

# VỀ THỊ TRƯỜNG ÂM NHẠC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH HIỆN NAY

PHẠM PHƯƠNG THÙY

Email: [thuyphuongdhvh@gmail.com](mailto:thuyphuongdhvh@gmail.com)

Trường ĐH Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh

## ABOUT THE MUSIC MARKET IN HO CHI MINH CITY



Nguồn:

<https://duyendangvietnam.net.vn/le-hoi-am-nhac-quoc-te-giam-rac-thai-nhua-lan-dau-tien-duoc-to-chuc.html>

### TÓM TẮT ↔ ABSTRACT

Văn hóa, nghệ thuật gồm nhiều lĩnh vực khác nhau nhưng đều hướng tới mục tiêu đáp ứng nhu cầu đời sống tinh thần của con người. Trong đó, âm nhạc là loại hình nghệ thuật luôn chiếm được sự yêu thích của đông đảo công chúng. Trên cơ sở của những dữ liệu được khảo sát, thống kê từ thực tiễn; bài viết cung cấp cho người đọc thông tin sơ lược về hoạt động của thị trường âm nhạc Thành phố (Tp.) Hồ Chí Minh những năm gần đây.

**Từ khóa:** Yếu tố âm nhạc, cấu trúc, Thị trường âm nhạc Tp. Hồ Chí Minh

Culture and arts include many different fields but they all aim at meeting the needs of human spiritual life. In particular, music is a kind of art that has always won the hearts of the audience. On the basis of surveyed data from the real; the article provides readers with a brief information about the activities of the HCMC music market in recent years.

**Keywords:** Musical elements, structure, the music market in Ho Chi Minh city

Thành phố Hồ Chí Minh được xem là nơi có đời sống văn hóa nghệ thuật sôi nổi. Sau hơn 30 năm đổi mới, lĩnh vực văn hóa nghệ thuật (VHNT) thành phố đã có rất nhiều chuyển biến, trong đó, âm nhạc vẫn được xem là một trong những hoạt động nổi bật và nhiều năm gần đây đã trở thành “thị trường” lớn nhất nước.

### 1. Khái niệm thị trường âm nhạc

Hoạt động sản xuất (sáng tạo) văn hóa khởi phát là hoạt động tự thân của cá nhân. Dưới sự thôi thúc của nội tâm, các nghệ sĩ xây dựng thế giới nghệ thuật riêng qua từng tác phẩm. Cho dù cách biểu đạt khác nhau nhưng thế giới nghệ thuật ấy luôn lấy chất liệu từ “đời sống cộng đồng”. Bởi vậy, giá trị tác phẩm không còn là “của riêng” người nghệ sĩ nữa. Từ đây, xuất hiện nhu cầu của xã hội trong việc thưởng thức, tiếp nhận các giá trị do người nghệ sĩ sáng tạo. Lúc này, hoạt động mua bán, trao đổi diễn ra, là cơ sở cho sự hình thành thị trường văn hóa.

Bàn về khái niệm thị trường văn hóa, hiểu theo nghĩa rộng, là tổng hòa các mối quan hệ kinh tế phản ánh trong quá trình trao đổi thương phẩm văn hóa; còn theo nghĩa hẹp, thị trường văn hóa là nơi chốn diễn ra hoạt động trao đổi thương phẩm văn hóa. Theo PGS.TS. Lê Ngọc Tòng: “*Thị trường văn hóa là nơi diễn ra các hoạt động trao đổi, mua bán, lưu thông các hàng hóa văn hóa tinh thần*” [6; tr.42]. Hay quan niệm của PGS.TS. Từ Thị Loan: “*Thị trường văn hóa là nơi diễn ra quá trình tương tác giữa bên cung và bên cầu, trong đó các sản phẩm và dịch vụ văn hóa được lưu thông và thực hiện tuân theo các quy luật của kinh tế thị trường*” [5].

