

XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở NƯỚC TA

TÔ HUY RÚA*

Trong sự nghiệp xây dựng và phát triển văn hóa hiện nay, việc phát triển ngành công nghiệp văn hóa đang trở thành một yêu cầu cấp thiết. Đây chính là thực hiện chính sách kinh tế trong văn hóa do Nghị quyết Hội nghị Trung ương lần thứ năm, khóa VIII nêu ra. Công nghiệp văn hóa là việc sản xuất, tái sản xuất và truyền bá các dịch vụ văn hóa và sản phẩm văn hóa được tạo ra bằng phương thức công nghiệp hóa, tin học hóa, thương phẩm hóa. Là ngành nghề sản xuất sản phẩm văn hóa và cung cấp dịch vụ văn hóa, công nghiệp văn hóa lấy sự thỏa mãn nhu cầu văn hóa của mọi người làm mục tiêu chủ yếu. Về phạm vi của ngành nghề, công nghiệp văn hóa bao gồm ngành sáng tạo và biểu diễn nghệ thuật, dịch vụ tin tức, vui chơi giải trí, đào tạo văn nghệ sỹ và kinh doanh tác phẩm nghệ thuật, ngành phát hành, xuất bản, ngành phát thanh truyền hình, điện ảnh, vi-di-ô, quảng cáo...

Công nghiệp văn hóa là loại hình công nghiệp phát triển đặc biệt mạnh mẽ vào giữa thế kỷ XX. Đó là sản phẩm kết hợp chặt chẽ giữa kỹ thuật cao với sự nghiệp văn hóa, thể hiện xu thế kinh tế và văn hóa thấm sâu vào nhau. Trong thế kỷ XX, những thành tựu về kỹ thuật xuất bản, băng ghi âm ghi hình, sắp chữ điện tử, mạng lưới truyền thông và kỹ thuật số được ứng dụng rộng rãi trong lĩnh vực văn hóa đã làm cho sản phẩm văn hóa nghệ thuật được sản xuất với khối lượng lớn, tạo thành một thị trường rộng lớn. Đó chính là những tiền đề vật chất đặt nền móng cho việc hình thành và phát triển công nghiệp văn hóa. Việc sử dụng các phương thức quản lý kinh doanh và hình thức tổ chức hiện đại, cùng với việc vận dụng và mở rộng quy tắc kinh tế thị trường trong

* PGS. TS. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.

lĩnh vực văn hóa đã đẩy nhanh tính cấp thiết phải xây dựng ngành công nghiệp văn hóa.

Phát triển công nghiệp văn hóa đang dần trở thành nhận thức chung của nhiều quốc gia. Tỷ trọng công nghiệp văn hóa trong hệ thống kinh tế của nhiều nước đã được nâng lên với tốc độ nhanh và công nghiệp văn hóa trở thành một ngành công nghiệp trụ cột trong nhiều nền kinh tế. Theo UNESCO, giá trị các sản phẩm của công nghiệp văn hóa được thực hiện trong thương mại toàn cầu đã tăng gấp 3 lần trong khoảng thời gian từ năm 1980 đến năm 1991, từ 67 tỉ USD lên 200 tỉ USD. Lợi nhuận khổng lồ của công nghiệp văn hóa đã khiến cho rất nhiều doanh nghiệp lớn trên thế giới đua nhau tham gia. Một trong những mũi nhọn xuất khẩu của Mỹ chính là ngành vui chơi - giải trí. Chỉ tính riêng doanh thu của kinh đô điện ảnh

Hô-li-út, năm 1997 đã lên tới 30 tỉ USD. Sự xuất khẩu của những sản phẩm văn hóa ngày càng phong phú ra thế giới tác động mạnh đến văn hóa dân tộc của các nước đang phát triển.

