

KHUNG THỐNG KÊ VĂN HÓA UNESCO 2009 (FCS)



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

UNESCO
INSTITUTE
for
STATISTICS

UNESCO

Công ước Tổ chức giáo dục, khoa học và văn hóa Liên hiệp quốc (UNESCO) được 20 quốc gia thông qua tại Hội nghị London vào tháng 11 năm 1945 và có hiệu lực vào ngày 4 tháng 11 năm 1946. Hiện nay Tổ chức này có 193 quốc gia thành viên và 7 thành viên liên kết

Mục tiêu của UNESCO là đóng góp vào hòa bình và an ninh thế giới thông qua việc thúc đẩy hợp tác giữa các quốc gia về giáo dục, khoa học, văn hóa và truyền thông nhằm đảm bảo sự tôn trọng của tất cả các nước đối với công lý, nguyên tắc luật, và quyền con người và các quyền tự do cơ bản của tất cả mọi người trên thế giới, không phân biệt chủng tộc, giới tính, ngôn ngữ hay tôn giáo, đã được đã được khẳng định trong Hiến chương Liên Hợp Quốc.

Để hoàn thành sứ mệnh của mình, UNESCO thực hiện năm chức năng cơ bản: 1) nghiên cứu về giáo dục, khoa học, văn hóa và truyền thông cho tương lai; 2) thúc đẩy, truyền tải và chia sẻ tri thức thông qua các hoạt động nghiên cứu, đào tạo và giảng dạy; 3) thực hiện các quá trình chuẩn để đưa ra các dự thảo và phê chuẩn các văn kiện nội bộ và các đề xuất pháp lý; 4) Tư vấn hợp tác công nghệ đối với các dự án và chính sách phát triển của các nước thành viên; và 5) trao đổi các thông tin chuyên môn.

Trụ sở của UNESCO đặt tại Paris, Pháp.

Viện thống kê UNESCO (UIS)

Viện thống kê UNESCO (UIS) là một cơ quan thống kê của UNESCO và là bộ phận lưu trữ dữ liệu toàn cầu của Liên hiệp quốc trong các lĩnh vực giáo dục, khoa học và công nghệ, văn hóa và truyền thông.

UIS được thành lập năm 1999 nhằm mục đích nâng cao chất lượng chương trình thống kê UNESCO, xây dựng và cung cấp các số liệu thống kê chính xác, kịp thời và gắn bó mật thiết với xây dựng chính sách trong các môi trường xã hội, chính trị và kinh tế, vốn ngày càng thay đổi nhanh và phức tạp hiện nay.

Trụ sở của UIS đặt tại Montreal, Canada.

Xuất bản năm 2009 bởi:

Viện thống kê UNESCO
P.O. Box 6128, Succursale Centre-Ville
Montreal, Quebec H3C 3J7
Canada

Điện thoại: 1 514) 343-6880
Fax: (1 514) 343-5740
Email: publications@uis.unesco.org
<http://www.uis.unesco.org>

ISBN 978-92-9189-075-0

Ref: UIS/TD/09-03

©UNESCO-UIS 2009

Lời nói đầu

Khung thống kê Văn hóa UNESCO 2009 (FCS) là kết quả của sự hợp tác giữa Viện thống kê UNESCO và Bộ phận văn hóa UNESCO. Trên cơ sở Khung thống kê Văn hóa 1986, phiên bản mới về phương pháp thống kê văn hóa UNESCO này có xem xét đến những khái niệm mới đã xuất hiện từ năm 1986 trong lĩnh vực văn hóa, bao gồm những khái niệm liên quan đến các công nghệ mới – những công nghệ đã biến đổi văn hóa và các cách thức tiếp cận văn hóa một cách mạnh mẽ – di sản phi vật thể, và các hoạt động và chính sách văn hóa.

Văn hóa đóng một vai trò then chốt trong tất cả các xã hội trên thế giới, ảnh hưởng đến các khía cạnh khác nhau của đời sống con người, từ các hoạt động giải trí cho tới các hoạt động nghề nghiệp. Vai trò của văn hóa trong phát triển đã nổi lên như một vấn đề chính sách quan trọng. Tuy nhiên, bảo tồn và tôn vinh đặc trưng của mỗi nền văn hóa riêng biệt là một thách thức mà tất cả các nước trên thế giới phải vượt qua.

Để hình thành các chính sách dựa trên các kết quả nghiên cứu và thực tế đã được kiểm chứng, và để đo lường đánh giá tác động của các chính sách này thì rất cần các thông tin tin cậy. Với phương châm này, UNESCO đã nhận thấy cần phải cập nhật Khung thống kê văn hóa 1986 vốn dựa trên quan điểm văn hóa chính thống và tĩnh, không phản ánh phương pháp tiếp cận toàn diện hiện thời và các ưu tiên đối với các quốc gia đang phát triển. Hơn nữa, khung thống kê mới cung cấp một nền tảng khái niệm và phương pháp luận cho phép hình thành và phổ biến số liệu thống kê văn hóa mang tính so sánh quốc tế.

Phiên bản sửa đổi này là kết quả của sự tham vấn toàn diện trong vòng 4 năm. Một số lượng lớn các chuyên gia, học giả, nhà thống kê, Quốc gia Thành viên UNESCO và tổ chức quốc tế đã góp phần vào sự hình thành của khung văn hóa. Thông tin đầu vào đa dạng và phong phú từ các cá nhân tham gia là vô giá hình thành nên phương pháp luận này, tạo ra những hướng tiếp cận mới mẻ và đa dạng về văn hóa và thống kê văn hóa. FCS 2009 được hình thành như là một phương pháp luận để áp dụng ở cấp quốc gia và quốc tế. Mục tiêu chính của khung thống kê là tạo điều kiện thực hiện so sánh quốc tế thông qua sự hiểu biết chung về văn hóa và việc sử dụng các khái niệm cũng như hệ thống phân loại kinh tế xã hội chuẩn.

Thông qua dự án này, UNESCO hy vọng khuyến khích đầu tư vào thống kê văn hóa. Dữ liệu và số liệu thống kê là nhu cầu cấp bách của các nước thành viên, tổ chức quốc tế và tổ chức phi chính phủ để đánh giá tốt hơn tác động và sự phù hợp của các chương trình và chính sách văn hóa. Chúng tôi tin tưởng rằng Khung thống kê văn hóa 2009 sẽ góp phần hoàn thiện việc đo lường tác động kinh tế xã hội của văn hóa.



Hendrik van der Pol
Giám đốc, Viện thống kê văn hóa UNESCO



Françoise Rivière
Phó Tổng Giám đốc phụ trách văn hóa UNESCO

Lời cảm ơn

Khung thống kê văn hóa UNESCO 2009 do José Pessoa và Lydia Deloumeaux thuộc Viện thống kê UNESCO (UIS) soạn thảo dưới sự hướng dẫn tổng thể của Simon Ellis. Khung thống kê dựa trên bản báo cáo ban đầu lập cho UIS bởi nhóm tư vấn gồm Richard Naylor và Paul Owens (Công ty Tư vấn BOP), Andy Pratt (Học viện Kinh tế London) and Calvin Taylor (Đại học Leeds).

Khung thống kê văn hóa FCS là kết quả của quá trình tham vấn toàn cầu các học giả, các nhà thống kê và các chuyên gia trong lĩnh vực thống kê văn hóa và chính sách, bao gồm đại diện các Bộ văn hóa, Cục Thống kê Quốc gia và các tổ chức đối tác quốc tế. UIS xin gửi lời cảm ơn đến tất cả mọi người đã góp phần vào sự hình thành khung thống kê này và xin ghi bày tỏ lòng biết ơn đến các đồng nghiệp thuộc Bộ phận Văn hóa UNESCO.

Viện thống kê UNESCO muốn gửi lời cảm ơn sâu sắc tới các thành viên của nhóm đặc trách FCS vì những hướng dẫn và tư vấn chuyên môn của họ: Alfonso Castellanos-Ribot (Giám đốc), Guiomar Alonso Cano, Marta Beck-Domzalska, Helen Beilby-Orrin, Vladimir Bina, Ibtissam El Jouni, Maté Kovacs, Vijay Madan, Glenn Masokoane, Liliana Ortiz-Ospino, J.P. Singh và David Throsby.

Từ viết tắt

ANZSCO	Hệ thống phân loại nghề chuẩn của Úc và New Zealand
ANZSIC	Hệ thống phân loại lao động chuẩn của Úc và New Zealand
BIMSTEC	Sáng kiến vùng Vịnh Bengal về hợp tác Kinh tế và Kỹ thuật đa khu vực
BOP	Cán cân thanh toán
COFOG	Hệ thống phân loại dựa trên mục đích các chức năng của Chính phủ
COICOP	Phân loại tiêu dùng cá nhân theo mục đích
COPNI	Phân loại mục đích của các cơ quan phi lợi nhuận phục vụ hộ gia đình
CPA	Hệ thống phân loại sản phẩm theo hoạt động cho Châu Âu
CPC	Hệ thống phân loại các sản phẩm chủ yếu
CS	Các dịch vụ tập thể
DCMS	Cục văn hóa, truyền thông và thể thao, Vương quốc Anh
EBOPS	Hệ thống phân loại dịch vụ Cán cân thanh toán mở rộng
FCS	Khung thống kê văn hóa UNESCO
ICATUS	Hệ thống phân loại hoạt động quốc tế thử nghiệm của Liên hợp quốc phục vụ việc thống kê sử dụng thời gian
ICH	Di sản văn hóa phi vật thể
ICT	Công nghệ thông tin và truyền thông
IIFB	Diễn đàn quốc tế về đa dạng sinh học bản địa
ILO	Tổ chức lao động quốc tế
IS	Các dịch vụ cá nhân
ISCED	Hệ thống phân loại giáo dục chuẩn quốc tế
ISCO	Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại nghề nghiệp
ISIC	Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại ngành
LEG	Nhóm chuyên gia hàng đầu của liên minh châu Âu về thống kê văn hóa
MDG	Mục tiêu phát triển thiên niên kỷ, Liên hiệp quốc
NSO	Cục thống kê quốc gia
OECD	Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế
NACE	Hệ thống phân loại các hoạt động kinh tế của Cộng đồng châu Âu
NAICS	Hệ thống phân loại lao động Bắc Mỹ
NAPCS	Hệ thống phân loại sản phẩm Bắc Mỹ
NEPAD	Đối tác mới cho phát triển châu Phi
SIC	Chuẩn phân loại lao động
SITC 4	Chuẩn phân loại thương mại quốc tế, phiên bản 4
SNA	Hệ thống tài khoản quốc gia
TSA	Tài khoản vệ tinh du lịch
UIS	Viện thống kê UNESCO
UNCTAD	Hội nghị Liên hiệp quốc về thương mại và phát triển
UNPFII	Diễn đàn thường niên Liên hiệp quốc về các vấn đề bản địa
UNSD	Bộ phận thống kê Liên hiệp quốc
UNWTO	Tổ chức du lịch thế giới
WIPO	Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới
WTO	Tổ chức thương mại thế giới
n.e.s.	Không được xác định ở lĩnh vực nào khác
n.e.c.	Không được phân loại ở lĩnh vực nào khác
n.f.d.	Không được xác định đầy đủ

Mục lục

Lời nói đầu	iii
Lời cảm ơn	iv
Từ viết tắt	v
Tóm tắt cốt yếu	9
1. Giới thiệu.....	11
1.1 Lý do	11
1.2 Bối cảnh chính sách cho việc sửa đổi khung thống kê.....	13
1.3 Mục đích và mục tiêu chính sửa đổi khung thống kê	16
2. Khung thống kê văn hóa: Các khái niệm và cơ cấu.....	17
2.1 Sửa đổi khung thống kê văn hóa: Hướng tiếp cận mới	17
2.2. Định nghĩa văn hóa cho mục đích thống kê	18
2.3 Chu kỳ văn hóa	19
2.4 Phạm vi ngành văn hóa	22
2.5 Định nghĩa ‘lĩnh vực văn hóa’	22
3. Thống kê văn hóa: Đo lường phương diện kinh tế.....	33
3.1 Sử dụng hệ thống phân loại quốc tế để đo lường phương diện kinh tế của văn hóa	33
3.2 Nhận dạng các hoạt động sản xuất văn hóa và các sản phẩm văn hóa: Sử dụng Hệ thống phân loại sản phẩm chủ yếu (CPC) và Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại ngành.....	35
3.3 Thương mại văn hóa quốc tế : Sử dụng hệ thống hài hòa (HS) và Hệ thống EBOPS.....	37
3.4 Nghề nghiệp trong văn hóa: Sử dụng Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại nghề nghiệp (ISCO)	39
3.5 Đo lường di sản	42
4. Thống kê văn hóa: Đo lường phương diện xã hội.....	44
4.1 Đo lường sự tham gia văn hoá	44
4.2 Đo lường di sản văn hóa phi vật thể (ICH).....	46
5. Thu thập dữ liệu: Hệ thống bảng biểu các mã phân loại quốc tế.....	51
Bảng 2. Hoạt động sản xuất văn hoá, hàng hoá và dịch vụ văn hóa xác định theo mã số CPC2 và ISIC 4	52
Bảng 3. Thương mại quốc tế hàng hóa và dịch vụ văn hóa xác định theo mã số hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa (HS) 2007.....	65
Bảng 4. Nghề nghiệp trong văn hóa xác định theo mã số ISCO 08.....	74
Bảng 5. Khảo sát sử dụng thời gian theo mã số ICATUS	78
6. Kết luận	82
6.1 Thách thức trong quá trình thu thập dữ liệu văn hóa	82
6.2 Mối liên hệ với phương pháp đo lường trực tiếp.....	84
Chú giải thuật ngữ.....	86
Tài liệu tham khảo	92

Tóm tắt cốt yếu

Mục đích Khung thống kê văn hóa UNESCO 2009 (FCS)

Khung thống kê thông kê văn hóa (FCS) là một công cụ để tổ chức sắp xếp số liệu thống kê ở cả cấp quốc gia và quốc tế. Nó dựa trên một nền tảng khái niệm và sự hiểu biết văn hóa chung, cho phép đo lường một phạm vi rộng lớn các biểu đạt văn hóa không phân biệt thể chế kinh tế và xã hội tạo ra chúng. Thông qua các định nghĩa chuẩn, nó cho phép tạo ra dữ liệu so sánh mang tính quốc tế.

Khung thống kê văn hóa là kết quả của quá trình tư vấn rộng rãi toàn cầu. Nó hình thành trên cơ sở khung thống kê văn hóa FCS 1986 khởi đầu bằng các cuộc thảo luận sáng tạo/văn hóa, xem xét ảnh hưởng của toàn cầu hóa tới việc sản sinh và truyền bá các sản phẩm văn hóa cũng như phản ánh tập quán văn hiện thời và các vấn đề sở hữu trí tuệ.

Đo lường phương diện kinh tế của văn hóa được phát triển đầy đủ hơn trong FCS bởi luôn có sẵn dữ liệu kinh tế và các hệ thống phân loại quốc tế. Tuy nhiên, điều quan trọng không kém là phương diện xã hội của văn hóa, bao gồm tham gia văn hóa và di sản văn hóa phi vật thể. Cho dù các yếu tố ban đầu cho việc đánh giá đã được đề xuất, vẫn cần phải tiến hành thêm các công việc khác.

FCS là một công cụ phân loại, liên kết việc sử dụng các hệ thống phân loại quốc tế hiện thời như Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại ngành (ISIC) đối với các hoạt động sản xuất văn hóa, Hệ thống phân loại các sản phẩm chủ yếu (CPC) cho các dịch vụ và hàng hóa văn hóa, Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại nghề nghiệp (ISCO) cho nghề văn hóa; Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa cho dòng hàng hóa văn hóa quốc tế (HS), và Hệ thống phân loại hoạt động quốc tế thử nghiệm của Liên hợp quốc phục vụ việc thống kê sử dụng thời gian đối với sự tham gia văn hóa. Kết quả là một công cụ và phương pháp luận được thiết kế để sử dụng ở cấp quốc gia và quốc tế như là cơ sở để thu thập và phổ biến các thống kê văn hóa. Khung thống kê nhằm mục đích phản ánh trên phạm vi rộng nhất có thể các hoạt động liên quan đến sản xuất, phổ biến và sử dụng văn hóa.

Định nghĩa văn hóa

UNESCO định nghĩa văn hóa là tập hợp các đặc trưng tiêu biểu về tinh thần, vật chất, tri thức và xúc cảm của xã hội hoặc một nhóm người trong xã hội; văn hóa không chỉ bao gồm văn học và nghệ thuật, mà còn cả phong cách sống, phương thức chung sống, các hệ giá trị, truyền thống và niềm tin (UNESCO, 2001). Mặc dù không phải lúc nào cũng đo lường được niềm tin và giá trị một cách trực tiếp, thì lại có thể đo lường được các thói quen và hành vi liên quan. Vì thế, *Khung thống kê văn hóa UNESCO* định nghĩa văn hóa thông qua việc xác định và đo lường hành vi và tập quán được sinh ra từ niềm tin và các giá trị của một xã hội hay của một nhóm người trong xã hội.

Các *Lĩnh vực Văn hóa* được định nghĩa trong FCS là một tập hợp chung các hoạt động kinh tế (như sản xuất hàng hóa và dịch vụ) và xã hội (như sự tham gia vào các hoạt động văn hóa) mà theo truyền thống được cho là “văn hóa”. Ngoài ra, các Lĩnh vực Liên đới bao gồm các hoạt động kinh tế và xã hội khác mà được cho là “một phần văn hóa” hoặc thường được nói đến như là “có tính giải trí hay thư giãn” hơn là “văn hóa thuần túy”.

Mặc dù, xuất phát điểm, hầu hết các chuẩn hiện thời dùng để xây dựng các khái niệm này đều dựa trên khía cạnh kinh tế, nhưng cần phải hiểu tất cả các khía cạnh khác của lĩnh vực được tạo ra chứ không chỉ đơn thuần xem xét các khía cạnh kinh tế của văn hóa. Ví thể, định nghĩa để đo lường “biểu diễn” bao gồm tất cả các cuộc biểu diễn, nghiệp dư hay chuyên nghiệp và diễn ra trong phòng hòa nhạc trang trọng hay trên sân khấu ngoài trời ở một làng quê.

Bên cạnh đó, khung văn hóa nhấn mạnh vào các lĩnh vực chuyển tiếp được đo lường ở nhiều lĩnh vực. Lĩnh vực Giáo dục và Đào tạo, Lưu giữ và Bảo tồn, và Di sản văn hóa phi vật thể được phân loại là lĩnh vực chuyển tiếp; sự có mặt của ba lĩnh vực trên là hết sức quan trọng để đo lường một cách đầy đủ các biểu đạt văn hóa.

Đánh giá văn hóa: Một cách tiếp cận thực tế

Khả năng của các quốc gia trong việc thu thập và phổ biến các thống kê văn hóa khác nhau rất lớn phụ thuộc vào các ưu tiên chính sách, năng lực thống kê, nguồn nhân lực và tài chính của các quốc gia đó. Khung thống kê này được thiết kế linh hoạt và tương thích ở mức quốc gia.

Khung thống kê cũng được xây dựng dựa trên khái niệm mô hình *Chu kỳ Văn hóa* của ngành văn hóa; giúp chúng ta hiểu các mối quan hệ giữa các quá trình văn hóa khác nhau. Chu kỳ minh họa toàn bộ các tập quán, hoạt động và các nguồn vốn cần thiết để chuyển tải các ý tưởng thành hàng hóa và dịch vụ văn hóa, đến tay người tiêu dùng, người tham gia hay người sử dụng.

Khung thống kê bao gồm tất cả các hệ thống và chuẩn phân loại thống kê quốc tế hiện thời nhằm tối ưu hóa khả năng so sánh dữ liệu và khả năng sử dụng các khảo sát sẵn có để đo lường văn hóa. Các hệ thống phân loại này cung cấp cho các quốc gia một khung thống kê toàn diện để thu thập và phổ biến các dữ liệu văn hóa. Nó cũng là một công cụ hướng dẫn để đo lường các hoạt động, hàng hóa và dịch vụ văn hóa bằng việc sử dụng các thống kê kinh tế và các khảo sát hộ gia đình chuẩn, như các khảo sát lực lượng lao động và điều tra dân số. Những quốc gia không có khung thống kê văn hóa quốc gia có thể sử dụng cấu trúc cơ sở của FCS. Những quốc gia với khả năng thống kê tốt hơn có thể thu thập các số liệu thống kê cụ thể hơn bằng việc sử dụng các công cụ thống kê chi tiết hơn, hoặc được thiết kế chuyên biệt phản ánh các ưu tiên chính sách trong văn hóa.

Khung thống kê không xác định hay đề xuất bất kỳ chỉ tiêu thống kê cụ thể nào. Việc hình thành một Bộ chỉ tiêu thống kê văn hóa và các chỉ tiêu phù hợp khác là bước quan trọng tiếp cần làm ở cả cấp quốc gia và quốc tế.

1. Giới thiệu

Khung thống kê này thay thế khung thống kê văn hóa (FCS) năm 1986 của UNESCO (UNESCO, 1986). Kể từ khi khung thống kê văn hóa đầu tiên UNESCO ra đời, đã có nhiều hướng tiếp cận nhằm định nghĩa hay đo lường văn hoá trong khi đó nhiều tiến bộ xã hội và công nghệ đã thay đổi vị thế của văn hoá trên thế giới.

Khung thống kê văn hoá quốc tế nhằm mục đích tối đa hoá tính so sánh quốc tế có thể thực hiện được. Ở cấp quốc gia, có nhiều nhu cầu về dữ liệu để xây dựng chính sách dựa trên chứng cứ nhằm thông báo cho các quốc gia này về thực trạng của họ trên cơ sở so sánh với các quốc gia khác trong khu vực và trên thế giới.

Khung thống kê cung cấp cơ sở khái niệm để đánh giá đóng góp về mặt kinh tế và xã hội của văn hóa. Đây cũng là công cụ hỗ trợ các Quốc gia thành viên tổ chức thu thập và truyền bá kết quả thống kê văn hoá của mình. Nó cũng hỗ trợ quá trình thu thập dữ liệu thống kê quốc gia và liên quốc gia để UNESCO, các cơ quan quốc tế cũng như cộng đồng toàn cầu sử dụng.

Khung thống kê mới này hướng tới tính linh hoạt và không bài trừ, tuy nhiên vẫn thúc đẩy tính so sánh tương quan. FCS nhằm hỗ trợ các quốc gia tự mình xây dựng khung thống kê văn hoá bằng cách lựa chọn các lĩnh vực chính để tạo nên dữ liệu văn hoá của chính mình. Hơn nữa, thông qua việc lựa chọn định nghĩa FCS phù hợp theo từng lĩnh vực, mỗi quốc gia sẽ có thể đạt được tính so sánh quốc tế cho chính dữ liệu của mình.

1.1 Lý do

Kể từ năm 1986 đã có sự thay đổi trong nhận thức về vai trò của văn hoá trong lĩnh vực kinh tế xã hội. Tầm quan trọng của mối liên hệ giữa văn hoá và phát triển đã ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm từ phía các tổ chức viện trợ và các chuyên gia. Văn hoá ngày càng được xem vừa là phương tiện phát triển, hay nói cách khác là phương tiện quan trọng nhằm thúc đẩy và duy trì phát triển kinh tế, và cũng là tác động của phát triển, nghĩa là đem lại ý nghĩa tồn tại của loài người. Văn hoá có thể tạo ra doanh thu thông qua du lịch, đồ thủ công và đồ tạo tác và cũng đóng góp vào phát triển bền vững của quốc gia và khu vực. Cộng đồng cũng đã nhận thức được ảnh hưởng của văn hoá đến hành vi của con người, đóng góp của văn hoá vào quá trình phát triển kinh tế, xã hội của con người cũng như tình trạng hạnh phúc khỏe mạnh của họ. (UNESCO, 1995).