Thị trường âm nhạc là một bộ phận cấu thành nên thị trường văn hóa. Trong khuôn khổ bài viết này, chúng tôi dựa trên quan điểm của kinh tế học văn hóa để đưa ra quan niệm về thị trường âm nhạc như sau: “*Thị trường âm nhạc là một hệ thống gồm người bán, người mua và các chủ thể khác có liên quan, họ tác tác động qua lại lẫn nhau bằng những cách thức cụ thể để xác định loại sản phẩm, giá cả, số lượng và phương thức sử dụng phù hợp*”.

Như vậy, từ khái niệm trên ta có thể tạm xác định, các thành tố cơ bản cấu thành thị trường âm nhạc sẽ gồm: nghệ sĩ sáng tác, biểu diễn; các đơn vị tổ chức biểu diễn/sản xuất và công chúng.

## 2. Thị trường âm nhạc ở thành phố Hồ Chí Minh hiện nay

### 2.1. Về nghệ sĩ sáng tác, biểu diễn và các đơn vị tổ chức biểu diễn

Âm nhạc sau một thời gian dài được sự kích thích của cơ chế thị trường đã bùng nổ các sáng tác mới cả tốt lẫn xấu và thị trường âm nhạc trở nên sôi động với sự xuất hiện của hàng loạt nhạc sĩ trẻ, ca sĩ, công ty biểu

diễn, tổ chức biểu diễn. Lực lượng này tạo nên nguồn cung dồi dào cho thị trường âm nhạc thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và cả nước nói chung. Cụ thể:

*Về ca sĩ:* Theo số liệu thống kê của Sở Văn hóa - Thông tin Tp. Hồ Chí Minh năm 2001, có khoảng 2.600 người hoạt động biểu diễn nghệ thuật tại thành phố Hồ Chí Minh trong đó gần 2/3 là ca sĩ thuộc các đơn vị nghệ thuật chuyên nghiệp công lập và hành nghề tự do. Đến năm 2002, việc cấp thẻ bị bãi bỏ vì nhiều bất cập và hạn chế. Cho đến nay, không có cơ quan chức năng nào làm công tác rà soát, thống kê để cung cấp con số chính xác nhưng căn cứ vào tần suất hoạt động của các chương trình biểu diễn hàng năm có thể khẳng định phần nào sự đông đảo của lực lượng này. Bên cạnh đó, thị trường này còn thu hút nhiều ca sĩ, nhóm - ban nhạc trong nước, ca sĩ hải ngoại và đặc biệt là các ca sĩ, nhóm nhạc nổi tiếng trên thế giới.

*Về nhạc sĩ:* Hiện nay, chỉ tính được số lượng nhạc sĩ đã được kết nạp vào Hội Âm nhạc thành phố Hồ Chí Minh khoảng 304 người<sup>1</sup>. Ngoài ra không tính được số nhạc sĩ không chuyên tham gia sáng tác, biểu diễn, nhất là các nhạc sĩ kiêm ca sĩ trẻ đang hoạt động trong thị trường hiện nay.

*Về đơn vị biểu diễn và tổ chức biểu diễn:* Có thể nói, hoạt động ca nhạc trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh rất phong phú, đa dạng; phương thức phổ biến tác phẩm âm nhạc cũng rất linh hoạt với nhiều hình thức, phương tiện khác nhau. Thành phố hiện có 07 đơn vị nghệ thuật công lập, 01 trung tâm tổ chức biểu diễn và điện ảnh và trên 700 doanh nghiệp có đăng ký chức năng tổ chức biểu diễn nghệ thuật chuyên nghiệp. Trong đó có 03 đơn vị biểu diễn nghệ thuật công lập hoạt động trên lĩnh vực ca nhạc đó là: Nhà hát ca múa nhạc dân tộc Bông Sen, Trung tâm Ca nhạc nhẹ và Nhà hát Giao hưởng - Nhạc - Vũ kịch; khoảng 100 đơn vị ngoài công lập hoạt động kinh doanh lĩnh vực âm nhạc trong đó khoảng gần 20 công ty chuyên về tổ chức chương trình biểu diễn ca nhạc mang tính chất chuyên nghiệp tại các tụ điểm ca nhạc, sân khấu, cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng, phòng trà ca nhạc...

