

VÀI NÉT VỀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HOÁ VÀ SÁNG TẠO Ở LIÊN MINH CHÂU ÂU NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY

Nguyễn Thị Ngọc*
Nguyễn Thị Anh Thư**

Tóm tắt: Bài viết xem xét một số khía cạnh về phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở Liên minh Châu Âu (EU) những năm gần đây. Từ những dữ liệu được các cơ quan EU công bố và nghiên cứu điển hình, bài viết cho rằng ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo đã có mặt ở EU từ nhiều thập kỷ trước, song gần đây mới được nhắc đến nhiều. Trên thực tế, ngành này đóng góp lớn vào nền kinh tế, tạo việc làm, gìn giữ, phát huy và lan toả vốn văn hoá của người châu Âu. Quá trình phát triển của nó chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố, có yếu tố thuận lợi nhưng cũng là bất lợi, chẳng hạn, quá trình số hoá, nhu cầu của khách hàng thay đổi, tác động của dịch COVID-19... EU cũng đã có một số điều chỉnh trong chính sách phát triển ngành công nghiệp này. Do vậy, thời gian tới, hy vọng chúng ta sẽ chứng kiến sự phát triển vượt bậc của ngành ở EU, cũng như các quốc gia khác trên thế giới.

Từ khóa: phát triển, công nghiệp văn hoá, sáng tạo, chính sách, EU

Abstract: The paper analyzes some aspects of the cultural and creative industry development in the European Union (EU) in recent years. From the data published by EU agencies and case studies, the paper shows that the cultural and creative industry has been present in the EU for decades, but it has only been recognized and mentioned a lot by the EU's leaders and scientists recently. In fact, it makes a great contribution to the economy, creating jobs, preserving, promoting and spreading the cultural capital of Europeans. Its development process is influenced by many factors, there are advantages but also disadvantages, for example, the digitalization process, changing customer needs, the impact of COVID-19... The EU has also made some adjustments in its development policy. Therefore, in the coming time, we hope to witness the outstanding development of the industry in the EU, as well as in other countries around the world.

Keywords: development, cultural industry, creativity, policy, EU

1. Khái quát chung

Cho đến nay, tại khu vực EU, người ta vẫn chưa có sự thống nhất về khái niệm công

ng nghiệp văn hoá và sáng tạo. Năm 2012, báo cáo phối hợp giữa Nghị viện Châu Âu (EP) với Ủy ban Châu Âu (European Commission) cho rằng các ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo là “các ngành sử dụng văn hóa làm yếu tố đầu vào và thể hiện được chiều hướng văn hóa, cho dù đầu ra của chúng có thể chủ yếu là chức năng của sản phẩm. Kiến trúc và thiết kế cũng là ngành

* TS., Viện Nghiên cứu châu Âu, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

** Đại học Chu Văn An

Nhận bài ngày: 25/2/2022

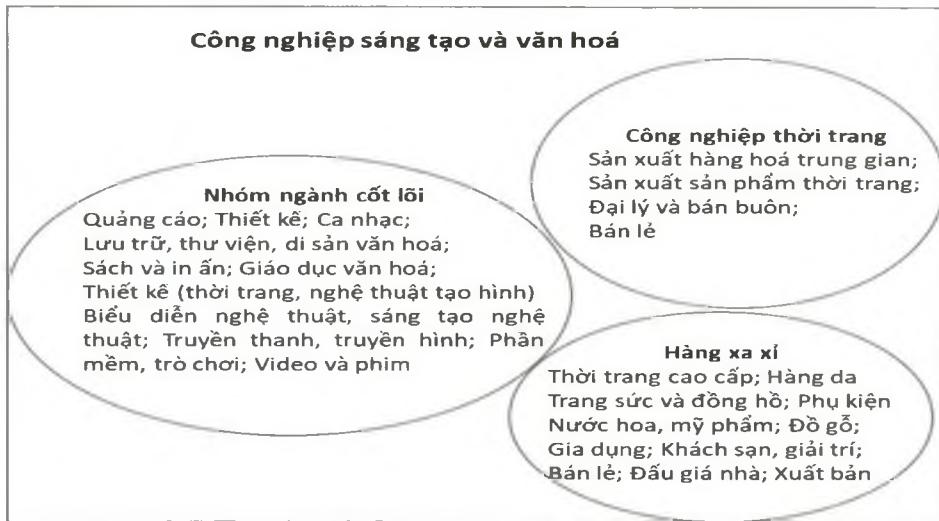
Phản biện xong: 22/3/2022

Chấp nhận đăng: 15/4/2022

công nghiệp sáng tạo”. Người ta còn gọi đây là nhóm ngành cốt lõi. Gần đây, một nghiên cứu của nhóm chuyên gia trong EP bổ sung thêm ngành công nghiệp thời trang và thiết kế cao cấp vào nhóm ngành công nghiệp sáng tạo (Michael Soendermann, 2019). Tuy nhiên, Tổng cục Giáo dục và Văn hoá thuộc Ủy ban Châu Âu lại cho rằng chỉ nên gọi là

