

# BẢO TÀNG TRONG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

**DẠNG VĂN BÀI\***

**Tóm tắt:** Việc từng bước chuyển đổi từ bảo tàng truyền thống sang bảo tàng số là một trong những thay đổi đáng kể và cần thiết để thích ứng với giai đoạn phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin trên phạm vi toàn thế giới. Tuy nhiên, rất ít bảo tàng ở Việt Nam theo kịp xu thế bảo tàng học hiện đại này nếu không nói là còn lạc hậu. Do đó, các bảo tàng ở Việt Nam cũng phải nỗ lực đổi mới các hoạt động bảo tàng theo hướng phát triển ngành công nghiệp bảo tàng để thu hẹp khoảng cách, chí ít là so sánh với các nước trong khu vực Đông Nam Á.

**Từ khóa:** bảo tàng, công nghiệp văn hóa, công nghệ.

**Abstract:** The gradual transformation from traditional museums to digital museums is one of the significant and necessary changes to adapt to the strong development of information technology worldwide. However, very few museums in Vietnam keep up with this modern museological trend, if not to say that they are still lagging behind. Therefore, Vietnamese museums must also strive to innovate their museum activities in the direction of developing the museum industry to narrow the gap, at least compared to other countries in Southeast Asia.

**Keywords:** museum, cultural industry, technology.

## 1. Vị thế của bảo tàng trong phát triển công nghiệp văn hóa

Bảo tàng hiện đại là sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa: khoa học - nghệ thuật - công nghệ - truyền thông

Theo định nghĩa mới nhất của Hội đồng Bảo tàng quốc tế (ICOM), bảo tàng là một “tổ chức thường trực, phi vụ lợi phục vụ lợi ích xã hội, đồng thời là nơi nghiên cứu thu thập, bảo quản, diễn giải pháp và trưng bày các di sản vật thể và phi vật thể, mở cửa cho công chúng, để truyền cảm và bao trùm. Bảo tàng thúc đẩy sự đa dạng và bền vững. Bảo tàng hoạt động và thực hiện truyền thông theo đạo đức, một cách chuyên nghiệp, với sự tham gia của cộng đồng, đem lại những trải nghiệm đa dạng cho giáo dục, thưởng thức và chia sẻ kiến thức” (1). Định nghĩa này đã phản ánh sự thay đổi lớn trong nhận thức về vai trò của các bảo tàng, trong đó thừa nhận “tầm quan trọng của tính toàn diện, sự tham gia của cộng đồng và tính bền vững”. Đây là xu hướng mới trong quan điểm tiếp cận và phương pháp hoạt động của bảo tàng để tạo nên sự đa dạng về nội dung các chủ đề trưng bày (bao trùm và toàn

diện) và tạo cơ hội hợp tác liên ngành, đa quốc gia trong hoạt động bảo tàng. Bảo tàng hoạt động hướng đến hai mục tiêu cơ bản là: Bảo tồn di sản văn hóa và mang lại lợi ích cho cộng đồng (các nhóm khách tiềm năng - những người bạn của bảo tàng). Từ nhận thức mới nêu trên, các bảo tàng phải đáp ứng những yêu cầu cơ bản sau đây: nơi lưu trữ dữ liệu và thông tin phong phú về thiên nhiên và xã hội; nơi công chúng được trải nghiệm, hưởng thụ và học hỏi các kiến thức bổ ích; nơi thư giãn tinh thần và nghỉ ngơi tích cực cho cộng đồng (chơi mà học); là không gian văn hóa, nơi chôn cuốn hút và công chúng có quyền lựa chọn với tư cách là điểm đến hấp dẫn; là diễn đàn mà công chúng được tự tin thể hiện tiếng nói, quan điểm của mình.

Thực tế cho thấy, hiện tại các bảo tàng ở Việt Nam chưa thật sự hấp dẫn trong mắt du khách, do đó cũng chưa thể hiện rõ vai trò của mình trong việc phát triển công nghiệp văn hóa (CNVH) vì không tạo ra sự gắn kết và đồng bộ giữa: khoa học - nghệ thuật - công nghệ - truyền thông. Cả 4 yếu tố đều chưa được phối hợp và xử lý theo xu thế bảo tàng học hiện đại.

Nội dung khoa học trong kịch bản trưng bày (đề cương nội dung bảo tàng) chưa được nghiên cứu một cách chuyên nghiệp để có tính bao trùm và toàn diện xuất phát từ mong muốn và nhu cầu của công chúng, góp phần xử lý, diễn giải những vấn đề xã hội mang tính thời sự trên phạm vi quốc gia và quốc tế.

