

**BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI**

ĐẶNG THỊ HỒNG HẠNH

**NGUỒN LỰC VĂN HÓA
VỚI SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ Ở HÀ NỘI
(QUA NGHIÊN CỨU TẠI LÀNG BÁT TRÀNG, HUYỆN GIA LÂM VÀ
LÀNG MÔNG PHỤ, THỊ XÃ SƠN TÂY)**

**Chuyên ngành: Văn hóa học
Mã số: 62310640**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ VĂN HÓA HỌC

HÀ NỘI, 2017

Công trình được hoàn thành tại:
TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

Người hướng dẫn khoa học:

- 1. PGS.TS. Lê Quý Đức**
- 2. PGS.TS. Nguyễn Văn Cương**

Phản biện 1: PGS.TS Phạm Duy Đức

Học viện chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

Phản biện 2: PGS.TS Nguyễn Thị Phương Châm

Viện Nghiên cứu Văn hóa

Phản biện 3: PGS.TS Nguyễn Hữu Thức

Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật – Trung ương

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án tiến sĩ

cấp trường Tại trường Đại học Văn hóa Hà Nội

Số 418, đường La Thành, Đống Đa, Hà Nội

Vào hồi: ... giờ ..., ngày ... tháng ... năm 2017

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam

- Thư viện trường Đại học Văn hóa Hà Nội

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, thế giới đang diễn ra sự chuyển đổi mô hình phát triển, hướng đến một nhận thức về vai trò của văn hoá trong phát triển kinh tế của các cộng đồng (lớn và nhỏ), đặc biệt nhấn mạnh quá trình tăng trưởng và sự thay đổi ở những nước đang phát triển. Trung tâm của sự chuyển đổi này là việc định hướng lại tư duy phát triển từ một mô hình phát triển lấy kinh tế, vật chất làm trung tâm sang mô hình lấy con người làm trung tâm.

Đảng và Nhà nước ta cũng đã có những nhận thức mới về vai trò của văn hoá trong phát triển, khẳng định vai trò của văn hoá đối với sự phát triển kinh tế - xã hội cũng như mối quan hệ khăng khít giữa văn hoá với kinh tế.

Thực tiễn phát triển của nhiều quốc gia trên thế giới cũng đã chứng minh rằng: động lực của sự phát triển kinh tế một phần quan trọng lại nằm trong văn hoá.

Thủ đô Hà Nội là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hoá và khoa học công nghệ của cả nước giữ vai trò to lớn, trong công cuộc đổi mới đất nước.

Để góp phần xây dựng và phát triển Thủ đô trong thời kỳ mở cửa, Hà Nội cần huy động sức mạnh của mọi nguồn lực, trong đó, nguồn lực văn hóa được xem như là ưu thế của mảnh đất ngàn năm văn vật này. Việc nghiên cứu vai trò nguồn lực của văn hoá Thủ đô là một yêu cầu khách quan, cấp thiết hiện nay. Vì vậy, NCS chọn đề tài ***Nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế ở Hà Nội (qua nghiên cứu tại làng Bát Tràng, huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây)*** làm luận án chuyên ngành Văn hóa học.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Làm rõ khái niệm nguồn lực văn hoá và nghiên cứu việc phát huy nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế của làng Bát Tràng, huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây, luận án chỉ ra vai trò nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế ở Hà Nội nói chung hiện nay.

2.2. Nhiệm vụ

- Trên cơ sở phân tích những vấn đề lý luận liên quan đến nguồn lực văn hóa để xác định khái niệm nguồn lực văn hóa. Chỉ ra các yếu tố trong nguồn lực văn hóa, đặc trưng, tính chất nguồn lực văn hóa.

- Làm rõ các nguồn lực văn hóa và vai trò của nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế ở Hà Nội (qua nghiên cứu tại làng Bát Tràng, huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây)

- Chỉ ra những vấn đề cần giải quyết nhằm phát huy nguồn lực văn hóa đối với phát triển kinh tế ở Hà Nội.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Vai trò của nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế ở Hà Nội thông qua nghiên cứu: việc khai thác, phát huy vai trò của nguồn lực văn hóa trong phát triển kinh tế của làng Bát Tràng, huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Hà Nội là trung tâm văn hóa của cả nước, là mảnh đất ngàn năm văn hiến. Nguồn lực văn hóa Hà Nội vô cùng rộng lớn. Luận án tập trung tìm hiểu thực trạng tác động của nguồn lực văn hóa đối với sự phát triển ở Hà Nội qua trường hợp làng Bát Tràng, huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây. Thông qua trường hợp hai làng này, có thể cung cấp một cái nhìn tổng quát về việc khai thác nguồn lực văn hóa để phát triển kinh tế ở Hà Nội hiện nay.

+ Không gian: Trên địa bàn thành phố Hà Nội, đặc biệt tập trung nghiên cứu tại làng Bát Tràng và làng Mông Phụ.

+ Thời gian: Luận án tập trung đánh giá thực trạng việc phát huy nguồn lực văn hóa với phát triển kinh tế ở Hà Nội trong giai đoạn đổi mới hiện nay.

4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý luận

Thực hiện đề tài luận án *“Nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế ở Hà Nội (qua nghiên cứu tại làng Bát Tràng, huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây)*, NCS dựa trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của học thuyết

mácxít về mối quan hệ giữa vật chất và tinh thần, giữa kinh tế và văn hóa. Đồng thời NCS còn vận dụng quan điểm của Đảng cộng sản Việt Nam trong văn kiện hội nghị BCH TW lần thứ năm, khóa VIII về vai trò của văn hóa với phát triển kinh tế - xã hội ở nước ta hiện nay: Văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu, vừa là động lực của sự phát triển (kinh tế - xã hội) ở nước ta.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp tiếp cận liên ngành trong nghiên cứu Văn hóa học
- Phương pháp điền dã Dân tộc học
- Phương pháp Điều tra Xã hội học
- Phương pháp phân tích và tổng hợp

5. Đóng góp của luận án

- Hệ thống hoá các quan niệm về nguồn lực văn hoá, đưa ra quan niệm về nguồn lực văn hoá, phân tích vai trò của nguồn lực văn hoá với sự phát triển kinh tế ở Hà Nội (qua nghiên cứu tại làng Bát Tràng, huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây). Từ đó nghiên cứu những vấn đề đặt ra đối với việc phát huy nguồn lực văn hoá để phát triển kinh tế ở Hà Nội.

- Kết quả nghiên cứu của luận án có thể giúp cho các nhà lãnh đạo, quản lý kinh tế, văn hóa địa phương những gợi ý cần thiết khi hoạch định chính sách, đưa ra các chủ trương phát triển kinh tế - xã hội phù hợp, phát huy lợi thế văn hóa của Thủ đô Hà Nội. Đồng thời cũng giúp cho các cộng đồng dân cư các làng ở Hà Nội thấy được nguồn lực văn hóa của mình có vai trò to lớn như thế nào trong việc phát triển kinh tế để tích cực, chủ động tìm các giải pháp, cách thức phát huy.

