnh vực sản xuất vật chất, Đảng và Nhà nước ta đã đưa ra nhiều chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia phát triển kinh tế. Nhưng ở lĩnh vực văn hóa chúng ta còn rất dè dặt khi đưa ra những quan điểm về cơ cấu kinh tế nhiều thành phần. Lý do cơ bản ở đây là lĩnh vực văn hóa tinh thần rất nhạy cảm với những vấn đề liên quan đến chính trị và an ninh quốc gia. Mặt khác việc quản lý các sản phẩm văn hóa trên thị trường cũng gặp rất nhiều khó khăn do tính chất giá trị sử dụng kép của nó.

Tuy vậy sự phát triển nền văn hóa Việt Nam không thể chỉ dựa vào nguồn ngân sách của Nhà nước. Việc khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động văn hóa tinh thần là một yêu cầu đặt ra cần phải nghiên cứu một cách nghiêm túc và thận trọng. Nhà nước cần có những định hướng cơ bản để tạo dựng môi trường pháp lý thích hợp để thu hút các nguồn vốn trong dân để phát triển văn hóa. Một số sản phẩm văn hóa thuộc diện có thể thương mại hóa hoàn toàn nên khuyến khích, kêu gọi kinh tế tư nhân đầu tư khai thác. Một số các giá trị tinh thần của quốc gia như các cảnh quan thiên nhiên, các di tích lịch sử lâu đời, các lễ hội truyền thống... có thể kêu gọi thành phần kinh tế tư bản Nhà nước tham gia theo cơ chế Nhà nước và nhân dân cùng làm. Ngoài ra cũng cần kêu gọi các nhà hảo tâm, các tổ chức nước ngoài tài trợ cho việc khôi phục những giá trị văn hóa truyền thống phục vụ nhu cầu thưởng thức của nhân dân.

Chủ trương xã hội hóa các hoạt động văn hóa phải đi đôi với việc đổi mới cơ chế và phương thức quản lý trong đó chú trọng đến việc bồi dưỡng, nâng cao

trình độ, năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý trong lĩnh vực văn hóa. Đồng thời phải tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, định hướng đi đúng quỹ đạo phát triển chung của xã hội. Các thành phần kinh tế tham dự vào lĩnh vực văn hóa nghệ thuật phải thực hiện tốt những nguyên tắc sau đây:

- Không sử dụng văn hóa nghệ thuật vào các hoạt động chống lại chế độ, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước (không đi ngược lại lợi ích của quốc gia).
- Không được sản xuất các sản phẩm văn hóa nghệ thuật mang các phản văn hóa
- phản giá trị xã hội.
- Chấp hành nghiêm chỉnh chế độ đăng ký, quản lý... Theo luật pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Chủ trương thực hiện xã hội hóa các hoạt động văn hóa thông tin của Đảng và Nhà nước ta hiện nay đã tạo được thế mạnh khai thác mọi nguồn vốn trong nhân dân đầu tư cho các hoạt động văn hóa.

Trong từng giai đoạn lịch sử cần phải xây dựng những chủ trương, chính sách hợp lý để thúc đẩy sự nghiệp văn hóa phát triển trong sự phát triển chung của nền kinh tế quốc dân. Ở thời điểm hiện nay khi mà nền kinh tế thị trường có sự định hướng của Nhà nước đang trên đà phát triển, xu thế hòa nhập khu vực và quốc tế đang được đẩy mạnh thì việc khuyến khích các thành phần kinh tế, các tổ chức, cá nhân ở trong và ngoài nước đầu tư kinh phí cho hoạt động văn hóa nghệ thuật theo định hướng XHCN là hết sức cần thiết. Nhưng muốn làm được điều đó thì các cơ quan làm chức năng quản lý Nhà nước về văn hóa phải đủ mạnh để chỉ đạo, dẫn dắt và kiểm soát các hoạt động văn hóa từ khâu sản xuất đến lưu thông, tiêu dùng sản phẩm văn hóa tinh thần.

Thành phần kinh tế là một bộ phận sản xuất trong đó quyền sở hữu về tư liệu sản xuất thuộc về nhà nước, nhân dân, cá nhân hay tập thể.

+ *Thành phần kinh tế nhà nước trong văn hóa*: như bệnh viện, bảo tàng....