Nghệ thuật trưng bày là một yếu tố quan trọng góp phần tạo nên sức hấp dẫn cho các chủ đề trưng bày của bảo tàng. Đó là sự tổng hợp, kết hợp các loại hình nghệ thuật (mỹ thuật, ánh sáng, màu sắc...) trong cách thức sắp xếp, tổ hợp các hiện vật trưng bày (các tổ hợp hiện vật theo chủ đề, các bản text, bản vẽ đồ họa, hợp hình sa bàn...). Đó cũng là những yếu tố có tác động trực tiếp đến thị giác của người xem làm cho phần trưng bày đạt chất lượng khoa học và nghệ thuật cao hấp dẫn người xem. Chuẩn bị nội dung khoa học trưng bày phải đi trước một bước làm tiền đề cho sự phối hợp giữa Người quản lý (*curator*) bảo tàng và họa sĩ thiết kế trưng bày mà sản phẩm cuối cùng phải là một công trình khoa học và một “tác phẩm nghệ thuật”.

Việc từng bước chuyển đổi từ bảo tàng truyền thống sang bảo tàng số là một trong những thay đổi đáng kể và cần thiết để thích ứng với giai đoạn phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin trên phạm vi toàn thế giới. Bằng cách ứng dụng công nghệ số với các thiết bị điện tử thông minh chỉ cần một vài thao tác đơn giản, dù ở bất cứ nơi nào khách tham quan cũng có thể tiếp cận, tìm hiểu các chủ đề trưng bày, vừa nghe thuyết minh và thưởng ngoạn các hiện vật quý hiếm của bảo tàng theo ý thích chủ quan của mình. Tuy nhiên, rất ít bảo tàng ở Việt Nam theo kịp xu thế bảo tàng học hiện đại này nếu không nói là còn lạc hậu.

Truyền thông bảo tàng là quá trình truyền tải thông tin, ý kiến thảo luận, tin tức... về các hoạt động, các sự kiện bảo tàng, giữa thiết chế bảo tàng với công chúng và giữa công chúng với nhau nhằm giao tiếp, kết nối, gia tăng sự hiểu biết và nhận thức về nội dung trưng bày. Truyền thông bảo tàng được coi là loại công cụ quan trọng để xây dựng hình ảnh thương hiệu, quảng bá sản phẩm/ dịch vụ nhằm gây thiện cảm, nâng cao uy tín và sức hấp dẫn của bảo tàng trước công chúng. Tuy nhiên, bộ phận truyền thông của các bảo tàng hiện đang yếu thế và hoạt động chưa ngang tầm với yêu cầu của CNVH.

*Bảo tàng là nguồn lực cho phát triển CNVH*

Theo quan niệm của UNESCO: CNVH là một thuật ngữ chỉ các ngành công nghiệp, có sự kết hợp

giữa sáng tạo, sản xuất và thương mại hóa các sản phẩm văn hóa (vật thể và phi vật thể) và các nội dung sáng tạo được bảo vệ bản quyền. Khái niệm công nghiệp liên quan tới sản phẩm hàng hóa, còn khái niệm văn hóa thường diễn đạt ý niệm trừu tượng về giá trị. Ghép 2 khái niệm này đã làm bộc lộ những sức mạnh tiềm ẩn của văn hóa về phương diện kinh tế mà trước đây ít được chú ý (2). Định nghĩa này khẳng định, văn hóa/ di sản văn hóa là loại tài sản đặc biệt, có khả năng thúc đẩy, phát triển công nghiệp và đưa lại nguồn lợi kinh tế cho xã hội.

Đảng và Nhà nước ta đã khẳng định, phát triển CNVH là một trong những nhiệm vụ trọng tâm phát triển kinh tế, xã hội và văn hóa của Việt Nam. Quan điểm đó đã được cụ thể hóa trong Nghị quyết số 33 - NQ/TW ngày 9-6-2014 của Ban chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam: “Phát triển công nghiệp văn hóa nhằm khai thác và phát huy tiềm năng và giá trị đặc sắc của văn hóa Việt Nam; khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa, góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới. Có cơ chế đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm văn hóa. Tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp văn hóa, văn nghệ, thể thao, du lịch, thu hút các nguồn lực xã hội cho phát triển. Đổi mới, hoàn thiện thể chế, tạo môi trường pháp lý thuận lợi để xây dựng, phát triển thị trường văn hóa và công nghiệp văn hóa” (3). Trong số 12 lĩnh vực CNVH đã được xác định cụ thể trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, ta thấy bảo tàng gắn gũi và liên quan trực tiếp tới lĩnh vực du lịch văn hóa/ du lịch di sản.

