

PHÁT HUY NGUỒN LỰC DI SẢN VĂN HÓA TRONG XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU “THÀNH PHỐ SÁNG TẠO” CỦA THÀNH PHỐ HÀ NỘI

ĐẶNG THỊ HỒNG HẠNH*

Tóm tắt: Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, nhiều thành phố trên thế giới hướng đến phát triển bền vững gắn liền với bản sắc văn hóa riêng. Mô hình “Thành phố sáng tạo” do UNESCO khởi xướng từ năm 2004 đã trở thành chiến lược quan trọng, thúc đẩy phát triển dựa trên đổi mới sáng tạo và di sản văn hóa. Hà Nội với nền văn hóa - lịch sử nghìn năm, được UNESCO công nhận là Thành phố sáng tạo trong lĩnh vực thiết kế năm 2019. Danh hiệu này vừa là vinh dự vừa là cơ hội để Hà Nội phát huy giá trị di sản truyền thống, xây dựng thương hiệu đô thị sáng tạo, hội nhập quốc tế. Di sản văn hóa, không chỉ là đối tượng bảo tồn mà còn là tài nguyên sống và động lực phát triển kinh tế sáng tạo. Bài viết tập trung làm rõ vai trò của di sản trong xây dựng thương hiệu “Thành phố sáng tạo” Hà Nội và đề xuất giải pháp khai thác hiệu quả nguồn lực này.

Từ khóa: di sản văn hóa, thành phố sáng tạo, Hà Nội.

Abstract: In the context of globalization and digital transformation, many cities worldwide are moving toward sustainable development connected with their unique cultural identity. The “Creative Cities” model, initiated by UNESCO in 2004, has become an important strategy to promote development based on innovation and cultural heritage. With its millennium-long history and culture, Hanoi was recognized by UNESCO as a Creative City in the field of design in 2019. This title is both an honor and an opportunity for Hanoi to promote the value of its traditional heritage, build a brand as a creative urban center, and integrate internationally. Cultural heritage is not merely an object for preservation but also a living resource and a driving force for creative economic development. This article clarifies the role of heritage in building Hanoi’s “Creative City” brand and proposes solutions to effectively exploit this resource.

Keywords: cultural heritage, creative city, Hanoi.

1. Tiềm năng và nguồn lực di sản văn hóa của Hà Nội

Một là, Hà Nội là đô thị có chiều sâu lịch sử và bề dày văn hóa đặc sắc. Với hơn 1.000 năm văn hiến, Hà Nội sở hữu hệ thống di sản văn hóa phong phú, đa dạng với 6.489 di tích được kiểm kê (1), trong đó, 2.669 di tích được xếp hạng (chiếm khoảng 1/3 tổng số di tích xếp hạng của cả nước). Có 1 di sản thế giới (Khu trung tâm Hoàng thành Thăng Long); 2 di sản tư liệu thế giới (82 bia tiến sĩ tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám, Châu bản triều Nguyễn); 22 di tích quốc gia đặc biệt (2); 1.163 di tích/ cụm di tích xếp hạng quốc gia (chiếm ¼ tổng số di tích xếp hạng quốc gia của cả nước); 1.484 di tích/ cụm di tích xếp hạng cấp thành phố; 1.793 di sản văn hóa phi vật thể, trong đó có 4 di

sản văn hóa phi vật thể được UNESCO ghi danh (3); 13 di sản văn hóa phi vật thể quốc gia như ca trù, hát xẩm, múa rối nước, nghề thủ công truyền thống và các lễ hội dân gian đặc sắc. Những giá trị này không chỉ mang ý nghĩa lịch sử - văn hóa mà còn là nguồn lực sáng tạo quan trọng, góp phần định hình bản sắc và truyền cảm hứng cho cộng đồng sáng tạo trong nhiều lĩnh vực như thiết kế, kiến trúc, thủ công mỹ nghệ, thời trang, âm nhạc, ẩm thực, điện ảnh.