- Thành phần kinh tế nhà nước luôn luôn phải được quan tâm đặc biệt để tạo động lực cho các ngành văn hóa (đầu tư ngân sách nhà nước).

- Thành phần kinh tế nhà nước trong văn hóa vẫn được đầu tư nhiều và vẫn đóng vai trò quan trọng, chủ đạo; chi phối các thành phần, các dòng văn hóa khác phát triển. Nhưng đầu tư phải có trọng điểm, không dàn trải và đầu tư có hiệu quả (viện âm nhạc, bảo tàng, đại học quốc gia...).

Kết hợp đầu tư nhà nước với thị trường (cơ chế kép).

+ Thành phần kinh tế tư nhân cá thể: khuyến khích các nhà giáo, văn nghệ sĩ... sáng tác ra các sản phẩm, tác phẩm tinh thần.

+ Thành phần kinh tế tư bản tư nhân: kêu gọi các nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư sản xuất các sản phẩm tinh thần. Vd: mở các trường đại học dân lập, bệnh viện tư nhân, các công ty giải trí.....

+ Thành phần kinh tế tư bản nhà nước: cho tư nhân đầu tư, khai thác các di sản nhưng thu tô thuế.

+ Thành phần kinh tế của những nhà hảo tâm và những người cống hiến: để họ đầu tư cải thiện những giá trị tinh thần đáng quý nơi quê hương của họ.

- Cơ chế trợ giúp vốn cho thị trường văn hóa

Nhà nước thông qua biện pháp đầu tư tài chính hỗ trợ một bộ phận các xí nghiệp văn hóa đầu tư sản xuất để thỏa mãn nhu cầu văn hóa của các tầng lớp khác nhau vừa góp phần cân bằng phát triển văn hóa xã hội.

Thị trường văn hóa có tính đặc thù riêng. Sản phẩm văn hóa có tính sử dụng kép: giá trị sử dụng cá nhân và giá trị sử dụng cộng đồng. Nhà nước phải ứng xử như người quản lý, người tiêu dùng. Nhà nước thông qua biện pháp đầu tư tài chính, hỗ trợ một bộ phận các xí nghiệp văn hóa đầu tư sản xuất. Nhà nước ứng xử như người quản lý, cơ chế thể hiện vai trò quản lý của nhà nước. Nhà nước ứng xử như người tiêu dùng, cơ chế thể hiện sự đặc thù của ngành văn hóa. Mục đích của cơ chế trợ giúp vốn cho thị trường văn hóa: thỏa mãn nhu cầu của thị trường và

đảm bảo các xí nghiệp tồn tại. Nhà nước hỗ trợ kinh phí cho một số xí nghiệp sản xuất đáp ứng yêu cầu tiêu dùng. Ví dụ: Ngành Bảo tàng, giáo dục, khoa học - công nghệ...

Trong lĩnh vực sản xuất vật chất, Đảng và Nhà nước ta đã đưa ra nhiều chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia phát triển kinh tế. Nhưng ở lĩnh vực văn hóa chúng ta còn rất dè dặt khi đưa ra những quan điểm về cơ cấu kinh tế nhiều thành phần. Lý do cơ bản ở đây là lĩnh vực văn hóa tinh thần rất nhạy cảm với những vấn đề liên quan đến chính trị và an ninh quốc gia. Mặt khác việc quản lý các sản phẩm văn hóa trên thị trường cũng gặp rất nhiều khó khăn do tính chất giá trị sử dụng kép của nó.

Tuy vậy sự phát triển nền văn hóa Việt Nam không thể chỉ dựa vào nguồn ngân sách của Nhà nước. Việc khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động văn hóa tinh thần là một yêu cầu đặt ra cần phải nghiên cứu một cách nghiêm túc và thận trọng. Nhà nước cần có những định hướng cơ bản để tạo dựng môi trường pháp lý thích hợp để thu hút các nguồn vốn trong dân để phát triển văn hóa.

Một số sản phẩm văn hóa thuộc diện có thể thương mại hóa hoàn toàn nên khuyến khích, kêu gọi kinh tế tư nhân đầu tư khai thác. Một số các giá trị tinh thần của quốc gia như các cảnh quan thiên nhiên, các di tích lịch sử lâu đời, các lễ hội truyền thống... có thể kêu gọi thành phần kinh tế tư bản Nhà nước tham gia theo cơ chế Nhà nước và nhân dân cùng làm. Ngoài ra cũng cần kêu gọi các nhà hảo tâm, các tổ chức nước ngoài tài trợ cho việc khôi phục những giá trị văn hóa truyền thống phục vụ nhu cầu thưởng thức của nhân dân.

