

# các ngành **CÔNG NGHIỆP** VĂN HÓA

Nhóm tác giả: Phạm Bích Huyền  
Đặng Hoài Thu



DX.038049



TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI



NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG



TS. PHẠM BÍCH HUYỀN - TS. ĐẶNG HOÀI THU

# CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

(Giáo trình dành cho sinh viên Đại học và Cao đẳng  
các trường văn hóa - nghệ thuật)

*(Tái bản lần thứ hai có sửa chữa, bổ sung)*



038049 - 53

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG

HÀ NỘI, 2014



## LỜI NÓI ĐẦU

1. Các ngành công nghiệp văn hóa được UNESCO định nghĩa là: “Các ngành công nghiệp kết hợp sự sáng tạo, sản xuất và khai thác các nội dung có bản chất phi vật thể và văn hóa. Các nội dung này thường được bảo vệ bởi luật bản quyền và thể hiện dưới dạng các sản phẩm hay dịch vụ.”<sup>1</sup> Hiện nay, ở rất nhiều nước, các ngành công nghiệp văn hóa đang dần chiếm vị trí trung tâm trong nền kinh tế. Chúng tạo ra và lưu thông các sản phẩm văn hóa. Trước đây, những sản phẩm này chỉ được nhấn mạnh về giá trị phi vật thể, nhưng với sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa, chúng được sản xuất và lưu thông như các sản phẩm vật thể, mang lại giá trị đa dạng cho nền kinh tế, văn hóa và xã hội. Ngày nay, với sự phát triển của ngành truyền thông, các sản phẩm này ảnh hưởng mạnh mẽ đến cách nhìn nhận thế giới và ứng xử của con người trong xã hội. Ngành công nghiệp văn hóa được tổ chức và phát triển trên cơ sở các ý tưởng sáng tạo, đồng thời thúc đẩy sự sáng tạo. Trong nền kinh tế tri thức hiện nay, sức sáng tạo là yếu tố then chốt, chi phối mọi lĩnh vực và ngành nghề. Do đó, phát triển các ngành công nghiệp văn hóa sẽ tạo động lực và tiền đề cho phát triển kinh tế - xã hội nói chung. Hơn nữa, công nghiệp văn hóa có thể hỗ trợ việc xây dựng và phát triển bản sắc văn hóa dân tộc. Trong tương lai gần, những sản phẩm văn hoá sẽ được biết đến với “thương hiệu” mang nét độc đáo của mỗi quốc gia.

Hiện nay, nhiều quốc gia trên thế giới đã hình thành và phát triển nền kinh tế tri thức, còn ở Việt Nam vẫn có sự tồn tại, đan xen giữa nền kinh tế nông nghiệp, kinh tế công nghiệp và kinh tế tri thức. Với chủ trương “đi tắt đón đầu” của Việt Nam, kinh tế tri thức đang được chú trọng phát triển và được coi là đòn bẩy cho nền kinh tế, trong đó các

---

<sup>1</sup> UNESCO - Các ngành công nghiệp văn hóa - Tâm điểm của văn hóa trong tương lai. Website: <http://portal.unesco.org/culture/en/ev>

ngành công nghiệp văn hóa được xem là một bộ phận then chốt của nền kinh tế này. Hiện nay, ở nước ta, nghiên cứu về lĩnh vực công nghiệp văn hóa đang là vấn đề mới mẻ, mang tính cấp thiết và được các ngành, các cấp đặc biệt quan tâm. Do đó, việc giảng dạy và tìm hiểu về các ngành công nghiệp văn hóa trong chương trình đào tạo Quản lý văn hóa là một hướng tiếp cận thiết thực và hiệu quả. Điều này sẽ tạo tiền đề cho việc nhận diện và phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam, góp phần thực hiện các mục tiêu về tăng trưởng kinh tế - xã hội và chủ trương xây dựng nền văn hóa Việt Nam dân tộc, hiện đại và nhân văn trong thời kỳ đổi mới và hội nhập.

2. Môn học được kết cấu với thời lượng 3 tín chỉ, nhằm cung cấp cho sinh viên bậc đại học ngành Quản lý văn hóa những kiến thức và kỹ năng cơ bản về các ngành công nghiệp văn hóa như khái niệm, qui trình sáng tạo - phân phối của công nghiệp văn hóa, đặc điểm, vai trò của các ngành này đối với sự phát triển kinh tế - xã hội, bối cảnh, xu hướng phát triển của công nghiệp văn hóa và chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của một số nước. Bên cạnh đó, môn học đi vào giới thiệu và phân tích một số ngành công nghiệp văn hóa trên thế giới và ở Việt Nam.