Các nhà nghiên cứu đã xác định rõ mục đích đi du lịch và lợi ích mà nó mang lại cho con người: 1) du lịch là khám phá và trải nghiệm văn hóa; 2) du lịch là sự nghỉ ngơi tích cực, thư giãn và giải trí; 3) mở rộng các mối quan hệ xã hội (gặp gỡ, giao lưu); 4) học hỏi và khám phá; 5) phiêu lưu và thử thách bản thân.

Chúng ta biết, cấu trúc của văn hóa bao gồm: tri thức, tín ngưỡng, đạo đức, truyền thống, pháp luật, thẩm mỹ và lối sống... Tuy nhiên, liên quan trực tiếp tới du lịch có 2 thành tố cơ bản là tri thức và thẩm mỹ, đặc biệt là tri thức.

Tri thức được hiểu là những hiểu biết khoa học, kinh nghiệm và cả sự khôn ngoan tích lũy được trong quá trình lao động sản xuất, đấu tranh và thích ứng với điều kiện tự nhiên và xã hội nhằm duy trì và phát triển cuộc sống của mỗi cá nhân và cộng đồng. Quan



**Đại sứ nước Cộng hòa Cuba tại Việt Nam Rogelio Polanco Ruentes cùng Phu nhân tham quan trưng bày chuyên đề “Đảng Cộng sản Việt Nam - Những mốc son lịch sử” của Bảo tàng Lịch sử quốc gia**  
**Ảnh: Bảo tàng Lịch sử quốc gia**

trọng hơn cả là tri thức đang dần trở thành lực lượng lao động trực tiếp có vai trò lớn lao trong phát triển bền vững. Điều đó dẫn đến những thay đổi không chỉ trong quản lý và sản xuất kinh doanh, mà còn làm đảo lộn cuộc sống con người, thay đổi các quan niệm, thói quen, các thước đo giá trị... mà thành tựu mới mẻ nhất, hiện đại nhất được khởi nguồn từ tri thức là công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI).

Chúng ta cũng biết, kinh nghiệm sống, bài học lịch sử và kho tàng tri thức nhân loại được tích hợp trong di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, trong kho bảo quản các bộ sưu tập hiện vật gốc của các bảo tàng. Bởi vậy, di sản văn hóa và bảo tàng được thừa nhận là tài nguyên văn hóa/ nguồn lực quan trọng cho phát triển CNVH nói chung và du lịch bền vững nói riêng, bản thân các bảo tàng cũng luôn là những điểm đến du lịch thật hấp dẫn cho du khách.

## **2. Đổi mới tư duy, nhận thức để sáng tạo các sự kiện bảo tàng và các dịch vụ văn hóa đặc sắc nhằm thúc đẩy phát triển CNVH**

*Bảo tàng không chỉ là tài nguyên du lịch mà bản thân nó phải được nhận thức như là một ngành CNVH*

Trước hết, bảo tàng là kết quả của các hoạt động sáng tạo văn hóa và đồng thời cũng là quá trình sản xuất ra loại hàng hóa văn hóa đặc thù (dịch vụ văn hóa và trải nghiệm văn hóa), trong đó có sự kết hợp

nhuần nhuyễn giữa khoa học, nghệ thuật, công nghệ và truyền thông.

Các nhà bảo tàng học quan niệm, giáo dục thông qua các trải nghiệm trong các bảo tàng là một loại hình dịch vụ công có tính đặc thù và hữu ích. Dịch vụ được hiểu “là công việc phục vụ, thỏa mãn nhu cầu cụ thể của số đông, có tổ chức và được trả tiền” (4). Còn dịch vụ công “là hoạt động của các tổ chức nhà nước hoặc các doanh nghiệp được nhà nước ủy quyền do pháp luật quy định, phục vụ trực tiếp nhu cầu thiết yếu của cộng đồng, công dân theo nguyên tắc không vụ lợi, đảm bảo sự công bằng và ổn định xã hội” (5).

