

CƠ SỞ CHÍNH TRỊ, PHÁP LÝ VỀ PHÁT HUY VAI TRÒ CỦA CÁC SỰ KIỆN VĂN HÓA NGHỆ THUẬT TRONG XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU ĐỊA PHƯƠNG

NGÔ ÁNH HỒNG*

Tóm tắt: Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng và cạnh tranh thương hiệu điểm đến ngày càng gay gắt, việc khai thác các sự kiện văn hóa nghệ thuật như là giá trị, nguồn lực trong xây dựng thương hiệu địa phương càng trở nên cấp thiết với nhiều quốc gia, đặc biệt là Việt Nam - đất nước có bề dày lịch sử và nguồn vốn văn hóa phong phú, đa dạng. Tuy nhiên, để phát huy hiệu quả nguồn lực này, cần có cơ sở chính trị - pháp lý tạo môi trường cho các sự kiện văn hóa nghệ thuật phát triển theo đúng định hướng. Bài viết phân tích quan điểm của Đảng và chính sách của Nhà nước làm cơ sở cho việc phát huy vai trò của các sự kiện văn hóa nghệ thuật trong xây dựng thương hiệu địa phương, góp phần phát triển bền vững đất nước trong giai đoạn mới.

Từ khóa: văn hóa, cơ sở chính trị, pháp lý, sự kiện văn hóa nghệ thuật, thương hiệu địa phương.

Abstract: In the context of deep international integration and increasingly fierce competition for destination brands, exploiting cultural and artistic events as values, resources in building local brands is becoming more and more urgent for many countries, especially Vietnam - a country with a long history and rich and diverse cultural capital. However, to effectively promote this resource, it is necessary to have a political and legal basis to create an environment for cultural and artistic events to develop in the right direction. The article analyzes the Party's viewpoints and State policies as a basis for promoting the role of cultural and artistic events in building local brands, contributing to the sustainable development of the country in the new period.

Keywords: culture, political and legal foundations, cultural and artistic events, local brands.

1. Mở đầu

Trong lịch sử cách mạng Việt Nam, lĩnh vực văn hóa luôn được Đảng, Nhà nước ta xác định là vấn đề có tính "chiến lược" đối với sự phát triển bền vững đất nước. Trong thời kỳ đổi mới, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương, chính sách về phát triển văn hóa, coi văn hóa không chỉ là nguồn lực nội sinh, là động lực, là mục tiêu của sự phát triển bền vững đất nước mà còn là "sức mạnh mềm" quốc gia góp phần khẳng định vị thế, hình ảnh, tầm vóc, thương hiệu của Việt Nam trên trường quốc tế. Trong lĩnh vực văn hóa, các sự kiện văn hóa nghệ thuật (VHNT) chính là hạt nhân, có tác dụng lan tỏa mạnh mẽ những giá trị, bản sắc văn hóa dân tộc; qua đó góp phần bảo tồn và phát huy di sản văn hóa, thu hút đầu

tu, quảng bá hình ảnh đất nước, đồng thời mang lại lợi ích kinh tế, xã hội cho địa phương. Tuy nhiên, để biến những sự kiện này thành động lực phát triển bền vững, cần có môi trường, hành lang pháp lý định hướng, hỗ trợ.

2. Quan điểm của Đảng về phát huy vai trò của các sự kiện VHNT trong xây dựng thương hiệu địa phương

Sự kiện VHNT thuộc lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn là một trong 12 ngành của công nghiệp văn hóa (CNVH). Đây là một ngành công nghiệp mới nổi ở Việt Nam có sự kết nối giữa sáng tạo - sản xuất - thương mại hóa các sản phẩm văn hóa. Việt Nam là quốc gia phương Đông với đặc thù về điều kiện địa lý, tự nhiên cùng bề dày lịch sử và sự đa dạng văn

hóa tộc người đã hình thành nên một nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, cùng kho tàng di sản văn hóa đồ sộ đang là lợi thế cạnh tranh cho sự phát triển của các ngành CNVH. Hiện nay, Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên phát triển mới, cùng với nhiều nhiệm vụ trọng tâm thì CNVH đang trở thành một động lực mới cho sự tăng trưởng bền vững đất nước. Nói đến CNVH là nói đến việc làm sao khai thác hiệu quả các yếu tố kinh tế trong văn hóa, văn hóa trong kinh tế và giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa văn hóa với kinh tế.