ngành công nghiệp văn hoá. Còn các nước thành viên của EU và các nhóm nghiên cứu thì đồng ý với cả hai cách gọi có thể là công nghiệp văn hoá hoặc công nghiệp văn hoá và sáng tạo. Tuy có cách gọi khác nhau song họ đều dừng lại ở điểm chung căn bản là cấu thành của ngành công nghiệp này gồm 3 hợp phần căn bản (hình 1), gồm:

Hình 1: Hợp phần của ngành công nghiệp sáng tạo và văn hoá



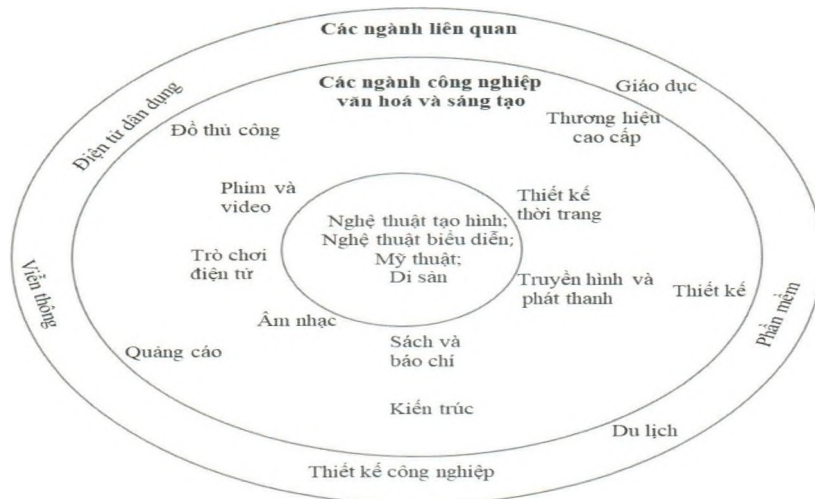
Nguồn: Michael Soendermann, 2019.

Theo European Investment Fund (2021), ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo hoạt động dựa trên các giá trị văn hóa và/hoặc nghệ thuật, cho dù các hoạt động đó có định hướng thị trường hay phi thị trường. Các hoạt động này được chia thành 8 nhóm chính: *Nhóm sách và báo chí:* hoạt động xuất bản sách, báo và tạp chí, in ấn, đóng quyển và bán lẻ trong các cửa hàng chuyên doanh; hoạt động của hãng thông tấn; dịch vụ tiền in ấn và truyền thông; hoạt động dịch thuật và phiên dịch. *Nhóm âm thanh, hình ảnh và đa phương tiện:* sản xuất, ghi âm và bán hình ảnh, video và âm nhạc; phát thanh và truyền hình; sản xuất trò chơi điện tử và lập trình

máy tính. *Nhóm nghệ thuật tạo hình:* sáng tạo nghệ thuật, bán lẻ, in ấn và bán trong các cửa hàng chuyên biệt; hoạt động chụp ảnh; hoạt động thiết kế chuyên dụng. *Nhóm kiến trúc:* hoạt động tư vấn kiến trúc (thiết kế xây dựng và soạn thảo/quy hoạch, quy hoạch thị xã, thành phố và kiến trúc cảnh quan). *Nhóm văn hóa và các hoạt động sáng tạo khác:* bán buôn nhạc cụ; hoạt động bán lẻ của các nhà đầu giá; cho thuê đồ trang sức, nhạc cụ, phong cảnh và trang phục; sửa chữa sách, nhạc cụ. *Nhóm giáo dục và thành viên:* giáo dục sau trung học phổ thông; giáo dục văn hóa; hoạt động của các tổ chức thành viên nghề nghiệp; hoạt động của các tổ chức

thành viên khác. *Nhóm biểu diễn nghệ thuật:* nghệ thuật; biểu diễn nghệ thuật và các hoạt sáng tạo nghệ thuật; hoạt động của các cơ sở động hỗ trợ, các cơ quan giới thiệu việc làm.

Hình 2: Tâm quan trọng của ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo đối với nền kinh tế ở EU



Nguồn: European Investment Fund, 2021: 3.