1. Sự tìm tòi phát triển của công nghiệp văn hóa ở nước ta hiện nay

Từ khi tiến hành công cuộc đổi mới đến nay, nhận thức của chúng ta đối với văn hóa có những thay đổi đáng kể và sâu sắc hơn. Một mặt, chúng ta chú ý đến việc phát huy những giá trị tinh thần cao đẹp, những giá trị văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc; mặt khác việc xây dựng văn hóa phải thích ứng với yêu cầu của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, đòi hỏi chúng ta phải chú trọng thích đáng đến việc hạch toán giá thành, nâng cao hiệu quả kinh tế. Trong môi trường kinh tế thị trường tuyệt đại đa số các sản phẩm văn hóa đều trở thành hàng hóa, được bán rộng rãi; các khâu sản xuất, phân phối, trao đổi và tiêu dùng văn hóa đều phải thích nghi với quá trình chu chuyển và quy tắc chung của kinh tế thị trường. Sự kết hợp ngày càng chặt chẽ giữa văn hóa và kinh tế, sự tương hỗ và thẩm thấu giữa việc xây dựng văn hóa với xây dựng kinh tế là sự thể hiện nổi bật đặc tính công nghiệp của văn hóa. Mục tiêu quan trọng của phát triển công nghiệp văn hóa chính là việc đưa cơ chế công nghiệp vào xây dựng văn hóa, thực hiện sự phát triển ổn định lâu dài và khả năng tích lũy của văn hóa, hình thành cơ chế mở rộng tái sản xuất trong phát triển văn hóa. Đây là con đường còn khá mới mẻ của sự nghiệp xây dựng văn hóa trong thời kỳ mới.

Thực ra, ngay từ đầu những năm 90 của thế kỷ XX, ở nước ta đã bắt đầu xuất hiện quan niệm mới về lao động văn hóa - nghệ thuật, khi coi đó là một loại hàng hóa đặc biệt và bắt đầu tìm tòi những phương thức mới nhằm phát

triển văn hóa - nghệ thuật dưới điều kiện nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần theo định hướng xã hội chủ nghĩa vận hành theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước. Trong một số lĩnh vực như điện ảnh, sân khấu, xuất bản đã đòi hỏi cần hạch toán để sử dụng có hiệu quả vốn đầu tư. Các hoạt động "lấy thu bù chi" và kinh doanh có lãi chính là sự đổi mới cơ chế cung - cầu xuất hiện trong lĩnh vực văn hóa khi đó. Nó đã thức tỉnh ý thức thị trường của người làm văn hóa. Đã có sự tham gia của các hãng phim, các sân khấu nghệ thuật các nhà xuất bản tư nhân. Trước sự bùng nổ của các hoạt động này, Nhà nước đã ban hành những quy định, quy chế về cải tiến quản lý sân khấu nhạc nhẹ, quản lý vũ hội, chính thức cho phép những hoạt động kinh doanh ngành vui chơi giải trí văn hóa. Thị trường văn hóa đã dần phát triển cùng với ý thức xây dựng ngành công nghiệp văn hóa từng bước được hình thành. Đến nay, một số ngành như điện ảnh, xuất bản, sân khấu, biểu diễn nghệ thuật... đang từng bước đi vào thị trường, thực hiện xã hội hóa rộng rãi. Đây là bước tiến đáng chú ý và đáng khích lệ để tiến hành việc xây dựng ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta.

Tuy nhiên, trong những chặng đường đầu tiên, hàng loạt vấn đề đặt ra cần giải quyết về nhận thức lý luận. Chẳng hạn như mâu thuẫn giữa các giá trị văn hóa vốn mang tính trừu tượng, định tính với hiệu quả kinh tế thị trường vốn mang tính cụ thể, định lượng; mâu thuẫn giữa tính cấp bách của phát triển văn hóa với nhận thức lạc hậu của nhiều người đối với công nghiệp văn hóa; mâu thuẫn giữa khả năng tăng trưởng nhanh chóng của tiêu dùng văn hóa với sự lạc hậu của phương thức sản xuất văn hóa, cơ chế kinh doanh văn hóa chưa có sự linh hoạt và đồng bộ; mâu thuẫn giữa nhu cầu bức thiết của công nghiệp văn hóa và hệ thống chính sách không nhất quán dẫn tới sự chia cắt giữa các ngành nghề, các khu vực theo lối mạnh ai nấy làm; mâu thuẫn giữa nhu cầu rất lớn của công nghiệp văn hóa với tiền vốn và nguồn vốn xã hội chưa thu hút được. Rõ ràng, đã đến lúc cần có nhận thức mới đối với tầm quan trọng của công nghiệp văn hóa.

