

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

ĐỀ TÀI CẤP BỘ NĂM 2005

MÃ SỐ: B. 05 -14

BÁO CÁO TỔNG QUAN KHOA HỌC

**THỊ TRƯỜNG VĂN HÓA PHẨM Ở NƯỚC TA
HIỆN TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**

CƠ QUAN CHỦ TRÌ: **VIỆN VĂN HÓA VÀ PHÁT TRIỂN**

CHỦ NHIỆM ĐỀ TÀI: *TS. Nguyễn Thị Hương*

THU KÝ ĐỀ TÀI: *CN. Đặng Mỹ Dung*

Hà Nội, tháng 2 – 2006

6044

2578/06

DANH SÁCH CỘNG TÁC VIÊN THAM GIA NGHIÊN CỨU ĐỀ TÀI

Chủ nhiệm đề tài: TS. Nguyễn Thị Hương
Thư ký đề tài : CN. Đặng Mỹ Dung

1. Cán bộ nghiên cứu giảng dạy của Viện Văn hoá và phát triển - Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

- PGS,TS. **Phạm Duy Đức** - Viện trưởng Viện Văn hóa và phát triển, HVCTQG Hồ Chí Minh.

- PGS,TS. **Lê Quý Đức**- Phó Viện trưởng Viện Văn hóa và phát triển, HVCTQG Hồ Chí Minh.

- PGS,TS. **Nguyễn Duy Bắc** - Phó Viện trưởng Viện Văn hóa và phát triển, HVCTQG Hồ Chí Minh.

- TS. **Nguyễn Thị Hương** - Giảng viên chính

- TS. **Nguyễn Toàn Thắng** - Giảng viên chính

- ThS. **Lê Trung Kiên** - Giảng viên chính, Nghiên cứu sinh khóa 2003

- 2006, Viện Văn hóa và phát triển - HVCTQG Hồ Chí Minh

- ThS. **Hồ Tuyết Dung** - Giảng viên chính

- ThS. **Vũ Thị Phương Hậu** - Giảng viên

- ThS. **Lê Xuân Kiên** - Giảng viên

- CN. **Bùi Thị Kim Chi** - Cao học khóa 2003- 2006, Viện Văn hóa và phát triển - HVCTQG Hồ Chí Minh

2. Các cộng tác viên khác:

1. GS, TS. **Hoàng Vinh** - Hà Nội

2. PGS, TS. **Lê Ngọc Tòng** - Vụ phó Vụ Quản lý khoa học, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.

3. PGS, TS. **Đường Vinh Sương** - Nhà xuất bản Lý luận chính trị.

3. Báo cáo thực tế của các đơn vị cơ sở

- 1/ Các số liệu 2005 của Sở Văn hoá- Thông tin Hà Nội
- 2/ Trung tâm Phát hành phim và chiếu bóng Tỉnh Phú Thọ
- 3/ Phòng An ninh văn hoá công an TP. Hải Phòng
- 4/ Phòng an ninh văn hoá Tỉnh Hà Tĩnh
- 5/ Nhà hát Tỉnh Khánh Hoà

MỤC LỤC

	Trang
MỞ ĐẦU	2
CHƯƠNG 1 Quá trình hình thành và những đặc điểm của thị trường văn hoá phẩm ở nước ta	10
<i>1.1. Quan niệm về thị trường văn hoá phẩm.</i>	10
<i>1.2. Thị trường văn hoá phẩm ở nước ta</i>	19
CHƯƠNG 2 Hiện trạng một số thị trường văn hoá phẩm ở nước ta	36
<i>2.1. Thị trường băng đĩa</i>	36
<i>2.2. Thị trường điện ảnh</i>	53
<i>2.3. Thị trường mỹ thuật</i>	68
<i>2.4. Thị trường âm nhạc</i>	81
<i>2.5. Thị trường sân khấu</i>	98
CHƯƠNG 3 Dự báo xu thế vận động và một số giải pháp định hướng phát triển thị trường văn hoá phẩm nước ta từ nay đến năm 2010.	113
<i>3.1. Dự báo xu thế vận động của thị trường văn hoá phẩm nước ta</i>	113
<i>3.2. Một số giải pháp định hướng phát triển thị trường văn hoá phẩm nước ta từ nay đến năm 2010.</i>	121
KẾT LUẬN	132
TÀI LIỆU THAM KHẢO	136

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong sự nghiệp đổi mới đất nước của chúng ta hiện nay, vấn đề quan hệ giữa văn hoá và kinh tế là vấn đề cơ bản và bức thiết.