6. Nội dung của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và các phụ lục luận án được chia làm 3 chương sau:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu, những vấn đề lý luận và khái quát về địa bàn nghiên cứu

Chương 2: Nhận diện tác động của nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ

Chương 3: Những vấn đề đặt ra đối với việc phát huy các nguồn lực văn hóa trong phát triển kinh tế của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ hiện nay

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU, NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ KHÁI QUÁT VỀ ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

1.1.1. Các tài liệu bàn về quan hệ giữa văn hóa - kinh tế và về nguồn lực văn hóa

Đề phù hợp với nội dung nghiên cứu, NCS chia các tài liệu có liên quan thành hai mảng lớn:

** Các tài liệu bàn về quan hệ giữa văn hóa - kinh tế*

Trong phần này NCS chỉ giới thiệu quan điểm của một số nhà nghiên cứu lớn được nhiều học giả quan tâm, như: C.Mác, Ph.Ăngghen, Mi-chi-ô Mô-ri-shi-ma (Nhật Bản), Alain Peyrefitte, Federico Mayor (Tổng giám đốc Tổ chức UNESCO), Thủ tướng Singapore Goh Chok Tong, cố Thủ tướng Võ Văn Kiệt, Phạm Xuân Nam, Lê Quang Thiêm, Nguyễn Văn Huyền...

** Các tài liệu bàn về nguồn lực văn hóa và vai trò của nguồn lực văn hóa đối với sự phát triển kinh tế*

Khái niệm nguồn lực văn hóa được dùng gắn với nhiều khái niệm có nghĩa gần với nó như “vốn xã hội”, “vốn văn hóa”, “nguồn lực nội sinh”, “nguồn lực con người” hay “nguồn lực mềm”... của các tác giả như: Pierre Bourdieu, James Coleman, Robert Putman, Francis Fukuyama. Ngoài ra còn khá nhiều tác giả khác nghiên cứu vấn đề nguồn lực văn hóa dưới góc độ xã hội học như: Trần Hữu Dũng (2003) - vốn văn hóa; Trần Hữu Quang (2006), Lê Minh Tiến (2007), Hoàng Bá Thịnh (2009), Phạm Như Hồ (2013), Lương Văn Hy (2010), Nguyễn Anh Tuấn (2011) và Khúc Thị Thanh Vân (2012)...

1.1.2. Các tài liệu về nguồn lực văn hóa của Hà Nội và của làng Bát Tràng, làng Mông Phụ

** Tài liệu về nguồn lực văn hóa của Hà Nội*

Tổng quan tình hình nghiên cứu về nguồn lực văn hoá Thăng Long - Hà Nội hơn 1000 năm qua.

NCS chủ yếu chỉ quan tâm đến những tài liệu nói đến nguồn lực văn hóa của Thăng Long - Hà Nội một cách chung nhất, khái quát nhất.

**Tài liệu viết về nguồn lực văn hóa của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ*

1.1.3. Nhận xét về tình hình nghiên cứu và các vấn đề đề tài cần tiếp tục nghiên cứu

Phần này, NCS đưa ra 4 nhận xét cơ bản về tình hình nghiên cứu và 4 vấn đề đề tài cần tiếp tục nghiên cứu.

Thứ nhất, là bàn về quan hệ giữa văn hóa với kinh tế quan điểm của các nhà nghiên cứu... dưới góc độ triết học, xã hội học và nhân học là rất rõ ràng. Tuy ít nhiều có sự khác nhau, song các quan điểm này đều khẳng định vai trò của văn hóa (tư tưởng, tri thức, tín ngưỡng, tôn giáo...) có tác động to lớn đến đời sống kinh tế của nhân loại nói chung và của từng quốc gia, khu vực nói riêng (chủ yếu là thúc đẩy phát triển).

Thứ hai, là lý luận về nguồn lực văn hóa tuy khái niệm này mới xuất hiện gần đây (những năm 80 của thế kỷ XX) bắt nguồn từ việc nghiên cứu các loại “vốn” của sự phát triển kinh tế. Song các nhà nghiên cứu dần dần phát hiện ra những đặc trưng có tính đặc hữu của loại “vốn” này vốn văn hóa (cultural Capital) khác với các loại vốn tài nguyên, tài chính, công nghệ... ở nguồn gốc, cách thức tạo lập và vai trò tác động của văn hóa và chủ thể văn hóa (con người) đối với sự phát triển kinh tế.

Thứ ba là các tài liệu nghiên cứu về văn hóa và nguồn lực văn hóa của Hà Nội.

Thứ tư các tài liệu viết về làng Bát Tràng và làng Mông Phụ nói chung và về lịch sử, xã hội, văn hóa của hai làng.

1.2. Những vấn đề lý luận cơ bản

1.2.1. Quan niệm về nguồn lực văn hóa và cơ cấu, đặc trưng của nguồn lực văn hóa

1.2.1.1. Quan niệm về nguồn lực văn hóa

Qua phân tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án, cho thấy khái niệm “nguồn lực văn hóa” chưa có sự thống nhất về cách hiểu trong giới khoa học trên thế giới và ở nước ta.

Có một số nhà khoa học dùng khái niệm này đồng nhất với khái niệm “vốn”, “vốn xã hội”, “vốn văn hóa”, “vốn con người” mà Pierre Bourdieu, James Coleman, Robert Putman và Trần Hữu Dũng... đã nêu ra để chỉ vai trò tác động của văn hóa đối với sự phát triển kinh tế. Có một số nhà nghiên cứu khác lại dùng khái niệm “nguồn lực” (nguồn lực văn hóa, nguồn lực con người, nguồn lực nội sinh, nguồn lực mềm) hay “tài nguyên văn hóa” cũng để chỉ vai trò tác động của văn hóa đối với sự phát triển kinh tế. Vậy vấn đề đặt ra là nên sử dụng khái niệm nào là phù hợp?

Theo ý kiến chủ quan của NCS, nghiên cứu vấn đề này trong chuyên ngành Văn hóa học sử dụng khái niệm “nguồn lực văn hóa” là phù hợp và thích hợp.

Việc định nghĩa khái niệm “nguồn lực văn hóa” cũng chưa có sự thống nhất. NCS tiếp thu quan niệm của tác giả Lê Quý Đức trong bài viết *Nguồn lực văn hóa và vai trò của nguồn lực văn hóa đối với sự phát triển kinh tế - xã hội* (đã dẫn) đưa ra quan niệm về nguồn lực văn hóa như sau:

“Nguồn lực văn hóa là tổng thể các yếu tố văn hóa có vai trò, tác động trực tiếp hoặc gián tiếp tới các hoạt động kinh tế - xã hội. Với sức mạnh vừa hữu hình, vừa vô hình, nguồn lực văn hóa thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển bền vững theo hướng nhân văn, nhân bản” và nghiên cứu đề tài luận án, song xuất phát từ cách định nghĩa khái niệm xin được làm rõ thêm như sau:

Khái niệm *“nguồn lực văn hóa”* Nguồn lực văn hóa là nguồn sức mạnh to lớn của văn hóa đối với sự phát triển của kinh tế - xã hội (ở đây chủ yếu là đối với kinh tế) của nhân loại nói chung và của mỗi cộng đồng nói riêng. Nguồn lực văn hóa chính là nguồn vốn văn hóa, nguồn tài nguyên nhân văn, nguồn lực nội sinh của một cộng đồng vừa hữu hình, vừa vô hình đã và đang thúc đẩy kinh tế phát triển theo hướng nhân văn và bền vững.

Như vậy, nguồn lực văn hóa chính là nguồn *vốn văn hóa* đã và đang được khai thác tạo nên sức mạnh để phát triển kinh tế - xã hội nói chung hay phát triển kinh tế nói riêng.