2. Ý nghĩa quan trọng của phát triển công nghiệp văn hóa

Hiện nay sức mạnh tổng hợp của đất nước đang tăng lên, nhu cầu sáng tạo và hưởng thụ văn hóa của các tầng lớp nhân dân được nâng cao và trong tình hình nhiều loại tư tưởng văn hóa tác động lẫn nhau trong phạm vi thế giới thì ý nghĩa của việc phát triển thật nhanh ngành công nghiệp văn hóa ngày càng trở nên bức thiết. Có thể khẳng định một cách chắc chắn rằng, xây dựng công nghiệp văn hóa là tiền đề hết sức quan trọng để xây dựng một nền văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc. Đảng và Nhà nước ta coi việc xây dựng văn hóa phải đồng bộ và tương xứng với tăng trưởng kinh tế. Hai việc này phải nâng đỡ

bổ sung cho nhau. Việt Nam muốn hiện đại hóa không những phải có sự phồn vinh về kinh tế mà còn phải có sự phồn vinh về văn hóa. Cho nên công nghiệp văn hóa lấy phương thức sản xuất hiện đại hóa làm đặc trưng là cực kỳ quan trọng trong quá trình thực hiện mục tiêu này.

Xây dựng công nghiệp văn hóa là tiến hành xây dựng văn hóa trong tình hình mới, sử dụng điều kiện thuận lợi của cơ chế thị trường và kỹ thuật cao để tạo nên sự phát triển mạnh mẽ của sự nghiệp văn hóa - nghệ thuật. Việc phát triển văn hóa thích ứng với sự phát triển của xã hội cần có cơ chế công nghiệp; việc thu hút kỹ thuật mới sáng tạo sản phẩm văn hóa càng cần phải có cơ chế công nghiệp. Tận dụng cơ chế công nghiệp và thông qua thị trường để khai thác tài nguyên văn hóa, công nghiệp văn hóa có năng lực mở rộng tái sản xuất, giải phóng và phát triển sức sản xuất văn hóa. Phải thông qua phát triển công nghiệp văn hóa mới có thể không ngừng thỏa mãn nhu cầu văn hóa ngày càng cao và đa dạng của quần chúng nhân dân. Cùng với sự tăng trưởng thu nhập của người dân, sự tăng lên của tỷ trọng chi cho vui chơi văn hóa và sự tăng nhiều lên của thời gian tiêu dùng văn hóa, tổng lượng tiêu dùng văn hóa nâng cao lên nhanh chóng thì tính chọn lựa của mọi người đối với sản phẩm văn hóa cũng ngày một nhiều lên. Thực tế ấy chỉ có thể trông chờ vào sự phát triển mạnh mẽ của công nghiệp văn hóa vì chỉ có công nghiệp văn hóa mới có khả năng tạo nên hệ thống sản xuất và phục vụ văn hóa nhiều chủng loại, nhiều cấp độ, nhiều loại hình; mới có thể đáp ứng các yêu cầu về số lượng, chất lượng đa dạng hóa, đẩy nhanh việc phổ cập văn hóa.

Phát triển công nghiệp văn hóa là nhu cầu của phát triển kinh tế quốc dân và xã hội. Mục tiêu của chúng ta là xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, do đó việc phát triển công nghiệp văn hóa sẽ thúc đẩy việc xây dựng và kiện toàn thể chế văn hóa thích ứng với thể chế kinh tế thị trường. Những việc làm đó sẽ tác động trực tiếp tới tiến trình hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Xây dựng đầy đủ công nghiệp văn hóa có thể tối ưu hóa kết cấu công nghiệp nhà nước, xúc tiến việc điều chỉnh kết cấu kinh tế quốc dân. Công nghiệp văn hóa là một ngành công nghiệp có khả năng rõ rệt về mặt xúc tiến việc làm. Mặt khác, phát triển công nghiệp văn hóa sẽ thúc đẩy việc nâng cao văn hóa quốc dân và thực hiện tiến bộ xã hội, tạo ra sự phát triển nhịp nhàng giữa kinh tế và văn hóa, hình thành môi trường văn hóa tốt đẹp.