Mối quan hệ giữa văn hóa với kinh tế đã được Đảng ta quan tâm từ rất sớm. Ngay sau khi nước nhà giành được độc lập, ngày 7-10-1945, tới dự và phát biểu tại lễ khai mạc Triển lãm văn hóa, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã khẳng định: “Trong công cuộc kiến thiết nước nhà có bốn vấn đề cùng phải chú ý đến, cùng phải coi trọng ngang nhau: chính trị, kinh tế, xã hội, văn hóa” (1). Văn hóa được Người quan niệm là một trong các lĩnh vực cơ bản nhất cấu thành đời sống xã hội, văn hóa không thể đứng ngoài “mà phải ở trong kinh tế và chính trị” và ngược lại kinh tế, chính trị cũng nằm “trong văn hóa”. Trong mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế, Người chỉ ra rằng: “Muốn tiến lên chủ nghĩa xã hội thì phải phát triển kinh tế và văn hóa” (2). Quan điểm của Người chỉ rõ kinh tế chính là cơ sở của văn hóa, do đó, kinh tế phải đi trước một bước, phải chú trọng xây dựng kinh tế, xây dựng cơ sở hạ tầng để có điều kiện xây dựng và phát triển văn hóa. Phát triển kinh tế và văn hóa để nâng cao đời sống vật chất và văn hóa của nhân dân ta (3). Ngay trước lúc đi xa, trong Di chúc, Người căn dặn: “Đảng cần phải có kế hoạch thật tốt để phát triển kinh tế và văn hóa, nhằm không ngừng nâng cao đời sống của nhân dân” (4).

Kế thừa quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh, trong quá trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam, Đảng ta đã vận dụng sáng tạo, linh hoạt quan điểm về mối quan hệ giữa văn hóa với kinh tế phù hợp với điều kiện thực tiễn và yêu cầu nhiệm vụ đặt ra trong mỗi thời kỳ.

Năm 1986, tại Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ VI, Đảng ta đề ra đường lối đổi mới, đặc biệt là đổi mới tư duy trên nhiều lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực văn hóa. Sau khi phân tích những nguyên nhân cơ bản dẫn tới khủng hoảng kinh tế giai đoạn 1975-1986, Đảng chỉ rõ một trong những nguyên nhân đến từ quan niệm hiểu chưa đúng, chưa đầy đủ về vai trò của văn hóa đối với sự ổn định và phát

triển kinh tế xã hội. Để khắc phục tình trạng khủng hoảng kinh tế xã hội kéo dài, “trong thời kỳ đổi mới, đồng thời với xây dựng kinh tế, dứt khoát phải xem trọng các vấn đề văn hóa, tạo ra môi trường văn hóa thích ứng cho sự phát triển” (5). Như vậy, tư duy mới tư duy về kinh tế, chính trị, Đảng ta xác lập cơ sở lý luận và thực tiễn để đổi mới văn hóa.

Năm 1991, trong *Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội*, Đảng ta xác định “nền văn hóa mà chúng ta xây dựng là nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”, là một trong sáu đặc trưng cơ bản của chế độ xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam.

Dưới ánh sáng của *Cương lĩnh*, năm 1993, Nghị quyết số 04-NQ/HNTW Hội nghị lần thứ 4 BCH Trung ương Đảng khóa VII “Về một số nhiệm vụ văn hóa, văn nghệ những năm trước mắt” ra đời, lần đầu đưa ra quan điểm: “Văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, một động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời là một mục tiêu của chủ nghĩa xã hội”. Nghị quyết khẳng định: “Nền văn hóa mà Đảng ta lãnh đạo toàn dân xây dựng là nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” (6).