Sự vận động của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN đã tác động, làm biến đổi rất nhanh, rất sâu sắc đến lĩnh vực văn hoá tinh thần, đã và đang đặt ra nhiều vấn đề bức xúc. Môi trường văn hoá còn bị ô nhiễm bởi các tệ nạn xã hội, sự lan tràn của các sản phẩm và dịch vụ văn hoá mê tín dị đoan, độc hại, thấp kém, lai căng. Tổng kết 5 năm thực hiện Nghị quyết TW 5 khoá VIII, Kết luận của Hội nghị TW 10 - khoá IX, chỉ rõ:

“Sản phẩm văn hoá và dịch vụ văn hoá ngày càng phong phú nhưng vẫn thiếu những tác phẩm văn học nghệ thuật có giá trị cao về tư tưởng và nghệ thuật, có ảnh hưởng tích cực, sâu sắc trong đời sống.. Xu hướng thương mại hoá, chạy theo thị hiếu thấp kém trong một bộ phận báo chí, xuất bản, hoạt động văn hoá nghệ thuật, chưa được ngăn chặn có hiệu quả, đã làm giảm sút, hạ thấp các chức năng nhận thức, giáo dục, thẩm mỹ của văn hoá” (1). Trong khi đó, chúng ta còn chậm xây dựng hoàn thiện các thể chế văn hoá, đặc biệt là chưa đổi mới và thiếu đồng bộ trong chính sách kinh tế trong văn hóa. Điều này đã làm hạn chế rất lớn tác dụng của văn hoá đối với các lĩnh vực quan trọng của đời sống đất nước.

Để tiếp tục thực hiện Nghị quyết TW 5 về xây dựng và phát triển nền văn hoá Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc, một trong những nhiệm vụ đòi hỏi chúng ta phải tiếp tục làm rõ về mặt lý luận và thực tiễn sự vận động của văn hoá trong kinh tế trường định hướng XHCN, trong đó có vấn đề thị trường văn hoá phẩm. Nếu như ở Việt Nam, cách đây một thời gian không lâu, những quan niệm như: hàng hoá văn hoá, chợ âm nhạc, chợ thơ, thị trường tranh, thị trường điện ảnh, hội chợ phim, phiên chợ mua bán phim, hội chợ điện

1 Viện Văn hóa và phát triển – HV CTQG HCM, Văn hoá và phát triển ở VN – Một số vấn đề lý luận và thực tiễn, Nxb LLCT, H. 2004, tr. 9.

ảnh, ngành công nghiệp điện ảnh, thị trường băng đĩa, thị trường sách, hội chợ sách, siêu thị sách, thị trường ca khúc, ca sĩ thị trường, ca khúc thị trường, nhạc thị trường, khán giả thị trường, doanh nghiệp kinh doanh các sản phẩm văn hoá thông tin, kinh doanh xuất bản phẩm trong cơ chế thị trường... còn khá xa lạ, thậm chí khó chấp nhận trong đời sống tinh thần của rất nhiều tầng lớp công chúng - thì bây giờ, điều đó khá trở nên quen thuộc. Quen thuộc đến mức không những chúng ta hiển nhiên xem văn hoá phẩm là đối tượng tiêu dùng như những hàng hoá khác, mà còn về phương diện xã hội, những hoạt động kinh doanh các sản phẩm văn hoá đang là vấn đề được quan tâm nhiều nhất trong quá trình xã hội hoá các hoạt động văn hoá hiện nay.