Ảnh hưởng tiềm ẩn của văn hoá đối với phát triển kinh tế, xã hội của các quốc gia có thể được tóm tắt như sau:

- Tài sản văn hoá cộng đồng có thể đóng góp vào phát triển bền vững của địa phương thông qua các tác động kinh tế ví dụ như các ngành văn hoá và đóng góp vào quá trình phục hồi văn hoá, xã hội.

- Văn hoá cũng đem lại nhiều cơ hội cho phụ nữ và giới trẻ tham gia vào các hoạt động sản xuất góp phần vào bình đẳng giới, lòng tự tôn và ý thức xã hội. Chính sách văn hoá thận trọng có thể hỗ trợ gìn giữ phong tục, tập quán truyền thống và giải quyết nhu cầu của nhóm người chịu thiệt thòi trong xã hội như phụ nữ hoặc các dân tộc thiểu số. Phụ nữ chính là chủ nhân của tri thức và có vai trò truyền tải giá trị văn hoá và là người bảo vệ các giá trị văn hoá đặc thù (UNESCO, 1995).
- Một vài ngành văn hoá chủ yếu hình thành từ các doanh nghiệp nhỏ hay doanh nghiệp hộ gia đình là rất phù hợp với sự phát triển của địa phương.

Một vài lý do giải thích vai trò ngày càng quan trọng của văn hoá phản ánh xu hướng phát triển nội tại lâu dài; các nguyên nhân khác phụ thuộc vào các sự kiện xảy ra gần đây. Tại nhiều khu vực trên thế giới, của cải và thu nhập sẵn có tăng lên cũng làm tăng chi phí cần thiết cho các hoạt động và sản phẩm văn hoá. Điều này có nghĩa là văn hoá là một phần thiết yếu trong quá trình tái sản xuất kinh tế, chứ không phải chỉ là một hoạt động xa xỉ hay sản phẩm ưu tiên có được từ phân phối tài nguyên dư thừa. Tiêu dùng văn hoá ngày càng phát triển, loại hình sản phẩm này ngày càng mở rộng và đến thời điểm này thì chính “sản phẩm” đó lại trở thành trung gian cho hầu hết các trải nghiệm văn hoá.

Những xu hướng phát triển trong dài hạn được tăng cường nhờ hai hiện tượng liên quan và diễn ra gần đây, đó là:

- Ngành văn hoá mà được phân tách trước đó từ các hệ thống sản xuất tương tự (phim, truyền hình, nhiếp ảnh và in ấn) thì nay lại được tổ hợp lại dưới dạng số, vì thế trong nhiều trường hợp chúng ta không còn phân biệt được các ngành này nữa. Công nghệ kỹ thuật số đã thay đổi đáng kể phương thức sản xuất và truyền bá sản phẩm văn hoá. Đặc biệt là trường hợp mạng Internet, nó ngày càng được sử dụng rộng rãi nhằm truyền bá các sản phẩm văn hoá khác nhau, đôi khi có thể thông qua cùng một phương tiện truyền thông.
- Toàn cầu hoá dẫn đến quốc tế hoá dòng hàng hoá và dịch vụ cũng như trao đổi toàn cầu về tư tưởng, con người và nguồn vốn. Đa dạng hoá văn hoá và liên kết văn hoá cũng góp phần tạo nên sản phẩm mới, tập quán mới và nhiều bản sắc văn hoá mới.

So với thời kỳ trước khi có công nghệ số, công nghệ mới đã thúc đẩy nhanh chóng quá trình khai thác thương mại các sản phẩm văn hoá “một lần” ví dụ như một ca khúc. Quá trình truyền tải này cũng đưa đến sự thay đổi trong cán cân quyền lực kinh tế giữa các hoạt động văn hoá có thể tái sản xuất bằng công nghệ số và mang tính tiềm năng về mặt thương mại – và các hoạt động không mang hai tính chất trên, thường là các sản phẩm khó có thể giao dịch (Barrowclough và Kozul-Wright, 2006).

Tại một số nước phát triển, ngành văn hoá có ý nghĩa kinh tế quan trọng hơn (ít nhất là trong lĩnh vực việc làm) so với một số ngành công nghiệp lâu đời (như ngành công nghiệp mỏ và công nghiệp sản xuất ô tô) và nó cũng có đóng góp quan trọng cho thu nhập quốc gia từ các hoạt động xuất khẩu. Ở các quốc gia đang phát triển, trong khi tác động kinh tế của ngành văn hoá về phương diện việc làm tại thời điểm hiện tại không mạnh mẽ bằng, thì thu nhập từ các hoạt động xuất khẩu có thể mang ý nghĩa quan trọng. Theo đó, vai trò của văn hoá trong quá trình phát triển đang được xem xét lại và được coi là nhân tố có khả

năng ảnh hưởng tích cực đến sự tăng trưởng tại các nước đang phát triển (Barrowclough và Kozul-Wright, 2006).

Các khung chính sách văn hoá hiện có được xây dựng dựa trên hiện trạng cân bằng giữa quyền lực, ưu tiên và tài nguyên thời kỳ trước khi có công nghệ số. Các hình thức mới của quá trình sản xuất văn hoá là thử thách lớn đối với những khung hành động này- đặc biệt trong các lĩnh vực như bảo tồn di sản, sở hữu trí tuệ và tính đa dạng – và cũng làm giảm hiệu quả đạt được mục tiêu đề ra trong các khung hành động. Ví dụ, trong khi một số loại hình biểu diễn âm nhạc có thể thương mại hoá mạnh hơn, thì các hình thức văn hoá khác chưa tận dụng được những lợi ích từ tái sản xuất và phân phối bằng công nghệ số có thể cần đầu tư nhiều hơn nữa nếu muốn duy trì hiện trạng văn hoá. Một cách tương ứng, chính những thay đổi này lại có tác động thúc đẩy quá trình đánh giá lại hiện trạng này.

Các hình thức mới trong quá trình sản xuất văn hoá cũng tạo ra những ảnh hưởng đối với các chính sách văn hoá tập trung vào các phân nhóm hoạt động đặc thù — ngành văn hoá - đôi khi thuật ngữ này cũng dùng để chỉ ngành sáng tạo (*Xem mục 2.2*). Khái niệm ngành văn hoá thường được dùng để chỉ phương diện thương mại của lĩnh vực văn hoá. Tuy nhiên, khung hành động này phát triển một hướng tiếp cận toàn diện hơn với việc sử dụng khái niệm về sự liên quan chặt chẽ mạnh mẽ lẫn nhau giữa các hoạt động của lĩnh vực văn hoá, cả ở khu vực công và tư nhân. Ví dụ, những người lao động dịch chuyển giữa khu vực công và tư nhân – giữa việc có hoặc không được trả lương – làm việc theo tuần thì khó có thể xếp họ vào khu vực công hay tư nhân. Nếu tập trung vào thực tế thì hy vọng rằng khung hành động có thể đảm bảo tính linh động và tăng cường các yếu tố tương hỗ, thúc đẩy phát triển trong cả hai khu vực.

Những thay đổi về sáng tạo, sản xuất, phân phối và tiêu dùng văn hoá nêu trên có nghĩa là lĩnh vực văn hoá đã và đang phát triển trên cả khía cạnh tương đối và tuyệt đối, và thường vượt xa các lĩnh vực truyền thống trong nền kinh tế. Tốc độ thay đổi nhanh chóng và sự xuất hiện của các đặc tính mới, cải tiến trong sản xuất văn hoá đòi hỏi phải có số liệu nhiều hơn và hoàn thiện hơn để có thể đánh giá toàn diện mức độ cũng như chiều sâu của các thay đổi này. Cũng giống như những gì sẽ được chỉ ra dưới đây, lĩnh vực văn hoá phát triển không đồng đều. Điều này gây nên nhiều vấn đề nhạy cảm và áp lực cộng đồng giữa yếu tố thương mại và phi thương mại, truyền thống và hiện đại, quốc tế và bản địa

1.2 Bối cảnh chính sách cho việc sửa đổi Khung thống kê văn hóa

Kể từ FCS 1986 (UNESCO, 1986), tầm quan trọng của văn hoá trong các chính sách công đã ngày càng tăng lên, điều này có thể được giải thích là do:

- Mức tăng trưởng thương mại quốc tế trong các sản phẩm văn hoá trên toàn cầu. Điều này có ảnh hưởng lớn đến việc triển khai nghiêm ngặt quyền sở hữu trí tuệ (sáng tạo, sở hữu và khái thác) và một vấn đề rộng hơn là bản sắc văn hóa và quyền sở hữu các bản sắc văn hóa đó (ví dụ di sản phi vật thể).
- Tốc độ tăng trưởng và tập trung của quyền lực thị trường trong một số ít tập đoàn đa quốc gia hoạt động trên nhiều ngành văn hoá. Tổ chức sản xuất văn hoá trong nhiều thị trường lại dẫn đến tình trạng độc quyền tập đoàn; điều này dẫn đến hiện tượng thuận

lợi 'dành cho những người đi đầu' hết sức to lớn hầu như chỉ tồn tại ở nước phát triển. Tuy nhiên, mạng Internet cũng cho phép phát triển thị trường và các kênh phân phối bên ngoài những tập đoàn đa quốc gia này nhưng đồng thời lại làm tăng tình trạng vi phạm bản quyền.

- Các thể chế chính sách và pháp luật về các quy định và phát triển văn hoá đã hình thành trước khi các ngành văn hoá tăng trưởng. Do vậy, chúng đã trở nên lỗi thời và không đáp ứng được các thách thức thời đại. Một phần quan trọng để có thể xây dựng chính sách phù hợp đáp ứng được sự phát triển của thời đại là phải có cơ sở bằng chứng đầy đủ thiết thực. Các tài liệu về văn hoá dựa trên cơ sở thống kê để phân tích lĩnh vực văn hoá là một phần quan trọng trong quá trình này.
- Chính sách văn hoá được xây dựng như là chính sách cho “ngành công nghiệp văn hóa” tạo ra sự phát triển các yếu tố kinh tế và lĩnh vực. Chính vì thế, chính sách văn hoá cần phải xem xét đến các ngành công nghiệp văn hoá.
- Mối quan hệ giữa khu vực công và tư nhân là mối quan hệ tương quan phức tạp chứ không đơn thuần chỉ là tính hai mặt. Ví dụ, nhiều hoạt động văn hoá thương mại có tác động đến mục tiêu của chính sách văn hoá. Vì thế, những khung hành động chỉ giới hạn ở tính hai mặt sẽ mang tính thiếu hụt.
- Ở cấp khu vực, hai sáng kiến thể hiện thiện ý chí chính trị trong việc đầu tư vào các ngành công nghiệp văn hoá - được xem là một phương tiện giảm nghèo:
 - Sáng kiến Paro (BIMSTEC, 2006) của chính phủ các nước trong tổ chức Sáng kiến vùng Vịnh Bengal về hợp tác Kinh tế và Kỹ thuật đa khu vực – BIMSTEC nêu rằng: “Các ngành công nghiệp văn hoá có khả năng đóng góp vào công cuộc giảm nghèo và đã được chứng minh là công cụ hữu hiệu nhằm tổ chức lại xã hội và tiếp sức mạnh cho cộng đồng địa phương; đặc biệt đối với nhóm người nghèo trong xã hội, trong các khu ổ chuột ở cả nông thôn và thành thị.”
 - Chương trình hành động Nairobi về các Ngành Công nghiệp Văn hoá và Sáng tạo tại Châu Phi được soạn thảo trong Phiên Thứ nhất Hội thảo Bộ trưởng Bộ Văn hoá các nước trong khối Liên minh Châu Phi (Liên minh châu Phi, 2005) và thông qua trong Phiên Thứ hai Hội thảo Bộ trưởng Bộ Văn hóa tại Algiers (Liên minh châu Phi, 2008) đã đưa ra các kết luận và đề xuất tương tự. Mục tiêu chính là nâng cao điều kiện sống và làm việc của nghệ sĩ và nghệ nhân sáng tạo châu Phi trong sự phát triển văn hoá nội sinh, đồng thời tăng cường đóng góp của các ngành công nghiệp văn hoá vào sự phát triển chung của Châu Phi. Các mục tiêu khác là tạo điều kiện cho việc bảo vệ, tổ chức, sản xuất, quảng bá, phân phối, trưng bày và bảo tồn của các ngành công nghiệp văn hóa và công nghiệp sáng tạo; và định hướng Châu Phi theo quan điểm, đường lối để đạt được lợi ích tối đa từ các chính sách phát triển văn hoá trong tương lai, công nghệ và thị trường trong lĩnh vực văn hoá và các lĩnh vực khác (AU, 2008). Chương trình hành động Nairobi cũng giải quyết nhu cầu về dữ liệu thống kê về số liệu ngành công nghiệp văn hoá và sáng tạo.

Kể từ năm 1986, đã có sự phát triển mạnh mẽ trong nhận thức và nhu cầu về chính sách linh hoạt về đa dạng văn hoá. Hội nghị UNESCO năm 2005 về Bảo tồn và Thúc đẩy Tính đa dạng trong Biểu đạt Văn hoá cũng phản ánh sự phát triển này (UNESCO, 2005a). Khi xem

xét tầm quan trọng ngày càng lớn của tác phẩm sáng tạo trong nền kinh tế, đa dạng văn hoá là vấn đề trọng tâm đối với sáng tạo và đổi mới. Theo David Throsby (2005) "... nguyên tắc cơ bản của bảo tồn đa dạng văn hoá là dựa trên quan điểm đa dạng về tư tưởng, niềm tin, truyền thống và các biểu đạt nghệ thuật và văn hoá sẽ đem lại dòng dịch vụ văn hoá khá đặc thù so với các dịch vụ mà từng yếu tố riêng lẻ đem lại... đa dạng văn hoá là động lực quan trọng cho hoạt động nghệ thuật và văn hoá, và chính động lực này lại có tác động trở lại đối với nền kinh tế."

Đa dạng văn hoá là chính sách đa phương diện với nhiều nguồn gốc khác nhau, có nhiều trọng tâm khác nhau, và được thực hiện trên các khu vực, lãnh thổ khác nhau: trong một nước, giữa các nước hay liên quốc gia. Trong lĩnh vực liên quốc gia, động lực thúc đẩy xây dựng chính sách linh hoạt về đa dạng văn hoá bao hàm nhiều khía cạnh liên quan chặt chẽ với nhau:

- Nhìn chung, nhu cầu về sản phẩm văn hoá từ các nước đang phát triển, hay trong một số trường hợp, sản phẩm lai tạo giữa các sản phẩm này với sản phẩm bắt nguồn từ các nước phát triển đang ngày càng tăng lên. Tuy nhiên, các nước đang phát triển thường có vị thế thấp hơn khi thương lượng giá trị tiền mặt họ thu được từ sản phẩm văn hoá so với giá trị tiền mặt các nước phát triển nhận được; điều này một phần là do sự yếu kém trong năng lực thể chế của các cơ quan địa phương, đồng thời cũng do quyền lực tuyệt đối của công nghiệp độc quyền.
- Không có sự phân biệt rõ ràng giữa khái niệm văn hoá cao và thấp (hầu hết xảy ra ở các nước phương Tây), và giữa phương Tây và 'các khu vực khác'; và
- Thương mại hoá sản phẩm thủ công và vai trò của nó trong chiến lược phát triển kinh tế ở các nước đang phát triển.

Một loạt các vấn đề nảy sinh từ những thay đổi này; có lẽ vấn đề gây tranh luận nhiều nhất là vấn đề quyền sở hữu trí tuệ. Vì văn hoá ngày càng được xem như là một loại hàng hoá, nên hệ thống quyền sở hữu (và định nghĩa về những quyền gì thuộc về cá nhân người sản xuất) phải mô tả, chỉ rõ mức độ bảo vệ mà một cá nhân hay cộng đồng nhận được khi khai thác ý tưởng của họ. Khi hệ thống các quyền sở hữu đã được công bố, thì lại phát sinh nhiều vấn đề quan trọng liên quan đến sao chép hoặc tội phạm đạo ý tưởng- vốn được coi là vì lợi ích của các tập đoàn lớn bảo vệ tài sản của họ. Hơn nữa, việc không xác định hệ thống quyền sở hữu trong các lĩnh vực văn hoá phi thương mại lại chính là cơ hội cho các hành vi phạm tội. Vấn đề này tồn tại ở các nước đang phát triển và thường không được báo cáo, do đó gây nguy hại đối với đa dạng hóa biểu đạt văn hóa. Vì lí do này và một vài lí do khác, Hội nghị UNESCO về Bảo tồn và Thúc đẩy Tính đa dạng trong Biểu đạt Văn hoá (UNESCO, 2005a) nhấn mạnh tính chất hai mặt (kinh tế và văn hoá) của các hoạt động, hàng hoá và dịch vụ văn hoá ở đó "thể hiện tính bản sắc, giá trị và ý nghĩa" cũng như tính dễ bị tổn thương của các yếu tố này. Theo Tuyên bố về Đa dạng Văn hoá của UNESCO năm 2001 (UNESCO, 2001), đa dạng văn hoá được định nghĩa là: "nguồn gốc trao đổi, và sáng tạo [...] cần thiết đối với loài người giống như đa dạng sinh thái cần thiết đối với thiên nhiên...đa dạng văn hóa là một trong những nguồn gốc của sự phát triển, được hiểu không chỉ đơn thuần dưới góc độ tăng trưởng kinh tế, mà còn là phương tiện để đạt được một cuộc sống thoải mái hài lòng về trí tuệ, cảm xúc, đạo đức và tinh thần." Hai trong số các nguyên tắc này có ý nghĩa quan trọng như nhau trong việc tiếp cận tất cả các biểu đạt văn hóa và phát triển bền vững.

FCS 1986 (UNESCO, 1986) được các Quốc gia Thành viên UNESCO, chủ yếu là các quốc gia phát triển, đưa ra. Khung hành động mới quan tâm, xem xét đến nhu cầu tại các nước đang phát triển. Đặc biệt, khung hành động đánh giá tính phù hợp và khả thi khi tích hợp các yếu tố như di sản văn hoá phi vật thể với khu vực kinh tế không chính thức, đồng thời còn giải quyết những vấn đề liên quan đến đa dạng văn hoá. Trong Khung hành động năm 1986, các hoạt động văn hoá như sản xuất thủ công và vai trò của giáo dục đã bị loại bỏ hoặc chưa nhận được sự quan tâm đúng mức.

1.3 Mục đích và mục tiêu chính sửa đổi khung thống kê văn hóa

Khung thống kê văn hóa xây dựng cơ sở khái niệm nhằm đưa ra cách hiểu chung tạo điều kiện thực hiện quá trình so sánh quốc tế toàn bộ các hoạt động trong quá trình sản xuất, lưu thông và sử dụng văn hoá. Để làm được điều này, khung hành động bao gồm những nguyên tắc hướng dẫn sau đây:

- Xây dựng cơ sở khái niệm cho toàn bộ các biểu đạt văn hoá, bất kể mô hình kinh tế và xã hội đặc thù của quá trình tạo ra các biểu đạt này;
- Tính đến sự phong phú của biểu đạt văn hoá (các hình thức văn hoá, tập quán, sản phẩm và quá trình), bao gồm các hình thức sản xuất và tiêu thụ mới (các ngành công nghiệp văn hoá và các thành tố văn hoá trong sở hữu trí tuệ) và tập quán văn hoá không liên quan đến các ngành công nghiệp văn hoá (di sản phi vật thể);
- Nếu có thể, sử dụng danh mục có thể chuyển đổi sang phân loại quốc tế, như Hệ thống Phân loại Sản phẩm Chủ yếu (CPC), Hệ thống Hài hoà Mô tả và Mã hóa Hàng hoá (còn gọi tắt là Hệ thống phân loại Hài hoà (HS)); Hệ thống Tiêu chuẩn Quốc tế về Phân loại ngành (ISIC) và Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại nghề nghiệp (ISCO); và
- Hỗ trợ các quốc gia xây dựng khung thống kê riêng phù hợp cho mình nhưng vẫn tuân thủ các điều khoản tham chiếu chung để thuận tiện cho quá trình so sánh và xây dựng chuẩn quốc tế,

2. Khung thống kê văn hoá: Các khái niệm và cơ cấu

2.1 Sửa đổi khung thống kê văn hoá: Hướng tiếp cận mới

Thách thức đối với khung thống kê văn hoá mới là phải xây dựng hướng tiếp cận giải quyết được các mâu thuẫn và phân tách - đặc tính vốn có trong các tranh luận về chính sách văn hoá, đặc biệt là về cách thức đo lường văn hoá. Hướng tiếp cận được sử dụng ở đây nhằm mục đích giải quyết trở ngại, áp lực nảy sinh từ ba nhóm chính sách văn hoá phổ biến:

- i. **Phạm vi của văn hoá (từ góc độ kinh tế - xã hội).** Hướng tiếp cận này dựa trên hiểu biết về ý nghĩa văn hoá được kiến tạo và truyền tải như thế nào. Hướng tiếp cận này tập trung vào sản xuất và phân phối văn hoá trong đó yêu cầu phải hiểu rõ mức độ ý nghĩa văn hoá được lồng ghép trong các quá trình kinh tế - xã hội. Văn hoá không được loại bỏ hay tách rời khỏi xã hội và kinh tế. Nhiều yếu tố văn hoá, bao gồm cả những yếu tố nằm ngoài thị trường cũng có thể được nhận biết thông qua các chỉ số như người tham gia, thời gian sử dụng hay nguồn vốn xã hội. Các yếu tố khác của sản xuất và truyền tải văn hoá liên quan đến giao dịch kinh tế cũng có thể đo lường được.
- ii. **Cách thức quản lý (công – tư nhân).** Hướng tiếp cận này khó có thể nắm bắt được cách thức quản lý và cấp vốn (khu vực tư nhân, khu vực công hay xã hội dân sự) trong quá trình sản xuất và truyền tải văn hoá. Ba nguồn tài chính cho văn hoá là: a) cộng (chủ yếu từ chính phủ và các tổ chức công) theo hình thức trực tiếp (trợ cấp và tài trợ) hay gián tiếp (miễn thuế); b) tư nhân (từ thị trường); và c) các tổ chức phi chính phủ và các nhà tài trợ. Dữ liệu hiện thời không cung cấp đầy đủ thông tin về ba nguồn tài chính cho văn hoá này. Nhóm Đặc Trách về Chi Phí Văn hoá và Tài chính đã nhận thấy hết sức khó khăn trong việc thu thập dữ liệu so sánh và hài hoà về nguồn tài chính công cho văn hoá ở các nước Châu Âu (Ủy ban Châu Âu, 2001). Cơ cấu khác nhau trong tài chính công (tập trung hay phân quyền) cũng như phương pháp luận áp dụng khác nhau giữa các nước đã làm việc so sánh ngày càng hết sức khó khăn hơn.

Khung thống kê mới tập trung vào các mối quan hệ, sự liên kết và trao đổi giữa các yếu tố khác nhau này trong ngành văn hoá.
- iii. **Mức độ thể chế hoá (chính thức – không chính thức).** Hướng tiếp cận này chỉ ra rằng sản xuất và phân phối văn hoá diễn ra trong cả khu vực kinh tế chính thức và không chính thức và trong lĩnh vực xã hội. Sản xuất văn hoá không chính thức là một đặc tính của cả các nước phát triển và các nước đang phát triển. Tuy nhiên, chúng ta vẫn có thể đánh giá được quá trình sản xuất văn hoá nếu quá trình này diễn ra trong khu vực kinh tế không chính thức hay trong các lĩnh vực phi tiền tệ. Hướng tiếp cận này nhằm mục đích thừa nhận giá trị của toàn bộ quá trình kiến tạo, biểu thị và ý nghĩa của văn hoá (xem Mục 2.3).