1.2.1.2. Cơ cấu của nguồn lực văn hóa

NCS sử dụng cách chia cơ cấu ba yếu tố (ba nguồn lực) để làm sáng tỏ cơ cấu nguồn lực:

Nguồn lực văn hóa với tư cách là nguồn lực con người (nội thể hóa)

Nguồn lực văn hoá là các quan hệ xã hội - văn hóa (được thể chế hóa)

Nguồn lực văn hoá với tư cách là các sản phẩm văn hóa (vật thể hóa)

1.2.1.3. Đặc trưng của nguồn lực văn hóa

Để phát huy vai trò của nguồn lực văn hóa cần nhận thức được các đặc trưng của nguồn lực văn hóa.

Thứ nhất, nguồn lực văn hóa suy cho cùng là nguồn lực của con người, là kết quả hoạt động thực tiễn xã hội của con người, là biểu hiện năng lực bản chất người của con người.

Thứ hai, các nguồn lực văn hóa có thể chuyển hóa lẫn nhau và có thể chuyển hóa thành các nguồn lực khác trong quá trình sử dụng, phát huy và phát triển.

Thứ ba, các nguồn lực văn hóa có thể tác động trực tiếp hoặc gián tiếp vào sự phát triển kinh tế hay có thể biến thành luồng dịch vụ đáp ứng yêu cầu hưởng thụ ngay (trực tiếp) hay làm nguyên liệu sản xuất các dịch vụ khác đáp ứng yêu cầu gián tiếp của xã hội.

1.2.2. Các lý thuyết được vận dụng

1.2.2.1. Quan điểm lý luận về nguồn lực văn hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam

Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII (1998) của Đảng về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc đã khẳng định vai trò của văn hóa đối với sự phát triển kinh tế - xã hội ở nước ta hiện nay:

Văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu vừa là động lực thúc đẩy sự phát triển - kinh tế - xã hội (...). Xây dựng và phát triển kinh tế phải nhằm mục tiêu văn hóa, vì xã hội công bằng văn minh, con người phát triển toàn diện. Văn hóa là kết quả của kinh tế đồng thời

là động lực của sự phát triển kinh tế, các nhân tố văn hóa phải gắn kết chặt chẽ với đời sống và hoạt động xã hội trên mọi phương diện chính trị, kinh tế, luật pháp, kỷ cương... biến thành *nguồn lực nội sinh quan trọng nhất* của phát triển.

1.2.2.2. Lý thuyết “điểm sáng” hay “gương sáng” của Marian Zeitlin

Lý thuyết “điểm sáng” hay “gương sáng” (Positive deviance - PD) *những trường hợp cá biệt mang tính tích cực.*

Lý thuyết “điểm sáng” được vận dụng nghiên cứu hai làng điển hình ở Hà Nội trong khi phát huy nguồn lực của chính mình, theo đặc thù văn hóa của mỗi làng đối với sự phát triển kinh tế như thế nào? đem lại những thành công gì? từ đó, gợi ý cho việc nhân rộng “điểm sáng” hay giúp cho cộng đồng tiếp thu ánh xạ của điểm sáng để phát huy nội lực của mình vào phát triển kinh tế, mà ở đây là nguồn lực văn hóa tiềm tàng của Hà Nội trong phát triển kinh tế của Thủ đô.

1.3. Khái quát về địa bàn nghiên cứu

1.3.1. Về làng nghề Bát Tràng

Làng Bát Tràng là một làng nghề cổ ven đô (Thăng Long xưa và Hà Nội ngày nay) cách trung tâm Hà Nội 10km qua cả đường sông và đường bộ. Khác với đại đa số các làng nghề vùng châu thổ sông Hồng, Bát Tràng từ khi lập làng cho đến nay chỉ chuyên nghề làm gốm (không có đất nông nghiệp và cũng không canh tác nông nghiệp). Do không có quỹ đất nên mỗi hộ gia đình ở Bát Tràng tính trung bình chỉ có khoảng 200 mét vuông đất vừa để ở, vừa để sản xuất.

Qua gần nghìn năm tụ cư bên bờ sông Hồng, sát kinh đô Thăng Long - thủ đô Hà Nội, người Bát Tràng đã trải nghiệm biết bao điều của cuộc sống mà điều cốt lõi nhất chính là duy trì và phát triển nghề gốm truyền thống, và sự đồng thuận - hòa thuận xóm làng, sự lao động cần cù, sáng tạo, trí tuệ trong sản xuất kinh doanh, tổ chức cuộc sống.

1.3.1. Về làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây

Mông Phụ là một trong chín làng thuộc xã Đường Lâm, một xã phía Tây thị xã Sơn Tây, ngoại thành thành phố Hà Nội, cách trung tâm khoảng 45 km. Vùng đất này, nguyên là phần đất thuộc địa danh xứ Đoài - vùng bán sơn địa tiếp nối giữa vùng đồi núi Ba Vì và đồng bằng sông

Hồng. Trong tâm thức của nhiều người, nói đến Đường Lâm người ta thường liên tưởng địa danh “Kê Mía”, “Một ấp hai vua”. Các giá trị về kiến trúc, phong tục tập quán, các sinh hoạt văn hóa truyền thống hiện nay vẫn còn được duy trì, được lưu giữ và nhiều nét văn hóa của một làng cổ vẫn còn hiện diện.

Đời sống kinh tế của người dân Mông Phụ vẫn chủ yếu dựa vào sản xuất nông nghiệp, lấy trồng trọt và chăn nuôi làm chính nổi tiếng với nghề làm tương. Ngoài ra, còn một số nghề phụ thủ công làm mộc, khai thác đá ong, mây tre đan.. hay buôn bán nhỏ lẻ.

Sự tụ cư, quan hệ xã hội vẫn dựa trên nền tảng của quan hệ dòng họ và giữa các dòng họ với nhau... tình làng nghĩa xóm rất được xem trọng. Làng vẫn duy trì những điều quy định của hương ước cũ (truyền miệng) bên cạnh việc tuân thủ những quy ước làng văn hóa mới hiện nay.

Tiểu kết

Chương 1, có nhiệm vụ tổng quan tình hình nghiên cứu các vấn đề liên quan đến đề tài và trình bày các vấn đề lý luận cơ bản của luận án.

Nội dung thứ nhất đã được đề cập trong chương 1 là những nghiên cứu về quan hệ giữa văn hóa với kinh tế. Ở đây NCS không đi vào mối quan hệ qua lại, tác động lẫn nhau giữa kinh tế với văn hóa mà chỉ quan tâm đến sự tác động một chiều của văn hóa với kinh tế. NCS đã trình bày các nghiên cứu của các nhà khoa học tầm vóc kinh điển như C.Mác, Ph.Ăngghen, Pierre Bourdieu, James Coleman và của tổ chức UNESCO của Liên hợp quốc. Các nhà kinh điển trên dù dưới góc độ Triết học, Nhân học hay Văn hóa học đều khẳng định vai trò to lớn của văn hóa đối với phát triển của xã hội nói chung và của kinh tế nói riêng.

Nội dung thứ hai tiếp theo được tổng quan là những vấn đề liên quan trực tiếp đến đề tài của luận án là việc nghiên cứu về nguồn lực văn hóa và cơ cấu của nguồn lực văn hóa. Dẫu tên gọi nguồn lực văn hóa có khác nhau, song điều cơ bản là các nhà nghiên cứu đã luận giải đúng đắn và thuyết phục vấn đề này và luận án không cần phải bàn luận thêm, chỉ giới thiệu và hệ thống lại vấn đề làm cơ sở lý luận của luận án.