Thực tế, chúng ta không phủ nhận sự tác động tích cực của thị trường văn hoá phẩm đến đời sống xã hội. Chính thị trường văn hoá phẩm đã tạo ra động lực thúc đẩy các hoạt động văn hoá phát triển. Các sản phẩm văn hoá ngày càng đa dạng, đáp ứng được nhu cầu văn hoá của nhiều tầng lớp nhân dân. Nhưng chúng ta cũng thấy rằng, xét về bản chất, thị trường văn hoá không phải là thị trường thuần tuý, hàng hoá văn hoá là thương phẩm đặc biệt, nên biểu hiện và sự tác động của nó trong đời sống xã hội cũng có sự khác biệt so với các thị trường hàng hoá khác. Bên cạnh mặt tích cực, thị trường văn hoá phẩm cũng có mặt tiêu cực, nhất là xu hướng thương mại hoá. Gần đây, biểu hiện của xu hướng này trong thị trường các sản phẩm văn hoá tinh thần đã phát triển dưới nhiều dạng tinh vi, phức tạp, ảnh hưởng rất xấu đến trật tự xã hội, đến nếp sống văn hoá, đang làm xói mòn lớp văn hoá nhân bản vốn có trong nền văn hoá dân tộc. Đặc biệt, những ảnh hưởng tiêu cực đang có nguy cơ làm lung lạc, chệch hướng đời sống văn hoá tinh thần của nhân dân ta.

Nghiên cứu sự vận động của thị trường văn hoá phẩm ở Việt Nam là vấn đề khá mới mẻ. Trước đổi mới, các hoạt động văn hoá của chúng ta hầu như không có sự hạch toán kinh tế. Bởi về mặt nhận thức, nhiều người vẫn cho rằng văn hoá là hoạt động phi sản xuất, nghĩa là trong lĩnh vực này, các quá trình lao động không tạo ra giá trị và giá trị thặng dư. Kinh tế là kinh tế, văn hoá là văn hoá, đây là hai lĩnh vực khác biệt, không có quan hệ hoặc có thì

cũng chỉ rất ít, không đáng kể. Khi chuyển sang kinh tế thị trường, thị trường văn hoá phẩm xuất hiện và vận động một cách khách quan, bộc lộ bản chất vốn có của nó. Trong khi trên thực tế hiện nay, các hoạt động văn hoá chủ yếu vẫn còn được bao cấp từ ngân sách Nhà nước, nhưng lại hoạt động kém hiệu quả. Chính những điều đó đã làm cho chúng ta không khỏi lúng túng trước sự biến động rất nhanh, cả tích cực lẫn tiêu cực của lĩnh vực văn hoá tinh thần trong đời sống xã hội.

Vì những lý do trên đây, khi được Hội đồng khoa học của Học viện CTQG Hồ Chí Minh đồng ý cho phép triển khai việc thực hiện đề tài: **“THỊ TRƯỜNG VĂN HOÁ PHẨM Ở NƯỚC TA - HIỆN TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP”** - chúng tôi hy vọng những kết quả đạt được khi nghiên cứu về lý luận cũng như thực tiễn của vấn đề thị trường văn hoá phẩm sẽ góp phần làm sáng tỏ mối quan hệ giữa phát triển văn hoá và kinh tế thị trường trong điều kiện hiện nay của nước ta. Những kết quả đó sẽ là cơ sở khoa học cho công tác nghiên cứu, giảng dạy và việc triển khai các hoạt động cụ thể trong lĩnh vực văn hoá.

2. Tình hình nghiên cứu

Ngoài nước

Những biểu hiện tiêu cực trên thị trường văn hóa phẩm vẫn đang ngày càng gia tăng cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin. Cuộc đấu tranh nhằm lập lại trật tự thị trường văn hoá phẩm cho đến nay, ở nhiều quốc gia vẫn là cuộc chiến gay gắt, chưa có hiệu quả mấy. Tuy vậy, theo thống kê của một công trình nghiên cứu gần đây, khẳng định trong thư mục của Thư viện Quốc gia và Thư viện Khoa học xã hội ở nước ta, chưa có tài liệu về những công trình nghiên cứu vấn đề này (1).