Đặc trưng cơ bản của dịch vụ văn hóa thể hiện ở chỗ, đó là loại hàng hóa mà việc cung ứng nó (không phải là sự chuyển giao quyền sở hữu (mua đứt, bán đoạn)) chỉ đem lại lợi ích tinh thần, thỏa mãn nhu cầu của người hưởng thụ dịch vụ/ mua dịch vụ (có thể bán nhiều lần, cho nhiều người). Bảo tàng là loại thiết chế có đầy đủ khả năng sáng tạo các loại hình dịch vụ đa dạng phù hợp với nhu cầu của du khách, đồng thời góp phần thúc đẩy phát triển các ngành CNVH có liên quan.

Du lịch bảo tàng được xem như con đường ngắn nhất để tìm hiểu văn hóa, lịch sử của các quốc gia. Bảo tàng không chỉ lưu giữ giá trị di sản văn hóa lâu đời của nhân loại mà còn tạo ra những giá trị vật chất cho nền kinh tế.

Theo báo cáo IBIS World về ngành công nghiệp bảo tàng ở Mỹ cho thấy, doanh thu từ bảo tàng năm 2019 ước đạt 13 tỷ USD... Số lao động làm việc trong ngành khoảng 109.000 người và có trên 10.000 doanh nghiệp tham gia lĩnh vực này (6). Thống kê của IBIS World cho thấy giá vé tham quan một số bảo tàng trên thế giới: Bảo tàng Bangkok, Thái Lan giá vé trung bình từ 150.000 - 600.000 đồng; Bảo tàng Malaysia là 180.000 đồng; Bảo tàng Singapore trung bình từ 200.000 - 300.000 đồng; Bảo tàng Louvre của Pháp là 450.000 đồng (7).

Chỉ riêng 5 bảo tàng nổi tiếng trên toàn thế giới, hàng năm đã hút hút được nhiều triệu lượt khách tới thăm quan: Bảo tàng Louvre của pháp có 10,2 triệu lượt khách năm 2019, 7,8 triệu khách năm 2021; Bảo tàng Nghệ thuật Uffizi Ý có 4,4 triệu lượt khách năm 2019, 4 triệu khách năm 2022; Bảo tàng Nghệ thuật hiện đại Mỹ đón 7 triệu lượt khách hàng năm, riêng năm 2021 có 2,11 triệu và năm 2022 có 3,41 triệu lượt khách; Bảo tàng Acropolis Hy Lạp có 1,4 triệu lượt khách năm 2022; Bảo tàng Heritage Nga hàng năm có 3 triệu lượt khách. Nếu tính gộp cả 104.000 bảo tàng hiện có trên thế giới thì lượng khách tham quan sẽ đạt con số kỷ lục (8).

Ta biết, kinh tế học di sản (bảo tàng) nghiên cứu những lợi ích và giá trị mà di sản và bảo tàng mang lại cho con người trong quá trình bảo vệ và phát huy giá trị di sản phục vụ cho cộng đồng. Kinh tế học di sản có 2 mục tiêu lớn là: tạo ra sức sống mới cho các di tích và bảo tàng; đưa lại sinh kế và nguồn thu lớn hơn cho cộng đồng chủ thể.

Từ các con số thống kê nêu trên và quan điểm tiếp cận kinh tế học di sản có thể khẳng định, các bảo tàng là nguồn lực quan trọng cho phát triển CNVH, đồng thời chính bảo tàng cũng là một ngành CNVH đặc thù - công nghiệp bảo tàng. Rất tiếc, trong Chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa của Việt Nam chỉ thừa nhận có 12 ngành công nghiệp cụ thể mà bảo tàng lại không chính thức được quan tâm.

*Đổi mới và sáng tạo nhằm chuyển đổi “vốn văn hóa” của bảo tàng thành sản phẩm du lịch có hàm lượng trí tuệ cao*

Theo quan niệm của các nhà kinh tế học, nguồn vốn cần thiết cho phát triển bao gồm: 1) vốn tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên; 2) vốn vật chất tồn tại dưới dạng máy móc, thiết bị kỹ thuật và tài chính; 3) vốn con người hay nguồn nhân lực có chất lượng; 4) vốn văn hóa (9).

Theo nghĩa hẹp, vốn văn hóa là loại tài sản đóng góp vào giá trị văn hóa, chính xác hơn là vốn của giá

trị văn hóa được kết tinh vào một tài sản (hữu hình và vô hình). Đó là các giá trị văn hóa với 3 đặc trưng cơ bản: 1) khả năng điều chỉnh hành vi cá nhân, góp phần bồi dưỡng nhân cách con người và tạo ra nguồn nhân lực có chất lượng trí tuệ cho phát triển bền vững; 2) bộ phận cấu thành môi trường xã hội lành mạnh và ổn định - điều kiện tối cần thiết cho phát triển; 3) góp vốn làm gia tăng giá trị kinh tế của một sản phẩm/ vật phẩm văn hóa, “loại hàng hóa đặc thù” trong công nghiệp du lịch. Còn với công nghiệp bảo tàng thì đó là các loại hình dịch vụ đa dạng do các bảo tàng sáng tạo ra để phục vụ nhu cầu trải nghiệm văn hóa cho khách tham quan.