Bước vào thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, trước yêu cầu thực tiễn của công cuộc đổi mới, Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII (1998) “Về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” ra đời. Nghị quyết bao quát 8 lĩnh vực quan trọng của đời sống xã hội và được coi là Cương lĩnh về văn hóa trong thời kỳ đổi mới. Nghị quyết đã đưa ra quan điểm chỉ đạo cơ bản, trong đó nhấn mạnh: “Xây dựng và phát triển kinh tế phải nhằm mục tiêu văn hóa... Văn hóa là kết quả của kinh tế đồng thời là động lực của sự phát triển kinh tế”. Một trong những nhiệm vụ cụ thể được Nghị quyết nêu rõ là: “Hoàn chỉnh các văn bản luật pháp về văn hóa, nghệ thuật, thông tin trong điều kiện của cơ chế thị trường; ban hành các chính sách khuyến khích sáng tạo văn hóa và nâng mức đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa của nhân dân”. Hội nghị đưa ra các giải pháp, trong đó đặc biệt nhấn mạnh sự cần thiết phải gắn kết giữa chính sách văn hóa với chính sách kinh tế, giữa các hoạt động văn hóa với các hoạt động kinh tế. Điều này không chỉ bảo đảm cho văn hóa khẳng định được vị trí và phát huy vai trò trong các hoạt động kinh tế, mà còn thừa nhận có thị trường văn hóa phẩm và công nhận sản phẩm văn hóa là hàng hóa lưu thông trên thị trường.

Có thể nói Nghị quyết Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII đã tạo ra một bước ngoặt quan trọng trong nhận thức về vai trò của văn hóa trong sự phát triển của đất nước. Những định hướng của Nghị quyết đã tạo tiền đề quan trọng để phát huy vai trò của các sự kiện VHNT trong việc xây dựng thương hiệu địa phương, góp phần vào sự phát triển kinh tế, xã hội và nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Năm 2004, tại Hội nghị Trung ương 10 khóa IX tổng kết đánh giá 5 năm thực hiện Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII, Đảng ta nhấn mạnh vấn đề thực hiện gắn kết giữa phát triển kinh tế và phát triển văn hóa, xã hội hóa các hoạt động văn hóa và sản xuất, kinh doanh các sản phẩm văn hóa trong bối cảnh chuyên đổi tính chất, cơ cấu của nền kinh tế... Những quan điểm chỉ đạo này trở thành căn cứ để xây dựng, hoàn thiện thể chế về phát triển kinh tế, văn hóa. Kết luận cũng nhấn mạnh giải pháp phát triển các doanh nghiệp văn hóa đủ khả năng đứng vững trong cơ chế thị trường, đạt được hiệu quả văn hóa - xã hội, nâng cao chất lượng phục vụ nhân dân.

Có thể nói, kết luận Hội nghị Trung ương 10 khóa IX đã thể hiện những chuyển biến quan trọng trong nhận thức của Đảng về mối liên hệ giữa phát triển kinh tế với phát triển văn hóa. Điểm mới rút ra từ kết luận là sự khẳng định rằng các sự kiện văn hóa không chỉ đơn thuần là hoạt động mang tính sự nghiệp, phục vụ nhiệm vụ chính trị - xã hội, mà còn là một lĩnh vực có tiềm năng kinh doanh lớn, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương. Việc tổ chức các sự kiện văn hóa mở ra cơ hội để các doanh nghiệp văn hóa tích cực tham gia, qua đó khuyến khích thị trường văn hóa phát triển năng động và đa dạng hơn. Tại Hội nghị này, thuật ngữ “doanh nghiệp văn hóa” lần đầu tiên được đề cập đến, làm cơ sở nền móng cho sự hình thành và phát triển của ngành “công nghiệp văn hóa” ở Việt Nam trong giai đoạn tiếp theo. Điều này tạo điều kiện để các sự kiện văn hóa không chỉ phát huy vai trò phục vụ nhân dân mà còn trở thành động lực cho sự phát triển kinh tế, xã hội, góp phần xây dựng thương hiệu địa phương.

Năm 2014, trước yêu cầu của thời kỳ hội nhập quốc tế sâu rộng, Đảng ta ban hành Nghị quyết Trung ương 9 khóa XI (Nghị quyết số 33-NQ/TW) “Về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”, trong đó lần đầu tiên Đảng ta đề cập đến nhiệm vụ “Phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng,

hoàn thiện thị trường văn hóa”, cụ thể: phát triển CNVH nhằm khai thác và phát huy những 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 khuyến khích 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 để 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 CNVH; nâng cao ý thức thực thi các quy định pháp luật về quyền tác giả các quyền liên quan trong toàn xã hội; củng cố và tăng cường hiệu quả hoạt động của các cơ quan quản lý và các cơ quan thực thi quyền tác giả từ Trung ương đến địa phương (7).