Chuyên môn hoá lao động ngày càng cao trong các ngành công nghiệp văn hoá dẫn đến khác biệt rõ ràng về vai trò, nhiệm vụ của “kiến tạo” và “sử dụng” văn hoá. Tuy nhiên, trong các ngành khác như thủ công thì không có khác biệt rõ rệt bởi vì các “nghệ nhân thủ công” có thể vừa sáng tạo vừa chế tác và trưng bày/bán đồ tạo tác, vì thế có thể tạo dựng hay xoá nhòa ranh giới phân chia lao động. Theo đó, nghệ nhân có thể đảm nhận một vài bước trong chu kỳ sản xuất văn hoá.

Lập luận cốt lõi của việc sửa đổi khung thống kê bao gồm ba yếu tố:

- **Bề rộng ngành** (bao gồm các lĩnh vực được nhìn nhận là văn hoá) và **bề sâu** (bao gồm các nghệ sỹ biểu diễn, nghệ sỹ và nhân lực thiết bị hỗ trợ thiết yếu mà thiếu những yếu tố này, các nghệ sỹ và người biểu diễn không thể thực hiện được công việc;
- Nhu cầu chuyển đổi sang **hệ thống đo lường trực tiếp bằng số liệu**; và
- **Khả năng đánh giá so sánh quốc tế**. Đồng thời, điều quan trọng là không được áp đặt khung hành động ‘phù hợp cho tất cả các đối tượng’, mà cần phải linh hoạt thay đổi theo những đặc điểm đặc trưng và đa dạng của từng vùng, từng quốc gia, đồng thời cũng phải phù hợp với mục đích so sánh.

2.2 Định nghĩa văn hoá cho mục đích thống kê

Khái niệm văn hoá dùng cho việc sửa đổi Khung Thống kê Văn hoá được lấy từ định nghĩa văn hoá trong Tuyên bố Toàn Cầu về Đa dạng Văn hoá của UNESCO, trong đó chỉ rõ “Văn hoá được coi là hệ thống các đặc điểm về tinh thần, vật chất, trí tuệ và cảm xúc của xã hội hay một nhóm người trong xã hội và văn hóa bao gồm nghệ thuật, văn học, phong cách sống, cách thức chung sống, hệ thống giá trị, truyền thống và tín ngưỡng” (UNESCO, 2001). Định nghĩa về văn hoá này có liên hệ mật thiết với cách thức mà xã hội, một nhóm người trong xã hội hay cộng đồng xác định bản sắc của mình.

Định nghĩa văn hóa cho mục đích thống kê được sử dụng trong FCS đã tính đến hai khía cạnh sau:

- **Khái niệm “Lĩnh vực văn hoá”**: Khái niệm lĩnh vực văn hoá có thể xuất phát từ nhiều ngành công nghiệp (thường gọi chung là các ngành công nghiệp văn hoá) vì các ngành này đều được định nghĩa chính thức dựa trên các tiêu chuẩn phân loại quốc tế hiện hành. Một lĩnh vực văn hoá cũng có thể bao gồm các hoạt động văn hoá theo chủ điểm phù hợp, bao gồm các hoạt động xã hội và hoạt động không chính thức. Ví dụ, số liệu thống kê về lĩnh vực điện ảnh có thể bao gồm sản xuất phim và xem phim tại các rạp chiếu phim, tuy nhiên nó cũng bao gồm cả việc sản xuất phim và xem phim tại nhà. Với vai trò trung tâm trong hoạt động văn hóa, các hoạt động không chính thức và hoạt động xã hội này thường rất khó định nghĩa nếu chỉ sử dụng các công cụ thống kê, đo lường như hiện nay, vì thế FCS cần phải xây dựng phương pháp luận mới. Theo khung thống kê này, lĩnh vực văn hóa bao gồm toàn bộ các hoạt động liên quan, dù là hoạt động kinh tế hay ã hội.
- **Tranh luận về Sáng tạo - Văn hóa**: Nhiều quốc gia sử dụng thuật ngữ “sáng tạo” để miêu tả ngành công nghiệp, tuy nhiên có nhiều ngành thuộc ‘lĩnh vực’ sáng tạo nhưng thực tế lại không mang tính sáng tạo. Định nghĩa và bản thân cách thức đo lường tính

sáng tạo cũng là chủ đề tranh luận. Thông thường, các ngành công nghiệp sáng tạo có lĩnh vực bao quát rộng hơn so với các lĩnh vực nghệ thuật truyền thống khác. Nó có thể bao gồm toàn bộ các ngành công nghệ thông tin và truyền thông hay lĩnh vực nghiên cứu và triển khai. Khung hành động mới giải quyết vấn đề này bằng cách đặt các ngành sáng tạo đặc thù (thiết kế và quảng cáo) thành một lĩnh vực văn hóa riêng biệt.

2.3 Chu kỳ văn hóa

Chu kỳ văn hóa bao gồm toàn bộ các bước từ sáng tạo, sản xuất đến truyền bá văn hóa. Theo cách tiếp cận này, văn hóa được xem là kết quả tổng hợp của một loạt các quá trình liên quan. Các hoạt động này có thể được hoặc không được thể chế hóa, và có hoặc không chịu sự quản lý của nhà nước. Quan niệm về khu vực bao gồm các hoạt động không chính thức, nghiệp dư và cả hoạt động phi thị trường được đặt tên là 'lĩnh vực' nhằm đưa ra một khái niệm chung bao hàm các hoạt động xã hội phi thị trường cũng như các hoạt động kinh tế thị trường.

Quan điểm dựa trên các lĩnh vực cho phép xác định các quá trình sản xuất và phân phối văn hóa trong toàn bộ chu kỳ sản xuất. Phân tích phân loại quốc gia và khu vực trong Nghiên cứu tư vấn BOP sơ bộ (Viện thống kê UNESCO-UIS, 2006a) chỉ ra rằng các Quốc gia Thành viên UNESCO đã sử dụng khái niệm chu kỳ văn hóa. Tuy nhiên, trong một vài trường hợp, đây vẫn là khái niệm trừu tượng và/hoặc chưa được áp dụng nhất quán. Hướng tiếp cận chu kỳ văn hoá là công cụ hỗ trợ quá trình khái niệm hoá cách thức thực hiện hoạt động văn hoá và sản xuất văn hoá chứ không phải chỉ là tập hợp các lĩnh vực lại với nhau

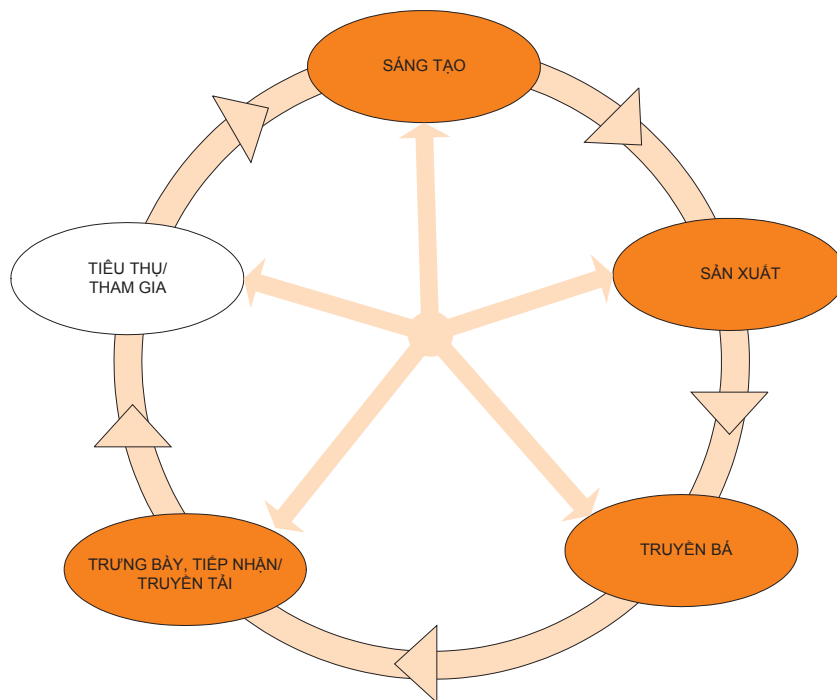
Thách thức đặt ra đối với việc xây dựng một khung hành động thiết thực và bền vững cho thống kê văn hoá là phải bao hàm được toàn bộ các quá trình đóng góp cho việc chế tạo, phân phối, tiếp nhận, sử dụng, đánh giá, cảm nhận và bảo tồn văn hoá. Nhiều hướng tiếp cận đã được xây dựng nhằm bao quát đầy đủ hơn tất cả các hoạt động cần thiết trong quá trình sản xuất và phân phối văn hoá. Tất cả các hoạt động này có xu hướng diễn ra theo chu kỳ sản xuất năm bước (**Hình 1**), mặc dù mỗi loại hình văn hoá khác nhau có chu kỳ sản xuất khác nhau và không nhất thiết phải bao gồm các yếu tố đầu vào giống nhau trong mỗi bước

Tương tự như trong FCS 1986 (UNESCO, 1986), chu kỳ văn hoá gồm năm bước và được mô tả khác đi theo mô hình tròn, chứ không phải mô hình phân cấp nhằm nhấn mạnh vấn đề mối quan hệ phức tạp giữa các bước và mối quan hệ này có thể diễn ra như một mạng lưới

1. **Sáng tạo:** khởi nguồn và thực hiện ý tưởng và nội dung (của nghệ nhân điêu khắc, nhà văn, công ty thiết kế) và tạo ra sản phẩm không thương xuyên (thủ công và mỹ thuật)
2. **Sản xuất:** hình thức văn hoá tái sản xuất (ví dụ như chương trình truyền hình), cũng như công cụ chuyên dụng, cơ sở hạ tầng và các quá trình sử dụng trong quá trình biểu diễn, thể hiện sản phẩm (sản xuất nhạc cụ hay in ấn báo chí)
3. **Truyền bá:** đem sản phẩm văn hoá quần chúng đến với khán giả và người trưng bày (ví dụ như bán sỉ, bán lẻ và cho thuê băng đĩa nhạc, phân phối trò chơi điện tử và phim). Thông qua phân phối theo công nghệ số, một số hàng hoá và dịch vụ có thể đến trực tiếp được với khách hàng từ người sáng tạo

4. **Trưng bày/ Tiếp nhận/ Truyền tải:** nói đến việc tiêu dùng và tổ chức biểu diễn văn hoá trực tiếp và/hoặc không qua trung gian thông qua hình thức tặng hay bán vé tiêu dùng/ tham gia các hoạt động văn hoá định kỳ (ví dụ: tổ chức và triển khai lễ hội, nhà hát kịch, rạp chiếu phim và bảo tàng). Truyền tải là quá trình liên quan đến truyền tải kiến thức và kỹ năng có thể không liên quan đến giao dịch thương mại và thường xảy ra trong môi trường không chính thức. Quá trình này bao gồm truyền tải di sản văn hoá phi vật thể qua các thế hệ.
5. **Tiêu thụ/Tham gia:** hoạt động của khán giả và người tham gia trong quá trình tiêu dùng sản phẩm văn hoá và tham gia vào các hoạt động, sự kiện văn hoá (ví dụ: đọc sách, khiêu vũ, tham gia vào lễ hội hoá trang, nghe đài hay tham quan phòng trưng bày)

Hình 1: Chu kỳ văn hoá



Khái niệm *chu kỳ văn hoá* rất hữu ích vì nó đưa ra mối liên hệ giữa các hoạt động, bao gồm quá trình phản hồi qua đó hoạt động (tiêu thụ) khởi nguồn sự sáng tạo ra sản phẩm văn hoá và đồ tạo tác mới. Mô hình này là công cụ phân tích trừu tượng để suy luận về sản xuất và truyền bá văn hoá và mô hình này nên được xem là mô hình cảm biến. Trên thực tế, có thể kết hợp một số bước, ví dụ, trong khi nhạc sỹ có thể sáng tác (sáng tạo) và biểu diễn (sản xuất/truyền bá) âm nhạc thì tác giả có thể viết kịch bản (sáng tạo) nhưng rất hiếm khi biểu diễn (sản xuất/truyền bá). Các nghệ nhân thủ công đơn lẻ thường thu thập nguyên liệu thô (nguồn nguyên liệu không chính thức), sử dụng kỹ xảo truyền thống (đào tạo không chính thức) và bán sản phẩm dọc bên đường (bán lẻ và phân phối không chính thức), và toàn bộ quá trình này của họ được gói gọn trong môi trường không chính thức. Hiểu được bước nào trong quy trình đang được đo lường là một yếu tố quan trọng để xây dựng chính sách công phù hợp cho việc can thiệp vào quá trình sản xuất văn hoá.

Đối với một vài hoạt động văn hoá, quá trình sản xuất có thể bắt đầu từ bất kỳ bước nào trong chu kỳ văn hoá trong khi có thể kết hợp hay bỏ qua một số bước, ví dụ trong trường hợp di sản, quá trình sáng tạo đã xảy ra từ trước đó. Hầu hết các hoạt động liên quan đến di sản diễn ra trong các bước “Trung bày và Truyền tải” và “Tiêu dùng /Tham gia”.

Cơ cấu mạng lưới trong chu kỳ nhấn mạnh các loại hình sản xuất mới có liên quan mật thiết đến công nghệ mới. Công nghệ mới tạo ra mối liên quan giữa các tính năng khác nhau và theo thời gian, loại hình mới trong chu kỳ văn hoá lại hợp nhất các tính năng này. Ví dụ, con người vừa đồng thời tạo ra và vừa tiêu dùng sản phẩm thông qua công nghệ như Youtube hay blog.

Chu kỳ văn hoá chỉ ra rằng sản xuất văn hoá bắt nguồn từ xã hội. Hướng tiếp cận chu kỳ văn hoá vẫn chưa xác định rõ được động lực sản xuất văn hoá là vì lợi ích hay vì truyền tải giá trị văn hoá. Do hoạt động văn hoá và các nghệ sỹ liên tục chuyển đổi giữa hoạt động thị trường và hoạt động phi thị trường, vì vậy mỗi nghệ sỹ cần phải hiểu được vai trò của cả hai loại hình hoạt động này và những khó khăn trong khi đo lường chúng.

Chu kỳ văn hoá không liên quan đến việc đánh giá về ý nghĩa ‘văn hoá’ của bất kỳ khía cạnh nào trong chu kỳ. Thay vào đó, điều quan trọng là phải hiểu và nắm bắt được toàn bộ các hoạt động và nguồn lực cần thiết để có thể truyền tải ý tưởng vào hàng hoá và dịch vụ văn hoá, từ đó đến được với khách hàng, người tham gia hay người sử dụng. Đồ tạo tác (dù là hội hoạ, sản phẩm thủ công hay biểu diễn) sẽ là vô nghĩa nếu không có hệ thống giá trị và hệ thống sản xuất đem lại giá trị/ý nghĩa cho nó. Ví dụ, một quốc gia muốn một địa danh nào đó được công nhận là di sản văn hoá quốc gia hay di sản văn hóa nổi bật, và cũng muốn huy động nguồn vốn khả năng của ngành du lịch, giao thông, bảo tồn và dịch vụ khách sạn để mang lại những giá trị này cho khách tham quan.

Chu kỳ văn hoá cũng bao hàm cả phương diện không gian. Một số hoạt động được triển khai tại một địa điểm, một khu vực hay một quốc gia, tuy nhiên cũng có nhiều hoạt động được tiến hành trên toàn thế giới. Bản chất của quá trình thực hiện này chỉ được biết thông qua nghiên cứu thực nghiệm và nó có ý nghĩa quan trọng đối với việc điều chỉnh khu vực văn hoá và ở những hoạt động sinh lợi (kinh tế và xã hội). Một yếu tố không gian trong văn hoá không kém phần quan trọng là sự dịch chuyển, ở đó thông qua di cư, con người trở nên tách biệt khỏi môi trường văn hoá gốc. Toàn cầu hoá làm tăng cơ hội dịch chuyển, đồng thời cũng gây ra các vấn đề về đồng hoá, bất đồng văn hoá và kết quả là có thể đem đến cảm giác kỳ lạ hay xa lạ.

Dữ liệu thực nghiệm (định lượng và định tính) để xây dựng chu kỳ văn hoá (một phần lấy từ khung thống kê văn hoá) không phải lúc nào cũng có sẵn cho tất cả các quốc gia. Đối với các nước tập trung vào thu thập thông tin thì mô hình này chỉ ra rằng mức độ đóng góp của văn hoá là to lớn. Mặc dầu vậy, giá trị đích thực và những thông tin làm nền tảng cho việc xây dựng chính sách chỉ có thể được xác định khi có đầy đủ thông tin so sánh cho các nước và cho các khu vực.

Bất kỳ chính sách văn hóa nào cũng không cần thiết bao trùm toàn bộ chu kỳ văn hoá. Tuy nhiên, nhà hoạch định chính sách vẫn phải hiểu rằng chỉ một can thiệp nhỏ/giới hạn cũng có tác động lớn đến toàn bộ chu kỳ.

2.4 Phạm vi ngành văn hóa

Việc rà soát các khung thống kê văn hoá trên thế giới (Viện Thống kê UNESCO-UIS, 2006a) cho thấy có sự tương đồng về ý kiến rằng văn hoá là kết quả của một nhóm các hoạt động liên quan có thể xác định được. Tuy nhiên, nó cũng chỉ ra rằng vấn đề văn hoá có thể trở nên không xác định rõ ràng được một phần là do:

- i. Thiếu thống nhất trong việc xác định cách thức để nhóm các hoạt động này vào mức độ cao hơn như là lĩnh vực; và
- ii. Thiếu chia sẻ thông tin về những tính năng cần thiết nào cần được đưa vào trong phân tích lĩnh vực văn hoá.

Một phần, bất đồng liên quan đến nguyên nhân thứ nhất (i) là phản ánh chân thực về sự khác biệt trong văn hoá giữa các vùng. Tuy nhiên nó cũng liên quan đến (ii) thiếu mô hình toàn diện hay suy luận logic trong phân tích. Đây chính là nguyên nhân sâu xa của nguyên nhân thứ 2.

Tuy vậy, áp dụng hướng tiếp cận thống nhất và logic không phải là yêu cầu duy nhất trong khi sửa đổi khung thống kê văn hoá mà cần phải quan tâm xem xét nhiều vấn đề thực tế liên quan khác:

- **Triển khai** - khả năng sử dụng định nghĩa phạm vi văn hoá trong hệ thống phân loại thống kê, dù là Hệ thống phân loại sản phẩm chủ yếu (CPC); Hệ thống Tiêu chuẩn Quốc tế về Phân loại ngành (ISIC), Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại nghề nghiệp (ISCO) hay các hệ thống phân loại quốc tế khác.
- **Chính trị** - việc đảm bảo khung thống kê được sử dụng (và sử dụng hữu hiệu) đòi hỏi sự hỗ trợ và phê duyệt của các quốc gia, trong số đó có nhiều quốc gia đã thành lập được các cơ quan văn hoá thể hiện mối quan tâm sâu sắc và khả năng ‘tự đánh giá’ dựa trên khung thống kê.

2.5 Định nghĩa ‘lĩnh vực văn hoá’

Xác định phạm vi ngành là cần thiết để đánh giá lĩnh vực văn hoá và xác định danh mục thuộc và không thuộc phạm vi văn hoá. Vì mục đích của Khung thống kê là tiếp cận theo hướng thực tế nên định nghĩa được sử dụng về văn hóa dưới đây đã được phát triển từ định nghĩa chung được đề cập đến ở phần trước của văn bản này (Mục 2.2).

Định nghĩa thực tế của văn hóa sử dụng trong FCS là dựa trên đặc điểm của văn hóa theo từng lĩnh vực, từ đó mục đích là để đo lường các hoạt động văn hóa, hàng hóa và dịch vụ được tạo ra từ các quá trình công nghiệp và phi công nghiệp. Dịch vụ và hàng hóa văn hóa có giá trị nghệ thuật, thẩm mỹ, biểu tượng và tinh thần. Dịch vụ và hàng hóa văn hóa có đặc điểm khác biệt so với các sản phẩm khác bởi vì hệ thống giá trị của chúng bao gồm tính chất không thể tái tạo lại, có liên quan đến việc thưởng thức và sự hài lòng mà nó mang lại (Throsby, 2001).

Sản phẩm văn hóa truyền tải ý tưởng, biểu trưng và lối sống, một vài sản phẩm còn có bản quyền. Dịch vụ văn hoá bản thân nó không thể hiện sản phẩm văn hoá vật chất nhưng lại có tác dụng thúc đẩy quá trình sản xuất và phân phối. Ví dụ, dịch vụ văn hóa bao gồm hoạt động cấp phép và các dịch vụ liên quan đến quyền tác giả, hoạt động phân phối sản phẩm nghe nhìn, quảng bá biểu diễn nghệ thuật và sự kiện văn hóa, cũng như dịch vụ thông tin văn hóa và giữ gìn, bảo tồn sách, bản thu và đồ tạo tác (trong thư viện, trung tâm lưu trữ tài liệu và bảo tàng). Hầu hết các loại hàng hóa và dịch vụ đều có bản quyền.

Hoạt động văn hóa thể hiện hay truyền tải biểu đạt văn hóa, không tính đến giá trị thương mại chúng có thể mang lại. Các hoạt động này là hoạt động khép kín hoặc có thể tiếp tục đóng góp vào quá trình sản xuất hàng hóa và dịch vụ văn hóa (Viện thống kê UNESCO - UIS, 2005).