Nội dung thứ ba trong chương 1 đã đề cập là các nghiên cứu về nguồn lực văn hóa ở Hà Nội và của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ

được các tác giả đi trước nghiên cứu. Có thể khẳng định rằng với nhiều công trình nghiên cứu về Hà Nội hay văn hóa Hà Nội đã phác thảo một kho tàng văn hóa của Thủ đô hết sức phong phú và đa dạng. Song chưa có công trình nào nghiên cứu nguồn lực văn hóa Hà Nội dưới góc nhìn văn hóa học và dùng lý thuyết về nguồn lực văn hóa để xem xét kho tàng văn hóa Hà Nội.

Các tài liệu nghiên cứu về làng Bát Tràng và làng Mông Phụ ít nhiều đề cập đến tài nguyên văn hóa nhân văn của cư dân trong phát triển nghề thủ công truyền thống hay du lịch làng nghề. Song cũng chưa trực tiếp đề cập đến nguồn lực văn hóa đối với sự phát triển kinh tế của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ một cách toàn diện, sâu sắc và cụ thể dưới góc nhìn của văn hóa học. Đây chính là khoảng trống trong nghiên cứu về nguồn lực văn hóa của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ mà đề tài luận án của NCS sẽ tiếp tục nghiên cứu ở chương sau.

Chương 2

NHẬN DIỆN TÁC ĐỘNG CỦA NGUỒN LỰC VĂN HOÁ VỚI SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ CỦA LÀNG BÁT TRÀNG VÀ LÀNG MÔNG PHỤ

2.1. Nguồn lực văn hóa với phát triển kinh tế ở làng Bát Tràng

2.1.1. Nguồn lực con người (nguồn lực văn hóa nội thể hóa)

Sự hình thành, tồn tại và phát triển của làng nghề gốm Bát Tràng trong suốt chiều dài lịch sử và cho đến ngày hôm nay là do sự năng động sáng tạo không ngừng của những người thợ gốm.

2.1.1.1. Năng lực sáng tạo sáng tạo của người dân Bát Tràng

Nhìn vào lịch sử nghề gốm Việt Nam có thể thấy, những sản phẩm gốm đặc sắc nhất đều xuất hiện từ Bát Tràng. Những sản phẩm của những người thợ gốm Bát Tràng đã sớm trở thành hàng hóa trong giao thương quốc tế.

Sự kết hợp giữa tri thức truyền thống với công nghệ hiện đại trong sản xuất, kinh doanh đã tạo bước ngoặt trong phát triển làng nghề gốm sứ của Bát Tràng. Việc tiếp thu những kiến thức khoa học, công nghệ mới kết hợp với tri thức truyền thống để phát triển sản xuất ở Bát Tràng được thể hiện trên các phương diện sau:

+ Thứ nhất, thể hiện ở việc tiếp nhận kỹ thuật mới vào việc sáng tạo khuôn đúc, tạo men mới, kỹ thuật bao nung và cải tiến lò nung mở rộng quy mô sản xuất, đa dạng hoá sản phẩm.

+ Thứ hai, áp dụng khoa học công nghệ hiện đại đã góp phần bảo vệ môi trường trong sản xuất, kinh doanh (đem lại lợi ích kinh tế môi trường).

2.1.1.2. Tính năng động và nhạy bén với thị trường của người Bát Tràng

Người Bát Tràng rất linh hoạt trong công việc trong cuộc sống và trong thương trường. Họ luôn ý thức được tầm quan trọng có ý nghĩa sống còn của làng nghề này là ở “tính thích nghi hoàn cảnh”.

2.1.2. Nguồn lực quan hệ xã hội - văn hóa (nguồn lực thể chế hóa)

Quan hệ xã hội - văn hóa là một nguồn lực quan trọng trong phát triển kinh tế làng Bát Tràng. Quan hệ xã hội - văn hóa được biểu hiện sinh động trong các mối quan hệ gia đình, gia tộc, làng xóm, phường hội...

2.1.2.1. Quan hệ gia đình và mô hình sản xuất, kinh doanh hộ gia đình

Ở làng Bát Tràng, mỗi quan hệ gia đình, dòng họ là một nguồn lực quan trọng để phát triển kinh tế. Quá trình khảo sát sự phát triển kinh tế ở làng Bát Tràng NCS nhận thấy kinh tế hộ gia đình dựa trên giá trị nền tảng là tình yêu thương, chia sẻ, đùm bọc giữa những người cùng huyết thống đang là một mô hình phát triển kinh tế hiệu quả hiện nay.

Hiện nay, mô hình kinh tế hộ gia đình khá phát triển ở Bát Tràng.

2.1.2.2. Quan hệ cộng đồng và sự phát triển kinh tế Bát Tràng

Theo sách *Bát Tràng - làng nghề, làng văn*, ở Bát Tràng đã từng có 23 dòng họ cùng sinh sống. Nhưng hiện giờ chỉ còn 19 dòng họ, 4 dòng họ không rõ vì lý do gì đã dời đi sinh sống ở nơi khác. Nhìn chung, các dòng họ ở Bát Tràng sống hòa thuận, tôn trọng nhau. Các mối quan hệ rường cột trong gia đình cũng được gìn giữ với một tinh thần như vậy, vừa chia sẻ, vừa bao dung. Tất cả đã tạo nên một môi trường văn hóa vừa thân thiện, vừa cởi mở. Đây chính là những tiền đề quan trọng để phát triển kinh tế - xã hội của làng Bát Tràng.

Các quan hệ xã hội - văn hóa ấy (quan hệ dòng họ, cộng đồng làng) đã góp một nguồn vốn vô hình vào sự phát triển kinh tế hiện nay.

Mặc dù mô hình kinh tế hộ gia đình chiếm ưu thế ở Bát Tràng hiện nay nhưng người Bát Tràng không tự bó hẹp nghề gốm trong phạm vi gia đình. Hay nói cách khác quan hệ xã hội - văn hóa, nguồn lực văn hóa của sự phát triển kinh tế của làng Bát Tràng đang được mở rộng ra cả vùng miền, mang đến cơ hội cho cả những người làng Bát Tràng và những người từ nơi khác đến muốn phát triển nghề gốm.

2.1.3. Nguồn lực sản phẩm văn hóa (vật thể hóa)

2.1.3.1. Sản phẩm gốm nguồn lực văn hóa vật thể hóa độc đáo

Sản phẩm văn hóa đầu tiên phải đề cập đến chính là gốm Bát Tràng.

Các sản phẩm gốm Bát Tràng hiện nay gồm có:

Đồ gốm gia dụng

Đồ gốm dùng làm đồ thờ

Đồ gốm trang trí

Đồ gốm xây dựng

Bát Tràng hiện nay song song phát triển sản xuất hai chủng loại gốm lớn: gốm giả cổ và gốm bằng chất liệu, phương pháp cổ truyền; gốm hiện đại gần gũi với kỹ thuật đồ sứ.

2.1.3.2. Các sản phẩm văn hóa tiêu biểu khác

Bên cạnh gốm - sản phẩm văn hóa làm nên đặc trưng của làng Bát Tràng còn có hệ thống các sản phẩm văn hóa vật thể và phi vật thể khác:

Đình làng Bát Tràng được xây dựng vào năm 1720 dưới đời vua Lê Dụ Tông, với kiến trúc nguy nga, bề thế.

Chùa Kim Trúc còn có tên gọi khác là chùa Bát.