Phát triển công nghiệp văn hóa cũng là con đường để văn hóa Việt Nam tham gia cạnh tranh trên thị trường văn hóa quốc tế, tăng cường sức mạnh tổng hợp của đất nước. Là một bộ phận hợp thành quan trọng của sức mạnh tổng hợp đất nước, văn hóa ngày càng trở thành "quyền lực mềm" có vai trò không thể

thay thế. Trình độ phát triển công nghiệp văn hóa dần dần trở thành tiêu chí quan trọng để xác định trình độ phát triển văn hóa đất nước. Đó là lý do mà nhiều quốc gia chú trọng thúc đẩy chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa của nước mình. Hơn nữa, trong bối cảnh cần giữ chủ quyền và tính độc lập của văn hóa thì Việt Nam muốn chống lại ảnh hưởng của văn hóa ngoại lai nhất là sự xâm thực của nhiều hiện tượng phản văn hóa thì phải đẩy nhanh việc xây dựng công nghiệp văn hóa, nâng cao sức cạnh tranh và tỷ lệ thị phần quốc nội trong thị trường hàng hóa văn hóa. Hiện nay chủ nghĩa tư bản quốc tế có mưu đồ lợi dụng ưu thế công nghiệp văn hóa của nước mình thúc đẩy việc bá quyền văn hóa trong cạnh tranh thị trường văn hóa quốc tế. Đối mặt với tình hình gay gắt như vậy nước ta phải biết sử dụng và phát huy tối đa tài nguyên văn hóa độc đáo của mình, đẩy mạnh xây dựng công nghiệp văn hóa dân tộc, từng bước chiếm lấy thị phần nhất định trong thị trường văn hóa quốc tế góp phần bảo vệ chủ quyền và an ninh văn hóa của nước ta, thúc đẩy sự tiến bộ và phồn vinh của văn hóa dân tộc.

3. Phải đổi mới hơn nữa để có bước phát triển trong việc xây dựng ngành công nghiệp văn hóa

Trước hết, chúng ta yêu cầu những đơn vị sự nghiệp, xí nghiệp làm công việc sản xuất sản phẩm tinh thần phải tiếp tục đặt hiệu quả xã hội lên hàng đầu, sau đó mới chú trọng đến hiệu quả kinh tế. Cùng với sự phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, việc lưu thông sản phẩm tinh thần ngày càng liên hệ chặt chẽ với các quy luật của cơ chế thị trường, vấn đề hiệu quả kinh tế trở nên nổi bật. Hiệu quả kinh tế tốt, chúng có lợi cho việc phát triển tự thân của văn hóa. Mục đích căn bản phát triển của việc xây dựng công nghiệp văn hóa của chúng ta không phải là để kiếm tiền mà là để nâng cao tố chất văn hóa khoa học của nhân dân, xây dựng con người với 5 đức tính cơ bản mà Nghị quyết Trung ương 5, khóa VIII đã nêu ra, bảo đảm xây dựng nền tảng tinh thần vững chắc cho sự nghiệp đổi mới của chúng ta. Xây dựng công nghiệp văn hóa không thể đi chệch hướng với những mục tiêu căn bản này. Chúng ta phải nhìn thấy sáng tạo vĩ đại của nhân dân Việt Nam mấy nghìn năm nay với nguồn tài nguyên văn hóa vô cùng phong phú đã tích lũy được và sự phát triển nhanh chóng của xây dựng kinh tế và phát triển văn hóa, nhất là từ khi thực hiện công cuộc đổi mới tới nay. Nước ta có điều kiện để phát triển thành nước có ngành công nghiệp văn hóa. Để làm việc này phải thực hiện những khâu căn bản dưới đây:

a. Trước hết cần đổi mới tư duy xây dựng quan niệm mới về phát triển công nghiệp văn hóa