*Về chương trình biểu diễn:* Nhìn chung các chương trình biểu diễn âm nhạc có đề tài đa dạng, các chương trình biểu diễn thính phòng, truyền thống mặc dù chiếm tỉ lệ chưa cao nhưng được dàn dựng công phu, hoành tráng và có được một thị phần nhất định. Báo cáo tổng kết 15 năm thực hiện Nghị quyết Trung ương 5 khóa VII của Sở Văn hóa và Thể thao thành phố Hồ Chí Minh, trung bình hàng năm cấp phép công diễn khoảng 500 chương trình biểu diễn ca múa nhạc và thời trang (trên 150 chương trình mang tính chất thương mại, 150 chương trình có tính nghệ thuật, trên 30 chương trình phục vụ nhiệm vụ chính trị, còn lại

là các chương trình từ thiện hoặc phục vụ tôn giáo). Trong số hơn 400 chương trình ca nhạc được cấp phép hàng năm có khoảng 15-20 chương trình hòa tấu (trong đó có vài chương trình hòa tấu, độc tấu nhạc cụ cổ truyền), 20-30 chương trình ca nhạc thiếu nhi, khoảng 20 chương trình nhạc truyền thống cách mạng, đa số còn lại là khoảng 300 chương trình giới thiệu tác giả, ca sĩ với đề tài về thân phận, tình yêu đôi lứa...

Ngoài những chương trình, suất diễn phục vụ nhiệm vụ chính trị, các chương trình biểu diễn ca múa nhạc giải trí diễn ra liên tục, sôi động, phong phú và đa dạng thu hút đông đảo khán giả, phần nào đáp ứng được nhu cầu hưởng thụ văn hóa nghệ thuật của người dân thành phố. Con số thống kê trên chưa kể tới các chương trình nghệ thuật được tổ chức ở cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng, quán bar, phòng trà ca nhạc, cà phê ca nhạc... hay chương trình biểu diễn phát sóng trên phát thanh - truyền hình và internet không bán vé thu tiền, không cấp phép theo quy định tại Nghị định 79/2012/NĐ-CP của Chính phủ.

### 2.2. Về công chúng

Qua kết quả khảo sát sơ bộ về tương quan giữa nhu cầu xem chương trình biểu diễn âm nhạc với các loại hình giải trí khác cho thấy âm nhạc xếp vị trí thứ 2 trong các lựa chọn của công chúng. Cụ thể như sau: 42,8 % công chúng rất thích xem các chương trình biểu diễn âm nhạc; 43,4 % bình thường và 13,8 % có câu trả lời “không thích”. Biểu đồ so sánh cho thấy, loại hình giải trí có sức cạnh tranh lớn nhất với các chương trình biểu diễn âm nhạc hiện nay chính là phim. Nguyên nhân của hiện tượng này phải chăng đến từ yếu tố chủ quan đó là chất lượng của sản phẩm, giá vé, chiến lược truyền thông hay đến từ yếu tố khách quan như: sự phát triển của công nghệ làm phim, chiếu phim; của phương tiện truyền thông...

Khi được hỏi về thể loại nhạc yêu thích, người nghiên cứu thu được kết quả như sau: với độ tuổi dưới 35, đều tập trung vào hai dòng nhạc chính là nhạc trẻ và nhạc nước ngoài. Con số này phản ánh tương đối chính xác thực tế đang diễn ra trên thị trường âm nhạc hiện nay. Ngoài ra, thị trường âm nhạc thành phố Hồ Chí Minh còn ghi nhận sự bùng nổ trở lại của dòng nhạc bolero khoảng bốn năm trở lại đây, đánh dấu bằng các cuộc thi thông qua hình thức gameshow truyền hình. Số liệu khảo sát cho thấy, với nhóm công chúng dưới 18 tuổi (khảo sát công chúng là học sinh cấp 2 và cấp 3) nhạc bolero xếp thứ 2; với nhóm công chúng 18-35 tuổi, bolero là sự lựa chọn thứ 3; còn với nhóm công chúng 35-45 tuổi và trên 45 tuổi thì dòng nhạc này là sự lựa chọn hàng đầu với tỉ lệ 26,9 % và 33,3%. Số liệu khảo sát cũng phản ánh một vấn đề khác trong thị hiếu âm nhạc của công chúng Tp. Hồ Chí Minh hiện nay đó là, những dòng nhạc có tính thẩm mỹ, giáo dục (thính phòng, cách mạng, truyền thống) đang bị “lãng