Hai là, Hà Nội sở hữu nguồn lực quý giá từ các làng nghề truyền thống, là không gian sáng tạo dân gian và nguồn nguyên liệu bản địa đa dạng. Thành phố Hà Nội là nơi tập trung số lượng làng nghề và các nghệ nhân nhiều nhất cả nước. Trong số gần 5.400 làng nghề ở Việt Nam, Hà Nội chiếm 1/3 với

khoảng 1.350 làng nghề, chiếm khoảng 56% tổng số làng ở khu vực nông thôn. Tính đến hết năm 2024, Hà Nội có 337 nghề, làng nghề, làng nghề truyền thống đã được công nhận (chiếm 24,9%), trong đó, có 269 làng được công nhận danh hiệu làng nghề, 61 làng được công nhận danh hiệu làng nghề truyền thống và 7 nghề truyền thống (4). Đặc biệt, Hà Nội có 2 làng nghề (làng nghề gốm sứ Bát Tràng và làng nghề dệt lụa Vạn Phúc) được công nhận là thành viên của Mạng lưới các thành phố thủ công sáng tạo trên toàn thế giới. Các làng nghề Hà Nội có 47 nghề trong tổng số 52 nghề truyền thống của cả nước, hội tụ đủ các nhóm nghề. Các làng nghề của Hà Nội có tính sáng tạo cao với các sản phẩm thủ công đa dạng, độc đáo, giàu bản sắc văn hóa, như đúc đồng Ngũ Xã, kim hoàn Định Công, nghề mây tre đan Phú Vinh, chuồn chuồn tre Thạch Xá, nón Chuông, sơn mài Hạ Thái, quạt Chàng Sơn, thêu Quất Động, gốm Bát Tràng, lụa Vạn Phúc... Các làng nghề này không chỉ tạo ra sản phẩm thủ công mỹ nghệ có giá trị thẩm mỹ và sáng tạo cao mà còn là “vùng nguyên liệu văn hóa” quan trọng cho các ngành công nghiệp sáng tạo. Khi được kết nối với thiết kế hiện đại, công nghệ số, marketing văn hóa và du lịch trải nghiệm, các làng nghề có tiềm năng trở thành không gian thực hành sáng tạo đương đại.

Ba là, không gian đô thị Hà Nội là sự kết hợp hài hòa giữa di sản và hiện đại. Từ khu phố cổ, phố cũ kiểu Pháp, các làng cổ ven đô đến các công trình kiến trúc đương đại, Hà Nội tạo nền tảng phát triển thiết kế đô thị bản sắc và thiết kế công cộng sáng tạo, gắn kết cộng đồng với không gian sống. Những mô hình thí điểm như không gian đi bộ Hồ Gươm - phố cổ, nơi hội tụ nghệ thuật đương đại và biểu diễn truyền thống (5); không gian sáng tạo Zone 9, Complex 01, 282 Design Studio được chuyển đổi từ nhà máy cũ; cùng các bảo tàng, thư viện, rạp chiếu phim, trường mỹ thuật, kiến trúc... tạo nên các thiết chế linh hoạt, giao thoa giữa truyền thống và sáng tạo.

Bốn là, cộng đồng sáng tạo năng động tại Hà Nội đóng vai trò then chốt trong kế thừa và phát huy giá trị di sản. Lực lượng đông đảo nghệ nhân, nghệ sĩ, nhà thiết kế, kiến trúc sư và sinh viên nghệ thuật đang nỗ lực chuyên hóa di sản văn hóa truyền thống thành các sản phẩm, dịch vụ sáng tạo mới. Nhiều nghệ nhân trẻ ứng dụng công nghệ số và thiết kế hiện đại để tạo ra các dòng sản phẩm “mới trong cũ”, nâng cao giá trị xuất khẩu, du lịch và nhận diện thương hiệu. Các sáng kiến cộng đồng như “Tuần lễ thiết kế Việt Nam”, “Festival sáng tạo và thiết kế Hà

Nội” và chương trình của Hội Kiến trúc sư Hà Nội, Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp... càng thúc đẩy sáng tạo gắn bó chặt chẽ với di sản văn hóa đô thị, góp phần khẳng định vị thế Hà Nội trong Mạng lưới Thành phố sáng tạo của UNESCO.