Có thể khẳng định rằng, việc đưa nhiệm vụ “Phát triển CNVH đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường văn hóa” vào văn kiện đã đánh dấu bước tiến quan trọng trong tư duy lý luận của Đảng về lĩnh vực này. Đây cũng là tiền đề mở ra cơ hội phát triển cho các ngành CNVH và hình thành thị trường hàng hóa văn hóa. Trên cơ sở đó, nhiều địa phương đã đồng loạt ban hành chính sách khuyến khích đầu tư và mở rộng sự tham gia của các thành phần kinh tế vào lĩnh vực CNVH. Kết quả là sự xuất hiện của hàng loạt doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo cùng các tập đoàn kinh tế trong và ngoài nước tham gia vào thị trường này. Quá trình này kéo theo nhu cầu tổ chức các sự kiện VHNT quy mô lớn nhằm tạo dấu ấn bùng nổ, thu hút sự chú ý của công chúng và giới truyền thông. Thông qua đó, hình ảnh điểm đến được quảng bá rộng rãi, hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm địa phương được đẩy mạnh, góp phần phát triển bền vững.

Ngày 4-6-2020, trong Kết luận số 76/KL/TW của Bộ Chính trị, Đảng ta khẳng định tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW đồng thời phải làm sao để tạo nhận thức sâu sắc của toàn xã hội về vị trí, vai trò của các ngành CNVH; tăng cường và đa dạng hóa các nguồn lực đầu tư để phát triển CNVH; rà soát, sửa đổi, bổ sung, xây dựng mới văn bản quy phạm pháp luật, các cơ chế, chính sách khuyến khích hoạt động sáng tạo, thu hút đầu tư cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ tiên tiến, tạo thuận lợi để xây dựng, phát triển thị trường văn hóa và các ngành CNVH; nâng cao hiệu quả thực thi quyền sở hữu trí tuệ và

các quyền liên quan, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh trên thị trường. Có thể nói, Kết luận này đã tiếp cận phát triển CNVH trên phạm vi toàn diện; phát triển CNVH là một trong những nội dung trọng tâm nhằm thực hiện có hiệu quả, tạo chuyển biến sâu sắc, toàn diện trong xây dựng, phát triển văn hóa, con người Việt Nam.

Năm 2021, Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII tiếp tục nhấn mạnh nhiệm vụ phát triển ngành CNVH gắn với phát triển thị trường văn hóa: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành CNVH và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới”. Trong đó tập trung: hoàn thiện các cơ chế, chính sách phát triển CNVH; phát triển những sản phẩm, loại hình văn hóa độc đáo, sáng tạo có sức lan tỏa để quảng bá, giới thiệu ra thế giới. Hình thành thị trường sản phẩm dịch vụ văn hóa, thông tin lành mạnh góp phần làm tốt công tác thông tin, tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, xu hướng phát triển xã hội, đấu tranh, lên án các hành vi vi phạm pháp luật, đạo đức xã hội, thuần phong mỹ tục, góp phần xây dựng xã hội an ninh, an toàn, dân chủ, tiên bộ (8).

Sau 10 năm thực hiện Nghị quyết số 33, ngày 21-5-2025 Bộ Chính trị ban hành Kết luận số 156-KL/TW về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 33 và Kết luận số 76-KL/TW, trong đó nhấn mạnh: “Có giải pháp đột phá đẩy mạnh phát triển CNVH bảo đảm các yếu tố: đổi mới, sáng tạo, bản sắc, độc đáo, chuyên nghiệp, lành mạnh, cạnh tranh, bền vững; xây dựng môi trường văn hóa số phù hợp với nền kinh tế số, xã hội số và công dân số; chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại và thúc đẩy quảng bá bản sắc văn hóa Việt Nam trong cộng đồng quốc tế” (9). Đặc biệt, Kết luận đã xác định rõ nhiệm vụ trọng tâm trong việc hoàn thiện hệ thống pháp luật về văn hóa, từ đó kiến tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho sự phát triển của các ngành CNVH. Đồng thời, văn kiện cũng đề cao vai trò của các sự kiện VHNT quy mô quốc gia và quốc tế như một phương tiện chiến lược để quảng bá hình ảnh đất nước, củng cố vị thế Việt Nam trên bản đồ văn hóa toàn cầu.