Đền Mẫu Bản Hương được xây dựng vào cuối thế kỷ XVIII tọa lạc sát chùa.

Văn chỉ Bát Tràng ở sau đình, nhìn hướng Nam.

Hiện nay dịch vụ du lịch Bát Tràng phát triển khá nhanh chóng và đem lại một nguồn thu nhập đáng kể cho người dân sở tại.

2.2. Nguồn lực văn hóa với phát triển kinh tế ở làng Mông Phụ

Ở làng Mông Phụ phát triển kinh tế du lịch làng cổ, vai trò của nguồn lực văn hóa vật thể hóa (cảnh quan, đình, chùa, nhà cổ, đặc sản nông nghiệp...) là nền tảng cơ bản nhất.

2.2.1. Nguồn lực sản phẩm văn hóa (vật thể hóa)

Trong bối cảnh đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đô thị hóa, giao lưu và hội nhập quốc tế diễn ra mạnh mẽ như hiện nay, sự tồn tại của một ngôi làng cổ thuần Việt là hết sức hiếm hoi. Chính vì lẽ đó, ngôi làng cổ Mông Phụ là một sản phẩm văn hóa hết sức độc đáo.

2.2.1.1. Sản phẩm văn hóa, không gian, cảnh quan, kiến trúc

Không gian cư trú truyền thống của người làng Mông Phụ được hình thành trong quá trình khai phá vùng rừng rậm, đồi gò để hình thành nên xóm, làng. Làng cổ Mông Phụ nằm trong vùng chân núi Tản Viên hùng vĩ, “thuộc vùng tứ giác nước - được bao bọc bởi sông Hồng, sông Đà, sông Tích và sông Đáy”.

Cấu trúc phân bố cư trú truyền thống được bảo tồn hầu như nguyên vẹn.

Cách thức bố trí “trật tự” trong quy hoạch đường làng - ngõ - xóm, sự tồn tại gần như nguyên vẹn của cánh cổng làng thâm u trầm mặc dưới

gốc đa cổ thụ, những tường nhà xây bằng đá ong đã tạo nên một không gian độc đáo, riêng có của làng quê vùng bán sơn địa.

Đặc điểm của ngôi làng cổ này cùng với các thiết chế xã hội, tín ngưỡng và không gian văn hóa đã phản ánh khá đầy đủ về quá trình hình thành vùng đất, cư dân nơi đây với lối sống, cách sinh hoạt trong xã hội phong kiến.

Làng Việt cổ Mông Phụ đã là một điểm du lịch văn hóa, một điểm tham quan hết sức quyến rũ. Với bề dày lịch sử hàng ngàn năm, hệ thống các di tích, những sinh hoạt văn hóa truyền thống, lối sống cộng đồng, phong tục tập quán... đã cho chúng ta thấy một làng cổ Mông Phụ có không gian văn hóa, môi trường sống mang tính cổ xưa. Đây chính là cơ sở quan trọng đảm bảo cho việc xây dựng các chương trình tham quan du lịch.

Sau khi được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chính thức công nhận là Di tích kiến trúc - nghệ thuật cấp quốc gia vào năm 2006, các làng Việt cổ ở Đường Lâm, trong đó có làng Mông Phụ đã được mọi người trong và ngoài nước biết đến nhiều hơn và trở thành điểm thu hút khách du lịch.

2.2.1.2. Các sản phẩm vật phẩm, sinh hoạt, trải nghiệm

Đến Mông Phụ, nếu lưu lại dài ngày, du khách sẽ được trải nghiệm cuộc sống của người dân qua chương trình homestay.

Đến với Mông Phụ, ta sẽ thấy hương vị rất riêng của các thức quà quê. Các món ăn chính ở đây thường gồm thịt gà, cá kho, canh chua, thịt lợn rán, rau muống luộc chấm tương, bánh tẻ, cà muối; kẹo lạc, kẹo dổi, chè lam, bánh tẻ...

2.2.2. Nguồn lực con người (nguồn lực văn hóa nội thể hóa)

Cho đến thời điểm này, Mông Phụ vẫn là làng thuần nông, thu nhập chính của đa số dân làng vẫn là từ nông nghiệp.

2.2.2.1. Phẩm chất người “làng cổ” sản phẩm du lịch đặc thù

Người dân Mông Phụ có truyền thống chịu thương chịu khó, chất chiu trong cuộc sống, không thích phô trương và rất tiết kiệm.

Tính cách nhường nhịn, hiền lành của người dân Mông Phụ đã tạo nên một bầu không khí bình yên trong làng, tạo nên một môi trường văn hóa giàu tính nhân văn, nhân ái.

Người Mông Phụ chăm chỉ lao động, giữ gìn và phát huy các nghề thủ công truyền thống.

2.2.2.2. Phẩm chất năng động được phát lộ trong quan hệ với du lịch

Với bản tính hiền hòa, chân chất, người dân Mông Phụ sống thân thiện không chỉ với họ mạc, làng xóm mà còn khá cởi mở với cả khách thập phương.

Sự nhiệt tình, hiếu khách của dân làng sẽ để lại những ấn tượng tốt đẹp đối với khách tham quan.

Đối với du khách quốc tế người dân Mông Phụ đã thu hút khách quốc tế bởi bản tính cởi mở, thân thiện của mình. Đây cũng là một trong các lý do để tổ chức JICA Nhật Bản tài trợ cho dự án bảo tồn làng cổ Đường Lâm.

2.2.3. Nguồn lực quan hệ xã hội - văn hóa (thể chế hóa)

Dựa vào các tài liệu nghiên cứu đã công bố, cùng với quá trình điền dã khảo sát thực tế tại Mông Phụ, NCS nhận thấy hiện ở Mông Phụ có 7 họ. Cho đến nay, đây cũng là 3 họ còn giữ được nhà thờ của dòng họ. Các họ khác hoặc không còn nhà thờ họ hoặc có nhà thờ họ, nhưng nhà thờ vừa được sử dụng làm nơi cúng tế, vừa làm nơi ở.

Khi được hỏi về mối quan hệ gia đình, dòng họ và quan hệ láng giềng, đa số những người được hỏi đều trả lời rằng các mối quan này ở mức tốt và rất tốt. Lối sống hiền hòa, tránh va chạm, không phô trương đã tạo dựng được những mối quan hệ tình nghĩa, bền chặt.

Các quan hệ xã hội - văn hóa (tình cảm xóm giềng) đã được phát huy trong sự phát triển kinh tế (chia sẻ giúp đỡ lẫn nhau, tạo công ăn việc làm để nâng cao thu nhập cho cộng đồng ở làng Mông Phụ).

Đây là những mối quan hệ xã hội - văn hóa mới nhưng rất đặc trưng cho bối cảnh giao lưu, hội nhập quốc tế hiện nay. Những mối quan hệ hợp tác quốc tế này tạo thêm nguồn lực mới để phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội làng Mông Phụ.

2.3. Đánh giá chung

Bát Tràng và Mông Phụ là những ngôi làng cổ có truyền thống lịch sử văn hóa của Thủ đô Hà Nội. Trải qua bao nhiêu thăng trầm của lịch sử, cho đến nay, hai ngôi làng này vẫn giữ được hồn cốt, những nét tạo

nên bản sắc của làng, không lẫn vào đâu trong hàng ngàn ngôi làng ở đồng bằng Bắc Bộ. Với Bát Tràng, đó là nghề gốm truyền thống; với Mông Phụ, đó là một ngôi làng có kiến trúc cảnh quan độc đáo. Cùng với đó là những thế hệ dân làng, những người đã liên tục giữ lửa để tạo ra những sản phẩm gốm tài hoa, đặc sắc, những người đã liên tục giữ vững nếp nhà để những ngôi nhà cổ vẫn thanh bình in dấu thời gian. Từ con người, những quan hệ văn hóa - xã hội tới những sản phẩm văn hóa, tất cả những yếu tố đó đã tạo nên nguồn lực văn hóa có vai trò quan trọng trong việc phát triển kinh tế của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ.