Chủ trương xã hội hóa các hoạt động văn hóa phải đi đôi với việc đổi mới cơ chế và phương thức quản lý trong đó chú trọng đến việc bồi dưỡng, nâng cao trình độ, năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý trong lĩnh vực văn hóa. Đồng thời phải tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, định hướng đi đúng quỹ đạo phát

triển chung của xã hội. Các thành phần kinh tế tham dự vào lĩnh vực văn hóa nghệ thuật phải thực hiện tốt những nguyên tắc sau đây:

- Không sử dụng văn hóa nghệ thuật vào các hoạt động chống lại chế độ, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước (không đi ngược lại lợi ích của quốc gia).
- Không được sản xuất các sản phẩm văn hóa nghệ thuật mang các phản văn hóa
- phản giá trị xã hội.
- Chấp hành nghiêm chỉnh chế độ đăng ký, quản lý... Theo luật pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Chủ trương thực hiện xã hội hóa các hoạt động văn hóa thông tin của Đảng và Nhà nước ta hiện nay đã tạo được thế mạnh khai thác mọi nguồn vốn trong nhân dân đầu tư cho các hoạt động văn hóa.

Trong từng giai đoạn lịch sử cần phải xây dựng những chủ trương, chính sách hợp lý để thúc đẩy sự nghiệp văn hóa phát triển trong sự phát triển chung của nền kinh tế quốc dân. Ở thời điểm hiện nay khi mà nền kinh tế thị trường có sự định hướng của Nhà nước đang trên đà phát triển, xu thế hòa nhập khu vực và quốc tế đang được đẩy mạnh thì việc khuyến khích các thành phần kinh tế, các tổ chức, cá nhân ở trong và ngoài nước đầu tư kinh phí cho hoạt động văn hóa nghệ thuật theo định hướng XHCN là hết sức cần thiết. Nhưng muốn làm được điều đó thì các cơ quan làm chức năng quản lý Nhà nước về văn hóa phải đủ mạnh để chỉ đạo, dẫn dắt và kiểm soát các hoạt động văn hóa từ khâu sản xuất đến lưu thông, tiêu dùng sản phẩm văn hóa tinh thần.

Thành phần kinh tế là một bộ phận sản xuất trong đó quyền sở hữu về tư liệu sản xuất thuộc về nhà nước, nhân dân, cá nhân hay tập thể.

+ *Thành phần kinh tế nhà nước trong văn hóa*: như bệnh viện, bảo tàng....

- Thành phần kinh tế nhà nước luôn luôn phải được quan tâm đặc biệt để tạo động lực cho các ngành văn hóa (đầu tư ngân sách nhà nước).

- Thành phần kinh tế nhà nước trong văn hóa vẫn được đầu tư nhiều và vẫn đóng vai trò quan trọng, chủ đạo; chi phối các thành phần, các dòng văn hóa khác phát triển. Nhưng đầu tư phải có trọng điểm, không dàn trải và đầu tư có hiệu quả (viện âm nhạc, bảo tàng, đại học quốc gia....).

Kết hợp đầu tư nhà nước với thị trường (cơ chế kép).

+ Thành phần kinh tế tư nhân cá thể: khuyến khích các nhà giáo, văn nghệ sĩ... sáng tác ra các sản phẩm, tác phẩm tinh thần.

+ Thành phần kinh tế tư bản tư nhân: kêu gọi các nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư sản xuất các sản phẩm tinh thần. Vd: mở các trường đại học dân lập, bệnh viện tư nhân, các công ty giải trí.....

+ Thành phần kinh tế tư bản nhà nước: cho tư nhân đầu tư, khai thác các di sản nhưng thu tô thuế.

+ Thành phần kinh tế của những nhà hảo tâm và những người cống hiến: để họ đầu tư cải thiện những giá trị tinh thần đáng quý nơi quê hương của họ.

. Cơ chế trợ giúp vốn cho thị trường văn hóa

Nhà nước thông qua biện pháp đầu tư tài chính hỗ trợ một bộ phận các xí nghiệp văn hóa đầu tư sản xuất để thỏa mãn nhu cầu văn hóa của các tầng lớp khác nhau vừa góp phần cân bằng phát triển văn hóa xã hội.