quên”, đặc biệt nhu cầu thưởng thức những dòng nhạc này ở giới trẻ rất ít. Thực trạng này đã và đang đặt ra thách thức cho nhiệm vụ bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong các loại hình nghệ thuật biểu diễn nói chung và âm nhạc nói riêng.

### 3. Đánh giá chung

Có thể khẳng định được rằng trong những năm qua, Thành phố Hồ Chí Minh là nơi hội tụ nhiều nhạc sĩ, ca sĩ, giảng viên âm nhạc, nhà lý luận phê bình tài năng và đặc biệt là sự phát triển mạnh mẽ của công tác tổ chức biểu diễn. Nhưng đánh giá thực chất thì bức tranh toàn cảnh hoạt động của thị trường âm nhạc Tp. Hồ Chí Minh gần đây tồn tại đan xen những mảng sáng, tối.

#### 3.1. Thành tựu

Nói về những kết quả đã đạt được của thị trường âm nhạc Tp. Hồ Chí Minh trước hết phải nói đến sự trưởng thành lớn mạnh của lực lượng ca sĩ, nhạc sĩ và các cá nhân, đơn vị làm công tác tổ chức biểu diễn. So với các địa phương khác trong cả nước, Tp. Hồ Chí Minh là nơi tập trung đông nhất các ca sĩ, nhạc sĩ. Riêng số lượng ca sĩ, ban nhạc trẻ tham gia hoạt động tại thị trường thành phố từ mức độ tần suất trung bình đã đạt tới con số hơn 500<sup>2</sup>.

*Thứ hai*, lĩnh vực sáng tác, biểu diễn và tổ chức biểu diễn. Hơn 30 năm đổi mới, sáng tác ca khúc đã phát triển với một khối lượng đồ sộ, đa dạng, phong phú, có chiều sâu nghệ thuật và là thể loại chủ lực trong đời sống âm nhạc của công chúng. Thành tựu của sự nghiệp sáng tác ca khúc trong giai đoạn hội nhập này thể hiện ở sự phát triển nở rộ của thể tài tình ca, những tác phẩm sử dụng chất liệu âm nhạc dân gian và sự xuất hiện của trào lưu nhạc trẻ. Ngay từ những năm 90 mạnh mẽ của yếu tố thị trường đã tạo nên một sân chơi có tính đột biến cho nhạc trẻ và cho tới hiện nay một lực lượng sáng tác mới đã đưa được những yếu tố văn hóa thực sự vào sản phẩm. Các ca khúc của nhạc sĩ trẻ tài năng được khéo léo thể hiện bởi những giọng hát trẻ giàu nét sáng tạo đã tạo sự vượt lên cho thị trường âm nhạc.

Công tác tổ chức biểu diễn phát triển mạnh mẽ. Sân khấu chuyên nghiệp thường xuyên sáng đèn với những chương trình ca nhạc hoành tráng, đầu tư kinh phí cao, dàn dựng công phu. Các đoàn nghệ thuật ca múa nhạc như Nhà hát Giao hưởng Nhạc Vũ kịch thành phố, Nhà hát ca múa nhạc dân tộc Bông Sen, Trung tâm Ca nhạc nhẹ đang từng bước vươn lên vai trò chủ đạo trong thị trường. Đội ngũ đạo diễn, nhà sản xuất... không ngừng phát triển trong đó không ít người được đào tạo bài bản từ các cơ sở đào tạo uy tín trong nước và quốc tế. Lực lượng “bầu show” phát huy đáng kể vai trò của người quản lý trong việc xây dựng phong cách biểu diễn cho ca sĩ. Các phương

tiện truyền thông ngày càng đa dạng, phong phú góp tiếng nói uy tín trong việc phê bình, quảng bá và phổ biến các sản phẩm ca nhạc chất lượng tới công chúng.