Muốn xây dựng công nghiệp văn hóa trước hết phải đổi mới quan niệm của chúng ta về lĩnh vực mới mẻ này. Một là, phải thay đổi tư tưởng coi sự nghiệp văn hóa là ngành nghề phi sản xuất. Trước đây có quan niệm cho rằng sự nghiệp văn hóa là ngành nghề phi sản xuất không thể đem lại của cải cho xã hội. Về cơ bản Chính phủ cung cấp phúc lợi miễn phí cho quần chúng nhân dân. Đổi mới tư duy là phải coi sự nghiệp văn hóa cũng là một ngành sản xuất, có khả năng tạo ra các sản phẩm tinh thần cao đẹp, đồng thời mang lại hiệu quả kinh tế thiết thực. Hai là, phải nhìn đúng các vấn đề xuất hiện trong thị trường văn hóa. Pháp luật, cơ chế, thể chế và ý thức quần chúng của nước ta đang ở vào thời kỳ biến đổi nhanh chóng. Trong thị trường văn hóa khó tránh khỏi xuất hiện các vấn đề phức tạp. Không thể vì tồn tại nhiều vấn đề phức tạp mà phủ định thị trường văn hóa, làm ảnh hưởng đến việc tìm tòi xây dựng công nghiệp văn hóa. Ba là, phải tạo dựng một cách vững chắc quan niệm mới về công nghiệp văn hóa, mạnh dạn tìm tòi mô hình mới hiệu quả. Phát triển công nghiệp văn hóa là một biến đổi quan trọng đối với phương thức phát triển văn hóa. Phát triển công nghiệp văn hóa là một công việc hoàn toàn mới mẻ trong xây dựng văn hóa, đòi hỏi chúng ta phải mạnh dạn, táo bạo tìm ra những bước đi sao cho vững chắc và hiệu quả nhất

b. Tạo ra sự chuyển biến về hệ thống chính sách và cơ chế quản lý văn hóa khoa học

Công nghiệp văn hóa là một ngành công nghiệp, vì thế nó cần đến một hệ thống chính sách phù hợp. Trình độ quản lý hành chính về văn hóa trực tiếp tác động vào sự phát triển của công nghiệp văn hóa. Về đường lối quản lý, phải tiến lên từ làm văn hóa từ mong cho văn hóa là chính đến quản văn hóa là chính. Trong tình hình mới, việc quản lý văn hóa đòi hỏi phải có hành lang pháp lý thuận lợi cho quá trình sản xuất và tiêu dùng văn hóa. Đối tượng quản lý chủ yếu phải là thị trường, cơ chế quản lý khoa học phải có khả năng kiểm soát thị trường, thị trường dẫn dắt doanh nghiệp. Về phương pháp quản lý, lấy quản lý vĩ mô làm chính, quản lý vi mô làm phụ. Về biện pháp quản lý, vừa tổng hợp cả những biện pháp về kinh tế và pháp luật, hành chính, giáo dục, dư luận, tin tức.

Việc đổi mới cơ cấu quản lý văn hóa của Nhà nước nhất định phải tuân theo nguyên tắc thống nhất, tinh giản, hiệu quả, tiến hành tổ chức lại một cách khoa học các tổ chức quản lý văn hóa để cho việc quản lý phù hợp với quy luật phát triển văn hóa và xây dựng công nghiệp văn hóa.

c. Thúc đẩy cải cách các đơn vị sự nghiệp văn hóa

Nhiệm vụ cấp bách nhất và khó khăn nhất trong việc xây dựng công nghiệp văn hóa là việc xác lập vị trí của đơn vị sự nghiệp, xí nghiệp văn hóa như là chủ

thể công nghiệp văn hóa. Tình hình phát triển của chủ thể công nghiệp văn hóa trực tiếp quyết định trình độ phát triển của công nghiệp văn hóa. Phải căn cứ vào tinh thần thúc đẩy nhanh đổi mới doanh nghiệp nhà nước để đẩy nhanh đổi mới đơn vị sự nghiệp văn hóa. Chúng ta có thể chia đơn vị xí nghiệp sự nghiệp văn hóa chủ yếu thành hai loại lớn mang tính công ích và phi công ích, lợi nhuận và phi lợi nhuận. Đối với các đơn vị văn hóa mang tính công ích như thư viện, nhà bảo tàng công cộng và đơn vị làm nghệ thuật (được nhà nước giúp đỡ), phải được đầu tư tài chính. Nhà nước nhất định phải giúp đỡ, nâng đỡ những đơn vị sự nghiệp này. Đối với đơn vị văn hóa có tính công ích dùng vào các hạng mục kinh doanh tự mình phát triển về mặt thuế phải thực hiện chính sách thuế suất bằng 0 hoặc thuế suất thấp. Đối với đơn vị công nghiệp phi công ích (lợi nhuận) phải từng bước đưa họ vào thị trường thông qua cạnh tranh thị trường để thúc đẩy họ phát triển. Đã là đơn vị kinh doanh văn hóa thì phải đi sâu hơn nữa vào nền kinh tế thị trường, xây dựng tốt hơn nữa cơ chế quản lý kinh doanh hiện đại. Có thể áp dụng việc đầu tư tài chính giảm dần hàng năm cho tới khi hoàn toàn xóa bỏ sự hỗ trợ, đầu tư kinh phí của Nhà nước. Doanh nghiệp sau khi đổi mới cơ chế phải nâng cao trách nhiệm kinh doanh, tăng cường quản lý nội bộ, thu hút mạnh mẽ vốn và công nghệ hiện đại, thu nhập của người lao động ngày càng tăng lên.