Để đánh giá ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo, EU sử dụng các nhóm chỉ tiêu chính gồm: 1) Nhóm chỉ tiêu về kinh doanh: số lượng doanh nghiệp (tổng số và số lượng doanh nghiệp theo tư cách pháp lý), số lượng người làm việc tự do/tự kinh doanh (tổng số và phân theo hình thức làm việc); 2) Nhóm chỉ tiêu về kinh tế: doanh thu, giá trị gia tăng (tính bằng Euro); 3) Chỉ số việc làm: số lượng người được tuyển dụng, số lượng người lao động, số lượng người lao động chưa được trả lương, tiền công/tiền lương.

2. Vai trò và sự phát triển của ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU

Như đã biết, văn hoá và sáng tạo có sức lan toả rộng rãi, tạo động lực kích thích cho các ngành khác đổi mới, phát triển. Trong

bối cảnh toàn cầu hoá, nhóm ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo đóng vai trò quan trọng trong việc xác định vị trí, bản sắc văn hóa và cơ cấu kinh tế độc đáo của các nước EU. Chúng được đánh giá là nhóm ngành có khả năng “cạnh tranh” cao. Ước tính, năm 2014, nhóm ngành này đóng góp 558 tỷ Euro (chiếm 4,4% tổng GDP của EU), tạo việc làm toàn thời gian cho khoảng 8,3 triệu lao động tương đương (3,8% tổng lực lượng lao động của EU) (Bernd Fesl, Laure Kaltbach, 2014). Đến năm 2019, nhóm ngành này đóng góp 643 tỷ Euro (chiếm 4,4% GDP của EU), cung cấp việc làm cho hơn 7,6 triệu người (gấp tám lần ngành viễn thông). Thêm vào đó, năm 2017, thặng dư thương mại và công nghiệp văn hoá và công

ngành sáng tạo mang lại cho EU 8,6 tỷ euro. Có thể nói EU là khu vực cường quốc về

công nghiệp văn hóa trên thế giới dưới góc độ kinh tế.

Bảng 1: Mức độ đóng góp của ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo so với nhóm một số ngành khác năm 2015

(Đơn vị: tỉ Euro)

Các ngành kinh tế khác		Ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo	
Ngành thép	180	Nhóm ngành cốt lõi	376
Các ngành công nghiệp ô tô/máy bay	260	Thời trang	132
Các ngành kỹ thuật cơ khí	220	Hàng hoá xa xỉ	-
Tổng	660	Tổng	508

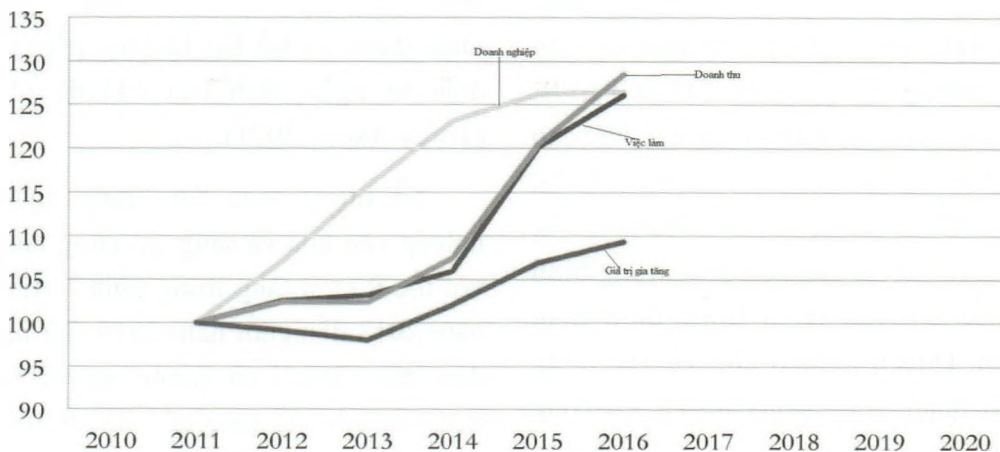
Nguồn: Austrian Institute for SME Research/VVA Europe. (2016); Eurostat (2016).