*Thứ ba*, nguồn “cầu” lớn. Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm kinh tế - văn hóa có dân số đông nhất nước, đa số trong đó là giới trẻ năng động có trình độ học vấn nên họ thường hướng tới các loại hình nghệ thuật biểu diễn hiện đại. Đây chính là nền tảng tạo nên sự hình thành và phát triển mạnh mẽ của thị trường âm nhạc thành phố, biến nơi đây trở thành một trung tâm biểu diễn âm nhạc lớn nhất cả nước.

### 3.2. Hạn chế

#### *Về thị hiếu nghệ thuật của công chúng*

Với sự bùng nổ của phương tiện truyền thông, những năm gần đây, đời sống âm nhạc Tp. Hồ Chí Minh trở nên nhộn nhịp với sự hiện diện đồng thời, đan xen của hầu hết các thể loại nhạc trên thế giới. Sự phát triển của một thị trường âm nhạc tương đối tự do nhưng thả lỏng, sôi nổi và đa dạng nhưng thiếu định hướng diễn ra trong hơn một thập niên đến nay. Công chúng nhanh chóng được tiếp cận với nhiều thể loại nhạc làm đa dạng thị hiếu nhưng cũng làm họ chóng chán, dễ thay đổi. Hầu hết các “thần tượng” ca nhạc được công chúng biết đến bởi những yếu tố “ngoài âm nhạc” nhiều hơn là tài năng thực. Điều này làm một bộ phận không nhỏ công chúng, đặc biệt là công chúng trẻ tiếp nhận tác phẩm ca nhạc bằng cảm tính, thiếu định hướng thẩm mỹ.

#### *Về chất lượng đội ngũ nghệ sĩ biểu diễn*

Ca sĩ là nhân vật chính của một chương trình biểu diễn âm nhạc. Chính họ đã góp phần tạo nên diện mạo mới cho thị trường âm nhạc. Tuy nhiên số lượng ca sĩ tham gia hoạt động trong thị trường tại Tp. Hồ Chí Minh hiện nay quá nhiều trong đó chỉ có ít thuộc quản lý của các đoàn nghệ thuật, nhà hát, công ty tổ chức biểu diễn còn phần lớn hoạt động tự do. Vì vậy trên địa bàn thành phố hiện có bao nhiêu ca sĩ là con số chưa được cơ quan nào thống kê chính xác và chất lượng ca sĩ cũng không có cơ quan nào thẩm định. Tuy ca sĩ được thừa nhận là một nghề nhưng hiện nay không có một văn bản pháp luật nào quy định cụ thể điều kiện được gọi là ca sĩ nghĩa là không có chuẩn mực bắt buộc nào của danh hiệu ca sĩ. Hiện nay, lượng ca sĩ trên cả nước đã vượt qua con số 1.000, trong đó, số lượng ca sĩ tại Tp. Hồ Chí Minh luôn đứng đầu. Nhưng rất nhiều trong số ca sĩ trên thị trường hiện nay hành nghề chủ yếu nhờ vào hình thức bề ngoài, công nghệ lã xê và chỉ một chút chất giọng. Đó cũng là một trong những nguyên nhân góp phần tạo nên sự thiếu hụt lớp ca sĩ kế thừa, dù thị trường có quá nhiều ca sĩ trẻ.