3. Giáo trình này được chia thành 3 chương với sự phân công trách nhiệm như sau:

Chương I: TS. Phạm Bích Huyền biên soạn

Chương II: Mục 2.1. TS. Đặng Hoài Thu biên soạn

Mục 2.2. TS. Phạm Bích Huyền biên soạn

Chương III: TS. Đặng Hoài Thu biên soạn

**Chương I: Tổng quan về các ngành công nghiệp văn hóa**

Chương này sẽ giới thiệu, phân tích khái niệm về các ngành công nghiệp văn hóa, qui trình sáng tạo và phân phối sản phẩm văn hóa trong ngành công nghiệp văn hóa, đặc điểm và vai trò của công nghiệp văn hóa trong sự phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của mỗi quốc gia, vùng, miền.

## **Chương II: Xu hướng và chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa**

Chương này trình bày xu hướng phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa trong bối cảnh của nền kinh tế tri thức và quá trình toàn cầu hóa. Bên cạnh đó, chương 2 giới thiệu chính sách phát triển công nghiệp văn hóa của một số quốc gia trên thế giới như Vương quốc Anh, Cộng hòa Pháp, Trung Quốc, Hàn Quốc và Việt Nam.

### **Chương III: Một số ngành công nghiệp văn hóa trên thế giới và ở Việt Nam**

Chương này giới thiệu khái quát về từng ngành trong danh mục các ngành công nghiệp văn hóa, sau đó đi sâu nghiên cứu về bản chất, đặc điểm và các vấn đề thời sự của một số ngành công nghiệp văn hóa trên thế giới và ở Việt Nam.

4. Trong quá trình biên soạn giáo trình, chúng tôi đã nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình của Quỹ Ford, Trung tâm Nghiên cứu - Hỗ trợ và Phát triển Văn hóa (A&C), Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, GS.TS. Gerald Lidstone (Trường Goldsmiths - Đại học Tổng hợp London - Vương quốc Anh) cùng các chuyên gia, nhà nghiên cứu và đồng nghiệp. Chúng tôi xin bày tỏ lời cảm ơn chân thành đến tất cả quý vị.

5. Giáo trình Các ngành công nghiệp văn hoá được xuất bản lần đầu năm 2009, tái bản lần thứ nhất năm 2012 và đây là lần thứ ba giáo trình được chỉnh lý, bổ sung. Tuy đã có nhiều cố gắng nhưng giáo trình không tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được ý kiến đóng góp của các nhà nghiên cứu, đồng nghiệp và người đọc để có thể hoàn thiện giáo trình trong những lần xuất bản tiếp theo.

Hà Nội, tháng 4 năm 2014

**Nhóm tác giả**





# MỤC LỤC

	Trang
<b>Lời nói đầu</b>	3
<b>Chương 1</b>	
<b>TỔNG QUAN VỀ CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA</b>	
<b>1.1. Một số quan niệm về các ngành công nghiệp văn hóa</b>	9
1.1.1. Quan niệm về các ngành công nghiệp văn hóa của UNESCO	9
1.1.2. Một số quan niệm khác	15
<b>1.2. Quy trình sáng tạo và phân phối của các ngành công nghiệp văn hóa</b>	22
1.2.1. Khái quát về quy trình	22
1.2.2. Các giai đoạn chính trong quy trình	26
<b>1.3. Đặc điểm của các ngành công nghiệp văn hóa</b>	40
1.3.1. Được bảo hộ bởi luật bản quyền	40
1.3.2. Quy mô doanh nghiệp	47
1.3.3. Tính rủi ro	51
1.3.4. Khác biệt giữa chi phí sản xuất và tái sản xuất	57
1.3.5. Mối quan hệ giữa các ngành công nghiệp văn hóa	59
<b>1.4. Vai trò của các ngành công nghiệp văn hóa</b>	63
1.4.1. Hỗ trợ phát triển kinh tế	63
1.4.2. Hỗ trợ phát triển văn hóa - xã hội	77

**Chương 2****XU HƯỚNG VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN  
CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA**

<b>2.1. Xu hướng phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa</b>	89
2.1.1. Bối cảnh phát triển	89
2.1.2. Xu hướng phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa	104
<b>2.2. Chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của một số nước trên thế giới</b>	112
2.2.1. Vương quốc Anh	114
2.2.2. Cộng hòa Pháp	120
2.2.3. Trung Quốc	125
2.2.4. Hàn Quốc	129
2.2.5. Việt Nam	134

**Chương 3****MỘT SỐ NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRÊN  
THẾ GIỚI VÀ Ở VIỆT NAM**

<b>3.1. Giới thiệu chung về một số ngành công nghiệp văn hóa chủ yếu</b>	143
<b>3.2. Một số ngành công nghiệp văn hóa trên thế giới và ở Việt Nam</b>	149
3.2.1. Ngành Thủ công	149
3.2.2. Ngành Điện ảnh	163
3.2.3. Ngành Thiết kế thời trang	180
3.2.4. Ngành Xuất bản và in ấn	190
<b>Tài liệu tham khảo</b>	206