Thị trường văn hóa có tính đặc thù riêng. Sản phẩm văn hóa có tính sử dụng kép: giá trị sử dụng cá nhân và giá trị sử dụng cộng đồng. Nhà nước phải ứng xử như người quản lý, người tiêu dùng. Nhà nước thông qua biện pháp đầu tư tài chính, hỗ trợ một bộ phận các xí nghiệp văn hóa đầu tư sản xuất. Nhà nước ứng xử như người quản lý, cơ chế thể hiện vai trò quản lý của nhà nước. Nhà nước ứng xử như người tiêu dùng, cơ chế thể hiện sự đặc thù của ngành văn hóa.

Mục đích của cơ chế trợ giúp vốn cho thị trường văn hóa: thỏa mãn nhu cầu của thị trường và đảm bảo các xí nghiệp tồn tại. Nhà nước hỗ trợ kinh phí cho một

số xí nghiệp sản xuất đáp ứng yêu cầu tiêu dùng. Ví dụ: Ngành Bảo tàng, giáo dục, khoa học - công nghệ...

3.2.3. Chính sách chuyển các đơn vị sự nghiệp văn hóa sang cơ chế thị trường

Trong quá trình chuyển các đơn vị sự nghiệp văn hóa sang cơ chế thị trường cần phải có chính sách khuyến khích các đơn vị này tìm thêm những hoạt động văn hóa có thu để trang trải cho đơn vị, đồng thời tạo thêm nhiều giá trị văn hóa tinh thần phục vụ nhu cầu ngày càng tăng của công chúng. Để thực hiện tốt điều đó, trước mắt Nhà nước vẫn có một nguồn kinh phí thường xuyên để duy trì hoạt động bình thường của cơ sở đồng thời từng bước chuyển các đơn vị này sang cơ chế thị trường theo bốn hướng cơ bản sau đây:

- Phát huy ưu thế nghiệp vụ, chuyên môn thuộc đơn vị, mở rộng triển khai các hoạt động phục vụ có thu để tăng nguồn kinh phí ngoài Nhà nước cấp (thu học phí các lớp huấn luyện nghiệp vụ, bồi dưỡng nghiệp vụ cho các đối tượng có nhu cầu...).

- Phát huy thế mạnh và nghiệp vụ chuyên môn, cơ sở vật chất để mở rộng kinh doanh dịch vụ văn hóa (chiếu phim, tổ chức biểu diễn nghệ thuật, thời trang, trang trí, quảng cáo, cho thuê thiết bị chuyên dùng...).

- Xung quanh các hoạt động văn hóa nghệ thuật, triển khai các dịch vụ kinh doanh đồng bộ (dịch vụ vui chơi giải trí, dịch vụ ăn uống, hội họp, hội thảo, câu lạc bộ sở thích; bán, cho thuê, băng đĩa (tiếng, hình); bán, sửa chữa các thiết bị chuyên dùng văn hóa thông tin và dân dụng, cho thuê điểm, nhà xưởng... liên doanh mở thêm các dịch vụ khác liên quan đến văn hóa nghệ thuật và các ngành khác mà luật pháp không cấm...).

- Mở các cơ sở văn hóa và các thực thể kinh tế sự nghiệp văn hóa phục vụ các đơn vị sự nghiệp văn hóa. Như mở trung tâm thực hành biểu diễn tại các trường Đại học, Cao đẳng, Trung học chuyên nghiệp khối văn hóa nghệ thuật ở Trung ương và các tỉnh (nếu có); mở trung tâm dịch vụ văn hóa, giải trí, trung tâm

quảng cáo, xưởng mỹ thuật - mỹ nghệ ở các trung tâm văn hóa thông tin, trung tâm triển lãm, nhà văn hóa Trung ương và các tỉnh thành phố trực thuộc Trung ương (nếu nơi nào có điều kiện).

Mở dịch vụ phục vụ bạn đọc khai thác thông tin nhất là thông tin qua mạng internet ở thư viện các cấp (Trung ương và cấp tỉnh); mở các dịch vụ phục vụ khách tham quan tại các viện, nhà bảo tàng ở Trung ương và cấp tỉnh (dịch vụ chụp ảnh, quay camera lưu niệm, bán đồ lưu niệm liên quan đến nội dung hoạt động các đơn vị)...