#### *Về chất lượng ca khúc*

Những năm gần đây, thị trường âm nhạc Tp. Hồ Chí

Minh phát triển và có nhiều thay đổi mạnh mẽ, góp phần tạo nên không gian nghệ thuật đa sắc, tươi tắn. Tuy nhiên, trong sự phát triển chung đó vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề nóng bỏng xung quanh việc định hướng sáng tác, biểu diễn và thưởng thức âm nhạc trong đó có vấn đề về kiểm soát chất lượng ca khúc. Nhìn tổng thể, nhạc trẻ vẫn dẫn đầu, hoạt động mạnh mẽ, lấn át các dòng nhạc khác. Công nghệ thông tin hiện đại ngày nay đã giúp giới trẻ cập nhật âm nhạc nhiều hơn vì việc đăng - tải nhạc dễ dàng. Chưa kể, thời đại nghe nhìn đã tạo nên xu hướng và thói quen thưởng thức âm nhạc bằng mắt hơn bằng tai ở một bộ phận khán giả trẻ, giúp nhạc “thị trường” có chỗ đứng trong nhiều năm qua. Trong khi đó, nhạc truyền thống cách mạng, nhạc cổ truyền dân tộc, dân ca... dường như chỉ hoạt động biểu diễn rầm rộ vào những thời điểm có các sự kiện lễ, hội, tết và phục vụ mang tính chất tuyên truyền. Đặc biệt, nhạc cổ điển, bác học - nhịp cầu nối giao lưu văn hóa Việt Nam và thế giới tuy đã có những chuyển biến nhất định nhưng nhìn chung, hoạt động của dòng nhạc cao cấp này cũng chỉ cầm chừng, duy trì với vài chương trình mỗi năm, mà vé mời thường nhiều hơn số vé bán ra thị trường.

Một thực trạng đáng buồn khác là trong khi các phương tiện truyền thông tha hồ tung bốc, tôn vinh các ca khúc dị thường về hình thức, vay mượn về ý tưởng, nhàn nhạt về cá tính nghệ thuật, ca từ nhảm nhí, vô nghĩa, đôi khi thô tục thì rất nhiều những sáng tác có giá trị cao về mặt nghệ thuật âm nhạc lại ít được nhắc đến, ít được tôn vinh. Từ đó, tính chiến đấu, tính chủ động vượt qua mọi trở ngại vững tin vào con đường sáng tác của không ít nhạc sĩ có phần giảm sút, bị lung lay bởi xu hướng thị trường. Tình trạng nghiệp dư hóa trong sáng tác và biểu diễn trên sân khấu, trên màn ảnh nhỏ là tình trạng phổ biến. Người chưa biết nhạc, chưa học nhạc bao giờ cũng “sáng tác”. Họ chỉ cần âm u một số câu nhạc rồi nhờ nhạc sĩ hòa âm phối khí hoặc một nhạc công nào đó ghi thành nốt họ, rồi họ tự đặt lời kiểu gì cũng được. Có ngày họ “sáng tác” từ một đến ba bài. Các nhạc sĩ sẵn sàng phối khí, các “ca sĩ” sẵn sàng hát miễn họ nhận được nhiều tiền. Và cứ thế đĩa nhạc của họ ra đời và mặc nhiên họ mang danh là “nhạc sĩ”.

Bên cạnh xu hướng âm nhạc chính thống với các tác phẩm được đánh giá có chất lượng tư tưởng - nghệ thuật, là sự tồn tại rất sôi động của xu hướng âm nhạc thị trường. Tuy mới xuất hiện, nhưng xu hướng này lại thu hút đông người xem - nghe, chủ yếu là giới trẻ. Về hình thức, sự xuất hiện, tồn tại của xu hướng âm nhạc thị trường là khó tránh khỏi, bởi đó là một trong nhiều hệ quả của quá trình giao lưu, tiếp biến văn hóa và nghệ thuật diễn ra trên toàn cầu. Và cũng không có gì đáng nói nếu xu hướng âm nhạc này không đưa ra một số ca khúc kiểu “mì ăn liền” với ca từ nhảm nhí,

## ARTS

dung tục với một số ca sĩ chưa cho thấy tài năng mà chỉ cho thấy đủ loại scandal và các chiêu trò để tạo tên tuổi.

