

NỘI HÀM QUẢN LÝ THỊ TRƯỜNG VĂN HÓA Ở VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

TS. Đỗ Thị Quyên

Tóm tắt: Thị trường văn hóa là dạng thị trường của loại hàng hóa đặc thù trong lĩnh vực văn hóa tư tưởng. Sự ra đời và phát triển của thị trường văn hóa ở Việt Nam cũng muộn hơn với các quốc gia trên thế giới. Sản phẩm, dịch vụ văn hóa là loại hàng hóa đặc biệt đáp ứng nhu cầu văn hóa tinh thần của con người. Ngoài vai trò thị trường đối với sự phát triển kinh tế văn hóa xã hội của quốc gia, thị trường văn hóa còn đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển toàn diện con người trong bối cảnh Việt Nam hội nhập quốc tế hiện nay. Vì vậy nội hàm quản lý thị trường văn hóa cần được nhận diện đúng, đủ để tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước, thúc đẩy thị trường văn hóa phát triển đúng hướng đáp ứng nhu cầu văn hóa tinh thần lành mạnh cho toàn xã hội.

Từ khóa: Thị trường văn hóa, nội hàm quản lý thị trường văn hóa, hàng hóa, văn hóa tư tưởng, dịch vụ văn hóa.