Trong nước

Phát triển văn hoá, phát triển kinh tế trong cơ chế thị trường định hướng XHCN đang đứng trước những thách thức và cơ hội mới. Đây không những là vấn đề được Đảng và Nhà nước đặt ra trong đường lối lãnh đạo quản lý, mà còn

1 Đinh Thị Vân Chi - Quản lý Nhà nước đối với thị trường băng đĩa trong giai đoạn hiện nay, Đề tài cấp Bộ, năm 2005.

thu hút được sự quan tâm của đội ngũ các nhà nghiên cứu trong nhiều năm qua. Có thể khái quát tình hình nghiên cứu theo các nhóm vấn đề sau:

Nhóm thứ nhất

Những quan điểm có tính chất chỉ đạo trong đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển văn hoá trong cơ chế thị trường định hướng XHCN (Nghị quyết Hội nghị TW 4 khoá VII, Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ VIII, IX, Nghị quyết TW 5 khoá VIII, Kết luận Hội nghị TW 10 khoá IX).

Từ Nghị quyết Hội nghị lần thứ tư BCHTW khoá VII đã bàn đến những khía cạnh kinh tế trong hoạt động và kinh doanh văn hoá phẩm ở nước ta. Ví dụ những vấn đề được nêu ra: bằng mọi cách phải đưa những giá trị văn hoá của dân tộc và thế giới đến với nhân dân, mở rộng giao lưu văn hoá với nước ngoài dưới nhiều hình thức như mở rộng xuất nhập khẩu văn hoá phẩm, khuyến khích việc trao đổi với nước ngoài các đoàn nghệ thuật; đầu tư có trọng điểm và tài trợ cho các hoạt động văn hoá, văn nghệ phục vụ đại chúng hoặc những tác phẩm, công trình có giá trị cao nhưng ít có khả năng đem lại doanh thu; cấm sản xuất và phổ biến những tác phẩm, phim ảnh, băng hình có nội dung độc hại, phản động đồi trụy; tiếp tục bổ sung và hoàn chỉnh các thể chế văn hoá... Tháng 12 năm 1995, Bộ Văn hoá Thông tin đã ra triển khai thực hiện văn bản của Chính phủ về việc tăng cường quản lý các hoạt động văn hoá và dịch vụ văn hoá, đẩy mạnh bài trừ một số tệ nạn xã hội nghiêm trọng v.v.. Đặc biệt Nghị quyết TW 5 khoá VIII về xây dựng phát triển nền văn hoá Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc, đã đánh giá những mặt tích cực và tiêu cực của tác động văn hoá đến đời sống tinh thần xã hội, và chỉ ra: khuynh hướng “thương mại hoá” đang có ảnh hưởng tiêu cực đến phát triển văn hoá nghệ thuật, chiều theo những thị hiếu thấp kém, làm cho chức năng giáo dục tư tưởng và thẩm mỹ của văn học nghệ thuật bị suy giảm...(1).

Có thể nói đó là những quan điểm chỉ đạo có ý nghĩa định hướng không những cho công tác nghiên cứu trên lĩnh vực này, mà còn là cơ sở cho các hoạt động văn hoá nói chung và quản lý thị trường văn hoá phẩm nói riêng.

1 Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm BCH TW Đảng khóa VIII, năm 1998, tr. 48.

Nhóm thứ hai

Nghiên cứu vấn đề trên bình diện rộng về lý luận và thực tiễn, như: *Kinh tế thị trường và kinh tế thị trường định hướng XHCN; vai trò của văn hoá trong quá trình phát triển, phát triển văn hoá trong kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam; sự tác động của toàn cầu hoá đối với phát triển văn hoá hiện nay; phát triển văn hoá phát triển con người và nguồn nhân lực trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa...* Ví dụ, những công trình nghiên cứu và các đề tài cấp Bộ, cấp Nhà nước:

- *Văn hoá vì phát triển* - GS. Phạm Xuân Nam, Nxb CTQG, Hà Nội 1998.

- *Kinh tế thị trường định hướng xã hội giai đoạn 2001 - 2004* (Đề tài cấp Nhà nước - KX.03.05, đã nghiệm thu).

- *Phát triển văn hoá, con người và nguồn lực trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá* (Đề tài Chương trình KX. 05, giai đoạn 2001 - 2004, đã nghiệm thu).