- Cơ chế khai thác nguồn nhân lực và cơ sở vật chất hiện có

Các hoạt động văn hóa nghệ thuật ở Việt Nam từ nhiều năm nay hoạt động theo cơ chế bao cấp của Nhà nước. Nhà nước cấp kinh phí thường xuyên và giao nhiệm vụ cho các đơn vị sự nghiệp văn hóa thực hiện theo yêu cầu của cấp trên. Cơ chế này đã đảm bảo sự ổn định và phát triển bình thường của các đơn vị sự nghiệp văn hóa. Nhưng vì kinh phí được cấp rất hạn chế và nhiệm vụ kế hoạch cũng chỉ chiếm một khoảng thời gian lao động ngắn của đội ngũ cán bộ công nhân viên.

Do đó, phần thời gian còn lại chưa được sử dụng hiệu quả. Bên cạnh đó, trong hệ thống thiết chế văn hóa chúng ta cũng đã xây dựng được những cơ sở vật chất quy mô nhưng chưa được khai thác hiệu quả. Trong quá trình chuyển các đơn vị sự nghiệp văn hóa sang cơ chế tự chủ hạch toán kinh doanh cần phải có chính sách khuyến khích các đơn vị này tìm thêm những hoạt động văn hóa có thu để trang trải cho đơn vị, đồng thời tạo thêm nhiều giá trị văn hóa tinh thần phục vụ nhu cầu ngày càng tăng của công chúng.

Các hoạt động này nhằm tăng thu, bù đắp kinh phí cho các hoạt động văn hóa nghệ thuật, từng bước giảm sự bao cấp và Nhà nước, tạo thế dần dần đứng vững trên thương trường và đề:

- Có thêm kinh phí để sửa chữa, cải tiến thiết bị cũ, mua sắm đầu tư thêm thiết bị mới, mở rộng hoạt động văn hóa nghệ thuật phục vụ công chúng vừa nâng cao hiệu quả kinh tế vừa đạt hiệu quả xã hội, đồng thời nâng cao đời sống văn hóa nghệ thuật cho nhân dân.

- Tăng cường đầu tư, nâng cao trí lực, nâng cao trình độ nghiệp vụ, kỹ năng cho đội ngũ kỹ sư và người lao động trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật; tăng cường khả năng sáng tạo, sản xuất ra nhiều sản phẩm văn hóa nghệ thuật có giá trị cao về kinh tế và hiệu quả xã hội.

- Cải thiện điều kiện sinh hoạt và đãi ngộ phúc lợi cho người sáng tạo, ổn định đời sống, ổn định tổ chức đội ngũ và nâng cao tính tích cực lao động sáng tạo cho họ, bởi lao động trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật không những đòi hỏi người lao động có tinh thần trách nhiệm, nghĩa vụ thực hiện lao động như các ngành khác mà bởi những yếu tố đặc thù riêng đòi hỏi người lao động cần phát huy cao độ tài năng, trí tuệ, tính tự chủ, sáng tạo (các sản phẩm văn hóa nghệ thuật phần lớn không thể sản xuất hàng loạt theo dây chuyền công nghiệp mà có nhiều sản phẩm mang tính đơn chiếc - sáng tạo theo quy luật của cái đẹp).

- Tạo điều kiện để sắp xếp lao động dư thừa, chờ việc làm, thực hiện cải cách hành chính. Yêu cầu thực tế thị trường đòi hỏi phải từng bước nhanh chóng nâng cao chất lượng lao động và cải cách hành chính, tinh giảm bộ máy, ưu tiên cho sản xuất trực tiếp. Lao động trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật cũng không tránh khỏi những yêu cầu, đòi hỏi khắt khe của thị trường, nên việc sắp xếp lại lao động cho hợp lý, để nâng cao năng suất lao động, tạo ra nhiều sản phẩm văn hóa nghệ thuật có chất lượng cao, vừa đảm bảo duy trì, phát triển sự nghiệp và nâng cao đời sống của người lao động là việc làm cấp thiết hiện nay.