Không giống như Khung thống kê 1986 (UNESCO, 1986), định nghĩa về lĩnh vực văn hóa hiện nay dựa trên mô hình phân cấp trong đó bao gồm lĩnh vực văn hóa và các lĩnh vực liên quan. Lĩnh vực văn hóa bao gồm các hoạt động, hàng hóa và dịch vụ văn hóa liên quan đến toàn bộ các bước trong mô hình chu kỳ văn hóa. Lĩnh vực liên quan được nhắc đến trong định nghĩa rộng hơn về văn hóa, nó bao gồm toàn bộ các hoạt động xã hội và giải trí. Các lĩnh vực này loại trừ lẫn nhau, ví dụ, âm nhạc chỉ được xếp vào một danh mục duy nhất. Ngược lại với Khung thống kê 1986 ở đó chỉ một phần của di sản văn hóa phi vật thể được xếp vào mục 'dịch vụ cộng đồng', giờ đây nó được xem là lĩnh vực chuyển tiếp

Lĩnh vực văn hoá trong FCS, **Hình 2**, thể hiện nhóm các ngành sản xuất văn hoá chung, các hoạt động và tập quán có thể phân loại theo các mục sau:

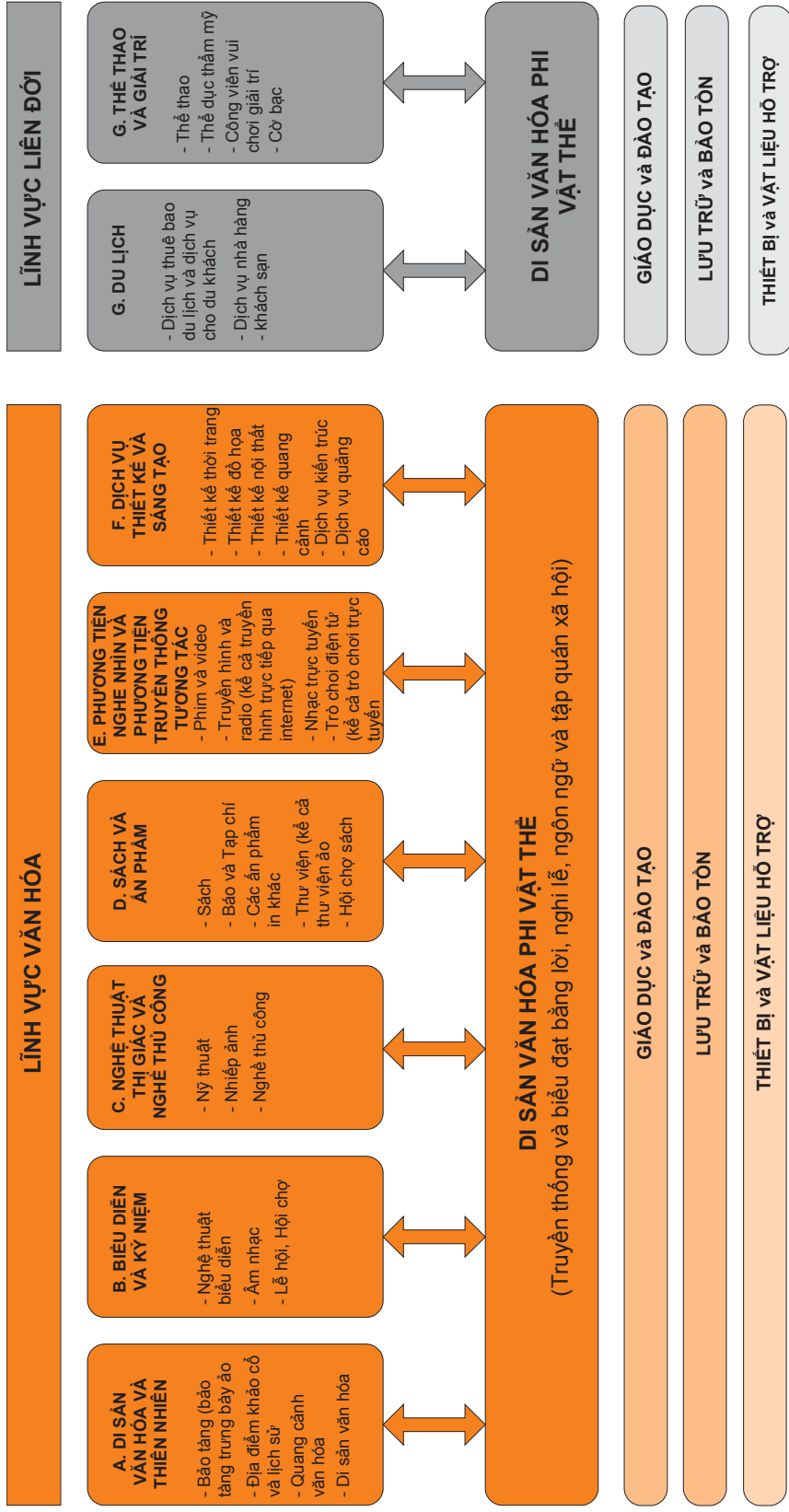
- A: Di sản văn hoá và thiên nhiên;
- B: Biểu diễn và kỷ niệm;
- C: Nghệ thuật thị giác và nghề thủ công;
- D: Sách báo và Ấn phẩm;
- E: Phương tiện nghe nhìn và phương tiện truyền thông tương tác; và
- F: Dịch vụ thiết kế và sáng tạo
- Di sản văn hoá phi vật thể (lĩnh vực chuyển tiếp)

Những lĩnh vực này được xem là lĩnh vực văn hoá. Đây chính là tổ hợp tối thiểu nhất các lĩnh vực văn hoá cốt lõi mà UNESCO khuyến khích các quốc gia thu thập dữ liệu so sánh. Việc thu thập này giúp đưa ra bản mô tả cả về lĩnh vực ngành công nghiệp văn hóa và cơ cấu của nó.

Hơn nữa, cũng cần phải đề cập đến ba lĩnh vực chuyển tiếp khác có vai trò quan trọng trong chu kỳ sản xuất, truyền tải văn hoá. Các lĩnh vực này được coi là lĩnh vực chuyển tiếp vì chúng có thể được áp dụng cho toàn bộ các lĩnh vực văn hoá và lĩnh vực liên đới:

- Giáo dục và đào tạo
- Lưu trữ và bảo tồn
- Thiết bị và vật liệu hỗ trợ

Hình 2. Khung thống kê lĩnh vực văn hoá



Để tránh trùng lặp, mỗi hoạt động chỉ được phân loại một lần trong khung thống kê kể cả những trường hợp ở đó hoạt động bao trùm ra ngoài phạm vi một lĩnh vực. Ví dụ, âm nhạc có thể xếp vào cả lĩnh vực “Biểu diễn và kỷ niệm” và lĩnh vực “Nghe – nhìn” bởi vì âm nhạc bao gồm cả nhạc sống (Biểu diễn) và nhạc thu (Nghe – nhìn). Tuy nhiên, FCS ưu tiên xem xét đến chủ đề hơn là loại hình biểu diễn các nội dung văn hoá. Hơn nữa, không thể chia tách rời rạc nhiều nội dung trong lĩnh vực ra khỏi các hoạt động biểu diễn nghệ thuật khác trong cùng hệ thống phân loại thống kê.

Lĩnh vực văn hoá

Lĩnh vực văn hoá trong FCS được xác định như sau:

A. Di sản văn hoá và thiên nhiên

Lĩnh vực “*Di sản văn hoá và thiên nhiên*” bao gồm các hoạt động sau: *Bảo tàng, Di tích Khảo cổ và Lịch sử* (bao gồm các công trình và địa điểm khảo cổ), *Danh lam thắng cảnh Văn hóa và Di sản thiên nhiên*

Di sản văn hoá bao gồm đồ tạo tác, tượng đài và nhóm công trình và địa danh di tích có tính giá trị về mặt biểu trưng, lịch sử, nghệ thuật, mỹ thuật, dân tộc học hay nhân chủng học, khoa học và xã hội.

Danh lam thắng cảnh Văn hóa bao gồm tổ hợp các công trình thiên nhiên và nhân tạo, thể hiện mối quan hệ lâu dài và bền chặt giữa con người và môi trường tự nhiên (UNESCO, 2007).

Di sản thiên nhiên bao gồm các đặc điểm thiên nhiên, kiến tạo địa lý, địa chất và các khu vực riêng tạo thành môi trường sống cho các loại thực vật, động vật đang bị đe dọa, và địa điểm thiên nhiên có giá trị khoa học, bảo tồn hay mang vẻ đẹp tự nhiên. Di sản thiên nhiên bao gồm công viên và khu vực bảo tồn thiên nhiên, sở thú, thủy cung và vườn sinh thái (UNESCO, 1972).

Các hoạt động liên quan đến di sản văn hoá và thiên nhiên bao gồm quản lý các địa điểm và các bộ sưu tập có giá trị lịch sử, mỹ thuật, khoa học, môi trường và xã hội. Hoạt động bảo tồn và lưu trữ tiến hành trong các bảo tàng và thư viện cũng thuộc nhóm này.

Bảo tàng được định nghĩa là “tổ chức thường trực phi lợi nhuận phục vụ xã hội và phát triển xã hội, mở cửa cho công chúng; bảo tàng thu thập, bảo tồn, nghiên cứu, truyền bá và trưng bày di sản vật thể và phi vật thể của loài người và môi trường vì mục đích giáo dục, học tập và giải trí” (Hội đồng Bảo tàng Quốc tế, 2007). Các hình thức bảo tàng khác trong lĩnh vực này bao gồm bảo tàng sống trong đó trưng bày các vật thể vẫn được cộng đồng sử dụng trong các nghi lễ hoặc nghi thức thiêng liêng và bảo tàng ảo là nơi trưng bày di sản văn hoá trên các phương tiện điện tử như CD hoặc trên mạng Internet.

B. Biểu diễn và Kỷ niệm

Biểu diễn và kỷ niệm bao gồm toàn bộ các hình thức thể hiện sự kiện văn hoá trực tiếp.

Nghệ thuật biểu diễn bao gồm các hoạt động chuyên và nghiệp dư như kịch, khiêu vũ, nhạc kịch và múa rối. Nghệ thuật biểu diễn còn bao gồm công tác tổ chức sự kiện văn hoá - Lễ hội, Liên hoan và Hội chợ - diễn ra tại các địa phương và có thể được tổ chức dưới hình thức không chính thức.

Âm nhạc, trong lĩnh vực văn hóa này, được định nghĩa dựa trên tính tổng thể, chứ không quan tâm đến loại hình. Như vậy, âm nhạc bao gồm cả biểu diễn nhạc sống và nhạc thu, sáng tác âm nhạc, thu âm, nhạc số kể cả việc tải nhạc lên, tải nhạc xuống và các loại nhạc cụ.

C. Nghệ thuật thị giác và Nghề thủ công

Nghệ thuật thị giác là loại hình nghệ thuật tạo ra tác phẩm hình ảnh. Nghệ thuật thị giác hướng đến khai thác phương diện thị giác và có nhiều hình thức khác nhau. Mặc dù chúng ta đều biết rằng nghệ thuật thị giác đương đại bao gồm nhiều loại hình nghệ thuật liên lĩnh vực như “nghệ thuật ảo” nhưng các loại hình này được xếp vào lĩnh vực E. *Phương tiện nghe nhìn và phương tiện truyền thông tương tác*.

Lĩnh vực *Nghệ thuật thị giác và Nghề Thủ công* bao gồm *Mỹ thuật* như hội hoạ, tác phẩm vẽ, điêu khắc; *Thủ công*; và *Nhiếp ảnh*. Các địa điểm thương mại trưng bày vật thể văn hoá như triển lãm mỹ thuật thương mại cũng được phân loại thuộc lĩnh vực này.

FCS sử dụng định nghĩa của Trung tâm thương mại Quốc tế (ITC) và UNESCO về Thủ công hay các sản phẩm thủ công; đó là “các sản phẩm do thợ thủ công làm ra, hoàn toàn bằng tay hay có sự hỗ trợ của công cụ dùng tay hay thậm chí sử dụng các loại máy móc miễn là đóng góp trực tiếp từ công sức của người thợ chiếm phần đa số trong sản phẩm làm ra. Tính đặc thù của sản phẩm thủ công khởi nguồn từ các đặc điểm khác biệt như tính thực tế, mỹ thuật, nghệ thuật, sáng tạo, gắn liền với văn hoá, trang trí, chức năng, truyền thống, biểu trưng về mặt tôn giáo và xã hội” (UNESCO và ITC, 1997).

UNESCO (UNESCO và ITC, 1997) xác định sáu danh mục lớn các sản phẩm thủ công dựa trên nguyên liệu sản xuất: Song mây/liều gai/thực vật hay sợi; Da, Kim loại, Gốm sứ, Dệt may và Gỗ. Đồng thời văn bản này cũng xác định các danh mục bổ sung bao gồm các loại nguyên liệu trong sản xuất thủ công, mang tính đặc thù theo từng vùng lĩnh vực hay các nguyên liệu hiếm hoặc khó tạo tác như đá, thuỷ tinh, ngà voi, xương, vỏ hay xà cừ, v.v. Ngoài ra còn có danh mục phụ trong đó các nguyên liệu và kỹ thuật khác nhau cùng được sử dụng để tạo nên đồ trang trí, đồ kim hoàn, nhạc cụ, đồ chơi và các công trình nghệ thuật. Tuy nhiên sản phẩm thủ công được sản xuất công nghiệp nhưng FCS vẫn xếp các sản phẩm có đặc điểm truyền thống (về cấu trúc, thiết kế, công nghệ hay nguyên liệu) vào danh mục FCS. Thủ công đương đại không xếp vào lĩnh vực *Nghệ thuật thị giác và Thủ công*, mà được xếp vào Lĩnh vực F, *Lĩnh vực Dịch vụ thiết kế và Sáng tạo*.

D. Sách báo và ấn phẩm

Danh mục này bao gồm xuất bản với tất cả các hình thức khác nhau: *Sách*, *Báo*, và *ấn phẩm định kỳ* và hoàn toàn giống như trong FCS 1986 (UNESCO, 1986); tuy nhiên danh mục này còn bao gồm *ấn phẩm điện tử* và *áo* như báo mạng, *sách điện tử* và phân phối sách và các tài liệu dưới hình thức kỹ thuật số. *Thư viện*, gồm cả thư viện thật và ảo, và *Hội chợ sách* cũng được xếp vào lĩnh vực này.

In ấn thường không nằm trong các phân loại văn hoá, hay trong định nghĩa của các ngành công nghiệp văn hoá, và cũng không được coi là một hoạt động văn hoá. Tuy nhiên, theo mô hình chu kỳ sản xuất, hoạt động in ấn là một phần trong chức năng sản xuất của ngành công nghiệp xuất bản. Theo đó, FCS bao gồm cả hoạt động in ấn phục vụ cho mục đích văn hóa. Khó khăn nảy sinh khi phân biệt các hoạt động in ấn bằng việc sử dụng hệ thống phân loại thông kê sẵn có. Nhìn chung, các hoạt động in ấn liên quan đến ngành xuất bản thì đều được xếp vào lĩnh vực *Sách và ấn phẩm* với vai trò là một chức năng sản xuất trong ngành xuất bản. Tuy nhiên, lĩnh vực này không bao gồm các *Sản phẩm in khác* như in danh mục hàng hoá của công ty hay in “nhanh”. FCS đề nghị xếp các hoạt động in ấn liên quan này vào danh mục thiết bị và vật liệu hỗ trợ.

E. Phương tiện nghe nhìn và phương tiện truyền thông tương tác

Thành tố cốt lõi trong lĩnh vực này là phát sóng *Radio* và *Truyền hình* kể cả truyền hình trực tuyến Internet, *Phim* và *video* và *Phương tiện truyền thông tương tác* bao gồm trò chơi điện tử và các hình thức biểu đạt văn hoá mới thông qua trang Web hay máy tính. Nó bao gồm các trò chơi trực tuyến, cổng điện tử, các trang web có hoạt động liên quan đến mạng xã hội như Facebook và trang web hình ảnh như Youtube. Tuy nhiên, phần mềm Internet và máy tính được xem là cơ sở hạ tầng hay công cụ sản xuất nội dung trong phương tiện truyền thông tương tác và được xếp vào lĩnh vực chuyển tiếp *Thiết bị và vật liệu hỗ trợ*.

Phương tiện truyền thông tương tác và phần mềm là hai lĩnh vực hoạt động quan trọng. Mặc dù đã xuất hiện nhiều sản phẩm và dịch vụ truyền thông tương tác có mục đích sử dụng là văn hoá (máy tính và trò chơi điện tử, trang web tương tác và nội dung di động) nhưng ngành công nghiệp phần mềm thì hoàn toàn khác. *Phương tiện truyền thông đại chúng* được FCS xếp vào lĩnh vực *Phương tiện nghe nhìn* và *Phương tiện truyền thông tương tác*. Trên thực tế, việc này phụ thuộc vào hệ thống phân loại và khả năng của hệ thống này trong việc phân tách các hoạt động truyền thông tương tác ra khỏi các hoạt động viễn thông và phần mềm. Hệ thống phân loại sản phẩm chủ yếu (CPC) có thể xác định một số, nhưng không phải là tất cả các hoạt động truyền thông tương tác. Nếu không thể phân biệt các hoạt động này theo CPC hay các hệ thống tiêu chuẩn phân loại khác thì các hoạt động này sẽ được xếp vào lĩnh vực chuyển tiếp *Thiết bị và Vật liệu hỗ trợ*.

Phương tiện truyền thông tương tác có thể được định nghĩa mang tính tương tác khi (1) hai hay nhiều đối tượng tác động lẫn nhau hoặc (2) người sử dụng có ảnh hưởng thay đổi đến một đối tượng hay môi trường nội tại (người sử dụng chơi điện tử); hoặc (3) có sự tham gia tích cực, chủ động của một người sử dụng; hoặc (4) có tác động hai chiều đối ngược chứ không phải một chiều hay đơn thuần là tương tác nguyên nhân - hệ quả (Di sản Canada, 2008).

Trò chơi điện tử và quá trình làm ra chúng (thiết kế phần mềm) cũng được xếp vào danh mục này bởi vì chúng thể hiện một hoạt động tương tác.

F. Dịch vụ Thiết kế và Sáng tạo

Lĩnh vực *Dịch vụ Thiết kế và Sáng tạo* không tồn tại trong FCS 1986 (UNESCO, 1986). Lĩnh vực này bao gồm các hoạt động, hàng hoá và dịch vụ được tạo ra từ quá trình thiết kế mang tính sáng tạo, nghệ thuật và mỹ thuật các sản phẩm, công trình và danh lam thắng cảnh.

Lĩnh vực này bao gồm *Dịch vụ Thời trang, Thiết kế Đồ hoạ và Nội thất, Thiết kế Danh lam Thắng cảnh, Kiến trúc và Quảng cáo. Kiến trúc và Quảng cáo*; là bộ phận quan trọng trong lĩnh vực văn hoá chủ đạo, tuy nhiên chỉ là nhóm dịch vụ. Mục đích cơ bản của dịch vụ kiến trúc và quảng cáo là cung cấp dịch vụ sáng tạo, hay sản phẩm đầu vào trung gian cho sản phẩm cuối cùng không phải lúc nào cũng mang đặc tính văn hóa. Ví dụ, sản phẩm cuối cùng của dịch vụ quảng cáo sáng tạo có thể là một quảng cáo thương mại mà bản thân nó không phải là sản phẩm văn hoá nhưng lại được tạo ra từ hoạt động sáng tạo. Để tránh trùng lặp, quyết định cuối cùng là xếp các hoạt động thiết kế vào các lĩnh vực khác chứ không phải là lĩnh vực F. Ví dụ, toàn bộ các công trình được coi là di sản thì đã được phân loại trong lĩnh vực A. *Di sản văn hoá và thiên nhiên*, nhưng sản phẩm thiết kế truyền thông tương tác thì lại được xếp vào lĩnh vực E. *Phương tiện nghe nhìn và Phương tiện truyền thông tương tác*.

Lĩnh vực chuyển tiếp

Mặc dù các lĩnh vực này có thể đứng riêng thành những lĩnh vực độc lập, nhưng chúng được xem là các vùng chuyển tiếp vì chúng có thể được áp dụng trong các lĩnh vực văn hoá khác.

Lĩnh vực *Di sản Văn hoá Phi vật thể* được xem là lĩnh vực văn hoá tuyệt đối trong khi các lĩnh vực chuyển tiếp còn lại *Lưu trữ và bảo tồn, Giáo dục và Đào tạo, và Thiết bị và Vật liệu hỗ trợ* mang tính văn hóa tương đối bởi vì chúng bao hàm các thành tố và hoạt động mang tính văn hoá, vì vậy chúng có vai trò quan trọng đối với văn hoá và FCS

Di sản văn hoá phi vật thể (lĩnh vực văn hoá chuyển tiếp)

Công ước UNESCO về Bảo tồn Di sản Văn hoá Phi vật thể (UNESCO, 2003b) định nghĩa Di sản Văn hoá Phi vật thể (ICH) là “tập quán, các hình thức thể hiện, biểu đạt, tri thức, kỹ năng – và kèm theo đó là những công cụ, đồ vật, đồ tạo tác và các không gian văn hoá được các cộng đồng, các nhóm người và trong một số trường hợp là cá nhân công nhận là một phần trong di sản văn hoá của họ” (Điều 2).

Di sản văn hoá phi vật thể vừa có tính truyền thống vừa có tính đương đại. Di sản văn hoá phi vật thể được “truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác”, và “được cộng đồng và nhóm xã hội không ngừng tái tạo để thích nghi với môi trường, và mối quan hệ qua lại giữa cộng đồng với tự nhiên và lịch sử của họ, đồng thời hình thành trong họ ý thức về bản sắc và sự kế tục” (Điều 2).

Đặc điểm đặc thù của Di sản văn hoá phi vật thể là chúng chỉ được xác định khi được cộng đồng coi là là một phần trong di sản của họ. Nói cách khác, không có bất kỳ yếu tố nội sinh nào trong các biểu đạt hay tập quán có thể cho phép cơ quan, tổ chức hay cá nhân (chính

phủ, nhà thống kê, nhà nghiên cứu) xác định đó là di sản văn hoá phi vật thể. Vì vậy, nhận dạng và định nghĩa di sản văn hoá phi vật thể là công việc của cộng đồng, nhóm người và trong một số trường hợp là các cá nhân - những người có vai trò tạo tác, duy trì và truyền tải di sản phi vật thể. .

Không thể xem Di sản văn hoá phi vật thể là một lĩnh vực văn hoá riêng lẻ gồm hoạt động hoặc sản xuất văn hoá, mà hơn thế di sản văn hoá phi vật thể còn thể hiện trong tất cả các lĩnh vực văn hoá khác trong FCS. Ví dụ, di sản văn hoá phi vật thể có thể được phản ánh trong nghề thủ công và nghệ thuật biểu diễn. Vì lí do này, lĩnh vực văn hoá phi vật thể được xếp vào lĩnh vực chuyển tiếp (*Xem Hình 2*). Một số tập quán và hoạt động văn hoá trong đó thể hiện các di sản văn hoá phi vật thể bao gồm: a) truyền thống và biểu đạt bằng lời, trong đó ngôn ngữ như là phương tiện truyền tải di sản văn hoá phi vật thể; b) nghệ thuật biểu diễn; c) tập quán, nghi lễ xã hội và các sự kiện lễ hội; d) kiến thức, tập quán về thiên nhiên và vũ trụ; và e) bí quyết về nghề thủ công truyền thống.

Để có thể xác định lĩnh vực Di sản văn hoá phi vật thể mới này, UNESCO đã phải mất nhiều năm nghiên cứu về chức năng và giá trị của tập quán và biểu đạt văn hoá. Điều này xây dựng nền tảng cho nhiều hướng tiếp cận mới để hiểu, bảo vệ và trân trọng di sản văn hoá – bao gồm việc công nhận các cộng đồng và nhóm người là những người nhận dạng, thể hiện, tái tạo và truyền tải di sản văn hoá phi vật thể.

Lưu trữ và Bảo tồn (Lĩnh vực chuyển tiếp)

Lưu trữ là thu thập và cất giữ các loại hình văn hoá (vật thể và phi vật thể) vì mục đích bảo tồn, gìn giữ cho thế hệ sau, cho công tác trưng bày và tái sử dụng (ví dụ bảo tồn công trình và di tích lịch sử, kho lưu trữ âm thanh và thư viện hình ảnh). *Bảo tồn* là duy trì hay gìn giữ và quản lý một đặc tính văn hoá hay đặc tính tự nhiên nào đó.

Hoạt động *Lưu trữ và Bảo tồn* xảy ra trong mỗi một lĩnh vực văn hoá (tác phẩm viết tay của nhà văn, chương trình biểu diễn đầu tiên ra mắt tác phẩm mới, chương trình hòa nhạc/trưng bày). Di sản lưu trữ vừa là điều khoản tham chiếu vừa là khởi nguồn cho nhiều sáng kiến mới. Hơn nữa, việc lưu trữ và bảo tồn ngành mỹ thuật, thủ công, thiết kế, kiến trúc, xuất bản và văn hoá nghe nhìn lại là động lực sáng tạo sản phẩm mới. Ví dụ, công trình lịch sử có chức năng bảo tồn (trưng bày) giá trị kiến trúc; bảo tàng và phòng trưng bày đóng vai trò gìn giữ (và trưng bày) sản phẩm hội hoạ, điêu khắc, đồ kim hoàn và các đồ tạo tác khác mà giá trị của chúng tồn tại trong chính thiết kế của chúng (ví dụ, tất cả mọi thứ từ nội thất đến ô tô); còn hoạt động lưu trữ thì có vai trò bảo tồn tài liệu nguyên gốc như tác phẩm viết tay, ảnh, sách, phim và bản thu radio.