2. Kết quả phát huy nguồn lực di sản văn hóa trong xây dựng và phát triển thương hiệu “Thành phố sáng tạo” của Hà Nội

Việc khai thác nguồn lực di sản trong xây dựng thương hiệu “Thành phố sáng tạo” của Hà Nội đã đạt một số kết quả đáng ghi nhận:

Thứ nhất, về số lượng và tính chất không gian sáng tạo gắn với di sản

Hà Nội hiện có hơn 60 không gian sáng tạo chính thức và nhiều cụm phi chính thức tại các khu vực làng nghề, phố cổ và khu công nghiệp cũ chuyên đổi. Tiêu biểu là Không gian sáng tạo Bát Tràng - tích hợp sản xuất, trưng bày và trải nghiệm gốm thủ công truyền thống; Không gian thiết kế Chăm Cổ - khai thác kiến trúc và biểu tượng cổ; Phúc Tân Art Project - biển bãi rác ven sông Hồng thành không gian nghệ thuật đương đại, kết nối di sản cảnh quan.

Các không gian này đóng vai trò tụ điểm cộng đồng sáng tạo, nơi nghệ nhân, nghệ sĩ, nhà thiết kế, kiến trúc sư, nhà nghiên cứu và tổ chức văn hóa cùng thực hành, trưng bày và phát triển sản phẩm sáng tạo. Không gian sáng tạo không chỉ phục vụ sản xuất nghệ thuật mà còn chuyên hóa giá trị di sản vật thể và phi vật thể thông qua giáo dục, triển lãm và truyền thông tương tác.

Đặc biệt, nhiều không gian vận hành theo mô hình công - tư - cộng đồng, trong đó nghệ nhân, tổ chức văn hóa và doanh nghiệp xã hội giữ vai trò trung tâm. Các không gian như Zone 9, Complex 01, 282 Design Studio, Ô Kìa Hà Nội, Phố nghệ thuật Phùng Hưng vừa bảo tồn di sản đô thị vừa định hình xu hướng thiết kế đương đại. Sự đa dạng và phát triển nhanh chóng của các không gian sáng tạo cho thấy tiềm năng hình thành hệ sinh thái sáng tạo gắn với di sản, góp phần cụ thể hóa mục tiêu trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo Đông Nam Á dựa trên giá trị lịch sử, văn hóa Thăng Long - Hà Nội.

Thứ hai, về cơ cấu hoạt động sáng tạo gắn với di sản

Hoạt động sáng tạo tại Hà Nội phản ánh sự giao thoa giữa truyền thống và hiện đại, giữa bảo tồn và đổi mới, tập trung vào thiết kế sáng tạo, thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật trình diễn truyền thống, truyền thông - quảng bá văn hóa, mỹ thuật thị giác và ứng dụng công nghệ số.

Trong thiết kế, nhiều sản phẩm thời trang, nội thất, bao bì, tranh in, đồ lưu niệm khai thác hoa văn, biểu tượng, chất liệu truyền thống (gốm, lụa, tre, giấy dó), hình thành phong cách mang đặc trưng Hà Nội và đáp ứng thị hiếu hiện đại. Các thương hiệu như Hanoia, Kilomet 109, Tan My Design, Vụn Art khai thác di sản để tái định hình nghề thủ công truyền thống trong kinh tế sáng tạo.

Thủ công mỹ nghệ tiếp tục là lĩnh vực then chốt, đặc biệt tại các làng nghề Bát Tràng, Vạn Phúc, Hạ Thái, Quất Động, Phú Vinh. Nghệ nhân và nghệ sĩ trẻ đổi mới mẫu mã, kết hợp kỹ thuật hiện đại và xu hướng thiết kế để tạo sản phẩm phục vụ du lịch, xuất khẩu và thị trường nội địa.