Nguồn lực con người là yếu tố đầu tiên, đồng thời cũng là yếu tố xuyên suốt, mang ý nghĩa quyết định tới sự phát triển kinh tế của các làng.

Về quan hệ xã hội - văn hóa, cả dân làng Bát Tràng và Mông Phụ đều chú ý duy trì những mối quan hệ mang tính truyền thống, đó là quan hệ gia đình, họ mạc, làng xóm. Tuy nhiên, nếu người Bát Tràng có thể khai thác mối quan hệ này để phục vụ phát triển kinh tế thì người Mông Phụ chủ yếu gìn giữ mối quan hệ này với tư cách là một truyền thống văn hóa tốt đẹp. Mặc dù so với làng Bát Tràng, GDP đầu người của Mông Phụ thấp hơn nhưng số liệu hàng năm cho thấy, GDP của người dân Mông Phụ đã có sự thay đổi theo chiều hướng tích cực.

Sản phẩm văn hóa chính là nguồn lợi kinh tế có thể định lượng được của cả hai làng Bát Tràng và Mông Phụ.

Tiểu kết

Trong Chương 2, Luận án đã nghiên cứu thực trạng vai trò của các nguồn lực văn hoá đối với sự phát triển kinh tế của hai làng: làng Bát Tràng huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ thị xã Sơn Tây, Hà Nội. Nội dung nghiên cứu được giới hạn: đối với làng Bát Tràng đó là nguồn lực văn hoá làng nghề và đối với làng Mông phụ đó là nguồn lực văn hoá làng cổ. Vai trò của các nguồn lực văn hoá đối với phát triển kinh tế của hai làng được tiếp cận: đối với phát triển kinh tế thủ công nghiệp; kinh tế du lịch và dịch vụ; kinh tế công, nông nghiệp và kinh tế dịch vụ.

Qua khảo sát thực trạng, NCS cũng nhận thấy có sự khác nhau nhất định trong tác động của các nguồn lực văn hoá đối với phát triển

kinh tế của hai làng. Sự khác nhau này trước hết bởi giá trị và sự tác động của các nguồn lực văn hoá và đặc trưng văn hoá truyền thống của các làng. Đối với làng nghề Bát Tràng, các sản phẩm gốm truyền thống đã phát triển với nhiều mẫu mã, phong phú, đa dạng đưa lại nhiều giá trị. Sản phẩm gốm sứ của Bát Tràng hiện không chỉ tôn vinh làng nghề chỉ trong một món quà lưu niệm, mà mặt hàng gốm truyền thống đã được thừa nhận như một niềm tự hào về bản sắc dân tộc, đồng thời đem lại thu nhập cho cộng đồng địa phương. Đối với làng Mông Phụ, hệ thống sản phẩm văn hoá từ di tích lịch sử văn hoá, di sản văn hoá phi vật thể cũng là sự hội đủ các giá trị văn hoá của làng cổ Việt Nam. Tuy vậy, việc khai thác nguồn lực văn hoá này đối với phát triển kinh tế vẫn còn hạn chế so với làng Bát Tràng.

Việc khai thác nguồn lực các sản phẩm văn hoá để phát triển kinh tế qua khảo sát trên đây, cho thấy vai trò quan trọng của nguồn lực này trong tạo ra giá trị kinh tế ở nhiều phương diện. Tuy nhiên việc khai thác hiệu quả các nguồn lực đó cũng đang đặt ra nhiều vấn đề cần phải giải quyết cả về lý luận và thực tiễn, nhất là đối với thủ đô Hà Nội. Vấn đề này sẽ được nghiên cứu tiếp ở chương sau của Luận án.

Chương 3

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI VIỆC PHÁT HUY CÁC NGUỒN LỰC VĂN HOÁ TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ CỦA LÀNG BÁT TRÀNG VÀ LÀNG MÔNG PHỤ HIỆN NAY

3.1. Vai trò của nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế ở Hà Nội

Từ nghiên cứu vai trò nguồn lực văn hóa của hai làng Bát Tràng, huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ, thị xã Sơn Tây luận án đề cập đến vai trò nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế của Hà Nội theo lý thuyết “điểm sáng” có thể thấy rằng:

Trước hết, yếu tố quan trọng hàng đầu của nguồn lực văn hóa Thủ đô cũng chính là yếu tố quyết định cho sự phát triển kinh tế Hà Nội là yếu tố con người. Hà Nội là nơi tập trung các trường Đại học, các cơ quan nghiên cứu với một đội ngũ trí thức hùng hậu. Điều này có nghĩa là Hà Nội đang sở hữu một nguồn nhân lực chất lượng cao.

Xét về phương diện xã hội, những mối quan hệ xã hội - văn hóa nếu được xây dựng trên sự chia sẻ các giá trị thì sẽ tạo nên sự gắn kết, sự đồng thuận, rộng hơn là sự cố kết cộng đồng. Xét về phương diện kinh tế, môi trường xã hội ổn định, môi trường văn hóa lành mạnh là điều kiện quan trọng để phát triển kinh tế.

Từ việc nghiên cứu tương hợp tác động của các nguồn lực văn hoá đến sự phát triển kinh tế của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ trên đây, cho thấy việc khai thác, phát huy các nguồn lực văn hoá để phát triển kinh tế Thủ đô Hà Nội hiện nay là vấn đề có ý nghĩa to lớn.

3.2. Những vấn đề đặt ra: bất cập và mâu thuẫn

3.2.1. Những bất cập trong việc khai thác nguồn lực văn hoá

Thứ nhất, về nhận thức vai trò nguồn lực văn hóa đối với sự phát triển kinh tế chưa thật đầy đủ

Thứ hai, về không gian cho sự phát huy nguồn lực văn hóa bị hạn chế:

Bát Tràng và Mông Phụ là những làng cổ của Hà Nội có nhiều tiềm năng để phát triển những ngành kinh tế, cụ thể là ngành thủ công nghiệp du lịch, dịch vụ. Song, do không gian vốn có, hai làng đều gặp

những lúng túng trong phân bổ không gian hợp lý để phát triển du lịch, dịch vụ.

Thứ ba, về nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu phát triển

Thứ tư, về biến đổi văn hóa và ô nhiễm môi trường

3.2.2. Các mâu thuẫn trong việc phát huy vai trò của các nguồn lực văn hóa

Thứ nhất, mâu thuẫn về lợi ích trong khai thác các nguồn lực văn hóa;

Thứ hai, mâu thuẫn giữa bảo tồn di sản với nhu cầu nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân;

Thứ ba, mâu thuẫn giữa phát triển kinh tế và bảo tồn di sản văn hóa của địa phương;

Thứ tư, mâu thuẫn giữa yêu cầu phát triển với tình trạng thiếu thông tin về thị trường, trình độ khoa học công nghệ hiện đại.