Bảng trên cho thấy mức độ đóng góp của ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo so với 3 ngành kinh tế lớn không có sự chênh lệch nhiều. Điều này phản ánh “sức mạnh” của ngành này là rất lớn ở EU. Bên cạnh đó, số liệu thống kê của European Investment Fund (2021) về mức độ đóng góp của ngành công nghiệp văn hoá của EU có thấp hơn về mặt tuyệt đối, chẳng hạn năm 2013 là 337,582 tỉ Euro, năm 2014 là 356,009 tỉ Euro, năm 2015 là 398,577 tỉ Euro, năm 2016 là 407,683 tỉ Euro, năm

2017 là 412,929 tỉ Euro, mức độ tăng trưởng hàng năm từ 5,3% đến 5,4% (European Investment Fund, 2021:14). Tuy nhiên, con số này mới chỉ tính đến các nhóm ngành công nghiệp cốt lõi mà chưa tính đến các nhóm ngành mở rộng sau này.

Giai đoạn 2010-2020, ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo phát triển mạnh, thể hiện qua sự phát triển của doanh nghiệp, số lượng việc làm tạo ra, doanh thu, giá trị gia tăng.

Biểu đồ 1: Sự phát triển của doanh nghiệp, số lượng việc làm tạo ra, doanh thu, giá trị gia tăng



Ghi chú: Lấy mốc chỉ số chung của năm 2011 là 100.

Nguồn: Michael Soendermann, 2019.

Số lượng doanh nghiệp gia tăng mạnh trong ngành công nghiệp này kể từ năm 2013 đến cuối năm 2019, với tốc độ xấp xỉ 4,5%/năm. Nếu năm 2013 chỉ có 2.463.574 doanh nghiệp thì đến năm 2017 con số là 2.938.039. Thị phần của các doanh nghiệp

cũng tăng từ 10,9% năm 2013 lên 12,1% năm 2017 (European Investment Fund, 2021:16). Xét về mức độ vững mạnh, hầu hết các doanh nghiệp đều có tỉ lệ tồn tại sau các mốc thời gian 1 năm, 3 năm và 5 năm ở trên mức trung bình.

Bảng 2: Tỉ trọng các doanh nghiệp ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo ở các nước EU năm 2017

STT	Tên nước	Tỉ lệ (%)	STT	Tên nước	Tỉ lệ (%)
1	Hà Lan	23,0	15	Ireland	11,8
2	Hungary	15,5	16	Bi	11,7
3	Slovenia	14,7	17	Italy	11,3
4	Áo	14,2	18	Bulgaria	11,1
5	Thụy Điển	13,6	19	Romani	10,5
6	Estonia	13,5	20	Tây Ban Nha	10,3
7	Luxembourg	13,4	21	Ba Lan	10,0
8	Đức	13,2	22	Bồ Đào Nha	9,8
9	Lithuania	13,1	23	CH Síp	9,5
10	Anh	12,6	24	Croatia	8,8
11	Pháp	12,5	25	Hy Lạp	8,7
12	Đan Mạch	12,4	26	CH Séc	8,6
13	Phần Lan	12,4	27	Slovakia	8,3
14	Latvia	12,1	28	Malta	5,1
Trung bình EU		12,1	Trung bình EU		12,1

Nguồn: European Investment Fund, 2021: 16.

Bảng trên cho thấy, số lượng doanh nghiệp ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo trung bình của các nước EU là 12,1%, trong đó các quốc gia có tỉ trọng này khá cao như Hà Lan chiếm 23%, Hungary 15,5%, Slovenia 14,7% và thấp nhất là Malta 5,1%; 14 quốc gia tỉ trọng cao hơn mức trung bình và 14 quốc gia còn lại tỉ trọng dưới mức trung bình. Doanh nghiệp nhỏ và vừa đóng vai trò rất quan trọng trong phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU. Ước tính các doanh nghiệp nhỏ và vừa tạo ra hơn 7 triệu việc làm ở EU, chiếm hơn 4,2% GDP

của EU. Hàng năm, các doanh nghiệp này nhận được sự hỗ trợ khoảng gần 181 triệu đôla từ ngân sách của EU để phát triển (Torey Akers, 2021).

Số lượng việc làm trong ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo cũng tăng mạnh, với tốc độ gia tăng trung bình > 4,5% kể từ năm 2013 đến cuối năm 2019. Từ năm 2013 đến năm 2017, số lượng người làm việc trong ngành này tăng từ 7.487.830 lao động lên 9.024.631 lao động. Ở cấp độ quốc gia, trung bình 6,2% lực lượng lao động tham gia

vào nhóm ngành này. Riêng ở một số quốc gia như Hà Lan và Ireland, tỷ lệ này vượt quá 8% (European Investment Fund, 2021:16).