Nghệ thuật trình diễn như ca trù, chèo, xẩm, múa rối nước được hiện đại hóa, đưa vào chương trình nghệ thuật, du lịch đêm, lễ hội, giáo dục. Các nhóm nghệ sĩ trẻ như DomDom, Sứ sống mới Ca trù, Xẩm Hà thành, Lune Production chuyển hóa di sản phi vật thể thành sản phẩm nghệ thuật dễ tiếp cận.

Truyền thông và mỹ thuật thị giác khai thác di sản qua tranh minh họa, nhiếp ảnh, phim ngắn, sách tranh, AR/VR. Các dự án như “Giải mã Hoàng thành Thăng Long”, sách ảnh “Hà Nội 36 phố phường”, video “Hà Nội đẹp và chưa đẹp” thể hiện sự chủ động của cộng đồng sáng tạo trong nâng cao nhận thức di sản.

Thứ ba, về loại hình di sản được khai thác

Hà Nội khai thác cả di sản vật thể và phi vật thể. Di sản vật thể bao gồm kiến trúc đô thị cổ, làng nghề, di tích lịch sử, văn hóa như Hoàng thành Thăng Long, Văn Miếu - Quốc Tử Giám, phố cổ, chùa Trấn Quốc, chùa Một Cột, làm nền tảng cho các chương trình nghệ thuật, thiết kế, du lịch và giáo dục văn hóa. Kiến trúc đô thị cổ được sử dụng trong thiết kế sản phẩm, mỹ thuật ứng dụng, tạo bản sắc thẩm mỹ.

Di sản phi vật thể phong phú với lễ hội truyền thống, dân ca, nghề thủ công. Các yếu tố này được bảo tồn và sáng tạo thành sản phẩm văn hóa đương đại, ví dụ ca trù kết hợp âm nhạc điện tử, rối nước dùng công nghệ âm thanh - ánh sáng hiện đại.

Hà Nội đã ứng dụng công nghệ số để tái hiện và lan tỏa di sản: tour đêm “Giải mã Hoàng thành Thăng Long”, “Tinh hoa đạo học” tại Văn Miếu, tour VR 360° tại bảo tàng, mã QR di tích. Số hóa di sản không chỉ phục vụ du lịch mà còn tạo nền tảng sản xuất giáo dục, truyền thông, trò chơi, hoạt hình - hướng đi đặc trưng của công nghiệp văn hóa hiện đại.

Thứ tư, về mức độ đóng góp vào hoạt động sáng tạo

Di sản văn hóa trở thành “vật liệu sáng tạo” trung tâm trong thiết kế, nghệ thuật ứng dụng và sản xuất

văn hóa, chuyển hóa giá trị di sản thành cảm hứng sáng tạo đương đại.

Trong thiết kế đồ họa và truyền thông thị giác, các biểu tượng di sản như Khuê Văn Các, Chùa Một Cột, Rồng Thăng Long, phố cổ được cách điệu thành poster, logo, bao bì. Các thương hiệu Liti Florist, Gốm Hữu Nghi, 282 Design Studio, Zo Project tạo ra bộ sưu tập poster, thiệp, túi vải, quà lưu niệm mang đậm yếu tố di sản, nhưng hiện đại, phù hợp thị hiếu giới trẻ và du lịch quốc tế.

Trong thiết kế thời trang và thủ công mỹ nghệ, họa tiết dân gian được ứng dụng trong quần áo, phụ kiện, gốm sứ, hàng lưu niệm cao cấp. Các thương hiệu Hanoia, Kilomet109, Chula khẳng định vị thế trong và ngoài nước.

Trong phim tài liệu và truyền thông, di sản được tái hiện qua phim lịch sử, vlog du lịch, clip giới thiệu di tích. Các dự án sáng tạo của giới trẻ như “Hà Nội rong”, “Lịch sử Việt trong tranh vẽ”, “Chuyện phố Hàng” lan tỏa tinh thần yêu di sản bằng ngôn ngữ thời đại số.