Tóm lại, từ những phân tích trên có thể khẳng định, quan điểm chỉ đạo của Đảng về mối quan hệ

biện chứng giữa văn hóa và kinh tế đã được hình thành từ rất sớm, kế thừa tư tưởng Hồ Chí Minh và không ngừng được bổ sung, phát triển qua các kỳ Đại hội, qua các nghị quyết, kết luận quan trọng. Trên cơ sở đó, Đảng đã từng bước xác lập, hoàn thiện hệ thống lý luận và thể chế về phát triển CNVH, coi đây là một trụ cột, một động lực mới của tăng trưởng bền vững, đồng thời là phương tiện chiến lược để khẳng định bản sắc, quảng bá hình ảnh và nâng cao vị thế quốc gia. Ngày nay, trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng và chuyển đổi sang nền kinh tế số, các sự kiện VHNT không chỉ là hoạt động giải trí đơn thuần mà còn trở thành nguồn lực kinh tế, góp phần xây dựng thương hiệu và lan tỏa giá trị văn hóa Việt Nam ra toàn cầu.

3. Cơ sở pháp lý về phát huy vai trò của các sự kiện VHNT trong xây dựng thương hiệu địa phương

Hệ thống luật pháp và văn bản quy phạm pháp luật

Trước hết, *Hiến pháp năm 2013* đã khẳng định văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu, vừa là động lực của sự phát triển bền vững. Đây là cơ sở pháp lý cao nhất để Nhà nước ban hành và tổ chức thực thi các chính sách phát triển văn hóa, trong đó có việc phát huy vai trò của các sự kiện VHNT. Tiếp đó, một loạt luật chuyên ngành đã ra đời, trực tiếp điều chỉnh các hoạt động VHNT. Tiêu biểu như *Luật Di sản văn hóa* (2001 sửa đổi, bổ sung 2009; sửa đổi 2024), tạo hành lang pháp lý cho việc bảo tồn, phát huy các giá trị di sản văn hóa, làm nền tảng tổ chức các sự kiện gắn với di sản; *Luật Sở hữu trí tuệ* (2005; sửa đổi, bổ sung 2009 và 2022) quy định về bảo hộ thương hiệu, bản quyền sáng tạo, nhãn hiệu sự kiện và các sản phẩm VHNT liên quan đến thương hiệu địa phương, qua đó bảo vệ lợi ích chính đáng của nghệ sĩ, nhà sản xuất, doanh nghiệp văn hóa; *Luật Điện ảnh* (2006, sửa đổi 2022); *Luật Du lịch* (2017) trong đó có khoản 2, điều 4 nêu rõ việc phát triển du lịch gắn với khai thác giá trị văn hóa, bao gồm sự kiện lễ hội, nghệ thuật truyền thống... là định hướng phát triển bền vững; *Luật Quảng cáo* (2012; sửa đổi, bổ sung 2025) tại khoản 2 điều 36 quy định tổ chức sự kiện như một phương tiện quảng bá, cần tuân thủ quy định của pháp luật, đảm bảo yếu tố văn hóa, thuần phong mỹ tục; đặc biệt *Nghị định quy định về hoạt động nghệ thuật biểu diễn* (2021), điều chỉnh hoạt động nghệ thuật biểu

diễn - lĩnh vực gắn trực tiếp với các sự kiện VHNT - theo hướng minh bạch, chuyên nghiệp, tạo môi trường thuận lợi cho sáng tạo, sản xuất và kinh doanh sản phẩm văn hóa.

Cùng với các đạo luật, Chính phủ và các bộ, ngành đã ban hành nhiều nghị định, quyết định, thông tư hướng dẫn về quản lý hoạt động nghệ thuật biểu diễn, lễ hội, quảng cáo, du lịch văn hóa... qua đó giúp định hình khung pháp lý rõ ràng cho việc tổ chức sự kiện VHNT nói riêng và CNVH nói chung trong điều kiện hội nhập và toàn cầu hóa.

Chính sách liên quan đến phát huy vai trò của các sự kiện VHNT trong xây dựng thương hiệu địa phương

Đầu tiên là *Đề án xây dựng và phát triển Thương hiệu quốc gia đến năm 2010* được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt lần đầu tại Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg ngày 25-11-2003, trong đó giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan thực hiện với mục tiêu phát triển thương hiệu quốc gia thông qua hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển các thương hiệu mạnh để quảng bá hình ảnh Việt Nam là quốc gia có hàng hóa, dịch vụ chất lượng, tạo dựng uy tín và nâng cao sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp Việt trên thị trường trong nước và quốc tế. Ngày 8-10-2019, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 1320/QĐ-TTg phê duyệt *Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030* với những mục tiêu cụ thể cho giai đoạn này và Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ban hành *Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam*.