Giáo dục và Đạo tạo (Lĩnh vực chuyển tiếp)

FCS không xem xét Giáo dục trên tính tổng thể mà chỉ coi giáo dục là phương tiện truyền tải giá trị văn hoá hay kỹ thuật văn hoá. Hoạt động học tập hỗ trợ quá trình phát triển, tìm hiểu và nhận thức về văn hoá, bao gồm các quá trình đánh giá phê bình (ví dụ, đánh giá phê bình văn chương, hoạt động nghệ thuật và khiêu vũ trong trường học). Giáo dục còn là môi trường truyền tải văn hoá qua các thế hệ. Nó cũng là phương tiện giúp con người học cách tôn vinh hay đánh giá giá trị (phê bình) của các hoạt động và sản phẩm văn hoá. Giáo dục còn là quá trình xã hội hoá qua đó văn hoá được truyền bá và phát triển tính sáng tạo, từ đó vừa thách thức các chuẩn mực văn hoá đương thời.

Giáo dục và Đào tạo trong văn hoá hỗ trợ cá nhân đạt được kỹ năng để sáng tạo và tạo tác các sản phẩm văn hoá. Giáo dục và đào tạo dạy con người cách đánh giá kết quả tiêu dùng hàng hoá và dịch vụ văn hoá hay đánh giá lợi ích xã hội khi tham gia vào hoạt động văn hoá. Nó cũng đóng vai trò truyền bá văn hoá phi vật thể trong hệ thống chính thức hoặc không chính thức, từ đó tạo nên bản sắc của cộng đồng. Giáo dục và đào tạo, vì vậy, đóng vai trò quan trọng trong tất cả các lĩnh vực văn hoá và trong toàn bộ chu kỳ văn hoá.

Nếu sử dụng biến số giáo dục thì các quốc gia cần phải sử dụng *Tiêu chuẩn quốc tế về phân loại giáo dục* (ISCED97) (Viện thống kê UNESCO-UIS, 2006d) trong quá trình thu thập dữ liệu và phân loại dữ liệu theo hệ thống phân loại ISCED97 trong quá trình xử lý dữ liệu để đảm bảo tính so sánh quốc tế. Các quốc gia cũng cần sử dụng cấu trúc phân loại đối với các lĩnh vực giáo dục trong hệ thống ISCED97.

Thiết bị và Vật liệu hỗ trợ (Lĩnh vực chuyển tiếp)

Lĩnh vực này bao gồm “công cụ sử dụng trong hoạt động và sản phẩm văn hoá”. Sản phẩm văn hoá (hàng hoá và dịch vụ) được định nghĩa trong các lĩnh vực văn hoá khác nhau là sản phẩm trực tiếp liên quan đến nội dung văn hoá. Trong khi đó, thiết bị và vật liệu hỗ trợ liên quan đến các ngành công nghiệp hỗ trợ cũng như các dịch vụ bổ sung (thậm chí nếu chỉ mang một chút nội dung văn hoá); lĩnh vực này nhằm hỗ trợ hay tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình sáng tạo, sản xuất và phân phối sản phẩm văn hoá. Internet là công cụ chủ yếu trong quá trình truyền tải, sản xuất và truyền bá hàng hoá, dịch vụ văn hoá. Vì vậy, Internet được xếp vào lĩnh vực này. Máy tính và thiết bị công nghệ thông tin cũng được xếp vào lĩnh vực này vì chúng là cơ sở xây dựng, truyền bá và truyền tải Internet và cũng là phương tiện tạo nên các phương tiện truyền thông tương tác khác.

Lý do cần phải phân biệt danh mục này với các sản phẩm và dịch vụ trong lĩnh vực A tới F là để nhận dạng các yếu tố không mang đặc thù văn hoá nhưng vẫn được sử dụng trong quá trình sản xuất và sử dụng hàng hoá văn hoá hay trong các hoạt động văn hoá, và chúng có vai trò quan trọng đối với sự tồn tại của các sản phẩm văn hoá này.

Nghiên cứu về lĩnh vực văn hoá được thực hiện trong từng lĩnh vực văn hoá theo mã số tương ứng.

Lĩnh vực liên quan

Thể thao và Giải trí và Du lịch luôn không được coi là các hoạt động văn hoá; dù vậy, chúng bao hàm các yếu tố văn hoá. Nói cách khác, Thể thao và Giải trí và Du lịch có các hoạt động mang tính chất văn hoá nhưng thành tố cấu thành cơ bản lại không mang tính văn hoá. Do đó, chúng chỉ xuất hiện trong FCS với vai trò là *Lĩnh vực liên đới*.

G. Du lịch

Về định tính, du lịch khác với các lĩnh vực văn hoá khác vì không thể phân loại du lịch như là một khu vực theo cách truyền thống; nói cách khác không thể đo lường du lịch thông qua một thị trường cụ thể hay một sản phẩm đầu ra trong một ngành nào đó. Thay vào đó, cần hiểu du lịch như một hoạt động dựa trên nhu cầu và do khách hàng xác định và do đó du lịch được liên kết chặt chẽ với các tất cả các lĩnh vực văn hoá khác trong khu vực văn hoá bởi vì mỗi lĩnh vực đều bao gồm các hoạt động do du khách thực hiện thường xuyên. Vì lý

do này, hiện đã có phương pháp luận quốc tế thống nhất để đo lường tác động kinh tế của du lịch một phần dựa trên sự phát triển của tài khoản vệ tinh du lịch (TSA) (xem Eurostat, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế của Liên Hợp Quốc, Liên hiệp quốc và Tổ chức du lịch thế giới của Liên Hợp Quốc, UNWTO, 2001).

FCS định nghĩa phương diện văn hoá của Du lịch như là các hoạt động *Du lịch văn hoá*, *Du lịch tinh thần* và *Du lịch sinh thái*. Mặc dù chưa có bất kỳ định nghĩa nào về Du lịch văn hoá được quốc tế chấp thuận nhưng FCS đề xuất định nghĩa: du lịch văn hóa là ‘đi tham quan du lịch theo nhu cầu khách hàng đến các nền văn hoá hay địa điểm khác để tìm hiểu về con người, lối sống, di sản và nghệ thuật theo cách mà thật sự thể hiện giá trị và bối cảnh lịch sử, bao gồm cả việc trải nghiệm sự khác biệt giữa các nền văn hoá’ (Steinberg C, 2001). Du lịch văn hoá còn có thể tồn tại dưới hình thức *Du lịch tinh thần* hay *Du lịch sinh thái*. Các hoạt động này được coi là các lĩnh vực văn hoá và được xếp vào lĩnh vực A, B, C hoặc lĩnh vực di sản văn hoá phi vật thể. Ví dụ, du khách đến thăm địa danh hay tham dự buổi hoà nhạc thì đều được coi là hoạt động trong lĩnh vực văn hoá.

Thống kê du lịch áp dụng hướng tiếp cận TSA nhằm đánh giá nhu cầu của du khách về hàng hoá và dịch vụ (quốc tế và nội địa). Nó bao gồm chi phí đi lại, chỗ ở và các khoản chi tiêu khác. Tuy nhiên, thống kê du lịch cũng cần bao gồm các dữ liệu phi tiền tệ tập trung vào số lượng du khách và mục đích chuyến đi. Vì vậy, để tránh trùng lặp, các hoạt động du lịch được xếp vào lĩnh vực này (ví dụ hướng dẫn viên du lịch hay người điều hành du lịch) cũng như các hoạt động không thuộc ngành văn hoá mà trong đó du khách thường tham gia rất nhiều vào hoạt động (ví dụ như chỗ ở)

H. Thể thao và Giải trí

Thể thao

Thể thao được định nghĩa rộng hơn trong FCS vì nó bao gồm các hoạt động thể thao có tổ chức và/hoặc thi đấu cũng như các hoạt động *Thể dục thể dục thẩm mỹ* và *Thể dục duy trì sự khoẻ mạnh* và giải trí thể chất. Cả hoạt động thể thao chuyên nghiệp và nghiệp dư đều được xem xét trong FCS.

Đối với một số quốc gia, các hoạt động thể thao đặc thù có liên hệ mật thiết với bản sắc văn hoá vì thể thao có thể liên quan chặt chẽ đến truyền thống và cơ cấu xã hội, ví dụ như đấu vật Sumo ở Nhật Bản. Ở các nước khác, thể thao chỉ đơn thuần là hoạt động giải trí, và hầu hết được thực hiện với cường độ mạnh hơn một chút so với thể dục. Hơn nữa, một hoạt động thể thao có thể được nhìn nhận theo các cách khác nhau tại các nước khác nhau. Trong một số hệ thống phân loại (Ủy ban Châu Âu, 2002), xem các sự kiện thể thao trực tiếp hay xem trên Tivi được coi là hoạt động văn hóa, thì thể thao chuyên nghiệp không nhất thiết được nhìn nhận là hoạt động văn hoá. Các hướng tiếp cận khác biệt rõ rệt cùng với cách hiểu chung rằng chỉ cần tham gia mà không nhất thiết phải là thể thao thì vẫn được coi là ‘sản phẩm’ hay ‘ngành’ có mang tính văn hoá’ đã đưa đến kết luận cuối cùng là thể thao là như một hoạt động liên đới.

Giải trí

Lĩnh vực này cũng bao gồm Giải trí, được định nghĩa là hoạt động đem lại niềm vui thích và thư giãn để giải trí, tiêu khiển hay kích thích. Giải trí bao gồm Cờ bạc, Công viên vui chơi - giải trí và các hoạt động giải trí khác. Nó không bao gồm các hoạt động giải trí thể chất khác mà đã nằm trong lĩnh vực thể thao.

Đánh bạc

Đánh bạc bao gồm các cơ sở tham gia vào việc cung cấp dịch vụ cá cược như sòng bạc, thiết bị đặt cược cho đường đua, phòng chơi bingo, máy chơi game, phát hành xổ số và đơn vị tổ chức cá độ (Cục thống kê Úc, ABS, 2001).

Ở một số quốc gia như Vương quốc Anh, đánh bạc thông qua xổ số là một nguồn thu chính của ngành văn hoá. Điều này giải thích vì sao đánh bạc được coi là một phần trong FCS nhưng được xếp vào lĩnh vực liên quan.

Công viên vui chơi giải trí

Hoạt động vui chơi giải trí bao gồm công viên vui chơi giải trí và các địa điểm giải trí tương tự.

3. Thống kê văn hóa: Đo lường từ phương diện kinh tế

Phần này xem xét cách đo lường một vài khía cạnh kinh tế của các hoạt động văn hóa bằng cách sử dụng các hệ thống phân loại quốc tế hiện nay. Khía cạnh kinh tế của văn hóa đề cập trong Khung thống kê bao gồm tất cả các hoạt động, dịch vụ và hàng hóa do các ngành công nghiệp văn hóa tạo ra thông qua quá trình thủ công hay công nghiệp. Kết quả của cách tiếp cận này được trình bày trong phần phân chia các lĩnh vực theo hoạt động, dịch vụ và hàng hóa văn hóa hoặc theo nghề thông qua các mã số liên kết với các chức năng của chu kỳ văn hóa. Minh họa có ở phần 5, trong đó có danh sách tất cả các mã liên quan theo các nhóm phân loại tương ứng.

3.1. Sử dụng hệ thống phân loại quốc tế để đo lường phương diện kinh tế của văn hóa

Phần này tập trung nghiên cứu cách sử dụng các công cụ thu thập dữ liệu hiện có để thu thập số liệu thống kê. Những công cụ thu thập dữ liệu hiện tại bao gồm các hệ thống phân loại quốc tế hiện có. Những hệ thống phân loại này sẽ cho phép tạo ra và phân tích các dữ liệu có thể so sánh quốc tế trong lĩnh vực văn hóa. Hầu hết các cách phân loại quốc tế này tạo ra một khung toàn diện, trong đó có thể thu thập và báo cáo dữ liệu kinh tế theo định dạng đã được thiết kế phục vụ mục đích phân tích, quyết định và hoạch định chính sách kinh tế.

Có thể sử dụng dữ liệu hành chính và các mẫu khảo sát hiện tại (cá nhân, doanh nghiệp và hộ gia đình) để xây dựng một dải rộng dữ liệu văn hóa, nhằm đo lường sự đóng góp của văn hóa đối với nền kinh tế quốc gia xét về mặt Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) và xác định các xu hướng việc làm văn hóa và tiêu thụ văn hóa. Các dữ liệu kinh tế, về sản xuất và việc làm văn hóa, hiện nay được hầu hết các cơ quan thống kê quốc gia xây dựng bằng cách tổng hợp lại các số liệu thống kê kinh tế thông thường từ kết quả các cuộc khảo sát kinh tế hiện có, sử dụng các cách phân loại thống kê chuẩn quốc tế (*xem Phần 5*). Thường thì dữ liệu được thu thập từ các cuộc khảo sát kinh doanh và doanh nghiệp, khảo sát chi tiêu hộ gia đình, số liệu lưu trữ về doanh nghiệp, khảo sát về thu nhập, khảo sát lực lượng lao động và các cuộc điều tra dân số. Tuy các công cụ thu thập dữ liệu này có thể không được chủ định thiết kế cho việc thu thập thông tin văn hóa nhưng chúng cho phép phân tích các hoạt động văn hóa có tính chọn lọc và các hoạt động liên quan.

Phần này sử dụng bốn hệ thống phân loại kinh tế quốc tế. Danh sách chi tiết được nêu ở phần 5 của báo cáo này:

- i. Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại ngành (ISIC 4) – để nhận dạng các hoạt động hoặc các ngành sản xuất văn hóa (Phần 5, bảng 2);
- ii. Hệ thống phân loại sản phẩm chủ yếu (CPC 2) – để nhận dạng hàng hóa và dịch vụ văn hóa (Phần 5, bảng 2);
- iii. Hệ thống hài hòa mô tả và mã hóa hàng hóa 2007 (HS 200) (Phần 5, bảng 3) và Cán cân thanh toán mở rộng (EBOPS) (Phần 3, bảng 1)- để nhận dạng hoạt động thương mại hàng hóa và dịch vụ văn hóa quốc tế;

- iv. Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại nghề nghiệp (ISCO 08) – để nhận dạng các nghề trong văn hóa (Phần 5, bảng 4)

Nhiều công cụ thu thập dữ liệu thống kê và khảo sát ở cấp quốc gia và quốc tế sử dụng các hệ thống phân loại này. Thông thường có sự ăn khớp giữa các hệ thống phân loại quốc tế và các hệ thống phân loại quốc gia hay khu vực như Hệ thống phân loại lao động Bắc Mỹ (NAICS), Hệ thống phân loại lao động chuẩn của Niu-di-lân và Úc (ANZSIC) hay Hệ thống phân loại các hoạt động kinh tế của Cộng đồng châu Âu (NACE). Có thể sử dụng Hệ thống phân loại sản phẩm của Bắc Mỹ (NAPCS) và Hệ thống phân loại sản phẩm theo hoạt động (CPA) của Châu Âu để phân loại sản phẩm. Thường có thể tìm được các bảng tương ứng và sử dụng chúng nhằm tạo ra sự liên kết giữa bất kỳ hai hệ thống phân loại nào¹.

Một mô hình kinh tế được sử dụng rộng rãi nữa là Hệ thống tài khoản quốc gia (SNA). SNA 08 cũng tương thích với các mã ISIC 4 và CPC 2. Ngoài ra, hệ thống này còn sử dụng Hệ thống phân loại các khoản chi theo phân loại dựa trên mục đích các chức năng của chính phủ (COFOG), Phân loại tiêu dùng cá nhân theo mục đích (COICOP) và Phân loại mục đích của các cơ quan phi lợi nhuận phục vụ hộ gia đình (COPNI). Dưới đây là minh họa các hoạt động văn hóa được nhận dạng dựa trên các hệ thống phân loại này:

- i. COFOG được sử dụng để đánh giá các khoản chi văn hóa công. Các nhóm văn hóa chính được xác định theo các mã dưới đây:

08.1.0 - Dịch vụ thể thao và giải trí (IS)

08.2.0 - Dịch vụ văn hóa (IS)

08.3.0 - Dịch vụ xuất bản và phát thanh, truyền hình (CS)

08.5.0 - Giải trí, văn hóa và tôn giáo cho Nghiên cứu và phát triển (CS)

08.6.0 - Giải trí, văn hóa và tôn giáo, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác (CS)

- ii. COICOP định nghĩa văn hóa theo các mã sau:

13 – Chi cho tiêu dùng cá nhân của các tổ chức phi lợi nhuận phục vụ hộ gia đình (NPISHs):

13.3 – Giải trí và văn hóa

14 – Chi cho tiêu dùng cá nhân của chính phủ:

14.3. Giải trí và văn hóa

- iii. Các mã COPNI liên quan đến văn hóa gồm:

03 – Giải trí và văn hóa

03.1- Dịch vụ thể thao và giải trí

03.2 – Dịch vụ văn hóa

1 Có thể tìm thấy các hệ thống phân loại và bảng tương ứng ở mục Tài liệu phân loại của Cơ quan thống kê Liên hợp quốc và trang web RAMON của Châu Âu (http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/index.cfm?TargetUrl=DSP_PUB_WELC)

Cần lưu ý rằng đánh giá văn hóa chỉ dựa trên những mã được đề cập ở trên hoặc dữ liệu SNA sẽ không đánh giá hết được mức độ đóng góp của văn hóa đối với nền kinh tế. Đây chính là một trong những lý do tại sao một số nước như Chi-lê và Colombia đã bắt đầu xây dựng Tài khoản vệ tinh văn hóa. Chẳng hạn như tổ chức Convenio Andrés Bello (CAB), một tổ chức liên chính phủ quốc tế hoạt động ở Cô-lôm-bi-a và một số nước Mỹ La tinh khác, đã xây dựng phương pháp thực hiện tài khoản vệ tinh văn hóa. Tài khoản vệ tinh sẽ giúp đánh giá sự đóng góp về mặt kinh tế của các ngành công nghiệp văn hóa và hoạt động văn hóa đối với GDP. Cách thức này sẽ tạo ra thách thức lớn trong việc đánh giá và lồng ghép các hoạt động và sản phẩm văn hóa phi thị trường. Khung thống kê văn hóa sẽ là mô hình để triển khai tài sản vệ tinh quốc gia thông qua việc khuyến khích sử dụng các hệ thống phân loại, cụ thể là ISIC và ISCO. Cái được của đường hướng này là cho phép đánh giá khía cạnh tài chính của văn hóa một cách rõ ràng hơn thông qua các phương pháp kế toán. Ngược lại, Khung hành động hiện tại sử dụng các thước đo hoạt động và ảnh hưởng văn hóa rộng hơn tài khoản vệ tinh, vốn chỉ tập trung vào ảnh hưởng về mặt kinh tế của văn hóa.

3.2. Nhận dạng các hoạt động sản xuất văn hóa và các sản phẩm văn hóa: Sử dụng hệ thống Phân loại sản phẩm chủ yếu (CPC) và Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại ngành (ISIC)

Phần này minh họa cách sử dụng hệ thống CPC 2 và ISIC 4 để nhận dạng các hoạt động sản xuất văn hóa. Phần này chủ yếu đề cập đến bốn giai đoạn trong chu kỳ sản xuất: sang tạo, sản xuất, truyền bá và trưng bày/tiếp nhận/truyền tải.

Giai đoạn tiêu dùng/tham gia phản ánh các hành vi xã hội và kinh tế. Những hành vi này được ghi lại bằng nhiều công cụ thống kê khác nhau và sẽ được thảo luận ở phần 4. Chẳng hạn như hàng hóa văn hóa có thể được sản xuất trên cơ sở phi thương mại, thông qua rất nhiều nhà sản xuất, bao gồm các cơ quan chính phủ, cơ sở tình nguyện, các thợ nghiệp dư hoặc các nhóm họa sĩ và người sáng tạo không có tổ chức .

Mặc dù hệ thống CPC vẫn chưa được sử dụng rộng rãi nhưng vì hệ thống này cung cấp thông tin chi tiết hơn nên có thể được sử dụng bổ trợ cho hệ thống ISIC. Điều này sẽ giúp tạo ra tính so sánh lớn hơn và nhận dạng được các ngành sản xuất văn hóa và sản phẩm văn hóa chính xác hơn (xem phần 5, bảng 2). Điều này đặc biệt đúng với dữ liệu về dịch vụ. Mục đích chính của CPC là tạo ra khung so sánh quốc tế về số liệu thống kê sản phẩm và hướng dẫn việc xây dựng hoặc chỉnh sửa các hệ thống phân loại sản phẩm hiện tại nhằm tạo ra sự tương thích giữa các hệ thống này với các chuẩn quốc tế. ISIC được xây dựng nhằm tăng tính nhất quán trong việc phân loại sản phẩm. Về nguyên tắc, CPC xếp hàng hóa và dịch vụ vào các nhóm thường do một ngành sản xuất, như được định nghĩa trong hệ thống ISIC.

Ý tưởng xây dựng hệ thống ISIC là nhằm biến nó trở thành hệ thống phân loại các hoạt động sản xuất chuẩn. Mục đích chính của hệ thống này là cung cấp một số nhóm hoạt động mà có thể sử dụng để thu thập và trình bày số liệu thống kê theo các hoạt động đó. Do đó, mục đích của ISIC là trình bày các nhóm hoạt động này theo cách mà có thể phân loại các thực thể dựa trên các hoạt động kinh tế mà họ thực hiện. Hệ thống này bao gồm một cấu trúc phân loại thống nhất và dính kết các hoạt động kinh tế dựa trên một nhóm các khái niệm, định nghĩa, nguyên tắc và quy tắc phân loại đã được quốc tế công nhận. ISIC cung cấp một khung toàn diện, trong đó dữ liệu kinh tế có thể được thu thập và báo cáo theo khuôn mẫu được thiết kế cho mục đích phân tích, ra quyết định và hoạch định chính sách kinh tế (Cơ quan thống kê Liên hợp quốc, 2008).

Nhìn chung, lĩnh vực của ISIC bao gồm các hoạt động sản xuất, tức là các hoạt động kinh tế trong giới hạn sản xuất của Hệ thống tài khoản quốc gia. Các hoạt động sản xuất được định nghĩa là việc sử dụng đầu vào để tạo ra đầu ra. Một trong những lợi ích chính của việc sử dụng hệ thống ISIC là, trái ngược với hệ thống CPC, hệ thống này được các nước sử dụng rộng rãi. Tuy nhiên, ISIC, chỉ với 4 chữ số, không chi tiết bằng CPC; do đó, một số hoạt động văn hóa thường bị ẩn đi trong một nhóm phân loại rộng hơn hoặc được nhóm vào chung một mã. Đó là lý do tại sao cần phải tạo ra sự tương ứng giữa hai hệ thống phân loại và sự tương ứng này được trình bày ở bảng 2. Bảng này liên kết hoạt động sản xuất với sản phẩm tương ứng để dễ dàng nhận dạng một phần của cả ngành rộng đã tham gia vào các hoạt động sản xuất văn hóa.

Điểm hạn chế của CPC và ISIC

Như đã đề cập ở phần trên, mặc dù những hệ thống phân loại này không được xây dựng riêng cho lĩnh vực văn hóa, nhưng ta có thể sử dụng chúng để đánh giá các hoạt động và sản phẩm văn hóa.

CPC

Hệ thống CPC cho phép phân loại tốt hơn nhằm ghi lại những hình thức văn hóa mới như các phương tiện kỹ thuật số bao gồm nhạc và sách điện tử có thể tải về được nêu ở Bảng 2. Tuy nhiên, không thể nhận dạng được một số hàng hóa và dịch vụ văn hóa bằng hệ thống CPC (hay bất kỳ hệ thống phân loại thống kê quốc tế hiện có nào khác). Chẳng hạn như khó nhận dạng các hoạt động giáo dục và đào tạo liên quan đến văn hóa bằng CPC hơn trong khi nhận dạng những hoạt động này dễ dàng hơn bằng hệ thống ISIC Phiên bản 4 (tức là mã 8541 và 8542 về *Giáo dục thể thao và giải trí và Giáo dục văn hóa*), hệ thống ISCO 08 và Hệ thống phân loại giáo dục chuẩn quốc tế của riêng UNESCO (ISCED) (UNESCO, 2006d).