3.3. Bàn luận về các vấn đề cần giải quyết để phát huy nguồn lực văn hóa trong phát triển kinh tế

3.3.1. Vấn đề nâng cao nhận thức vai trò của nguồn lực văn hoá trong phát triển kinh tế

Một là, nhận thức văn hoá và phát triển

Nhận thức về vai trò của các nguồn lực văn hoá đối với phát triển kinh tế của Hà Nội hiện nay phải gắn với định hướng phát triển của Thủ đô liên quan đến các làng cổ, làng nghề truyền thống.

Tuyên truyền, giáo dục nhằm nâng cao nhận thức của chủ thể văn hóa về vai trò của nguồn lực văn hóa đối với sự phát triển kinh tế - xã hội là biện pháp cần được chú trọng.

Hai là, cần phải đổi mới cơ chế, bổ sung, hoàn thiện chính sách.

3.3.2. Vấn đề xây dựng phát triển mô hình kinh tế dựa vào cộng đồng và đầu tư nguồn nhân lực

Xây dựng phát triển mô hình kinh tế dựa vào cộng đồng

Về bản chất, việc xây dựng và phát triển mô hình kinh tế dựa vào cộng đồng chính là đảm bảo tăng quyền lực cho cộng đồng nhằm phát huy vai trò của cộng đồng trong sáng tạo, sở hữu và chủ thể của phát triển.

Mục đích của phát triển bền vững là phải vì cộng đồng, trước hết là xoá đói giảm nghèo, nâng cao thu nhập mức sống và phát triển hài hoà giữa kinh tế và văn hoá.

Cần giải quyết vấn đề nhân lực

Đào tạo nguồn nhân lực của địa phương đạt hiệu quả cao sẽ góp phần quan trọng và quyết định đến sự phát huy các nguồn lực văn hóa cho phát triển bền vững.

Việc đào tạo nguồn nhân lực phải xuất phát từ nhu cầu thực tế, được thực hiện theo các bước nhất định, theo từng nhóm đối tượng và có thể thay đổi theo thời gian và nhu cầu thực tế. Trong đào tạo cần chú ý thu hút sự tham gia của các chuyên gia, nhà nghiên cứu đầu ngành, các nghệ nhân... Việc đào tạo nguồn nhân lực cần sự tham gia của các cơ quan nhà nước, các tổ chức hữu quan. Ở giai đoạn sau, các tổ chức kinh tế và tư nhân có thể tham gia vào quá trình này.

3.3.3. Vấn đề cần kết hợp bảo tồn, phát huy các di sản văn hóa với phát triển kinh tế - xã hội

Vấn đề quy hoạch không gian phát triển kinh tế gắn với di sản văn hoá

Để phát huy được các nguồn lực văn hoá trong phát triển, liên quan trước hết đến việc quy hoạch không gian phát triển kinh tế, nhất là không gian gắn với di sản văn hoá vật thể và phi vật thể.

Quy hoạch không gian phát triển kinh tế gắn với làng cổ, làng nghề truyền thống;

Tập trung đầu tư cho những làng nghề sẽ đưa vào đón khách du lịch;

Cần đẩy mạnh quan hệ hợp tác với các ngành liên quan.

3.3.4. Vấn đề tuyên truyền quảng bá thu hút khách du lịch

Trước hết phải xây dựng thương hiệu điểm đến của du lịch làng cổ Mông Phụ.

Để xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch “Làng cổ Mông Phụ - bảo tàng sống về văn hóa nông thôn Việt Nam”, cần chú ý:

- Thương hiệu điểm du lịch làng cổ Mông Phụ phải được xác định là ngôn ngữ, hình ảnh duy nhất mà tất cả các cơ quan, đơn vị, nhà kinh doanh dịch vụ sử dụng để nhận dạng điểm du lịch. Phát triển thương hiệu cần nhấn mạnh đến yếu tố lịch sử, văn hóa, kiến trúc, nghệ thuật, ẩm thực, cảnh quan và những nét đặc trưng khác.

- Tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch: xây dựng logo, hình ảnh biểu trưng cho làng du lịch, xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng, tổ chức giới thiệu các sản phẩm mới; tạo ra các sự kiện văn hóa –

du lịch lớn tại làng cổ và cả địa phương tạo một chuỗi liên kết các di sản văn hóa, hoạt động văn hóa.

Tiểu kết

Khai thác nguồn lực văn hoá là con đường được các quốc gia lựa chọn để phát triển hiện nay. Trong thời đại của công nghệ cao, của nền công nghiệp tiên tiến, chúng ta có thể và lực gì để cạnh tranh với thế giới, để có thể tự cường. Phát triển kinh tế của Hà Nội và cả nước nói chung, đang đặt ra những thời cơ và thách thức.

Phát huy nguồn lực văn hoá trong phát triển kinh tế của hai làng là tất yếu khách quan trong xu thế hiện nay. Tuy nhiên, thực tế cho thấy cả hai làng chưa phát huy hết tiềm năng của các nguồn lực văn hoá. Quá trình tổ chức thực hiện còn mang tính tự phát, mạnh ai nấy làm hơn là có tổ chức, bài bản.

So với làng Mông Phụ, làng Bát Tràng thực hiện có hiệu quả hơn trong việc khai thác nguồn lực văn hoá của làng nghề cổ. Sản xuất, kinh doanh gốm sứ của Bát Tràng hiện là hoạt động chủ yếu trong đời sống kinh tế - xã hội của cư dân làng nghề truyền thống. Người dân ở làng Mông phụ gặp khó khăn hơn, khi mà truyền thống và hiện tại, họ vẫn phải bám đất bám làng với giá trị rất thấp của sản phẩm nông nghiệp. Hoạt động của làng cổ trong hiện tại gắn với phát triển kinh tế vẫn còn “cây ghep” gượng gạo, chưa phải mang tính tự thân là hoạt động sống, sinh kế của người dân làng cổ.

Do vậy, cần phải nâng cao nhận thức của xã hội trong đó có cộng đồng dân cư của làng Bát Tràng và làng Mông Phụ nói riêng và Hà Nội nói chung về vai trò to lớn của văn hóa và nguồn lực văn hóa trong sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Quan trọng hơn là phải tìm ra nhiều phương cách để phát huy được vai trò tác động của nguồn lực văn hóa của mỗi làng phù hợp với tiềm năng văn hóa, đặc điểm kinh tế, xã hội và lợi thế mà mỗi làng có được hoặc tạo ra được. Cần chú ý đến vai trò chủ thể nguồn lực văn hóa của cư dân của các làng và đặc biệt quan tâm đến lợi ích kinh tế mà nguồn lực văn hóa tạo ra hướng đến mục tiêu nâng cao đời sống của người dân. Có như vậy mới thực sự biến văn hóa thành nguồn lực cho sự phát triển kinh tế - xã hội và cho chính sự phát triển văn hóa.

KẾT LUẬN

1. Thời đại ngày nay có nhiều nguồn lực để thúc đẩy quá trình phát triển kinh tế của một quốc gia. Đó là các nguồn lực về tài nguyên, vốn, khoa học, kỹ thuật, con người và trình độ năng lực văn hoá của mỗi cộng đồng.

Trong các nguồn lực đó, nguồn lực văn hoá đang được quan tâm bởi vai trò đặc biệt của nó đối với phát triển bền vững kinh tế - xã hội. Nguồn lực này không những giải quyết hài hoà mối quan hệ giữa kinh tế và xã hội, môi trường sống, mà còn góp phần giữ gìn bản sắc văn hoá cộng đồng trong quá trình phát triển. Nguồn lực văn hóa trước hết là con người vừa với tư cách là sản phẩm và chủ thể của mọi sáng tạo. Nguồn lực văn hóa là hệ thống sản phẩm văn hoá vật chất và tinh thần - kết quả sáng tạo của con người, có giá trị văn hoá và giá trị kinh tế. Nguồn lực văn hoá không chỉ tạo ra môi trường lành mạnh để con người sáng tạo, mà còn là sức mạnh nội sinh của phát triển.