Bảng 3: Tỷ trọng các việc làm ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo ở các nước EU năm 2017

STT	Tên nước	Tỷ lệ (%)	STT	Tên nước	Tỷ lệ (%)
1	Hà Lan	9,1	15	CH Síp	6,0
2	Ireland	8,9	16	Đức	6,0
3	Latvia	7,9	17	Slovakia	5,9
4	Phần Lan	7,6	18	Áo	5,9
5	Đan Mạch	7,4	19	Slovenia	5,9
6	Hungary	7,1	20	Bồ Đào Nha	5,7
7	Thụy Điển	7,1	21	Ba Lan	5,6
8	Hy Lạp	7,0	22	Pháp	5,5
9	Italy	6,6	23	Romani	5,4
10	Anh	6,4	24	Croatia	5,2
11	Bỉ	6,4	25	Luxembourg	4,4
12	Bulgaria	6,2	26	Estonia	4,2
13	Tây Ban Nha	6,1	27	CH Séc	3,9
14	Lithuania	6,0	28	Malta	3,5
Trung bình EU		6,2	Trung bình EU		6,2

Nguồn: European Investment Fund, 2021: 16.

Bảng trên cho thấy, tỉ trọng việc làm của ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo so với tổng số việc làm chung của EU ở mức 6,2%, trong đó: Hà Lan, Cộng hòa Ireland có tỉ trọng cao nhất, xấp xỉ 8%; tiếp đến là Latvia, Phần Lan, Đan Mạch, Hungary... dưới 7,0%; sau cùng là nhóm các nước Luxembourg, Estonia, Cộng hòa Séc, Malta với tỉ lệ dưới 4,5%.

Xét trong từng nhóm ngành cốt lõi, có thể thấy ngành nghệ thuật biểu diễn có đóng góp lớn nhất khoảng 3,9% tổng GDP. Tiếp đến là ngành truyền thanh, truyền hình (âm thanh, hình ảnh, đa phương tiện) có tốc độ phát triển cao nhất và đóng góp lớn vào GDP của khối (chiếm 2,5% GDP tổng thể của

EU). Riêng ở các nước như Síp, Anh, Phần Lan và Latvia, ngành này đóng góp trên 7% vào giá trị gia tăng quốc gia (European Investment Fund, 2021:1). Sách và báo chí đóng góp vào GDP khá lớn cho EU, đạt xấp xỉ mức trung bình 1,3% từ năm 2013 đến năm 2021, sử dụng xấp xỉ 1,6 triệu lao động (European Investment Fund, 2021:15). Khu vực này đóng góp trung bình 1% GDP cho nền kinh tế của mỗi quốc gia thành viên. Sách, báo chí đang dần chuyển từ ấn phẩm truyền thống sang kỹ thuật số, với các định dạng mới như podcast, sách nói... Về việc làm, nhóm ngành âm thanh, hình ảnh và đa phương tiện tạo ra số lượng việc làm lớn

nhất, chiếm 1,4-2,0% tổng số việc làm của EU; tiếp đến là nhóm ngành biểu diễn nghệ thuật và nhóm ngành sách, tạp chí, chiếm 1,0-1,3%; và cuối cùng là nhóm di sản, lưu trữ, thư viện chiếm dưới 0,1%.

3. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU

Các ngành công nghiệp sáng tạo và văn hoá bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau. Chẳng hạn, *đầu tiên* là quá trình số hoá và nhu cầu của khách hàng. Đây là điều kiện thuận lợi để đẩy mạnh công nghiệp văn hoá và sáng tạo nhưng cũng mang lại đầy thách thức cho nhóm ngành này. Nhiều loại hình văn hoá mới được tạo ra, được phổ biến một cách nhanh chóng và rộng rãi tới người thưởng thức thông qua quá trình số hoá. Doanh thu của ngành này nhờ nền tảng số hoá vì vậy cũng tăng lên, trong khi doanh thu từ các hình thức kinh doanh truyền thống bị giảm. Điều này hoàn toàn phù hợp với xu hướng khoa học, công nghệ ngày nay, khi mà con người có xu hướng muốn tìm hiểu mọi thứ xung quanh một cách nhanh chóng, đầy đủ nhất. Đồng thời, nhận thức và trình độ công nghệ của con người hiện nay, đặc biệt là giới trẻ, đã vượt khá xa so với các thế hệ đi trước. Thống kê năm 2018 về số người dùng internet lựa chọn các loại hình văn hoá giải trí cho thấy: khoảng >70% số người từ 16 tuổi đến 74 tuổi ở EU lựa chọn xem phim hay truyền hình, đọc báo, cập nhật trên mạng internet; >55% số người nghe nhạc (radio trên web, phát nhạc trực tuyến); >30% số

người chơi, tải trò chơi trên mạng (European Investment Fund, 2021:25). Con số thống kê này có sự khác biệt nhưng không quá lớn giữa các quốc gia trong EU. Có thể thấy, người châu Âu ngày càng sử dụng mạng internet nhiều để tiếp cận các nội dung văn hóa bên cạnh các kênh truyền thống như tivi, đài, báo. Năm 2018, khoảng 89% hộ gia đình ở EU-28 có lắp các thiết bị kết nối internet băng thông rộng; tỷ trọng này đã tăng đáng kể so với những năm trước đó.