Sự kiện văn hóa sáng tạo như Hà Nội Creative City Festival, Tuần lễ Thiết kế sáng tạo, triển lãm tại Zone 9, Manzi, VICAS Art Studio, Không gian sáng tạo 282 Design Studio, tour đêm tại Hoàng thành, Văn Miếu... kết nối cộng đồng sáng tạo với di sản, thúc đẩy chuỗi sản phẩm sáng tạo, nâng cao nhận thức và giá trị kinh tế, xã hội.

Có thể thấy, di sản văn hóa Hà Nội đang được chuyển hóa thành tài nguyên cho công nghiệp sáng tạo và thương hiệu “Thành phố sáng tạo”. Tuy nhiên, để phát huy tối đa, cần chiến lược tích hợp mạnh mẽ giữa bảo tồn, đào tạo nhân lực sáng tạo, phát triển thị trường văn hóa và ứng dụng công nghệ hiện đại..

3. Khó khăn và thách thức

Mặc dù đạt được nhiều kết quả bước đầu, việc phát huy di sản trong chiến lược xây dựng thành phố sáng tạo ở Hà Nội hiện còn một số khó khăn, thách thức:

Thứ nhất, tư duy quản lý di sản văn hóa còn nặng tính bảo tồn truyền thống, chưa chuyển mạnh sang tiếp cận khai thác sáng tạo. Nhiều di tích và không gian di sản được quản lý theo hướng “đóng kín”, hạn chế can thiệp, chưa khuyến khích các hình thức sử dụng mềm, linh hoạt. Thủ tục, quy chế và định kiến về “thương mại hóa di sản” cản trở nghệ sĩ, nhà thiết kế và doanh nghiệp sáng tạo tiếp cận nguồn lực vật chất từ di tích, nhà cổ, đình chùa và làng nghề.

Thứ hai, thiếu cơ chế, chính sách liên ngành để kết nối di sản với ngành công nghiệp sáng tạo. Hiện, các chương trình phát triển di sản và công nghiệp

sáng tạo chưa được lồng ghép về mục tiêu, nguồn lực và phương thức thực hiện. Lĩnh vực di sản văn hóa thuộc quản lý chuyên ngành của cơ quan văn hóa, trong khi thiết kế, công nghệ số, truyền thông do các đơn vị khác như công thương, khoa học công nghệ điều phối. Thiếu kết nối giữa các ngành khiến chuỗi giá trị từ di sản đến sản phẩm sáng tạo manh mún và hiệu quả thấp.

Thứ ba, nguồn nhân lực sáng tạo chưa được đào tạo bài bản để khai thác và làm mới các giá trị di sản một cách chuyên nghiệp và bền vững. Nhiều nghệ sĩ, nhà thiết kế trẻ còn thiếu kiến thức sâu về văn hóa, lịch sử và mỹ học dân gian - yếu tố cốt lõi để chuyển hóa di sản thành sáng tạo có chiều sâu. Nghệ nhân làng nghề thường thiếu cơ hội tiếp cận công nghệ, tư duy thiết kế hiện đại và mô hình kinh doanh mới. Khoảng cách giữa thế hệ sáng tạo mới và thế hệ bảo tồn di sản khiến giao thoa cần thiết cho “di sản sáng tạo” chưa mạnh mẽ.

Thứ tư, hạ tầng và mô hình không gian sáng tạo còn hạn chế. Dù Hà Nội có nhiều địa điểm tiềm năng như phố cổ, nhà cổ, xưởng cũ, làng nghề, số lượng không gian cải tạo, vận hành bền vững vẫn ít và manh mún. Các dự án cộng đồng hoặc khởi nghiệp sáng tạo gặp khó khăn về thuê mặt bằng và tài chính dài hạn, khiến nguồn lực di sản chưa thực sự trở thành động lực kinh tế - sáng tạo.