Thứ hai, việc phát huy vai trò của các sự kiện VHNT đã được đề cập trong *Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020* do Chính phủ phê duyệt ngày 6-5-2009. Chiến lược nhấn mạnh rằng, trong những năm qua, sự phát triển mạnh mẽ của các phương thức sử dụng và truyền bá sản phẩm văn học, nghệ thuật thông qua các kênh như truyền hình, triển lãm, biểu diễn nghệ thuật, xuất bản và phát hành văn hóa phẩm đã góp phần quan trọng trong việc hình thành thị trường văn hóa và dịch vụ văn học, nghệ thuật sôi động trong nước. Đặc biệt, việc đưa các sản phẩm văn hóa này ra quốc tế đã giúp khẳng định vị thế của Việt Nam như một điểm đến giao lưu văn hóa quốc tế trong thời kỳ hội nhập (10). Bên cạnh đó, Chiến lược nhấn mạnh nhiệm vụ tập trung xây dựng cơ chế, chính sách và môi trường kinh doanh

để phát triển ngành CNVH; xác định đến năm 2015, một trong những đề án lớn được đề cập đến là xây dựng và tổ chức thực hiện đề án phát triển CNVH Việt Nam.

Thứ ba, *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* (Quyết định 1755/QĐ-TTg ngày 8-9-2016) định hướng đến các nội dung sau:

Một là, các ngành CNVH là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi nhằm thu hút tối đa các nguồn lực từ doanh nghiệp và xã hội để phát triển ngành CNVH.

Hai là, phát triển ngành CNVH dựa trên sự sáng tạo, khoa học công nghệ và bản quyền trí tuệ; khai thác tối đa yếu tố kinh tế của các giá trị văn hóa.

Ba là, phát triển các ngành CNVH có trọng tâm, trọng điểm, có lộ trình theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, phát huy lợi thế của Việt Nam, phù hợp với các quy luật cơ bản của kinh tế thị trường; được đặt trong tổng thể phát triển kinh tế, xã hội, bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ giữa các ngành, các khâu sáng tạo, phân phối, phổ biến và tiêu dùng.

Bốn là, phát triển CNVH gắn liền với việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, góp phần bảo vệ phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình giao lưu, hội nhập và hợp tác quốc tế.

Ngoài các chương trình trên, trong thời gian qua, Nhà nước đã ban hành hàng loạt chính sách kinh tế trong văn hóa, văn hóa trong kinh tế, chính sách liên quan đến CNVH như bố trí nguồn vốn từ các chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2021-2025 để thực hiện các hoạt động phát triển hệ thống thiết chế văn hóa cơ sở và bảo tồn di sản văn hóa dân tộc; dành nguồn lực lớn cho phát triển con người thông qua đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở vật chất các đơn vị giáo dục, đào tạo, nâng cấp hệ thống trường học, trường dạy nghề...; đầu tư tăng cường thể chất, nâng cao sức khỏe, tầm vóc và thể trạng con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước. Việc đầu tư cho phát triển văn hóa nói chung và phát triển thị trường sản phẩm, dịch vụ văn hóa nói riêng còn đến từ nguồn vốn ngoài ngân sách nhà nước. *Luật Đầu tư số 61/2020/QH14* đã quy định hoạt động “bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa” là ngành, nghề ưu đãi đầu tư (Khoản 1, Điều 16), được hưởng các ưu đãi đầu tư theo quy định của pháp luật (Khoản 1, Điều 15)...

Từ hệ thống các chính sách trên cho thấy, Nhà nước đã hình thành một hành lang pháp lý và định hướng chiến lược toàn diện để phát huy vai trò của các sự kiện VHNT như một nguồn lực quan trọng cho sự phát triển kinh tế, xã hội và xây dựng thương hiệu địa phương. Những chính sách này vừa khẳng định VHNT là trụ cột của CNVH, vừa mở ra cơ chế gắn kết chặt chẽ giữa văn hóa với kinh tế, biến sự kiện VHNT không chỉ là hoạt động giải trí tinh thần mà còn là kênh quảng bá hình ảnh, xúc tiến thương mại, thúc đẩy du lịch, lan tỏa bản sắc và nâng cao vị thế địa phương trong quá trình giao lưu, hội nhập quốc tế.