Thứ hai, xu hướng phát triển xanh cũng tác động mạnh mẽ đến ngành công nghiệp văn hóa, khơi nguồn sáng tạo cho nhiều lĩnh vực ở EU. Đây là khu vực được thế giới ghi nhận là đi đầu trong lĩnh vực bảo vệ môi trường những năm gần đây.

Thứ ba, các hình thức hợp tác mới và mô hình kinh tế, xã hội mới dần hình thành, chẳng hạn cộng đồng trên mạng xã hội, mô hình trường học online... Ngành công nghiệp văn hóa được cho là lĩnh vực dẫn đầu tạo nên các hình thức làm việc mới, ở đó doanh nghiệp, người lao động có sự hợp tác nhanh hơn qua nhiều nền tảng mới. Các mô hình hợp tác mới giúp ngành công nghiệp văn hóa giải quyết tình trạng phân mảnh cấu trúc trong từng lĩnh vực, từng giai đoạn sản xuất.

Trong bối cảnh dịch COVID-19 như hiện nay, nhóm ngành công nghiệp văn hoá, công nghiệp sáng tạo bị ảnh hưởng nặng nề hơn so với nhóm ngành du lịch và chỉ ít hơn so với ngành vận tải hàng không. Năm 2021, doanh thu nhóm ngành này giảm 199 tỉ Euro trong lĩnh vực âm nhạc và nghệ thuật biểu

diễn, 53 tỷ Euro cho lĩnh vực nghệ thuật thị giác, 26 tỷ Euro cho lĩnh vực nghe nhìn, v.v. (European of Communications Agencies, 2022). Tuy nhiên, việc đóng cửa do đại dịch COVID-19 khiến cho các hoạt động văn hoá, giải trí trên nền tảng kỹ thuật số phát triển mạnh, với mức tăng trung bình 36%/tháng trên nền tảng giải trí trực tuyến Netflix theo thống kê từ tháng 3 đến tháng 7 năm 2020; trên nền tảng Spotify, số lượng người dùng tăng trung bình 22%/tháng trong cùng thời kỳ này.

Trên thực tế, ngành du lịch lại có mối quan hệ chặt chẽ, không thể thiếu với các ngành công nghiệp văn hoá. Bởi khách du lịch thường mong muốn được tìm hiểu về văn hoá của khu vực, của quốc gia nơi họ đặt chân tới. Vì vậy, du lịch tìm hiểu về văn hoá chiếm 40% thị phần du lịch tới châu Âu những năm qua (European Investment Fund, 2021:1). Thậm chí ngay cả trong thời kỳ dịch bệnh, các điểm du lịch thực tế ở các nước EU bị hạn chế, lượng khách du lịch mong muốn được trải nghiệm văn hoá châu Âu qua các nền tảng ứng dụng cũng tăng đáng kể. Đây cũng là một động lực thúc đẩy một số lĩnh vực công nghiệp văn hoá phát triển.

Thứ tư, các lĩnh vực trong ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở châu Âu phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng tăng từ các công ty toàn cầu mới cùng hoạt động trong lĩnh vực này. Điều đó khiến cho nhu cầu phát triển các mô hình kinh doanh văn hoá và sáng tạo mới bằng cách tận dụng các công nghệ kỹ thuật số để gia tăng sức cạnh tranh trên toàn cầu là đòi hỏi đặt ra cấp bách. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tác động

lớn tới cách hàng hóa văn hóa được tạo ra, cách quản lý, phổ biến, tiếp cận, tiêu dùng và tạo ra nguồn thu. Số hóa tạo điều kiện thuận lợi cho việc phổ biến dịch vụ văn hóa và sáng tạo ra thế giới, nhưng nó cũng làm gia tăng sự cạnh tranh trên quy mô toàn cầu.