Thứ năm, sự tham gia cộng đồng còn hạn chế. Xây dựng “Thành phố sáng tạo” đòi hỏi sự tham gia của người dân trong vai trò bảo tồn, thực hành sáng tạo và tiêu dùng văn hóa. Tuy nhiên, người dân chưa hiểu rõ ý nghĩa, quyền lợi từ việc chuyển hóa di sản. Một số mô hình khai thác di sản chưa tôn trọng giá trị văn hóa, gây phản cảm, xâm hại di tích, làm mất lòng tin cộng đồng và tạo mâu thuẫn giữa bảo tồn và phát triển.

Thứ sáu, tính biểu tượng và sức lan tỏa quốc tế của thương hiệu “Hà Nội - Thành phố sáng tạo” còn sơ khai. Mặc dù gia nhập mạng lưới Thành phố sáng tạo UNESCO từ 2019, Hà Nội thiếu các sự kiện quốc tế quy mô lớn và sản phẩm biểu trưng sáng tạo gắn với di sản có ảnh hưởng khu vực và thế giới. Việc quảng bá trên nền tảng số, truyền thông quốc tế và sản phẩm xuất khẩu văn hóa chưa được đầu tư đúng mức, khiến thương hiệu sáng tạo Hà Nội chưa đạt độ nhận diện và khả năng cạnh tranh tương xứng với tiềm năng di sản.

Thứ bảy, hạn chế trong công tác số hóa và chuyển đổi số di sản. Việc số hóa hiện còn nhỏ lẻ, thiếu chiến lược tổng thể, dữ liệu chủ yếu phục vụ lưu trữ nội bộ, thiếu tính mở và khó tích hợp vào nền tảng sáng

tạo. Hạ tầng công nghệ chưa đáp ứng, đội ngũ chuyên môn còn hạn chế, cơ chế chia sẻ dữ liệu chưa rõ ràng. Điều này gây khó khăn trong việc chuyển nguồn lực di sản thành chất liệu sáng tạo, làm lãng phí tiềm năng trong nền kinh tế tri thức.

4. Một số đề xuất và giải pháp phát huy hiệu quả nguồn lực di sản văn hóa trong phát triển thương hiệu “Thành phố sáng tạo” của Hà Nội

Để phát huy vai trò của di sản văn hóa như nguồn lực chiến lược trong xây dựng thương hiệu “Thành phố sáng tạo” của Hà Nội, cần tập trung các nội dung sau:

Thứ nhất, đổi mới tư duy tiếp cận di sản theo hướng “bảo tồn gắn với sáng tạo”. Di sản không chỉ là đối tượng bảo tồn mà còn là nguồn cảm hứng cho hoạt động sáng tạo đương đại. Cần chuyển từ tư duy “bảo tồn thụ động” sang “bảo tồn chủ động - kiến tạo giá trị mới”. Các chính sách quản lý di sản nên lồng ghép mục tiêu phát triển công nghiệp văn hóa và đô thị sáng tạo, đồng thời xây dựng khung hướng dẫn khai thác di sản linh hoạt và có trách nhiệm cho nghệ sĩ, nhà thiết kế và doanh nghiệp sáng tạo.

Thứ hai, hoàn thiện hành lang pháp lý và cơ chế phối hợp đa ngành. Hà Nội cần thể chế hóa chiến lược thành phố sáng tạo với nội dung rõ ràng về phát huy giá trị di sản, tích hợp vào kế hoạch kinh tế, xã hội, quy hoạch không gian sáng tạo và quy chế khai thác di sản. Đồng thời, cần cơ chế phối hợp giữa các sở, ban ngành như Văn hóa, Quy hoạch - Kiến trúc, Du lịch, Khoa học - Công nghệ. Việc thành lập tổ công tác liên ngành hoặc hội đồng tư vấn về thành phố sáng tạo sẽ nâng cao hiệu quả điều phối và triển khai chính sách.