Trải nghiệm là sự tương tác giữa con người với thế giới khách quan. Trải nghiệm được coi là một phạm trù triết học được đúc kết từ hoạt động của con người ở tất cả các lĩnh vực đời sống xã hội như một thể thống nhất giữa kiến thức, kỹ năng, tình cảm, ý trí. TS Ngô Thị Tuyên cho rằng, trải nghiệm là khái niệm triết học mà nội hàm của nó thể hiện ở 2 phương diện. Một là phạm trù của nhận thức được đúc kết từ sự thống nhất của hoạt động tình cảm - nhận thức. Hai là loại kiến thức mà ngay lập tức tạo cho chủ thể ý thức được và cảm giác tiếp xúc trực tiếp với thực tế, cho dù đó là thực tế bên ngoài của các đối tượng và tình huống nhận thức hoặc thực tại của trạng thái ý thức. Nội dung căn bản của trải nghiệm là: kiến thức thực tiễn gắn bó với đời sống của các địa phương, của cộng đồng và của đất nước mang tính tổng hợp nhiều lĩnh vực giáo dục, nhiều môn học (liên ngành) dễ vận dụng vào thực tiễn. Nội dung hoạt động như thế được thiết kế thành các chủ đề (chủ đề trưng bày) mang tính mở.

Từ phân tích nội hàm khái niệm trải nghiệm ở trên cho thấy, bảo tàng hay công nghiệp bảo tàng có ưu thế tuyệt đối, là khả năng sáng tạo ra những sự kiện bảo tàng, những chương trình giáo dục bảo tàng qua các không gian trải nghiệm văn hóa có tính trực quan sinh động và chân thực (người thật, việc thật và hiện vật thật).

Bước vào kỷ nguyên toàn cầu hóa về kinh tế và quốc tế hóa về văn hóa, tất cả các dân tộc trên thế giới muốn phát triển thì nhất định phải đổi mới và sáng tạo, không được bảo thủ về chính trị, không được khép kín (đóng cửa) về kinh tế và đặc biệt không được phép lạc hậu về văn hóa. Từ đó suy ra, các bảo tàng trên thế giới cũng như ở Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức và cơ hội như vậy. Nghĩa là chúng ta không thể đứng ngoài xu thế phát triển của nhân loại về CNVH và số hóa trong các lĩnh vực của đời sống xã hội.

Toàn cầu hóa và kinh tế thị trường thúc đẩy quá trình sản xuất, sáng tạo các loại hàng hóa có chất lượng phục vụ nhu cầu của con người, đồng thời buộc chúng ta phải nâng cao năng lực cạnh tranh, một mặt để sinh tồn, mặt khác là khẳng định vị trí của quốc gia dân tộc mình trước toàn thể nhân loại. Do đó, các bảo tàng ở Việt Nam cũng phải nỗ lực đổi mới các hoạt động bảo tàng theo hướng phát triển ngành công nghiệp bảo tàng để thu hẹp khoảng cách, chỉ ít là so sánh với các nước trong khu vực Đông Nam Á.

Qua những nội dung nghiên cứu, chúng tôi xin đề xuất một số kiến nghị bước đầu nhằm thúc đẩy quá trình phát triển CNVH nói chung và công nghiệp bảo tàng nói riêng:

*Thứ nhất*, bảo tàng góp “vốn văn hóa” cho phát triển công nghiệp bảo tàng, cho nên chúng ta có trách nhiệm phải đầu tư kinh phí tương xứng để duy trì và phát triển nguồn vốn đó theo hướng: nghiên cứu sưu tầm bổ sung, hoàn chỉnh các bộ sưu tập hiện vật gốc làm cơ sở cho các mặt hoạt động của bảo tàng; khắc phục tình trạng chỉ quan tâm đầu tư xây dựng ngôi nhà/ vỏ kiến trúc của bảo tàng, mà coi nhẹ khâu nghiên cứu xây dựng nội dung khoa học, kịch bản trưng bày cũng như cơ sở vật chất, phương tiện kỹ thuật và mỹ thuật cho trưng bày. Nội dung trưng bày của bảo tàng phải hướng tới cộng đồng, giới thiệu cái họ mong đợi và kỳ vọng cũng như cập nhật những vấn đề có tính thời sự do thực tiễn đặt ra.