Thứ năm, mặc dù EU có sự thống nhất, liên kết khá chặt chẽ về mặt chính trị, kinh tế nhưng trong lĩnh vực công nghiệp văn hoá và sáng tạo lại có một thị trường rất phân mảnh bởi sự đa dạng về văn hóa và ngôn ngữ của châu Âu. Điều này dẫn đến các lĩnh vực văn hóa và sáng tạo về cơ bản bị phân tán theo các dòng quốc gia và ngôn ngữ. Do đó việc lưu thông xuyên quốc gia của ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo bị hạn chế.

Thứ sáu, các chính sách phát triển ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo thường trải đều cho các lĩnh vực trong ngành, do vậy nguồn lực hỗ trợ phát triển cho từng lĩnh vực thường bị phân tán và bị cạnh tranh bởi các công ty toàn cầu lớn tập trung vào một vài mảng chính. Lĩnh vực điện ảnh và nghe nhìn của EU được quốc tế công nhận nhưng hiện nay không đủ sức cạnh tranh trong thị trường mới. Do vậy, muốn phát triển, các quốc gia EU phải tăng cường hơn nữa năng lực của các nhà sản xuất.

4. Một số điều chỉnh trong chính sách phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU

Công nghiệp văn hoá và sáng tạo được các quốc gia EU xác định là vấn đề xuyên suốt trong chiến lược Châu Âu 2020 (Europe 2020 strategy) được công bố vào năm 2010. Nó được nhắc đến trong nhiều ngành, nhiều

lĩnh vực chứ không được nhắc riêng. Đồng thời, trong quá trình thực hiện chiến lược này, các nước EU nhận thấy rằng để phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo cần có sự kết nối với các chính sách công nghiệp, giáo dục... Đầu ra của nhóm ngành này phải được phổ biến rộng rãi, đa dạng trên các phương tiện thông tin, các bên liên quan bao gồm cả người dân làm công việc tự do liên quan tới văn hoá, doanh nhân sáng tạo, các công ty đại chúng và các tổ chức như bảo tàng, thư viện. Khai thác được nguồn lực sẽ giúp cho các nước châu Âu trở thành “điểm bán hàng độc nhất” trong cuộc cạnh tranh toàn cầu.

Năm 2014, EU thông qua Chương trình Creative Europe 2014-2020 nhằm hỗ trợ phát triển văn hóa và nghệ thuật trên toàn châu lục. Với chương trình này, EU đã thông qua hỗ trợ 1,47 tỉ euro cho nhiều hoạt động cũng như các dự án liên quan tới lĩnh vực công nghiệp văn hoá và sáng tạo. Đến nay, EU đã phê duyệt tiếp tục Chương trình Creative Europe 2021-2027, với nguồn kinh phí 2,44 tỉ Euro, nhằm tạo cơ hội cho các doanh nghiệp, cá nhân phát triển các sáng kiến về mặt công nghệ trong lĩnh vực nghệ thuật, văn hoá, đồng thời giúp họ có thể mang tới công chúng ở châu Âu cũng như các khu vực khác trên thế giới một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn. Lĩnh vực quảng cáo, truyền thanh, truyền hình được chú trọng nhằm quảng bá các sản phẩm văn hoá của EU. Điểm nhấn mới trong chương trình này là họ hỗ trợ cho các đối tác xuyên biên giới cũng như hỗ trợ xây dựng mô hình hợp tác mới để phát triển ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU.

Đến năm 2015, Ủy ban Châu Âu và Nghị viện Châu Âu đã thấy được vai trò, vị trí, những thách thức đối với công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU. Họ đã thống nhất xây dựng Liên nhóm Nghị viện Châu Âu về Công nghiệp Văn hóa và Sáng tạo, nhằm thúc đẩy lĩnh vực này trong thời gian tới. Nhóm này cũng thừa nhận rằng, chiến lược của EU trong tương lai cho ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo không nên giới hạn theo ngành, mà phải coi đây là một phần nội dung quan trọng trong tất cả các lĩnh vực và các chuỗi sản xuất. Do đó, việc triển khai chiến lược như vậy sẽ phụ thuộc vào nhiều yếu tố như các nguồn tài trợ, mức độ đổi mới trong các chính sách kinh tế, văn hóa và các chính sách khu vực.

Năm 2016, Nghị viện Châu Âu đưa ra Nghị quyết ngày 13/12/2016 về chính sách nhất quán của EU đối với các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo (2016/2072 (INI)). Đây là khuôn khổ chính sách chung để các nước EU xây dựng và kết nối ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo giữa các quốc gia trong khối. Nó tạo tiền đề hình thành và kết nối các tiêu chuẩn quốc tế chung của khu vực EU với nhóm tổ chức, nhóm các nền kinh tế và văn hoá lớn trên thế giới như OECD, UNESCO.