4. Kết luận

Có thể khẳng định rằng, các quan điểm của Đảng và chính sách của Nhà nước đã tạo nền tảng pháp lý và cơ chế điều hành đồng bộ, giúp các sự kiện VHNT không chỉ được bảo đảm tính chính danh, minh bạch mà còn có điều kiện phát huy tối đa giá trị, nguồn lực trong thực tiễn. Từ các Nghị quyết, Kết luận của Trung ương đến Hiến pháp, các đạo luật chuyên ngành, chiến lược và chương trình mục tiêu quốc gia, Đảng và Nhà nước ta đều nhấn mạnh vai trò của CNVH, trong đó sự kiện VHNT là lĩnh vực then chốt gắn với xây dựng thương hiệu địa phương. Thực tiễn từ việc tổ chức sự kiện VHNT ở nhiều tỉnh, thành trong thời gian qua đã chứng minh tác động tích cực của khung chính sách này, khi sự kiện văn hóa vừa thúc đẩy kinh tế, quảng bá hình ảnh địa phương, vừa lan tỏa giá trị văn hóa, nâng cao đời sống tinh thần và ý thức cộng đồng. Như vậy, cơ sở chính trị, pháp lý không chỉ là điều kiện cần mà còn là động lực trực tiếp để các sự kiện VHNT trở thành nguồn lực chiến lược, góp phần hiện thực hóa mục tiêu xây dựng thương hiệu địa phương, góp phần phát triển nhanh và bền vững đất nước trong giai đoạn mới (11)■

N.A.H

1. Hồ Chí Minh, *Về văn hóa*, Báo tàng Hồ Chí Minh, Hà Nội, 1997, tr.11.

2, 4. *Hồ Chí Minh toàn tập*, tập 12 và tập 15, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, tr.470, 622.

3. Đặng Thị Minh Nguyệt, *Một số quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh về văn hóa và nâng tầm văn hóa Việt Nam*, tapchicongsan.org.vn, 14-11-2022.

4. *Hồ Chí Minh toàn tập*, tập 15, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, tr.622.

5. Đỗ Đình Hăng, *Lý luận văn hóa và đường lối văn hóa của Đảng*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2007, tr.306.

6. Đảng Cộng sản Việt Nam, Nghị quyết số 04-NQ/HNTW Hội nghị lần thứ tư BCH Trung ương Đảng khóa VII “Về một số nhiệm vụ văn hóa, văn nghệ những năm trước mắt”, 1993.

7. Đảng Cộng sản Việt Nam, Nghị quyết số 33 - NQ/TW của BCH Trung ương Đảng khóa XI “Về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”, 2014, tr.6.

8. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021.

9. Kết luận số 156-KL/TW của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 3-NQ/TW của BCH Trung ương Đảng khóa XI và Kết luận số 76-KL/TW của Bộ Chính trị khóa XII về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW, 2025, tr.2.

10. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 581/QĐ-TTg phê duyệt *Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020*, 2009, tr.4.

11. Bài viết là sản phẩm của Đề tài KX03.01/21-30 thuộc Chương trình khoa học và công nghệ cấp quốc gia KX.03/21-30.

Tài liệu tham khảo

1. Đảng Cộng sản Việt Nam, Nghị quyết Hội nghị lần thứ 5 BCH Trung ương Đảng khóa VIII về “Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”, 1998.

2. Đảng Cộng sản Việt Nam, Nghị quyết Hội nghị lần thứ 10 BCH Trung ương Đảng khóa IX về “Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”, 2004.

3. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg phê duyệt *Đề án xây dựng và phát triển Thương hiệu quốc gia đến năm 2010*, 2003.

4. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 1320/QĐ-TTg phê duyệt *Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030*, 2019.

5. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ban hành *Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam*, 2019.

6. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 1755/QĐ-TTg về việc phê duyệt *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, 2016.

7. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 88/QĐ-TTg về việc phê duyệt *Đề án tăng cường năng lực quản lý và thực thi có hiệu quả pháp luật bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan đến năm 2020, định hướng đến năm 2025*, 2017.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 15-8-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 20-9-2025; Ngày duyệt đăng: 30-9-2025.