*Thứ hai*, hoạt động bảo tàng là hoạt động khoa học mang tính liên ngành đòi hỏi sự đồng bộ giữa nội dung khoa học, nghệ thuật trưng bày, kỹ thuật hiện đại (công nghệ số) và sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng vào hoạt động truyền thông bảo tàng. Đó là điều kiện cần và đủ để sáng tạo ra các loại hình dịch vụ đa dạng và đặc trưng của bảo tàng: không gian ảo/ hiện thực ảo, các chương trình giáo dục bảo tàng, các hình thức trải nghiệm mới mẻ, hấp dẫn như công nghệ thực tế ảo 3D trong hoạt động trưng bày của Bảo tàng Lịch sử quốc gia; ứng dụng thuyết minh đa phương diện Imuseum VFA của Bảo tàng Mỹ thuật cho phép du khách khám phá 165 tác phẩm nghệ thuật tiêu biểu với 8 ngôn ngữ: Việt, Pháp, Anh, Trung, Nhật, Hàn, Tây Ban Nha và Italia; tổ chức các tour đêm *Du lịch văn học chữ “Tâm” và chữ “Tài”* của Bảo tàng Văn học; tour đêm *Huyền thoại tuổi thanh xuân* của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam (kết hợp nghệ thuật sân khấu truyền thống với công nghệ 3D hiện đại, tái hiện hình ảnh tiểu đội anh hùng của 10 cô gái thanh niên xung phong tại Ngã ba Đồng Lộc (Hà

Tĩnh); tour *Đêm linh thiêng* của di tích Nhà tù Hỏa Lò (Hà Nội), hoặc hệ thống vé điện tử (trực tuyến - liên thông - đa phương thức) vào phục vụ khách tham quan; tiến hành các hoạt động truyền thông bảo tàng để thu hút du khách đến bảo tàng và đưa bảo tàng đến gần hơn với công chúng. Phải khẳng định, việc phát triển công nghiệp bảo tàng đòi hỏi phải có nguồn lực đầu tư rất lớn từ ngân sách nhà nước cho các hoạt động bảo tàng.

*Thứ ba*, để mở rộng chủ trương xã hội hóa nhằm thu hút nguồn lực tổng hợp của toàn xã hội nhằm nâng cao chất lượng hoạt động và tạo sức hấp dẫn cho ngành công nghiệp bảo tàng Việt Nam, chúng ta cần có cơ chế, hành lang pháp luật cho việc phát triển mạng lưới bảo tàng ngoài công lập (bảo tàng tư nhân hiện đang chiếm tỷ trọng lớn ở nước ngoài) đồng thời ủng hộ và khuyến khích mô hình hợp tác “công tư” trong các lĩnh vực hoạt động bảo tàng.

Cuối cùng, Chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 cần bổ sung thêm, hoặc Nhà nước chính thức công nhận công nghiệp bảo tàng là một ngành tuy còn mới mẻ, nhưng có tiềm năng phát triển trong tương lai. Như vậy, Việt Nam sẽ có 13 ngành CNVH năng động góp phần thúc đẩy phát triển bền vững của đất nước ■

Đ.V.B

1. Hội đồng bảo tàng quốc tế - ICOM công bố định nghĩa mới về bảo tàng tại hội nghị toàn thể lần thứ 26 diễn ra ở Praha - Séc, ngày 25-8-2022.

2. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban chấp hành Trung ương khóa XI*, Văn phòng Trung ương Đảng, 2014, tr.56.

3. Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, *Giáo trình Văn hóa và phát triển*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội, 2021.

4. *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, 2024, tr.256.

5. Chu Văn Thanh (chủ biên), *Dịch vụ công - một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2001.

6, 7. *Phát huy giá trị của bảo tàng trong phát triển du lịch văn hóa*, vietnamtourism.gov.vn, 22-10-2019.

8. Trịnh Thang, *5 bảo tàng nổi tiếng thế giới đón hàng triệu khách mỗi năm*, laodong.vn, 3-10-2023.

9. Bùi Hào, *Khai thác “vốn văn hóa” để thúc đẩy phát triển bền vững*, qdnd.vn, 21-9-2022.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 16-12-2024; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 20-12-2024; Ngày duyệt đăng: 20-1-2025.