- **Chính sách đa dạng hóa các loại hình hoạt động kinh doanh**

- *Mở rộng loại hình hoạt động chuyên môn có thu.* Ví dụ các trường, trung tâm đào tạo mở các trung tâm thực hành (biểu diễn, quảng cáo), xưởng sản xuất thực hành (điều khắc, mỹ thuật, hội họa..)
- *Mở rộng các hoạt động dịch vụ bằng khai thác các nguồn lực sẵn có của đơn vị:* Quay phim, chụp ảnh, bán đồ lưu niệm tại các điểm du lịch, khu di tích, dịch vụ truy cập thông tin tại thư viện...
- *Nâng cao tần suất sử dụng, khai thác cơ sở vật chất kỹ thuật bằng các hoạt động dịch vụ khác (cho thuê cơ sở vật chất, tổ chức sự kiện cho đơn vị ngành nghề khác...)*

4. Nguyên tắc và yêu cầu tổ chức lớp học theo từng tín chỉ:

*** Đối với Giảng viên:**

- + Chuẩn bị đầy đủ ĐCCT cấp 1,2,3 của môn học và các tài liệu tham khảo lưu tại khoa có sự kiểm soát của Bộ môn.
- + GV lên lớp theo đúng kế hoạch, trong mỗi tín chỉ phải có sự tham gia giảng dạy của GV1, GV2 và GV trợ giảng.
- + GV1 thông báo nội dung chương trình, bài học, tài liệu nghiên cứu cho sinh viên ở từng tín chỉ ngay buổi đầu tiên của môn học, nhắc sinh viên chuẩn bị bài trước mỗi tín chỉ.
- + Các giảng bài theo các mục trọng tâm, nhấn đậm khu vực sinh viên cần mở rộng kiến thức và cần nâng cao (thông qua nhu cầu của sinh viên). Trong quá trình giảng bài, giảng viên kết hợp nhiều phương pháp: thuyết trình, phát vấn, trao đổi, kết hợp thảo luận trực tiếp các vấn đề... Sinh viên có thể trao đổi tự luận qua email với GV1, GV2 hoặc GV trợ giảng.
- + GV1 đưa ra hệ thống câu hỏi hoặc chủ đề thảo luận, hoặc các bài tập để sinh viên lựa chọn, SV chuẩn bị bài và tìm hướng giải quyết, từ đó tích lũy thêm kiến thức và kinh nghiệm cho bản thân.
- + Tổ chức thảo luận theo chủ đề trọng tâm từng tín chỉ.

*** Đối với sinh viên:**

- + Sinh viên tham gia lớp học nghiêm túc và đầy đủ theo đúng kế hoạch.
- + Sinh viên chuẩn bị bài trước mỗi buổi học.
- + Sinh viên nhận đề tài do giảng viên phân công và làm bài độc lập hoặc theo nhóm trước khi tổ chức thảo luận nhóm.

(Trong quá trình học, SV có thể trao đổi tự luận trực tiếp hoặc qua mail với các giảng viên tham gia giảng dạy trong tín chỉ)

Hoàn thiện bài và đến lớp thảo luận đầy đủ theo đúng lịch

* Điều kiện dạy- học ở tín chỉ:

- Quy mô lớp học: không quá 60 sinh viên
- Nhóm học thảo luận: từ 4-6 sinh viên/nhóm
- Thiết bị kỹ thuật dạy- học: Bảng, phấn, máy chiếu, video

5. Hệ thống tài liệu tham khảo

[1]. *Một số nghiên cứu bước đầu về Kinh tế học văn hóa* – PGS.TS. Lê Ngọc Tòng (2004) – NXB Chính trị quốc gia

[2]. *Giáo trình các ngành công nghiệp văn hóa* – Phạm Bích Huyền, Phạm Hoài Thu (2009) – NXB ĐHQGHN

[3]. *Giáo trình Kinh tế đầu tư* – PGS.TS. Nguyễn Bạch Nguyệt, TS. Từ Quang Phương – NXB ĐH KTQD

[4]. *Giáo trình Marketing văn hóa nghệ thuật* – PGS.TS. Nguyễn Thị Lan Thanh (2009) – NXB ĐHQGHN

[5]. *Giáo trình Kinh tế chính trị*

[6]. *Quan hệ giữa xây dựng văn hóa và phát triển kinh tế ở nước ta hiện nay*– PGS.TS. Mai Hải Oanh (2011) – NXB Chính trị - Hành Chính

[7]. *Quá trình đổi mới tư duy lý luận của Đảng từ 1986 đến nay* PGS. TS. Tô Huy Rứa, GS. TS. Hoàng Chí Bảo, PGS. TS. Trần Khắc Việt, PGS. TS. Lê Ngọc Tòng chủ biên (2006 - tái bản 2008), (sách chuyên khảo), NXB Chính trị quốc gia.