Thứ ba, tăng cường số hóa và chuyển đổi số di sản phục vụ sáng tạo. Đẩy mạnh số hóa để tạo nền tảng dữ liệu mở phục vụ sáng tạo và giáo dục. Thành phố cần xây dựng cơ sở dữ liệu số đồng bộ, kết nối với các nền tảng thiết kế, truyền thông số, game, phim ảnh. Ưu tiên các dự án thí điểm số hóa theo chuẩn quốc tế, ứng dụng AI, 3D, VR/AR để tái hiện không gian di sản và phát triển sản phẩm sáng tạo tương tác. Đồng thời, cần đào tạo nhân lực có năng lực công nghệ và thẩm mỹ văn hóa để vận hành hệ thống hiệu quả.

Thứ tư, phát triển các mô hình không gian sáng tạo dựa trên di sản. Hà Nội có tiềm năng lớn để tạo không gian sáng tạo từ đình, đền, nhà cổ, làng nghề, nhà máy cũ. Việc chuyển đổi chức năng cần đi kèm quy hoạch hợp lý, giữ gìn nguyên trạng và đảm bảo bền vững. Cần hỗ trợ cộng đồng và doanh nghiệp xã hội triển khai mô hình “studio trong di sản”, “bảo tàng sống” hay “chợ phiên sáng tạo”, biến di sản

thành trung tâm giao thoa giữa truyền thống và đổi mới, học hỏi từ kinh nghiệm các thành phố như Kyoto, Geelong hay Singapore.

Thứ năm, tăng cường giáo dục di sản và truyền thông sáng tạo trong cộng đồng. Cần đưa giáo dục di sản vào trường học dưới dạng trải nghiệm, thiết kế và mỹ thuật ứng dụng từ di sản. Truyền thông đại chúng cần hình ảnh di sản sinh động, gần gũi, cập nhật qua mạng xã hội, phim ảnh, hoạt hình, podcast... nhằm thúc đẩy sự đồng hành của người dân trong quá trình sáng tạo dựa trên di sản.

Thứ sáu, khuyến khích mô hình kinh tế sáng tạo gắn với di sản. Thành phố cần chính sách ưu đãi, hỗ trợ tài chính - kỹ thuật cho các dự án khởi nghiệp sáng tạo từ di sản, đặc biệt trong thiết kế sản phẩm, thủ công mỹ nghệ, du lịch văn hóa. Cần tăng cường xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm sáng tạo ra quốc tế và tổ chức các giải thưởng, cuộc thi thiết kế lấy cảm hứng từ di sản nhằm thúc đẩy đổi mới và sáng tạo.

Thứ bảy, cơ chế lắng nghe và đồng hành cùng cộng đồng di sản. Phát huy giá trị di sản phải đặt trong mối quan hệ hài hòa với cộng đồng - chủ thể lưu giữ và thực hành di sản. Thành phố nên thiết lập cơ chế tham vấn thường xuyên, khuyến khích người dân, nghệ nhân và cộng đồng làng nghề tham gia xây dựng chính sách, ý tưởng sáng tạo, tổ chức sự kiện... nhằm bảo đảm bền vững, công bằng và giữ bản sắc gốc của di sản văn hóa Hà Nội...

5. Kết luận

Có thể thấy, phát huy nguồn lực di sản văn hóa là chìa khóa quan trọng trong xây dựng và phát triển thương hiệu “Thành phố sáng tạo” của Hà Nội. Di sản không chỉ là giá trị quá khứ cần bảo tồn, mà còn là chất liệu giàu tiềm năng để khơi nguồn sáng tạo, phát triển công nghiệp văn hóa và thiết kế đô thị. Để hiện thực hóa mục tiêu này, Hà Nội cần tiếp cận toàn diện: quy hoạch tích hợp, chính sách đồng bộ, phát triển nguồn nhân lực sáng tạo, thúc đẩy số hóa và liên kết doanh nghiệp. Di sản và sáng tạo không tách rời, mà tương tác để làm nên bản sắc riêng biệt của một đô thị sáng tạo. Với bề dày lịch sử và tiềm lực hiện có, Hà Nội hoàn toàn có thể vươn lên trở thành một trung tâm sáng tạo đặc sắc của khu vực, nơi hội tụ giữa truyền thống và hiện đại trong không gian sáng tạo bền vững ■