- *Giữ gìn và phát huy bản sắc văn hoá dân tộc trong lĩnh vực vui chơi giải trí ở khu vực đô thị nước ta - thực trạng và giải pháp* (Đề tài cấp Bộ, do PGS, TS. Phạm Duy Đức chủ nhiệm, đã nghiệm thu năm 2003).

- *Văn hoá Việt Nam trước thách thức toàn cầu hoá về kinh tế* - (Đề tài cấp Bộ đầu thầu - Học viện CTQG Hồ Chí Minh, do PGS, TS. Phạm Duy Đức chủ nhiệm, đã nghiệm thu năm 2005).

Nhóm thứ ba

Bước đầu nghiên cứu về lý luận của thị trường văn hoá phẩm trên các mặt chủ yếu, như: *vấn đề kinh tế trong văn hoá, bản chất của hàng hoá văn hoá tinh thần và thị trường hàng hoá văn hoá tinh thần; quản lý thị trường văn hoá và cơ chế quản lý thị trường văn hoá*. Có các công trình:

Các bài tiểu luận: *Chống những biểu hiện của văn hoá, văn nghệ thương mại; Xã hội hoá các hoạt động văn hoá và xã hội hoá kinh doanh văn hoá...*

- *23 năm cuối của 300 năm văn hoá nghệ thuật Sài gòn - Thành phố Hồ Chí Minh* - của tác giả Trần Trọng Đăng Đàn, Nxb Văn nghệ Sở Văn hoá Thông tin TP. Hồ Chí Minh, 1998.

- *Mấy vấn đề lý luận và thực tiễn xây dựng văn hoá ở nước ta* - của GS, TS. Hoàng Vinh (Nxb Văn hoá Thông tin - Hà Nội 1999).

- *Một số nghiên cứu bước đầu về kinh tế học văn hoá* - của PGS, TS. Lê Ngọc Tông (NXB Chính trị Quốc gia Hà Nội, 2004).

Nhóm thứ tư

Một số công trình và đề tài nghiên cứu về quản lý các hoạt động văn hoá và cơ chế quản lý văn hoá trong điều kiện hiện nay ở nước ta, như:

- *Đổi mới cơ chế quản lý doanh nghiệp công ích ngành văn hoá thông tin trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam* (Nguyễn Danh Ngà - NXB Văn hoá thông tin, Hà Nội, 1997).

- *Lược sử quản lý văn hoá ở Việt Nam* (Tập bài giảng của Trường Đại học Văn hoá Hà Nội - của tác giả Hoàng Sơn Cường (Nxb Văn hoá Thông tin, Hà Nội 1998).

- *Quản lý hoạt động văn hoá* - của các tác giả Nguyễn Văn Hy, Phan Văn Tú, Hoàng Sơn Cường, Lê Thị Hiền, Trần Thị Diên (Nxb Văn hoá Thông tin, Hà Nội 1998).

- *Thể chế xã hội trong lĩnh vực văn hoá, văn nghệ ở nước ta* (Đề tài cấp Bộ - Học viện CTQG Hồ Chí Minh - do GS, TS. Hoàng Vinh chủ nhiệm, nghiệm thu năm 2000).

- *Xây dựng thể chế quản lý kinh doanh văn hoá phẩm hiện thời ở nước ta*. (Đề tài cấp Bộ - Học viện CTQG Hồ Chí Minh - do GS, TS. Hoàng Vinh chủ nhiệm, nghiệm thu năm 2005).

Qua khảo sát, chúng tôi thấy chỉ có rất ít một số công trình nghiên cứu khoa học gần nhất với đề tài là:

- *Kinh doanh Xuất bản phẩm trong cơ chế thị trường ở Việt Nam* (Luận án PTS. Phạm Thị Như Tâm - ĐH Kinh tế quốc dân, năm 1994).

- *Quản lý văn hoá đô thị trong điều kiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước* - Lê Như Hoa, Viện Văn hoá, năm 2000.

- *Quản lý nhà nước đối với thị trường băng đĩa trong giai đoạn hiện nay*, do TS. Đinh Thị Vân Chi làm chủ nhiệm (Đề tài nghiên cứu khoa học cấp