[8]. *Toàn cầu hoá phương pháp luận và phương pháp tiếp cận* . GS. Nguyễn Đức Bình, GS.TS. Lê Hữu Nghĩa, PGS.TS Trần Xuân Sầm (1998), (sách tham khảo).

[9]. *Con người và nguồn lực con người trong phát triển* - Viện Thông tin khoa học xã hội (1995), Thông tin khoa học xã hội, Hà Nội.

[10]. *Trung tâm khoa học xã hội và nhân văn – Mười năm đổi mới và phát triển*, Trung tâm khoa học xã hội và nhân văn (1997), NXB Khoa học xã hội.

[11]. Từ điển Bách khoa Việt Nam, tập 2, Nxb Từ điển Bách khoa Hà Nội

[12]. Từ điển kinh tế thị trường A-Z, Nxb Trẻ Thành phố Hồ Chí Minh, 1993

[13]. Từ điển kinh tế - Trung tâm đào tạo và nghiên cứu khoa học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh 1994

[14]. Từ điển Bách khoa Việt Nam, tập 2, Nxb Từ điển Bách khoa Hà Nội

[15]. Robert S.Pindyck, Daniel L. Rubinfeld (1999), *Kinh tế học vi mô*, tập thể dịch, ĐHKTQD, NXB Thống kê.

[16]. Đảng cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Hội nghị lần thứ 6 Ban chấp hành Trung ương khóa X, Văn kiện Hội nghị lần thứ 5 Ban chấp hành Trung ương khóa X, Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X, Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX, Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ VIII, Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ VII, Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ VI*.

[17]. Ban Tư tưởng Văn hoá Trung ương (1994), *Một số quan điểm và giải pháp khi chuyển sang kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội

[18]. Ban Tư tưởng Văn hoá Trung ương (2001), *Văn hoá và kinh doanh*, NXB Lao động, Hà Nội

[19]. Ban Tư tưởng Văn hoá Trung ương (2000), *Xã hội hoá hoạt động văn hoá. Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Hà Nội

[20]. Ban chỉ đạo đổi mới và phát triển doanh nghiệp (2003), *Các văn bản về đổi mới doanh nghiệp nhà nước*, Hà Nội

6. Phương pháp đánh giá kết quả học tập của SV trong tín chỉ:

- Đánh giá thường xuyên: Đánh giá sự chuyên cần và tích cực đóng góp xây dựng bài trong quá trình học ở tín chỉ.
- Đánh giá kết quả giữa tín chỉ: Bằng bài thi giữa tín chỉ.
- Đánh giá kết quả cuối tín chỉ: Bằng bài thi kết thúc tín chỉ.

7. Phương pháp đánh giá học phần:

Thực hiện theo đúng Quyết định 08/QĐ-VHTDLT của Hiệu trưởng trường ĐHVHTT & DL Thanh Hóa về quản lý đào tạo đại học, cao đẳng theo hệ thống tín chỉ. Cụ thể:

+ *Điểm tổng hợp đánh giá bộ phận*: Là điểm TBC của các con điểm KTTX (trong đó có điểm chuyên cần, điểm chuyên cần được xem giá trị như 1 điểm KTTX), mỗi tín chỉ ít nhất có 2 điểm KTTX, mỗi HP có 01 điểm chuyên cần;

+ *Điểm đánh giá học phần*: (gọi tắt là điểm học phần) được tính căn cứ vào một phần hoặc tất cả các điểm đánh giá bộ phận, bao gồm: điểm KTTX trong quá trình học tập; điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận (chuyên cần); điểm thi giữa học phần; điểm thi kết thúc học phần; Trong đó điểm thi kết thúc học phần là bắt buộc cho mọi trường hợp và có trọng số không dưới 60%. Cụ thể:

- Điểm dự lớp, điểm kiểm tra thường xuyên: 10%
- Điểm thi giữa học phần: 30%
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%

THẨM ĐỊNH CỦA KHOA - BỘ MÔN

GV BIÊN SOẠN

Nguyễn Thị Thanh Nga