Có một số trường hợp mã CPC bao gồm cả các hoạt động văn hóa và phi văn hóa mà không thể tách rời được. Trong hầu hết các trường hợp, những nhóm CPC này thường được gộp vào FCS. Tuy nhiên, điều này có thể dẫn đến việc đánh giá quá cao các hoạt động văn hóa đang được xem xét. Khi có thể, người sử dụng dữ liệu nên tách hoạt động văn hóa khỏi hoạt động phi văn hóa, đối với mỗi mã tương ứng.

ISIC

Phiên bản 4 của hệ thống ISIC bao gồm nhóm thông tin và truyền thông (*xem Bảng 2*). Nhóm này được thiết kế để phản ánh cấu trúc hiện nay của ngành này. Mặc dù phiên bản này đã bao gồm các hoạt động phát thanh và truyền hình nhưng vẫn không thể xác định được các hoạt động văn hóa cụ thể đòi hỏi phải sử dụng Internet như tải sách điện tử và nhạc.

ISIC không phân biệt giữa việc sản xuất chính thức và phi chính thức, giữa sản xuất hợp pháp và bất hợp pháp hay giữa các hoạt động thị trường và phi thị trường - những hoạt động thường tồn tại dưới dạng dịch vụ phi thị trường. ISIC đã đề xuất một cách thu thập dữ liệu thay thế phục vụ cho việc phân tích và báo cáo số liệu thống kê không chính thức của ngành. Cách thu thập dữ liệu này được mong đợi chỉ là công cụ tạo ra cách trình bày dữ liệu chuẩn về các hoạt động phi chính thức của ngành (Liên hợp quốc, 2008).

Ngoài ra, vì đây là một hệ thống phân loại lao động nên không thể dùng ISIC để đo lường các hoạt động văn hóa phi công nghiệp. Một điểm yếu chính khi sử dụng mã ISIC để đo lường các hoạt động văn hóa là:

Đối với *nghề thủ công*, ISIC không phân biệt giữa các phương pháp sản xuất truyền thống và hiện đại và vì thế không thể xác định được sản xuất truyền thống hay sản xuất bằng tay.

Hai mã ISIC dưới đây được áp dụng cho tất cả các lĩnh vực văn hóa:

- i. 9000 (*Hoạt động giải trí và Nghệ thuật sáng tạo*): mã này bao hàm rất nhiều hoạt động nghệ thuật, và những hoạt động này cũng đúng với tất cả các lĩnh vực (từ A đến F) của FCS. Trong khi một nhóm tác giả hay giới nhà văn có thể không được coi là một phần của mã 581x Xuất bản thì một đường hướng tương tự có thể nhận dạng một doanh nghiệp hay tổ chức hợp tác gồm các họa sĩ, một ban nhạc bốn người chơi nhạc cụ dây hay một ban nhạc rock lớn, những nhóm người có thể tạo ra một nguồn thu nhập lớn như một doanh nghiệp.
- ii. 8542 (*Giáo dục văn hóa*): Mã này bao gồm việc giáo dục chính quy và không chính quy về các hoạt động văn hóa như trong mỹ thuật, kiến trúc, âm nhạc và khiêu vũ. Do đó, mã này không thuộc bất kỳ một lĩnh vực cụ thể nào. Mã này có thể được coi là việc đào tạo đặc trưng của ngành hoặc là các doanh nghiệp hay tổ chức sử dụng giáo dục để thúc đẩy các hoạt động văn hóa trong lĩnh vực liên quan.

Một mã ISIC nữa được đề xuất sử dụng là 3220 (*Các dụng cụ âm nhạc*), thể hiện việc sản xuất các dụng cụ âm nhạc. Trong chu kỳ văn hóa, việc sản xuất các dụng cụ âm nhạc được coi là một hoạt động văn hóa vì nó là một phần của thành tố sản xuất (đầu vào) cho việc biểu đạt nghệ thuật.

3.3. Thương mại văn hóa quốc tế: Sử dụng hệ thống Hải hòa (HS) và Hệ thống EBOPS

Phần này đánh giá việc thương mại quốc tế các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Dữ liệu về dòng hàng hóa văn hóa được xây dựng bằng Hệ thống mã hóa và mô tả hàng hóa phiên bản 2007 (*xem Bảng 3*) sử dụng số liệu thống kê hải quan do Tổ chức Hải quan thế giới xây dựng trong khi dữ liệu về dịch vụ văn hóa được ghi lại bằng Hệ thống phân loại dịch vụ Cán cân thanh toán mở rộng (EBOPS). Có thể xác định mức độ của các dòng hàng hóa và dịch vụ văn hóa trong mỗi nền kinh tế tương ứng bằng cách sử dụng hai hệ thống phân loại này.

Dòng hàng hóa văn hóa quốc tế

Hệ thống hải hòa (HS) phân loại hàng hóa theo đặc điểm vật lý có thể quan sát thấy và không theo tình trạng nội dung, giá trị văn hóa hay các tiêu chí tương tự khác của quốc gia. Hệ thống này chỉ ghi lại những hàng hóa đã được kê khai khi qua biên giới. Do đó, cần phải gộp dữ liệu hàng hóa với dữ liệu dịch vụ để có bức tranh đầy đủ hơn về các dòng hàng hóa và dịch vụ văn hóa. Danh sách các mã liên quan đến các dòng hàng hóa và dịch vụ quốc tế được trình bày ở Phần 5 trong Bảng 3. Các mã HS có mối liên hệ với các mã trong hệ thống phân loại Thương mại quốc tế chuẩn Phiên bản 4 (SITC 4), hệ thống này cung cấp ít chi tiết hơn nhưng thường được nhiều nước sử dụng hơn cho việc xây dựng số liệu thống kê hải quan.

Tuy nhiên, một số lĩnh vực văn hóa rất khó đo lường bằng cách sử dụng dữ liệu hải quan. Chẳng hạn như không thể phân biệt được hàng thủ công với hàng công nghiệp khi sử dụng mã HS. Chỉ có những mã sau cho hàng thủ công:

5007	Vải lụa dệt
5111 đến 5113	Vải len hoặc lông thú dệt
5208 đến 5212	Vải cốt tông
5309 đến 5311	Vải sợi giấy dệt
57	Thảm và những sản phẩm dệt trải sàn khác
60	Vải đan hoặc có trang trí hình lá

Cần đặc biệt chú trọng đến dữ liệu về phim ảnh vì giá trị được kê khai ở hải quan thường chỉ nói đến đến bản chính chứ không bao gồm giá trị bản quyền. Do đó, dữ liệu cần được bổ sung, bằng cách sử dụng dữ liệu về dòng hàng hóa và dịch vụ có sở hữu trí tuệ. Những dữ liệu này có thể lấy từ dữ liệu về dịch vụ được thu thập từ các tổ chức về bản quyền.

Dòng dịch vụ văn hóa quốc tế

Dữ liệu về thương mại các dịch vụ văn hóa nên được xây dựng theo phương pháp phân loại mới nhất do EPOPS cung cấp và xuất phát từ hệ thống phân loại Cán cân thanh toán phiên bản 6 (BPM6) (Quỹ tiền tệ quốc tế, 2008). Hệ thống phân loại Cán cân thanh toán phiên bản 6 này cũng sử dụng CPC 2 để phân loại các dịch vụ khác nhau. Hệ thống phân loại EBOPS có thể bị thay đổi trong quá trình sửa đổi bộ *Hướng dẫn sử dụng số liệu thống kê về Thương mại dịch vụ quốc tế* (Liên hợp quốc, 2002), dự kiến sẽ được hoàn thành vào năm 2010.

Giao dịch về dịch vụ cán cân thanh toán chủ yếu liên quan đến việc cung cấp dịch vụ xuyên biên giới, ở đó người cung và người sử dụng vẫn ở nguyên nước họ và dịch vụ được vận chuyển qua biên giới.

EBOPS, cũng như các hệ thống phân loại quốc tế khác, không thể hiện văn hóa là một nhóm khác biệt. Ngoài ra, dịch vụ văn hóa chỉ xuất hiện như là các mục bổ sung không bắt buộc vì chúng không được thu thập một cách hệ thống. Những thay đổi về việc phân loại vào đã được đề xuất cho năm 2010 sẽ giúp đánh giá tốt hơn dịch vụ văn hóa. **Bảng 1** dựa trên các mã sửa đổi trong bản dự thảo tháng 6 năm 2009.

Hầu hết dữ liệu về du lịch trong các dịch vụ văn hóa được ghi lại trong phần Du lịch, phần này chỉ nói đến khách du lịch quốc tế. Những thứ thu được từ du lịch là những hàng hóa và dịch vụ mà một vị khách du lịch nước ngoài đạt được từ một nước khi đến du lịch ở nước này để sử dụng cho bản thân hoặc làm quà tặng cho người khác. Những thứ mất đi từ du lịch được định nghĩa là những hàng hóa hoặc dịch vụ mà một người khách du lịch mang theo từ một nước khác và mang đi để sử dụng cho nhu cầu bản thân hoặc để cho, tặng cho người khác trong thời gian du lịch. Trong hệ thống EBOPS, du lịch được chia thành du lịch cá nhân và du lịch doanh nghiệp. Hầu hết dữ liệu du lịch văn hóa được ghi lại theo nhóm *Du lịch cá nhân* “bao gồm hàng hóa và dịch vụ mà những người ra nước ngoài không vì các mục đích làm ăn mà là du lịch, tham gia các hoạt động văn hóa và giải trí, thăm bạn bè và họ hàng và hành hương đạt được” (Quỹ tiền tệ quốc tế, 2008).

Bảng 1. Dịch vụ văn hóa theo định nghĩa của mã EBOPS

BPM6	EBOPS	Nhãn mác
Dịch vụ văn hóa cốt lõi		
1.A.b.8.	8.4.1 8.4.2	Chứng nhận sao chép và/hoặc phân phối sản phẩm liên quan Chứng nhận sao chép và/hoặc phân phối sản phẩm liên quan ¹
1.A.b.9.3.	9.3.1	Dịch vụ báo chí ²
1.A.b.9.3.	9.3.2	Dịch vụ thông tin khác ³
1.A.b.10.2.	10.2.2	Quảng cáo, nghiên cứu thị trường và khảo sát ý kiến của công chúng
1.A.b.10.3.	10.3.1.1	Dịch vụ kiến trúc
1.A.b.11.1.	11.1.1	Sản phẩm nghe-nhìn
1.A.b.11.1.	11.1.2	Dịch vụ liên quan ⁴
1.A.b.11.2.	11.2.3	Dịch vụ giải trí và di sản ⁵
Thiết bị và vật liệu hỗ trợ		
1.A.b. 8.	8.3	Chứng nhận sao chép và/hoặc phân phối phần mềm máy tính
1.A.b.9.2	9.2.1	Dịch vụ máy tính
1.A.b.9.2	9.2.2	Dịch vụ máy tính khác
Dịch vụ văn hóa liên quan⁶		
Du lịch		
1.A.b.4.2.3	4.2.3.	Du lịch – Các dịch vụ cá nhân khác ⁶

Chú thích:

1. Nhóm này cũng bao gồm các giấy phép về văn học và nghệ thuật khác như giấy phép cho nghệ sĩ, nhà văn, nhà soạn nhạc, nhà điêu khắc và những nghề khác như nhà thiết kế sân khấu, thiết kế trang phục và thiết kế ánh sáng.
2. Các dịch vụ báo chí bao gồm việc cung cấp tin tức, ảnh và bài báo đặc biệt cho phương tiện thông tin.
3. Bao gồm các dịch vụ lưu trữ và thư viện
4. Bao gồm các dịch vụ văn hóa khác
5. Dịch vụ giải trí nằm trong mã 112.3 – Dịch vụ giải trí và di sản
6. Nhóm này bao gồm tất cả các chi phí văn hóa được thực hiện ở nước ngoài phục vụ cho tất cả các mục đích đi du lịch (để học tập, để làm ăn, và để chữa bệnh)

3.4. Nghề nghiệp trong văn hóa: Sử dụng Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại nghề nghiệp (ISCO)

Phần này đề cập đến những người sáng tạo, sản xuất và phân phối sản phẩm, những người tham gia vào quá trình sáng tạo hoặc sản xuất các sản phẩm văn hóa với tư cách cá nhân, theo nhóm hay theo tổ chức. Những người này có thể được phân loại dựa vào dữ liệu nghề bằng hệ thống phân loại ISCO.

Những định nghĩa về các nghề nghiệp trong văn hóa sau đây chủ yếu dựa vào hệ thống phân loại nghề chuẩn của Úc và Niu-di-lân (ANZSCO) (Cục thống kê Úc và Niu-di-lân, 2009) và dựa trên định nghĩa có trong Khung hành động cho thống kê văn hóa của Canada (Cục thống kê Canada, 2004a). Trong khi định nghĩa của Úc và Niu-di-lân rộng hơn, bao gồm cả các hoạt động giải trí, thì định nghĩa được đề xuất cho FCS chỉ tập trung vào các nghề trong văn hóa liên quan đến sự sáng tạo và nghệ thuật trong lĩnh vực văn hóa của FCS ở Hình 2.

Nghề trong văn hóa bao gồm những việc làm liên quan đến việc sản xuất mang tính nghệ thuật và sáng tạo và việc thu thập và bảo tồn di sản. Những nghề này thực hiện các công việc và nhiệm vụ để:

- tạo ra, xây dựng, bảo tồn và phản ánh ý nghĩa văn hóa hay tượng trưng và ý nghĩa tinh thần
- sáng tạo, sản xuất và phân phối các sản phẩm và dịch vụ văn hóa, những sản phẩm và dịch vụ thường có quyền sở hữu trí tuệ; và
- phục vụ mục đích biểu hiện nghệ thuật (ví dụ như nghệ thuật kịch, khiêu vũ, văn học, âm nhạc hay nghệ thuật thị giác)

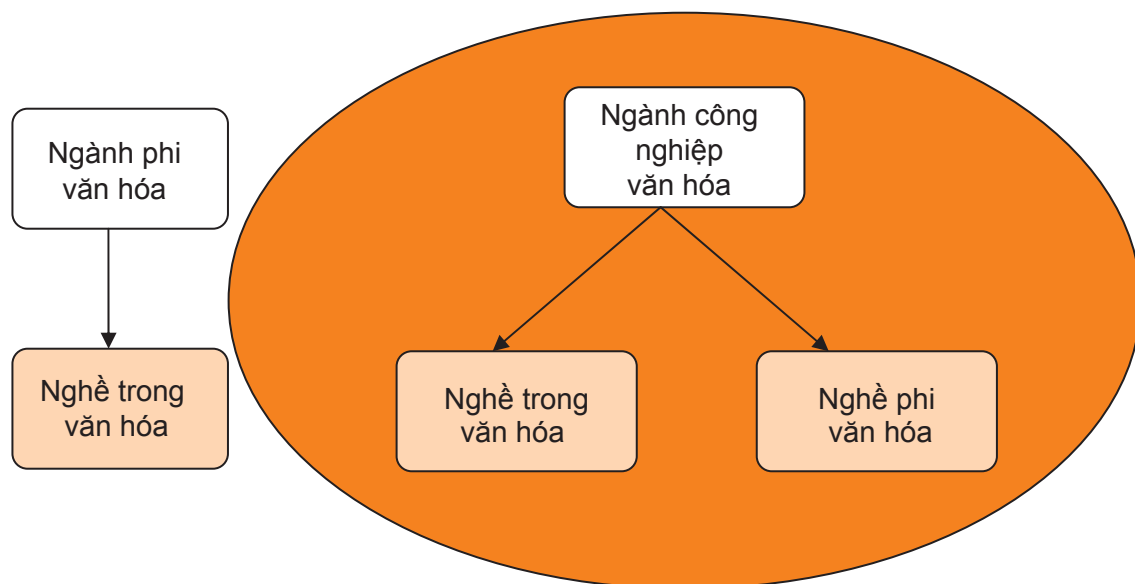
Định nghĩa rộng hơn, bao trùm các lĩnh vực liên quan như được nêu trong Hình 2, thường được gắn với các hoạt động giải trí như thể thao và du lịch. Những lĩnh vực này bao gồm các hoạt động sử dụng các kỹ năng giải trí về mặt thể chất và thể thao và mang lại sự hứng thú, thư giãn và sự giải trí.

Đánh giá nghề trong văn hóa

Để xác định được nghề trong văn hóa cần phải bao gồm cả những nghề trong các ngành công nghiệp văn hóa và các nghề trong các ngành phi văn hóa như hoạt động thiết kế (xem **Hình 3**).

Hình 3 miêu tả ngành công nghiệp văn hóa như được đề cập trong khung thống kê (vùng màu xám) và chỉ ra nhiều nhóm nghề trong văn hóa khác nhau, cả chính thức và phi chính thức. Khi đánh giá nghề trong văn hóa, các ngành phi văn hóa chỉ được tính đến nếu những ngành này có những người làm nghề liên quan đến văn hóa. Chẳng hạn như một nhà thiết kế làm việc trong ngành sản xuất ô tô là một ví dụ minh họa một người làm nghề trong văn hóa nhưng lại làm việc trong ngành phi văn hóa.

Hình 3. Nghề trong văn hóa



Đóng góp của ngành sản xuất hộ gia đình² đối với nghề trong văn hóa là khá lớn. Ở các nước đang phát triển, việc làm trong lĩnh vực văn hóa thường là một nghề thứ cấp vì người làm nghề nông hay những nghề khác có thể làm thêm nghề thủ công. Những thông tin như vậy thường không được nêu hay ghi trong các cuộc điều tra dân số hay các cuộc khảo sát về nguồn lao động. Số lượng người làm những nghề trong lĩnh vực văn hóa ẩn này thường không lớn nên những nghề này không được đánh giá chính xác trong các cuộc khảo sát mẫu. Trong nhiều trường hợp, những người làm nghề trong lĩnh vực văn hóa chỉ là những người tự làm hay làm không chính thức trong các công ty nhỏ chỉ có dưới mười nhân công, những công ty này thường không được báo cáo trong các cuộc khảo sát doanh nghiệp. Có vẻ như trên thực tế nghề sáng tạo và nghề trong lĩnh vực văn hóa có nhiều trong các doanh nghiệp nhỏ hơn so với số liệu các tài liệu thống kê cung cấp và về khía cạnh này thì thậm chí số liệu thống kê của châu Âu có thể cũng đánh giá chưa đầy đủ nghề trong văn hóa.

Ngoài ra, các hoạt động tình nguyện và không được trả lương thường đóng vai trò quan trọng trong lĩnh vực nghề trong văn hóa. Cần có nghiên cứu sâu hơn để có thể đánh giá chính xác hơn những nghề này.

Để xác định được các nghề trong các ngành phi văn hóa (*xem Hình 3*), cần kết hợp dữ liệu về việc làm sử dụng mã ISCO với dữ liệu về ngành sử dụng mã ISIC để có thể đánh giá chính xác hơn tổng số việc làm văn hóa của một nước (Cunningham và Higgs, 2008).

Nhận dạng nghề trong văn hóa trong hệ thống ISCO 08

Hệ thống phân loại ISCO dựa trên hai khái niệm: công việc và kỹ năng. Trong ISCO, công việc được định nghĩa là ‘một nhóm các công việc và nhiệm vụ được một người thực hiện hoặc có ý định thực hiện cho một người chủ nào đó, bao gồm cả nghề tự làm chủ’. Kỹ năng được định nghĩa là “khả năng thực hiện công việc và nhiệm vụ của một nghề nhất định” (Tổ chức lao động quốc tế, 2008).

Không có một mã nào bao trùm tất cả các việc làm trong lĩnh vực văn hóa, mà các mã bao gồm nhiều loại công việc khác nhau, đòi hỏi nhiều kỹ năng khác nhau. Tuy nhiên, hệ thống ISCO 08 bao gồm các mã việc làm trong lĩnh vực văn hóa mới, xuất phát từ đề xuất chung năm 2007 do Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) và Viện nghiên cứu UNESCO đưa lên Tổ chức Lao động quốc tế (ILO). Các mã mới này sẽ giúp đánh giá các việc làm trong lĩnh vực văn hóa tốt hơn.

Các mã nghề trong văn hóa chủ chốt dưới đây được sử dụng trong hệ thống ISCO 08 và *Khung thống kê văn hóa của UNESCO* năm 2009:

262	Thủ thư, nhân viên lưu trữ và nhân viên bảo tàng
264	Nhà văn, nhà thơ, nhà báo và nhà ngôn ngữ (mã mới)
265	Nghệ sĩ biểu diễn và sáng tạo
343	Những người làm nghề liên quan đến nghệ thuật, văn hóa và nấu nướng
3521	Kỹ thuật viên về phát thanh, truyền hình, âm thanh và hình ảnh
73	Người làm nghề thủ công và nghề in (nhóm mới, bao gồm tất cả những người làm nghề thủ công sử dụng đất sét, kim loại, kính, gỗ và vải dệt)

2 Ngành sản xuất hộ gia đình là ngành mà hàng hóa và dịch vụ được sản xuất ra tại hộ gia đình chứ không phải tại nhà máy.

Bảng 4 Phần 5 nêu các mã làm cơ sở cho việc nhận dạng các nghề trong văn hóa. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số vấn đề đối với việc đánh giá nghề trong văn hóa. Nghề trong văn hóa có mặt trong tất cả các nhóm của hệ thống ISCO và do đó việc phân loại đôi khi không đủ chi tiết để có thể phân biệt được các nghề. Ngoài ra, một số nghề không có số người làm đủ lớn để được xếp thành một nhóm riêng trong hệ thống ISCO. Chẳng hạn như khó có thể phân biệt được nghề trong văn hóa trong từng các nhóm chính dưới đây:

Di sản và bảo tồn

Các việc liên quan đến di sản và bảo tồn như khảo cổ học hay quản lý bảo tàng và nhân viên bảo tồn, không được gộp trong hệ thống ISCO, nhưng được gộp vào mã 2632 (xã hội học, nhân loại học và các việc liên quan). Những người hoạt động trong lĩnh vực này thường có kiến thức khoa học và có trình độ kỹ năng cao, và có thể nhóm với Nhóm chính 2 Chuyên viên trong hệ thống ISCO.

Quản lý, quan chức cao cấp và nhà lập pháp

Đối với nhà quản lý, quan chức cao cấp và nhà lập pháp, chỉ có mã 1113 trong hệ thống ISCO (theo truyền thống là trưởng làng) là có liên quan đến nghề trong văn hóa. Tuy nhiên, cần phải xem xét có thể gộp các nghề như giám đốc một công ty nghệ thuật vào nhóm nào. Chẳng hạn như hiện không có mã nào cho nhà quản lý và quan chức trong ngành nghệ thuật.

Giáo dục

Giáo được nhận dạng là công việc “văn hóa” thuộc nhóm “Những nghề giáo khác”, bao gồm mã 2354 (giáo viên âm nhạc khác), 2355 (giáo viên nghệ thuật khác) và 2353 (giáo viên ngôn ngữ khác)³. Tuy nhiên, nhìn chung, giáo viên khoa học nhân văn và nghệ thuật ở tất cả các cấp (giáo dục đại học, dạy nghề và giáo dục phổ thông) không thuộc nhóm này bởi vì những nghề này có thể được gộp vào nhóm dạy nghề và giáo dục chính quy và không chính quy.

Công nghệ thông tin và truyền thông (ICTs)

Các công việc văn hóa liên quan đến công nghệ thông tin và truyền thông chủ yếu liên quan đến các nghề nghe-nhìn và các phương tiện thông tin mới như nhà thiết kế đa phương tiện. Những nghề này có mặt ở khắp hai lĩnh vực là *Phương tiện nghe-nhìn và Phương tiện truyền thông tương tác* và *Dịch vụ thiết kế và sáng tạo*. Tuy nhiên, trong hệ thống ISCO 08 không có nhóm cụ thể nào bao gồm nghề quản lý các hoạt động phát thanh, truyền hình và đa phương tiện, kể cả hoạt động thiết kế đồ họa máy tính.