Trong hoạt động sáng tác ca khúc hiện nay đang tồn tại sự khác biệt giữa hai thế hệ nhạc sĩ, nhạc sĩ lão thành và nhạc sĩ trẻ. Một số người thuộc lớp nhạc sĩ tiền bối luôn coi những sáng tác của giới trẻ là thiếu chuyên nghiệp, thiếu tính nghệ thuật, lai căng... Nhưng cũng có những nhạc sĩ trẻ lại cho rằng các nhạc sĩ lão thành bảo thủ, lạc hậu. Giữa hai thế hệ chưa có sự bắt nhịp, kinh nghiệm, vốn sống của nhạc sĩ đi trước chưa truyền lại được cho thế hệ sau đồng thời những đòi hỏi mang tính cập nhật trong âm nhạc hiện đại cũng ít được thâm thấu ngược tới các nhạc sĩ lão thành giàu kinh nghiệm. Điều đó đã dẫn tới một thực trạng, nhạc sĩ nổi tiếng của làng âm nhạc Việt Nam không thiếu nhưng để viết ca khúc đáp ứng nhu cầu của giới trẻ dường như rất ít trong khi hoạt động sáng tác của thế hệ nhạc sĩ trẻ đáp ứng được tâm lý, tình cảm của giới trẻ nhưng hầu như là hoạt động tự thân, thiếu tính định hướng thẩm mỹ, thiếu sự đào tạo bài bản chuyên nghiệp.

### Kết luận

Thị trường âm nhạc Tp. Hồ Chí Minh mạnh nhen và hình thành từ đường lối đổi mới đất nước của Đảng và Nhà nước ta, từ nhu cầu hội nhập quốc tế trong môi trường toàn cầu hóa cũng như từ nhu cầu tồn tại, phát triển tự thân của nó. Sự hình thành thị trường âm nhạc diễn ra trong một thời gian khá dài với rất nhiều khó khăn trắc trở, hình thành một cách tự phát, thiếu tiêu chí và thiếu mục tiêu rõ ràng nhất quán. Cho tới nay, đã hình thành ở mức độ nhất định nhưng thị trường âm nhạc vẫn chưa được hoàn thiện cả nội dung lẫn hình thức hoạt động

Như vậy, có thể khẳng định rằng, cho đến nay, thị trường âm nhạc ở Tp. Hồ Chí Minh đang trong giai đoạn phát triển và tìm kiếm lối đi. Để thúc đẩy thị trường âm nhạc phát triển đủ sức hội nhập quốc tế đòi hỏi sự nỗ lực của đội ngũ nhạc sĩ, nghệ sĩ, các cá nhân, tổ chức hoạt động phổ biến kinh doanh trong lĩnh vực âm nhạc và đương nhiên không thể thiếu vai trò định hướng chiến lược của các cơ quan chức năng nhà nước.

## CHÚ THÍCH

<sup>1</sup>Nguồn: <http://hoiamnhactphcm.vn>

<sup>2</sup>Số liệu thống kê của trang web [mtainhac.info](http://mtainhac.info)

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Long Ân (2013), *Thực trạng âm nhạc Tp. Hồ Chí Minh và một số giải pháp*, Tham luận Hội thảo khoa học do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tp. Hồ Chí Minh chủ trì
2. Ban Tuyên giáo (2015), *Những vấn đề chủ yếu của văn kiện đại hội Đảng bộ Tp. Hồ Chí Minh lần thứ X nhiệm kỳ 2015-2020*, Nxb. Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh.
3. Nguyễn Thị Minh Châu (1999), *Một số vấn đề thị hiếu đại chúng và những ca khúc đang thịnh hành*, Viện Âm nhạc.
4. Nguyễn Thị Minh Châu (2014), *Âm nhạc thời kinh tế thị trường và thời hội nhập*, Đề tài nhánh trong đề tài cấp nhà nước của Hội đồng LLPB VHNT TỰ, Chuyên luận 21 trang
5. Từ Thị Loan (2014), “Điều tiết và quản lý thị trường văn hóa”, [nhandan.com.vn](http://nhandan.com.vn), ngày 9/6/2014
6. Lê Ngọc Tòng (2004), *Một số nghiên cứu bước đầu về kinh tế học văn hóa*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.