2. Hà Nội là vùng đất ngàn năm văn vật, nơi hội tụ và toả sáng của văn hóa Việt Nam. Khai thác nguồn lực văn hoá để phát triển kinh tế là vấn đề cấp thiết của Thủ đô trong phát triển, hội nhập.

Hà Nội, đặc biệt là các làng nghề truyền thống như làng gốm Bát Tràng, làng cổ Mông Phụ và nhiều làng nghề khác có tiềm năng phát triển rất lớn. Nguồn lực sản phẩm văn hoá có vai trò đặc biệt đối với phát triển kinh tế du lịch. Song, sự tác động của nguồn lực sản phẩm văn hoá chưa phát huy được tiềm năng vốn có của văn hoá Thăng Long - Hà Nội. Nguồn lực đó chưa được sử dụng tương xứng để phục vụ cho phát triển, mặt khác vừa bộc lộ hạn chế, bất cập so với yêu cầu của quá trình đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá của Thủ đô hiện nay. Nghiên cứu thực trạng vấn đề ở làng gốm Bát Tràng và làng Mông Phụ trên là một minh chứng.

3. Nghiên cứu thực trạng nguồn lực văn hoá làng Bát Tràng huyện Gia Lâm và làng Mông Phụ thị xã Sơn Tây Hà Nội, Luận án rút ra một số vấn đề sau đây.

Việc khai thác các nguồn lực văn hoá đáp ứng yêu cầu phát triển bước đầu đã được làm sáng tỏ cả về lý luận và thực tiễn. Trên thực tế, một số địa phương, ngành đã quan tâm và thực hiện, tuy nhiên, hiệu quả vẫn chưa cao. Hà Nội với địa giới hiện nay là thành phố có tiềm năng to lớn về nguồn lực văn hoá, trong đó có nguồn lực sản phẩm văn hoá vật thể và phi vật thể. Tìm các giải pháp thích hợp vẫn là vấn đề phải được giải quyết cả về chính sách và năng lực quản lý, cũng như ý thức cộng đồng trong quá trình phát triển.

Ngoài văn hoá truyền thống và tính năng động của chủ thể, vai trò của nhà nước rất quan trọng. Đó chính là việc xây dựng và ban hành hệ thống chính sách khoa học, phù hợp với thực tiễn. Các chính sách phát triển kinh tế phải phát huy được vai trò của cộng đồng địa phương, người dân với tư cách là chủ thể sáng tạo các nguồn lực văn hoá, đồng thời là chủ thể sở hữu, khai thác các nguồn lực đó trong phát triển kinh tế.

4. Để nguồn lực văn hoá trở thành nguồn lực nội sinh, động lực của phát triển kinh tế của thủ đô Hà Nội, cần phải được quan tâm cả về nhận thức cũng phương diện chính sách, vai trò ý thức cộng đồng, các giải pháp phù hợp. Trước hết cần cụ thể hoá hơn chính sách kinh tế trong văn hoá, chính sách văn hóa trong kinh tế, chính sách xã hội hoá... để chính sách phải trở thành cầu nối gắn kết văn hóa với kinh tế trong phát triển. Tiếp theo là việc ứng dụng tiến bộ khoa học - công nghệ vào sản xuất, kinh doanh, quản lý các nguồn lực văn hóa. Phát huy các nguồn lực văn hoá phải hướng đến thị trường các sản phẩm và dịch vụ văn hóa liên quan.

5. Đề tài của Luận án cũng đặt ra một số vấn đề cần phải tiếp tục nghiên cứu. Tác giả luận án đồng tình với quan điểm trong những

nghiên cứu liên quan gần đây, cho rằng: bản chất của vấn đề phát huy các nguồn lực văn hoá trong phát triển kinh tế trước hết phải được xuất phát từ vấn đề kinh tế, chứ không phải thuần tuý hoàn toàn về vấn đề văn hóa. Phát triển kinh tế đối với những địa phương và chủ thể người dân địa phương có nguồn lực văn hoá - trước hết đó là vấn đề sinh kế. Rất cần những nghiên cứu tiếp theo để làm rõ vấn đề.

Về lý luận: Nghiên cứu làm rõ hơn vai trò của các nguồn lực văn hoá trong phát triển kinh tế, đặc thù của nguồn lực văn hoá trong phát triển kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam; Mối quan hệ giữa kinh tế và văn hoá trong quá trình khai thác, phát huy các nguồn lực văn hoá cho phát triển hiện nay; Các chủ thể tham gia vào quá trình này? vai trò của cộng đồng địa phương, người dân, doanh nghiệp, nhà nước như thế nào? Cơ sở xây dựng hệ thống chính sách, để phát huy được vai trò của nguồn lực văn hoá, phát triển hài hoà kinh tế và văn hoá.

Về thực tiễn: Cần nghiên cứu thực hiện đánh giá nguồn lực văn hoá của từng địa phương, trên cơ sở đó đánh giá vĩ mô hệ thống và giá trị các nguồn lực văn hoá của thủ đô Hà Nội nói riêng và cả nước nói chung. Nghiên cứu xây dựng và thực hiện quy hoạch không gian phát triển kinh tế gắn với các nguồn lực văn hoá một cách hợp lý. Nhà nước phải có phương thức quản lý phù hợp, phát huy vai trò của chủ thể, đặc biệt là người dân và các doanh nhân (bài học của Hội An).

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Đặng Thị Hồng Hạnh (2009), “Tiềm năng sản phẩm văn hóa du lịch Hà Nội”, *Tạp chí nghiên cứu Đông Nam Á*, (5), tr.74-75.
2. Đặng Thị Hồng Hạnh (2012), “Kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, (335), tr.94-97.
3. Nguyễn Đình Dương, Đặng Thị Hồng Hạnh (2013), “*Nâng cao hiệu quả kinh tế du lịch Thủ đô từ góc nhìn khai thác tiềm năng văn hóa Thủ đô*”, Kỷ yếu hội thảo Phát huy giá trị di sản văn hóa để phát triển du lịch Hà Nội Tại hội chợ du lịch quốc tế Việt Nam - Hà Nội 2013 (VITM-HANOI 2013), tháng 4-2013, tr.19-26.
4. Đặng Thị Hồng Hạnh (2013), “Giải pháp nhằm gắn kết chặt chẽ giữa hoạt động chợ đêm phố cổ Hà Nội với phát triển du lịch Thủ đô”, *Tạp chí nghiên cứu Đông Nam Á*, (3), tr.57-65.
5. Nguyễn Đình Dương, Đặng Thị Hồng Hạnh (2014), “Thu hút nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài để phát triển du lịch Thủ đô, thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí nghiên cứu Đông Nam Á*, (1), tr.60-68.
6. Đặng Thị Hồng Hạnh (2016), “Nguồn lực văn hóa với sự phát triển kinh tế Bát Tràng”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, (389), tr.22-24.
7. Đặng Thị Hồng Hạnh (2016), “Tác động của nguồn lực văn hóa tới phát triển kinh tế ở làng Mông Phụ ”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, (390), tr.35-38..