d. Có chính sách xây dựng công nghiệp văn hóa

Căn cứ vào thực trạng văn hóa hiện nay của nước ta với trình độ phát triển tổng thể của kinh tế quốc dân và tính cấp bách của xây dựng công nghiệp văn hóa trước mắt, cần có sự nâng đỡ tích cực của Nhà nước đối với sự nghiệp xây dựng công nghiệp văn hóa. Một là, định ra chính sách sử dụng tài nguyên văn hóa, chính sách thuế tài chính, chính sách bồi dưỡng nhân tài về văn hóa nghệ thuật, chính sách xã hội hóa, nhằm tạo môi trường rộng thoáng cho sự phát triển công nghiệp văn hóa. Hai là, định ra các chính sách về kết cấu công nghiệp văn hóa, chính sách tổ chức quản lý và chính sách phân bố khu vực, ngành nghề văn hóa. Phải đặc biệt chú trọng chính sách phát triển khoa học kỹ thuật, dựa vào tiến bộ khoa học - kỹ thuật để nâng cao trình độ công nghiệp, nâng cao hiệu quả kinh tế. Tổ chức và kết cấu của công nghiệp văn hóa phải chủ yếu dựa vào thị trường để tiến hành điều tiết. Chính phủ phải tăng cường xây dựng các cơ chế, chính sách để bù đắp cho sự thiếu hụt của điều tiết thị trường, thúc đẩy tổ chức và bố cục hợp lý. Ba là, xây dựng hệ thống pháp lý nhằm bảo đảm thực hiện chính sách công nghiệp văn hóa. Chính sách công nghiệp văn hóa một khi đã xây dựng nên thì phải có hiệu lực pháp lý. Thể chế hóa các chính sách văn hóa nhằm phát huy vai trò quy phạm, chỉ đạo và xúc tiến việc xây dựng công nghiệp văn hóa phát triển.

e. Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, phát huy và quy phạm hóa thị trường văn hóa

Công nghiệp hóa kiểu mới là loại hình công nghiệp tập trung tri thức và tập trung vốn. Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ là yếu tố bảo đảm cho thị trường văn hóa phát triển lành mạnh, trực tiếp quyết định sự tồn tại và phát triển của công nghiệp văn hóa. Do đó, việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ là điều kiện tất yếu để phát triển công nghiệp văn hóa. Muốn thế phải hoàn thiện hơn nữa quyền sở hữu trí tuệ nhằm khuyến khích sáng tạo văn hóa mới.

Thị trường văn hóa có phát triển tốt đẹp và có trật tự lành mạnh hay không trực tiếp quyết định sự phát triển của công nghiệp văn hóa. Vì vậy tăng cường quản lý thị trường văn hóa chính là nhằm tạo ra môi trường thuận lợi cho công nghiệp văn hóa phát triển. Nhà nước cần quan tâm phát triển thị trường văn hóa, coi trọng xây dựng cơ sở thị trường văn hóa, xây dựng hệ thống lưu thông hàng hóa văn hóa hiện đại. Đẩy mạnh việc xây dựng hệ thống pháp luật về thị trường văn hóa. Kiên quyết đấu tranh với các hoạt động kinh doanh văn hóa phi pháp, bảo đảm tính hợp pháp của chủ thể kinh doanh thị trường văn hóa trong hoạt động xuất nhập hàng hóa văn hóa và giao dịch giữa người kinh doanh và người tiêu dùng, từng bước hình thành cơ chế quản lý văn hóa có lợi cho thị trường văn hóa và công nghiệp văn hóa phát triển lành mạnh tốt đẹp(**).

Chú thích

** Bài đã đăng trên *Tạp chí Cộng sản*, số 1/2006.