Như vậy, có thể thấy, EU đã có những điều chỉnh nhất định trong chính sách phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo những năm gần đây, cụ thể là: Trong Chiến lược 2020 (năm 2010), công nghiệp văn hóa mới được EU đề cập dưới góc độ vai trò và mối quan hệ với các ngành công nghiệp khác, song chưa đề cập tới ngành nào, kế hoạch hỗ trợ cụ thể ra sao. Việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo được thực

hiện riêng lẻ, ở từng quốc gia là chính. Tuy nhiên, nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo từ năm 2014 đến nay, EU đã xây dựng chương trình hành động cụ thể nhằm phát triển ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo trên toàn khối. Chương trình Creative Europe 2014-2020 và 2021-2027 xác định các lĩnh vực hỗ trợ chính gồm quảng cáo; truyền thành, truyền hình; điện ảnh... Tiếp đó, từ năm 2016, Nghị viện Châu Âu (ở cấp độ liên minh) cũng xây dựng nhóm hỗ trợ (Liên nhóm Nghị viện) và công bố chính sách nhất quán của EU đối với các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Như vậy, sự điều chỉnh của EU được thực hiện theo hướng ngày càng hoàn thiện chính sách chung của Liên minh đối với phát triển công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Điều này giúp cho khối xây dựng được nền tảng kết nối vững chắc giữa các quốc gia, giữa các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Đồng thời, các khung chính sách về công nghiệp văn hóa và sáng tạo mở ra cơ hội thu nhập mới, tạo ra một sân chơi chung, bình đẳng giữa các quốc gia, đồng thời giảm thiểu các rào cản biên giới trong phát triển văn hoá chung.

Kết luận

Từ những phân tích về phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU, có thể rút ra một số kết luận như sau:

Thứ nhất, khái niệm công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU mới được đề cập trong những năm gần đây nên chưa có sự thống nhất, mặc dù các lĩnh vực trong ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo trên thực tế đã phát triển từ khá lâu và đóng góp quan trọng

vào quá trình phát triển kinh tế, xã hội của Liên minh.

Thứ hai, ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo phát triển mạnh mẽ ở EU giai đoạn 2010-2020 thể hiện qua sự phát triển của doanh nghiệp, số lượng việc làm và doanh thu do nhóm ngành này tạo ra tương đương với các ngành kinh tế lớn khác.

Thứ ba, trên thực tế sự phát triển của ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo ở EU chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố khác nhau như quá trình số hoá và nhu cầu của khách hàng; xu hướng phát triển xanh; các hình thức hợp tác và mô hình kinh tế, xã hội mới; sự cạnh tranh gay gắt trên phạm vi khu vực và toàn cầu...

Thứ tư, EU đã có những điều chỉnh nhất định trong khung chính sách phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo những năm gần đây. Điều này tạo cơ hội gia tăng thu nhập, tạo được sân chơi chung, bình đẳng giữa các quốc gia trong khối.

Mặc dù được đánh giá là các quốc gia điển hình của nền văn hoá “phương Tây”, song giữa các quốc gia thành viên EU vẫn có những rào cản nhất định về văn hoá. Do vậy, để xây dựng chính sách phát triển công nghiệp văn hoá và sáng tạo chung là điều không dễ dàng. Nó đòi hỏi sự nỗ lực tham gia của tất cả các quốc gia, các ngành liên quan, trên nền tảng chính sách phát triển thống nhất nhưng đảm bảo tính đa dạng của từng quốc gia.

Tài liệu tham khảo

1. Michael Soendermann (2019). *Creative Europe: Measuring the Culture &*

Creative Industries in the EU. Report on the meeting on creative economy and sustainable development, 28 October 2019.

2. Bernd Fesl, Laure Kaltenbach (2014). *The cultural and creative industries in Europe entrepreneurial assets and capacities need more support*. European Creative Business Network.

3. Austrian Institute for SME Research/VVA Europe (2016). *Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs*. DG GROW.

4. Eurostat (2016). *Culture statistics, 2016 edition*. Luxembourg: Eurostat Office.

5. European Investment Fund (EIF). (2021). *Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe*. Luxembourg.

6. Torey Akers (2021). *Tracking The Trends Within Europe's Cultural And Creative Sectors*. <https://jingculturecommerce.com/eif-eu-cultural-and-creative-sector-analysis/>, truy cập ngày 20/1/2022.

7. European of Communications Agencies (2022). *Study on Cultural and creative industries*. <https://eaca.eu/news/ey-study-on-european-cultural-and-creative-industries/>, truy cập ngày 17/2/2022.