3.5. Đánh giá di sản

Như đã nêu ở trên, lĩnh vực di sản có đặc điểm khác với những lĩnh vực khác. Hầu hết các hoạt động, xảy ra trong lĩnh vực này, liên quan đến công tác duy trì và bảo tồn. Do đó, xét trên quan điểm kinh tế thì di sản là một tài sản. Giá trị của tài sản có thể tăng hoặc giảm, tùy thuộc vào việc tài sản được gìn giữ như thế nào. Các nghiên cứu kinh tế đã phân tích giá

3 Đối với một số nước như Úc, nghề giáo viên ngôn ngữ không nằm trong nhóm các nghề trong văn hóa.

trị kinh tế của di sản văn hóa trong mối tương quan với sở thích của công chúng (Navrud và Ready, 2002). Hai nhà nghiên cứu đã tính toán giá trị sử dụng dựa trên số tiền mà người ta sẵn sàng chi trả để bảo tồn một di sản văn hóa hay để thăm quan một di sản. Những tính toán này cũng tính đến cả giá trị không sử dụng của di sản văn hóa, bằng cách hỏi xem liệu người ta sẵn sàng chi trả bao nhiêu cho việc bảo tồn một di sản văn hóa cho thế hệ tương lai. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng khó có thể tổng hợp những kỹ thuật tính chi phí đi lại và giá trị ngẫu nhiên này vào giá trị của một vùng hoặc tỉnh do những ảnh hưởng thay thế (Hoehn và Randall, 1989).

Không chỉ là một tài sản kinh tế, di sản văn hóa còn là một hàng hoá xã hội chứa đựng giá trị thẩm mỹ, lịch sử, xã hội, tinh thần, và giáo dục. Điểm di sản vật thể thường là các địa điểm nơi các chương trình biểu diễn di sản phi vật thể diễn ra. Ở các nước phát triển, số lượng người đến tham quan tại các địa điểm văn hoá như tượng đài và bảo tàng thường được ghi lại. Tuy nhiên, cần phải có những nghiên cứu sâu hơn để phân biệt giữa dữ liệu du lịch văn hóa và số liệu thống kê du lịch thông thường. Khảo sát mẫu đối với khách du lịch và người địa phương tại các điểm di sản là một công cụ thống kê quan trọng. Tại các nước đang phát triển, khảo sát số người tham quan tại một điểm di sản văn hóa thường đặc biệt hiệu quả và đóng một vai trò to lớn trong khung thống kê số liệu văn hóa, mặc dù những khảo sát này có thể gặp một số vấn đề như rất khó để phân biệt nghệ sĩ biểu diễn với khán giả.

Vai trò của bản quyền tác giả

Bản quyền được áp dụng cho mọi sản phẩm thuộc lĩnh vực văn học, khoa học và nghệ thuật cho dù sản phẩm đó tồn tại dưới dạng hay hình thức nào (Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới, 1979). Các tác phẩm văn học và nghệ thuật bao gồm sách và các tài liệu khác, âm nhạc, kịch, nghệ thuật múa, chụp ảnh, phim, bản vẽ kiến trúc, khắc và in đá, hội họa và điêu khắc (Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới, 1979). UNESCO coi việc bảo vệ bản quyền và các quyền liên quan đến quyền tác giả là vấn đề tối cần thiết cho việc “thúc đẩy sự sáng tạo cá nhân nhằm phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và thúc đẩy sự đa dạng văn hóa” (UNESCO, 2009a).

Việc nhận dạng hàng hóa và dịch vụ có quyền sở hữu trí tuệ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự đóng góp của văn hóa đối với nền kinh tế và đem lại một lợi ích nữa là gắn với một khung pháp lý nhất định. Trong FCS, hàng hóa và dịch vụ văn hóa được xác định là có tiềm năng có bản quyền. Bản quyền được áp dụng cho hầu hết các mục trong mỗi lĩnh vực.

Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) đã xây dựng tài liệu hướng dẫn việc xác định mức độ đóng góp của các ngành có bản quyền đối với nền kinh tế (WIPO, 2003). Định nghĩa “các ngành có bản quyền chủ chốt” cũng tương tự như định nghĩa về các lĩnh vực văn hóa trong FCS nhưng có một vài ngoại lệ. WIPO gộp cả bản quyền cơ sở dữ liệu và phần mềm vào trong các ngành có bản quyền chủ chốt và điều này không xảy ra ở FCS. Ngoài ra, định nghĩa của WIPO về ngành công nghiệp văn hóa khác với định nghĩa được sử dụng trong khung hành động này vì định nghĩa đó không nêu những lĩnh vực không có quyền sở hữu trí tuệ như hoạt động văn hóa hay hoạt động của viện bảo tàng.

4. Thống kê văn hóa: Đo lường từ phương diện xã hội

4.1. Đo lường sự tham gia văn hóa

Phần trước đã minh họa cách sử dụng các hệ thống phân loại như ISIC, ISCO và HS để thu thập số liệu thống kê văn hóa. Phần này bàn luận việc đánh giá phương diện xã hội của văn hóa, một thành tố quan trọng của văn hóa và FCS.

Thách thức chính là làm thế nào có thể đánh giá được phương diện xã hội của văn hóa vì phương diện này thường diễn ra trong lĩnh vực phi chính thức nơi không diễn ra các giao dịch kinh tế. Một số khía cạnh về phương diện xã hội của văn hóa liên quan đến giá trị tượng trưng và vai trò của văn hóa trong việc tạo ra bản sắc, giá trị chung và sự thuộc về một nơi nào đó, ngăn chặn sự loại trừ và xây dựng sự bình ổn và dính kết xã hội. Phương diện xã hội cũng là phương diện không mang tính chất hàng hóa của văn hóa; những thông lệ, thường diễn ra trong lĩnh vực cộng đồng và vượt ra khỏi phương diện kinh tế. Không phải lúc nào cũng dễ dàng đánh giá được khía cạnh xã hội của văn hóa. Tuy nhiên, có một số tiêu chuẩn thống kê đã được chấp nhận rộng rãi, có thể được sử dụng để hỗ trợ việc đánh giá phương diện xã hội của văn hóa.

Khảo sát về sử dụng thời gian và hộ gia đình là nguồn dữ liệu chính về sự tham gia văn hóa. Tuy nhiên, những cuộc khảo sát như thế thường tốn kém và các nước thường chỉ gộp một vài câu hỏi liên quan đến văn hóa trong các cuộc khảo sát được thiết kế cho những mục đích khác. Để xây dựng các chỉ số được chấp nhận và có thể so sánh quốc tế về phương diện xã hội của văn hóa đòi hỏi phải tiếp tục phát triển các định nghĩa và các công cụ chuẩn. Do đó, khung hành động hiện tại nhằm đến việc tạo ra sự nhất trí rộng rãi đối với việc hình thành khái niệm chung về mô hình xã hội của văn hóa và đưa ra những hướng dẫn chung về phát triển thống kê hơn nữa để xác định yếu tố xã hội và những chỉ số và định nghĩa phù hợp.

Tham gia văn hóa

FCS bao gồm tất cả các yếu tố tham gia vào hoạt động hay việc làm văn hóa, cho dù đó là tham gia vào các việc làm chính thức hay tham dự những sự kiện văn hóa trang trọng (ví dụ như biểu diễn hay là đến xem ở nhà hát và phải trả tiền) hay không trang trọng (như sự kiện trong cộng đồng, trong gia đình), không liên quan đến giao dịch tiền bạc hay tham gia các hoạt động văn hóa tại nhà.

Phương diện kinh tế của việc tham gia văn hóa có thể được ghi lại thông qua các công cụ thu thập dữ liệu tập trung vào số tiền người tiêu dùng phải chi cho hàng hóa và dịch vụ văn hóa và số tiền người tham gia phải trả cho các hoạt động văn hóa mất tiền. Những số liệu này thường được thu thập bằng cách khảo sát về hoạt động hoặc chi phí của các hộ gia đình mặc dù có thể đã có những dữ liệu này ở cơ quan hành chính.

Thuật ngữ “tiêu thụ” thường được sử dụng ám chỉ một hoạt động mà một người tiêu dùng đã phải trả tiền trong khi thuật ngữ “tham gia” được sử dụng để nói đến việc tham gia vào một hoạt động nghiệp dư hoặc hoạt động không phải trả tiền. Trên thực tế, việc phân biệt như vậy rất khó vì người tiêu dùng/người tham gia có thể tham gia vào các hoạt động không chính thức, trả bằng hiện vật hoặc đóng góp cho chi phí của sự kiện bằng những cách khác. Chẳng hạn như một người tiêu dùng có thể trả cho dịch vụ của một nghệ sĩ bằng cách cung cấp đồ ăn hoặc nhà ở cho người nghệ sĩ đó để được xem người đó biểu diễn. Như vậy người tiêu dùng đó tham gia vào một vụ trao đổi dịch vụ. Tương tự như vậy một nghệ sĩ nghiệp dư có thể trở thành nghệ sĩ chuyên nghiệp, có thể là khi tốt nghiệp phổ thông

hoặc sau khi được đào tạo. Như vậy, các hoạt động văn hóa không chính thức và mang tính xã hội có thể là nguồn gốc của nhiều ngành công nghiệp văn hóa.

Các cuộc khảo sát độc lập về sự tham gia văn hóa đã được thực hiện chủ yếu ở Liên minh Châu Âu. Tập đoàn LEG về Thống kê văn hóa (LEG Eurostat, 2000) đã cố gắng đưa ra một mô hình cho khu vực và mô hình này đã được áp dụng trong nhiều cuộc khảo sát của Eurostat. Kể từ đó, ba cuộc khảo sát đã được thực hiện để thu thập dữ liệu hài hòa về việc tham gia các hoạt động văn hóa của người châu Âu và để thử nghiệm tính ứng dụng của mô hình này. Bennett đã đưa ra một định nghĩa hữu ích về quan niệm về tham gia văn hóa của người châu Âu. Theo đó, tham gia văn hóa bao gồm các hoạt động nghệ thuật cũng như trong cuộc sống hàng ngày có liên quan đến sự hứng thú. Định nghĩa này nói đến “cách mà sự khác biệt rõ nét về mặt sắc tộc trong khẩu vị, giá trị và hành vi văn hóa không chỉ cho thấy sở thích nghệ thuật và phương tiện thông tin mà còn ăn sâu vào giai điệu hàng ngày của các lối sống khác nhau; và nói về các cách mà những sự khác biệt này tương ứng với những đặc điểm xã hội liên quan khác như giới tính và tầng lớp xã hội chẳng hạn” (Bennett, 2001).

Vì vậy, tham gia văn hóa bao gồm những việc làm văn hóa có thể có liên quan đến sự tiêu dùng cũng như các hoạt động được thực hiện trong lĩnh vực cộng đồng, phản ánh chất lượng cuộc sống, truyền thống và niềm tin. Tham gia văn hóa bao gồm việc tham dự các sự kiện chính thức có thu phí như đi xem phim ở rạp chiếu phim hay đi nghe hòa nhạc cũng như tham gia vào các hoạt động văn hóa không chính thức như tham gia vào các hoạt động văn hóa của cộng đồng và các hoạt động biểu diễn nghệ thuật nghiệp dư hoặc các hoạt động hàng ngày như đọc sách. Tham gia văn hóa thường được đánh giá với các tiêu chí như cộng đồng, nhóm xã hội, sắc tộc, tuổi và giới. Phân tích nhóm sắc tộc, nhóm xã hội hay giới tính có thể được sử dụng để đánh giá tính đa dạng của các biểu đạt văn hóa.

Hơn nữa, tham gia văn hóa bao trùm cả hành vi chủ động và bị động. Tham gia văn hóa có thể nói đến một người nghe buổi hòa nhạc và người chơi nhạc. Khảo sát về tham gia văn hóa nên nhắm đến mục đích đánh giá mức độ tham gia nói chung mặc dù khó có thể phân biệt được hành vi chủ động và bị động. Chẳng hạn như trong một số lễ hội, một số cá nhân có thể là người biểu diễn tại một điểm (có hành vi chủ động, tạo ra nghệ thuật và mang lại sự hứng thú cho người khác) và cũng có thể là khán giả ở những thời điểm khác (hành vi thụ động và tìm kiếm sự hứng thú). Tham gia văn hóa không bao gồm các hoạt động được thực hiện vì mục đích việc làm do những hoạt động này đã được nhận dạng theo tiêu chí nghề (Tổ chức lao động quốc tế, 1988); chẳng hạn như tham gia văn hóa có thể bao gồm những người khách tham quan một viện bảo tàng chứ không bao gồm người hướng dẫn viên được trả tiền để làm hướng dẫn.

Năm 2006, Viện thống kê của UNESCO (UIS) đã thực hiện một báo cáo để kiểm chứng mô hình của Liên minh châu Âu (từ các cuộc khảo sát của Liên minh châu Âu) trong bối cảnh hoạt động văn hóa ở các nước đang phát triển. Bản báo cáo (UNESCO-Viện Thống kê UNESCO, 2006b) đã xác định các hình thức tham gia văn hóa theo các nhóm sau:

- i. **Tại nhà** nói đến lượng thời gian dành cho việc xem TV, nghe đài, xem và nghe những âm thanh và hình ảnh đã được ghi lại, đọc sách báo và sử dụng máy tính và Internet.
- ii. **Ra ngoài** bao gồm các chuyến viếng thăm đến các cơ sở văn hóa như rạp chiếu phim, rạp hát, buổi hòa nhạc, bảo tàng, đài tưởng niệm và các di sản.
- iii. **Xây dựng nét đặc trưng riêng** bao trùm những việc làm văn hóa nghiệp dư, việc tham gia các hiệp hội văn hóa, văn hóa đại chúng, văn hóa sắc tộc, văn hóa cộng đồng và văn hóa giới trẻ.

Đo lường hoạt động văn hóa tại nhà

Khảo sát về sử dụng thời gian là một công cụ đặc trưng được sử dụng cho việc đo lường các hoạt động văn hóa *tại nhà*. Các cuộc khảo sát dân số mẫu là phù hợp cho việc đánh giá các hoạt động văn hóa *ra ngoài* và *xây dựng nét đặc trưng riêng*.

Khi thực hiện dự án “Cải thiện công tác đánh giá công việc được trả lương và không được trả lương”, Cơ quan thống kê của Liên hợp quốc (UNSD) đã xây dựng hệ thống phân loại hoạt động quốc tế thử nghiệm của Liên hợp quốc phục vụ việc thống kê sử dụng thời gian (ICATUS) (Liên hợp quốc, 2005). Mục đích của việc xây dựng hệ thống phân loại này là để phục vụ cả các nước phát triển và đang phát triển trong việc xây dựng số liệu thống kê về việc sử dụng thời gian. Một mục đích nữa của hệ thống này là cải thiện việc định lượng hoạt động sản xuất kinh tế của phụ nữ. ICATUS là hệ thống phân loại duy nhất cung cấp một danh sách đầy đủ các hoạt động văn hóa, bao gồm cả hoạt động cộng đồng. Danh sách các mã được nêu ở Phần 5, Bảng 5.

Các hoạt động tại nhà được miêu tả kỹ hơn bằng các nhóm được xác định thông qua các biến bối cảnh gồm “vị trí”, “hình thức đi lại”, “cho ai” và “với ai”.

Tùy theo đơn vị cấu thành đầu ra, ICATUS phân loại các hoạt động của hệ thống tài khoản quốc gia do các cá nhân thực hiện thành hai nhóm chính: một là, hoạt động do cá nhân là thành viên hộ gia đình và là đầu vào của các hoạt động sản xuất hộ gia đình thực hiện và hai là, các hoạt động do các cá nhân là đầu vào của việc tạo ra các đơn vị thuộc các ngành khác, chứ không phải ngành kinh tế hộ gia đình thực hiện (Cơ quan thống kê Liên hợp quốc, 1998).

Việc thường xuyên thực hiện khảo sát việc tham gia văn hóa đòi hỏi rất nhiều nguồn lực. Khung hành động này đề xuất khảo sát tham gia văn hóa nên tập trung vào mức độ tham gia nói chung và ghi lại lĩnh vực mà các hoạt động văn hóa diễn ra. Sử dụng những cuộc khảo sát như thế một cách hệ thống – chẳng hạn như khảo sát việc tham gia các hoạt động như âm nhạc, khiêu vũ và đọc sách báo – sẽ có thể đánh giá được các vấn đề xã hội cũng như liên kết được các hoạt động văn hóa nghiệp dư hay không chính thức với các hoạt động chính thức hơn. Mỗi liên kết này đóng vai trò rất quan trọng trong việc xem xét mối quan tâm lớn là thương mại hóa của ngành công nghiệp văn hóa và ảnh hưởng của vấn đề này lên toàn xã hội.

4.2. Đo lường di sản văn hóa phi vật thể (ICH)

Phần này bàn luận những yếu tố và cách thức đo lường các di sản văn hóa phi vật thể bước đầu. Cần phải xây dựng các công cụ đánh giá cụ thể và điều chỉnh những công cụ này cho phù hợp với nhu cầu của mỗi cộng đồng hướng tới phù hợp với chính sách.

Trong lĩnh vực khung hành động thống kê này, di sản văn hóa phi vật thể được hiểu là “các hình thức hoạt động, thể hiện, biểu đạt, kiến thức và kỹ năng – cũng như công cụ, vật thể, đồ tạo tác và không gian văn hóa liên quan – được cộng đồng, nhóm và, trong một số trường hợp, cá nhân công nhận là một phần di sản văn hóa của họ” (UNESCO, 2003b, Điều 2). Do đó, ICH có thể được thể hiện dưới bất kỳ lĩnh vực văn hóa nào và như thế được thể hiện là một lĩnh vực chuyển tiếp trong khung thống kê này.

Một số sản phẩm của ICH cực kỳ khó đánh giá về mặt chất lượng hay số lượng vì chúng là sản phẩm phi vật thể. Điều này không có nghĩa là sẽ cần phải đánh giá từng hình thức biểu hiện di sản văn hóa phi vật thể.

Hộp 1. Hướng dẫn thực hiện khảo sát về việc sử dụng thời gian của Châu Âu⁴

Những điều kiện tiên quyết về phương pháp là:

- Khảo sát nên được tiến hành trên toàn bộ dân chúng và không tập trung vào một bộ phận dân số. Lý tưởng là nên tiến hành khảo sát trên những người ở độ tuổi từ 10 trở lên. Nếu không thể thì nên tiến hành với những người có độ tuổi từ 15 trở lên.
- Kích cỡ mẫu nên đủ lớn để đảm bảo kết quả thu được đại diện cho tất cả các số liệu ước đoán và các biến về nhân khẩu học như tuổi, giới tính hoặc trình độ văn hóa.
- Nhật ký khảo sát nên gồm hai ngày: một ngày trong tuần và một ngày cuối tuần.
- Khảo sát việc sử dụng thời gian (TUS) nên được thực hiện trong vòng 12 tháng liên tục. Nếu không thể thì nên thực hiện khảo sát trong ít nhất một tuần làm việc.
- Nhật ký khảo sát nên sử dụng những khoảng thời gian ngắn từ 10 đến 15 phút.
- Nhật ký nên bao gồm các hoạt động sơ cấp và thứ cấp. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các thói quen liên quan đến phương tiện thông tin như nghe đài khi lái hoặc xem TV khi rửa bát.
- Người trả lời nên sử dụng một danh sách lớn các hoạt động được mã hóa, đặc biệt là khi liên quan đến việc sử dụng phương tiện thông tin.

Mặc dù TUS là cách đánh giá thói quen sử dụng phương tiện thông tin chính xác nhất nhưng nó cũng là một công cụ rất tốn kém. Có một giải pháp thay thế là gộp những câu hỏi về lượng thời gian dành cho việc sử dụng phương tiện thông tin trong cuộc khảo sát dân số mẫu trong một tuần làm việc và một ngày cuối tuần. Trong trường hợp đó, cần sử dụng danh sách các hoạt động đã được mã hóa trước.

Khảo sát dân số mẫu là công cụ phù hợp cho việc đánh giá hai nhóm Ra ngoài và Xây dựng nét đặc trưng riêng vì hai nhóm này liên quan đến những hoạt động ít thường xuyên và ít phổ biến hơn. Để đảm bảo tính so sánh quốc tế, khảo sát cấp quốc gia còn cần phải đáp ứng các tiêu chuẩn về phương pháp sau:

- Thời gian tham khảo nên là 1 năm. Những người tham gia báo cáo việc họ tham gia vào các hoạt động văn hóa trong vòng 12 tháng trước đó.
- Đơn vị lấy mẫu cuối cùng nên là cá nhân. Nên tránh các cuộc khảo sát ủy quyền (thường là khảo sát tại hộ gia đình) vì người trả lời thường không biết tất cả các hoạt động văn hóa mà các thành viên khác trong gia đình tham gia.
- Khi cho phép, nên sử dụng các cuộc khảo sát với lĩnh vực rộng hơn tham gia văn hóa như khảo sát xã hội nói chung hay khảo sát về thời gian rảnh rỗi để làm căn cứ so sánh. Những cuộc khảo sát dành riêng cho văn hóa có xu hướng đánh giá quá cao sự tham gia văn hóa. Tuy nhiên, nếu không có dữ liệu nào khác thì vẫn có thể sử dụng kết quả của các cuộc khảo sát dành riêng cho văn hóa này.

Điều chỉnh hướng dẫn thực hiện khảo sát sử dụng thời gian cho các nước đang phát triển

- Đặc điểm nhân khẩu học xã hội: lý tưởng là nên tiến hành khảo sát trên những người từ 5 tuổi trở lên vì đây là độ tuổi phổ biến cho việc đánh giá thói quen sử dụng phương tiện truyền dữ liệu ở các nước đang phát triển. Nên xem xét các biến về nhân khẩu học như tuổi, giới hoặc trình độ học vấn, hoạt động chính, mức thu nhập và nhóm sắc tộc.
- Kích cỡ mẫu: kích cỡ mẫu phải được lập kế hoạch tương ứng với kích cỡ và đặc điểm dân số để đảm bảo mẫu đại diện cho nhóm dân số nghiên cứu.
- Thuật ngữ và hệ thống phân loại: nên sử dụng hệ thống phân loại hàng hóa và dịch vụ quốc tế để tạo ra sự tương thích quốc tế.
- Nhóm công tác: Cần có sự điều phối công việc giữa các thực thể khác nhau liên quan đến đến lĩnh vực văn hóa. Nên lập ra một nhóm công tác liên ngành, gồm các nhà thống kê, nhà kinh tế, và nhà phương pháp học văn hóa để xây dựng một cuộc khảo sát hiệu quả.

4 Văn phòng thống kê của Liên minh châu Âu, Eurostat, đã xuất bản nhiều hướng dẫn về Khảo sát sử dụng thời gian của châu Âu hài hòa (HETUS). Những tài liệu hướng dẫn này có trên trang web: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-CC-04-007/EN/KS-CC-04-007-EN.PDF

Nếu ICH được thể hiện và truyền tải qua âm nhạc, kể chuyện, múa và các hình thức biểu diễn khác thì có thể sử dụng các phương pháp đo lường khác. Chẳng hạn như khảo sát ở lĩnh vực phù hợp (cấp độ địa phương, vùng, quốc gia) có thể ghi chép lại số người tham gia/người biểu diễn⁵. Khảo sát cũng có thể ghi chép lại nội dung và hình thức truyền tải.

Khía cạnh phi vật thể của di sản văn hóa tạo ra nhiều thách thức cho việc đánh giá vì vậy cần có thêm nghiên cứu về phương pháp để có thể xây dựng được các công cụ đánh giá phù hợp.

Ngôn ngữ

Ngôn ngữ là một biến quan trọng ở nhiều quốc gia. Ngôn ngữ là một trong các phương tiện thể hiện và truyền tải di sản văn hóa và là cách nắm rõ và hiểu về vũ trụ và môi trường văn hóa-xã hội của một nhóm người nào đó.