Đ.T.H.H

1. Quyết định số 1559/QĐ-UBND ngày 17-3-2025 của UBND thành phố Hà Nội về việc phê duyệt bổ sung danh mục kiểm kê di tích trên địa bàn thành phố Hà Nội từ ngày 31-12-2015 đến ngày 31-1-2025.

2. Các di tích quốc gia đặc biệt tiêu biểu như: Khu Trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội; Khu di tích Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch; Văn Miếu - Quốc Tử Giám; Cổ Loa; Thăng Long tứ trấn; đền Hai Bà Trưng; hồ Hoàn Kiếm và đền Ngọc Sơn; Quần thể Hương Sơn; đình Tây Đằng; chùa Tây Phương.

3. Gồm: Nghệ thuật ca trù - Di sản văn hóa phi vật thể cần Bảo vệ khẩn cấp của nhân loại (ghi danh năm 2009); Hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc - Di sản văn hóa phi vật thể đại diện nhân loại (ghi danh năm 2010); Nghi lễ và trò chơi kéo co - Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể đại diện nhân loại (ghi danh năm 2015); Thực hành Tín ngưỡng thờ Mẫu Tam phủ của người Việt - Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể đại diện nhân loại (ghi danh năm 2016).

4. Văn bản số 1370/SCT-XNK ngày 26-3-2025 của Sở Công Thương Hà Nội về việc phối hợp cung cấp thông tin, số liệu xuất khẩu sản phẩm làng nghề.

5. Không gian sáng tạo di sản phố cổ Hà Nội: Các hoạt động trình diễn âm nhạc dân gian, sắp đặt nghệ thuật, thiết kế đồ họa tại các đình, nhà cổ phố Hàng Buồm, Mã Mây, Đào Duy Từ tạo sức hút lớn với người dân và du khách.

Tài liệu tham khảo

1. Quốc hội, *Luật Di sản văn hóa số 45/2024/QH15*, ngày 23-11-2024.

2. Quốc hội, *Luật Thủ đô số 39/2024/QH15*, ngày 28-6-2024.

3. Bộ Chính trị, *Nghị quyết số 15-NQ/TW ngày 5-5-2022 về phương hướng, nhiệm vụ phát triển Thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.

4. Thủ tướng Chính phủ, *Quyết định số 2026/QĐ-TTg ngày 2-12-2021 về việc phê duyệt Chương trình số hóa Di sản văn hóa Việt Nam giai đoạn 2021-2030*.

5. Thủ tướng Chính phủ, *Quyết định số 1569/QĐ-TTg ngày 12-12-2024 phê duyệt Quy hoạch Thủ đô Hà Nội thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*.

6. UBND thành phố Hà Nội, *Báo cáo tổng hợp Quy hoạch Thủ đô Hà Nội thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050* trong hồ sơ quy hoạch trình Thủ tướng Chính phủ.

7. UBND thành phố Hà Nội, *Quyết định số 1559/QĐ-UBND ngày 17-3-2025 về việc phê duyệt bổ sung danh mục kiểm kê di tích trên địa bàn thành phố Hà Nội từ ngày 31-12-2015 đến ngày 31-1-2025*.

8. UBND thành phố Hà Nội, *Công văn số 399/UBND-KTN ngày 10-2-2025 về việc tổ chức sự kiện gắn với lễ đón nhận 2 làng nghề gốm sứ Bát Tràng và dệt lụa Vạn Phúc là thành viên của Mạng lưới các Thành phố thủ công sáng tạo thế giới*.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 15-7-2025; Ngày phân biên, đánh giá, sửa chữa: 28-7-2025; Ngày duyệt đăng: 10-8-2025.