Đã có rất nhiều tranh cãi xung quanh cách thức xác định và đánh giá ngôn ngữ và số người nói ngôn ngữ. Các nhà ngôn ngữ học sử dụng hai tiêu chí để xác định ngôn ngữ - 1) ngôn ngữ được coi là một bộ sưu tập các biến thể lời nói mà hai bên có thể hiểu được và 2) tự xác định nhóm: nếu hai nhóm người cho rằng họ là hai nhóm người khác nhau thì có thể coi là hai ngôn ngữ khác nhau (Viện thống kê UNESCO - UIS, 2006c).

Rất nhiều nước đã nêu câu hỏi về ngôn ngữ trong các cuộc điều tra dân số. Theo Nguyên tắc và Gợi ý về điều tra dân số về nhà ở và dân số của Liên hợp quốc (Liên hợp quốc, 2007) thì có ba loại dữ liệu về ngôn ngữ thường được thu thập:

- a. Tiếng mẹ đẻ, được định nghĩa là ngôn ngữ thường được cá nhân nói ở nhà khi người đó còn nhỏ;
- b. Ngôn ngữ thông dụng, được định nghĩa là ngôn ngữ đang được nói, hoặc thường được nói nhất bởi cá nhân tại nơi ở hiện tại; và
- c. Khả năng nói một hoặc nhiều ngôn ngữ nào đó.

Dữ liệu về ngôn ngữ cho phép ví dụ đánh giá tình trạng và xu hướng đa dạng ngôn ngữ và số người nói các ngôn ngữ bản địa. UNESCO (UNESCO, 2003c) đã xây dựng một phương pháp đánh giá sức sống và nguy cơ của ngôn ngữ dựa trên chín tiêu chí sau:

- o Tổng số người nói;
- o Tỷ lệ người nói trên tổng dân số;
- o Tài liệu sẵn có cho việc giáo dục và đào tạo ngôn ngữ;
- o Phản ứng với những lĩnh vực và phương tiện mới;
- o Loại và chất lượng tài liệu;
- o Lưu truyền ngôn ngữ qua các thế hệ;
- o Thái độ của thành viên cộng đồng đối với ngôn ngữ của họ;
- o Thay đổi về lĩnh vực sử dụng ngôn ngữ; và
- o Thái độ và chính sách về ngôn ngữ của chính quyền và về mặt thể chế, bao gồm tình trạng và việc sử dụng chính thức.

5 Trong một số trường hợp, khán giả có thể đồng thời là người biểu diễn ở những thời điểm khác nhau trong một buổi biểu diễn.

UNESCO sử dụng phương pháp này để lập lên danh sách những ngôn ngữ đang có nguy cơ biến mất trong bản đồ Các ngôn ngữ thế giới để theo dõi hiện tượng một số hình thức di sản phi vật thể và nguồn đa dạng văn hóa bị biến mất (UNESCO, 2009b).

Đánh giá các hoạt động xây dựng nét đặc trưng riêng

Một cách đánh giá phương diện xã hội của văn hóa nữa là xem xét ảnh hưởng về kinh tế và xã hội của các sự kiện văn hóa.

Colombia đã đánh giá ảnh hưởng kinh tế, xã hội và văn hóa của “lễ hội”. Lễ hội (fiesta) có thể được định nghĩa là “các cấu trúc tượng trưng, tưởng tượng về niềm tin, điều bí ẩn, quan niệm về cuộc sống và thế giới (nguồn gốc vũ trụ), điều tưởng tượng của tập thể và gắn với một số bước trong chu kỳ sống của nền kinh tế, tín ngưỡng tôn giáo, chính trị và những động cơ khác. Lễ hội được truyền từ đời này qua đời khác nhờ truyền thống và phù hợp với một xã hội, một không gian và trong một thời gian nhất định” (Convenio Andres Bello, 2004). Có thể đánh giá phương diện văn hóa và xã hội của lễ hội bằng cách xem xét:

- Sự tham gia xã hội: sự tham gia tích cực của các ngành/cá nhân trong cộng đồng vào việc tổ chức lễ hội;
- Nét đặc trưng riêng: nhóm tham gia thuộc một cộng đồng nhất định (xác định về mặt văn hóa và xã hội)
- Đa dạng văn hóa: thể hiện các khía cạnh văn hóa khác nhau (truyền thống, sắc tộc, trải nghiệm tôn giáo, biểu đạt nghệ thuật, giải trí) trong việc chuẩn bị và thực hiện lễ hội;
- Tính liên kết xã hội: sự hòa nhập của các ngành/cá nhân trong quá trình chuẩn bị và thực hiện lễ hội; và
- Tính sở hữu xã hội: các hình thức về mặt cá nhân và xã hội các nhóm và người thực hiện xã hội sở hữu lễ hội.

Phương diện xã hội khác của văn hóa

Khái niệm vốn văn hóa và vốn xã hội có thể rất hữu ích trong việc đánh giá sự đóng góp của văn hóa đối với sự phát triển của kinh tế và xã hội. Theo David Throsby thì “vốn văn hóa có thể được định nghĩa là một tài sản thể hiện hoặc làm tăng giá trị văn hóa bên cạnh những giá trị kinh tế mà nó có thể có...một tòa nhà di sản có thể có giá trị thương mại của bất động sản nhưng giá trị thực của nó đối với cá nhân hay cộng đồng là có ý nghĩa thẩm mỹ, tinh thần, tượng trưng hay những ý nghĩa khác mà có thể bị giảm đi hoặc không được tính đến trong phép tính kinh tế. Những giá trị này được gọi là giá trị văn hóa của tòa nhà. Vốn văn hóa theo định nghĩa này có thể tồn tại dưới dạng vật thể như tòa nhà, địa điểm, vị trí, tác phẩm nghệ thuật, đồ tạo tác hoặc dưới dạng phi vật thể như ý tưởng, hoạt động, niềm tin hay truyền thống” (Throsby, 2001).

Hộp 2: Kiến thức truyền thống và bản địa

Kiến thức địa phương và truyền thống thường được liên hệ với kiến thức bản địa. Uganda miêu tả kiến thức bản địa là “kiến thức địa phương và truyền thống tồn tại trong một cộng đồng và được xây dựng trên các điều kiện cụ thể của một cộng đồng, mang tính chất bản địa của một vùng địa lý nhất định” (Bộ Giới, Lao động và Phát triển xã hội, 2006).

Theo định nghĩa của Ban thư ký của Cộng đồng Thái Bình Dương về kiến thức địa phương và truyền thống, đó là “các hình thức biểu đạt văn hóa có nghĩa là cách kiến thức truyền thống được thể hiện hay biểu thị, không kể nội dung, chất lượng hay mục đích, không kể là vật thể hay phi vật thể và không hạn chế những từ có trước đó, bao gồm:

- a. tên, truyện, điệu hát, câu đố, câu chuyện lịch sử và bài hát trong các truyện kể dân gian;
- b. nghệ thuật và nghề thủ công, dụng cụ âm nhạc, điêu khắc, vẽ, khắc, gốm sứ, đồ khảm trên đất nung, nghề mộc, đồ kim loại, đồ trang sức, hàng dệt, việc may vá, trang trí bằng vỏ sò, thảm, quần áo và vải;
- c. âm nhạc, khiêu vũ, sân khấu, văn học, lễ tưởng niệm, biểu diễn nghi thức và hoạt động văn hóa;
- d. các hình thức phác họa, các phần và chi tiết của thiết kế và sáng tạo hình ảnh; và
- e. các hình thức kiến trúc.

Bí ẩn thiêng liêng có nghĩa là bất kỳ kiến thức hay hình thức biểu hiện văn hóa truyền thống nào có tính chất bí ẩn hoặc thiêng liêng theo phong tục tập quán hoặc thông lệ truyền thống.

Kiến thức truyền thống bao gồm những kiến thức nhìn chung là:

- a. a) được hoặc đã được tạo ra, lĩnh hội và truyền cảm hứng cho những mục đích giải trí, trang trí, kể chuyện, nghi lễ, tinh thần hay kinh tế truyền thống;
- b. b) được hoặc đã được truyền từ đời này sang đời khác;
- c. c) được cho là gắn liền với một nhóm người, thị tộc hoặc một cộng đồng truyền thống nhất định ở [đất nước thực hiện]; và
- d. e) có nguồn gốc từ tập thể và được tập thể lưu giữ.:

Nguồn: Kiểm soát quá trình bằng kỹ thuật thống kê (SPC), 2002

Theo Bộ Chỉ số sáng tạo Hồng Kông, vốn xã hội được thể hiện “dưới hình thức niềm tin, sự nhân nhượng, sự hợp tác và những mạng lưới xã hội giàu có...có lợi cho sự phát triển của tập thể, thể hiện xã hội và tham gia của công dân... nuôi dưỡng sự sáng tạo của cá nhân và tập thể. Vốn xã hội được đánh giá bằng chín chủ đề: Niềm tin chung, Niềm tin vào tổ chức, Sự nhân nhượng, Cảm giác hiệu quả, Sự hợp tác, Thái độ đối với các nhóm thiểu số, Sự tán thành các giá trị hiện đại, Tự biểu đạt và Tham gia vào các hoạt động xã hội” (Trung tâm Nghiên cứu Chính sách Văn hóa, 2005).

Vẫn cần phải thực hiện những nghiên cứu về các phương diện khác của văn hóa để đưa những lĩnh vực khác của văn hóa vào khung hành động, đặc biệt là những khía cạnh xã hội của văn hóa và ảnh hưởng của những khía cạnh này đối với xã hội. Cần xem xét kỹ hơn nữa mối quan hệ giữa văn hóa và môi trường, trong một chừng mực nào đó mối quan hệ này được gộp trong lĩnh vực *Di sản thiên nhiên và văn hóa*, đặc biệt tính đến tính bền vững. Mối quan hệ giữa văn hóa và sự hạnh phúc đã trở thành một chủ đề thảo luận chính, khiến mối quan hệ giữa văn hóa và sức khỏe cũng được xem xét. Những chủ đề như sức khỏe và môi trường theo nghĩa rộng nhất đã vượt xa khỏi chủ đề văn hóa và có lẽ người ta tranh luận nhiều về mối liên hệ giữa văn hóa và những lĩnh vực thống kê khác. Chẳng hạn như có thể thảo luận về ảnh hưởng tiềm năng đối với sức khỏe nói chung khi thực hiện một hoạt động văn hóa ví dụ như chơi một dụng cụ âm nhạc (Michalos, 2003 và 2005).

5. Thu thập dữ liệu: Hệ thống bảng biểu các mã phân loại quốc tế.

Phần này cung cấp danh sách mã cho mỗi danh mục phân loại quốc tế đã được miêu tả trong phần trước. Mọi hoạt động sản xuất, hàng hoá, dịch vụ, nghề nghiệp hay tập quán đều được xác định theo lĩnh vực và vai trò chức năng của nó trong mỗi chu kỳ văn hoá. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là có thể xác định được toàn bộ các danh mục lĩnh vực hay các bước trong chu kỳ văn hoá. Ví dụ, vì ISIC, CPC, HS và EBOPS đều liên quan đến kinh tế nên các mã số văn hoá này đã bao hàm gần hết các bước từ sáng tạo đến trưng bày, trong khi đó mã số ICATUS thì liên quan đến tham gia.

Mỗi mã chỉ xuất hiện một lần duy nhất. Nhằm tạo ra sự tương ứng giữa hai mã ISIC và CPC (bảng 2) nên mã ISIC có thể xuất hiện trong các lĩnh vực khác. Tuy vậy, khi sử dụng các mã ISIC để tìm hiểu về quy mô các ngành văn hoá thì chỉ được đếm mã này một lần. Các mã in nghiêng và được đánh dấu sao chỉ được sử dụng trong trường hợp có sự khác biệt giữa các hoạt động văn hoá và phi văn hoá.

Bảng 2. Hoạt động sản xuất văn hoá, hàng hoá và dịch vụ xác định theo mã số CPC 2 và ISIC 4

LĨNH VỰC VĂN HOÁ				Hàng hoá và dịch vụ	
Lĩnh vực	Hoạt động sản xuất ¹			CPC 2	Mô tả
	ISIC 4	Mô tả	Mô tả		
A. Di sản văn hoá và thiên nhiên	9000	Hoạt động sáng tạo, nghệ thuật và giải trí		38962	Tem bưu chính hoặc tem thuế, lệ phí, dấu thay tem bưu chính, phong bì có đóng sẵn tem bưu điện), và các hàng hóa tương tự. Bộ sưu tập và các vật phẩm của bộ sưu tập liên quan đến động vật học, thực vật học, khoáng vật học, giải phẫu học, sử học, dân tộc học hoặc tiền đúc; đồ cổ
	9102	Hoạt động bảo tàng và điều hành di tích lịch sử và công trình kiến trúc	4	96411	Dịch vụ bảo tàng từ trường hợp đối với các di tích lịch sử và công trình kiến trúc
	9103	Vườn bách thú, vườn bách thú và các hoạt động bảo tồn thiên nhiên		96412	Dịch vụ bảo tồn di tích lịch sử và công trình kiến trúc
	4774	Bán lẻ các loại hàng hoá đã qua sử dụng	5	96421	Dịch vụ tại vườn bách thú và vườn bách thảo
				96422	Dịch vụ bảo tồn thiên nhiên bao gồm các dịch vụ bảo tồn thiên nhiên hoang dã
B. Biểu diễn và kỳ niệm ²	9000	Hoạt động sáng tạo, nghệ thuật và giải trí	7	621**	Dịch vụ thương mại bán lẻ tại cửa hàng không chuyên dụng
				96210	Dịch vụ quang bá và tổ chức sự kiện biểu diễn nghệ thuật
				96220	Dịch vụ sản xuất và giới thiệu sự kiện biểu diễn nghệ thuật
				96230	Dịch vụ vận hành thiết bị trong biểu diễn nghệ thuật
				96290	Các dịch vụ biểu diễn nghệ thuật và giải trí trực tiếp khác
				96310	Dịch vụ của nghệ sỹ biểu diễn nghệ thuật
				95997	Hiệp hội văn hoá và giải trí (không bao gồm các hoạt động thể thao hay trò chơi)
				38310	Piano và các nhạc cụ dây có phím bấm khác
				38320	Các loại nhạc cụ có dây khác
				38330	Nhạc cụ hơi (bao gồm sáo máy, đàn áccoc và khí cụ bằng đồng)
	3220	Sản xuất nhạc cụ		38340	Nhạc cụ, âm thanh được tạo ra từ các loại nhạc cụ này, hoặc phải khuếch đại bằng điện
			38350	Các loại nhạc cụ khác (bao gồm nhạc khí gỗ, hộp nhạc và hệ thống đàn ống chơi ở hội chợ; dụng cụ tạo âm thanh để nhử mỗi các loại; còi, tù và và dụng cụ tạo âm thanh thổi bằng miệng khác	
			38360	Bộ phận và phụ tùng kèm theo nhạc cụ; máy nhíp, âm thoa và ống sáo	
			32520	Âm nhạc, được in hoặc viết tay	
			47610	Đĩa nhạc, băng hoặc các hình thức vật thể khác	
			96111	Dịch vụ thu âm	
5920	Hoạt động thu âm và xuất bản âm nhạc		96112	Dịch vụ thu âm trực tiếp	
			96113	Thu âm nguyên bản	
			84321	Tải nhạc	
			73320	Dịch vụ cấp phép sử dụng dịch vụ giải trí, văn học hoặc âm nhạc nguyên bản	
4762	Bán lẻ các băng và đĩa nhạc tại các quầy chuyên dụng		62242	Cửa hàng chuyên dụng giành cho dịch vụ thương mại bán lẻ thiết bị phát thanh, truyền hình, đĩa âm thanh, đĩa hình và băng	

		C. Nghệ thuật thị giác và nghệ thuật công nghệ	
9000	9	Hoạt động sáng tạo, nghệ thuật và giải trí	38961
7420	10	Hoạt động nhiếp ảnh	83811 83812 83813 83814 83815 83819 83820 38942 38941
5819		Các hoạt động xuất bản khác	32540
3211		Chế tác đồ kim hoàn và các sản phẩm liên quan	38220 38240
7220		Phát triển nghiên cứu và thực nghiệm trên lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn	38210 81229
9101		Thư viện và công tác lưu trữ	84510 84520
5811		Xuất bản sách	32210 32220 32291 32292 32299 32510 32511 32530 47691 47692 84311 89110
		D. Sách báo và ấn phẩm	
		Tranh vẽ, tranh phác họa và tranh bột màu, Nguyên bản các bản khác, bản in và bản in litô, nguyên bản tác phẩm điêu khắc và tượng tạc, làm bằng mọi loại vật liệu.	
		Dịch vụ chụp ảnh chân dung Dịch vụ chụp ảnh quảng cáo và các dịch vụ liên quan Dịch vụ chụp ảnh và quay phim sự kiện Dịch vụ nhiếp ảnh chuyên sâu Dịch vụ phục hồi và trùng tu nghệ thuật nhiếp ảnh Các dịch vụ nhiếp ảnh khác Dịch vụ xử lý ảnh Kính ảnh và phim chụp ảnh đã được phơi sáng và tráng, ngoại trừ phim sử dụng kỹ xảo quay Kính ảnh, phim, giấy, giấy bia và vải được trưng bày nhưng chưa được khai thác	
		Tranh in, mẫu thiết kế và ảnh Ngọc trai cấy, đá quý hay nửa đá quý, đá quý tái chế hay nửa đá quý tái chế (ngoại trừ kim cương công nghiệp) Đồ trang sức và các đồ dùng kim loại quý/ đồ dùng kim loại tráng kim loại quý khác; đồ dùng làm từ ngọc trai tự nhiên hoặc ngọc trai cấy hay đá quý hoặc bán đá quý Ngọc trai, tự nhiên hay cấy và chưa được khai thác Dịch vụ nghiên cứu và phát triển thực nghiệm trên các lĩnh vực khoa học nhân văn	11 12
		Dịch vụ thư viện Dịch vụ lưu trữ	
		Sách giáo dục Sách tham khảo tổng hợp Sách chuyên ngành, sách kỹ thuật và sách học thuật Sách thiếu nhi Các loại sách khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác Bản đồ, biểu đồ thông dụng, bản đồ treo tường, ngoại trừ các loại xuất bản dưới dạng sách Bản đồ và biểu đồ thủy văn hoặc các loại biểu đồ tương tự (kể cả bản đồ treo tường, bản đồ địa hình và bản đồ quả địa cầu), đã được in, loại trừ các loại xuất bản dưới dạng sách Bưu thiếp in hoặc minh họa, các loại thiếp in sẵn có lời chúc hoặc thông điệp cá nhân kèm theo phong bì có hoặc không có minh họa Sách âm trên đĩa, băng hay các hình thức vật thể khác Văn bản ghi trên đĩa, băng hay các hình thức vật thể khác Sách trực tuyến Xuất bản, trả phí hoặc theo hợp đồng	

		E: Phương tiện nghe nhìn và phương tiện truyền thông tương tác	
5813	32300	Xuất bản báo, tạp chí và các ấn phẩm định kỳ	Báo, tạp chí, ấn phẩm định kỳ xuất bản ít nhất bốn lần một tuần Báo và các ấn phẩm định kỳ phục vụ thị hiếu chung, không kể báo ngày Báo và tạp chí định kì về kinh doanh, chuyên ngành hay học thuật, không kể báo ngày Các báo và ấn phẩm định kỳ khác, không kể báo ngày Báo và ấn phẩm định kỳ trực tuyến
5819	84399	Các hoạt động xuất bản khác	Các nội dung trực tuyến khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác
4761	62251 62151 62451 62551 62351	Bán lẻ sách, báo và văn phòng phẩm tại các quầy chuyên dụng	Dịch vụ thương mại bán lẻ sách, báo, tạp chí và văn phòng phẩm tại cửa hàng chuyên dụng Dịch vụ thương mại bán lẻ sách, báo, tạp chí và văn phòng phẩm tại cửa hàng không chuyên dụng Dịch vụ bán lẻ sách, báo, tạp chí và văn phòng phẩm khác không ở cửa hàng Dịch vụ bán lẻ sách, báo, tạp chí và văn phòng phẩm trả phí hoặc theo hợp đồng Dịch vụ bán lẻ sách, báo, tạp chí và văn phòng phẩm theo đơn hàng qua thư
6391	84410	Hoạt động thông tấn xã	Dịch vụ thông tấn xã cho báo và ấn phẩm định kỳ
6399	85991	Các hoạt động dịch vụ thông tin khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác	Các dịch vụ thông tin khác
4649*	61251 61151	Bán sỉ các sản phẩm gia dụng*	Dịch vụ bán sỉ sách, báo, tạp chí và văn phòng phẩm trả phí hoặc theo hợp đồng Dịch vụ bán sỉ sách, báo, tạp chí và văn phòng phẩm, ngoại trừ trường hợp trả phí hoặc theo hợp đồng
9000	96320 96330	Hoạt động sáng tạo, nghệ thuật và giải trí	Dịch vụ dành cho nhà văn, nhà biên soạn, nghệ nhân điêu khắc và các nghệ sĩ khác, ngoại trừ nghệ sỹ biểu diễn Tác phẩm nguyên bản của nhà văn, nhà biên soạn và các nghệ sỹ khác, ngoại trừ nghệ sỹ biểu diễn, hoạ sỹ và nghệ nhân điêu khắc
5820	38582 47822 84391	Phát hành phần mềm	Gói phần mềm cho trò chơi điện tử Gói phần mềm trò chơi điện tử trên máy tính Trò chơi trực tuyến
5911	38950 47620 84331 84332 96121 96123	Hoạt động sản xuất phim chiếu bóng, video và các chương trình truyền hình	Phim chiếu bóng, đã được trưng bày và khai thác, có hoặc không tích hợp âm thanh hay đơn thuần chỉ bao gồm âm thanh Phim và các nội dung hình ảnh trên đĩa, băng và các phương tiện vật lý khác Phim và các bản tài hình ảnh khác Nội dung video chạy suốt Dịch vụ sản xuất phim chiếu bóng, băng hình và chương trình truyền hình Dịch vụ sản xuất phim chiếu bóng, băng hình và chương trình truyền hình nguyên bản

5912	5912	Hoạt động hậu sản xuất phim chiếu bóng, video và các chương trình truyền hình	96131 96132 96133 96134 96135 96136 96139	Dịch vụ hiệu chỉnh hình ảnh – âm thanh Chuyển giao và nhân bản các dịch vụ gốc Dịch vụ chỉnh màu và khôi phục số Dịch vụ hiệu ứng hình ảnh Dịch vụ phim hoạt hình Dịch vụ thuyết minh, làm nhân đề và phụ đề Các dịch vụ hậu sản xuất khác
5913	5913	Hoạt động phân phối phim chiếu bóng, video và các chương trình truyền hình	96140	Dịch vụ phân phối phim chiếu bóng, băng hình và chương trình phát thanh và truyền hình
5920	5920	Hoạt động thu âm và xuất bản âm nhạc	96137 47699 84322	Dịch vụ thiết kế và hiệu chỉnh âm thanh Các loại băng, đĩa âm thanh phi âm nhạc khác Nội dung âm thanh chạy suốt
5914	5914	Hoạt động chiếu phim	96150 96152	Dịch vụ chiếu phim Dịch vụ trình chiếu băng hình
6010	6010	Phát thanh	84611 84621 96122	Nguyên bản phát sóng phát thanh Chương trình trên kênh phát thanh Dịch vụ sản xuất chương trình phát thanh
6020	6020	Hoạt động làm chương trình và phát sóng trên truyền hình	84612 84622 84631 84632 84633 84634	Nguyên bản phát sóng truyền hình Chương trình trên kênh truyền hình Dịch vụ phát sóng (soạn chương trình và lên lịch phát sóng) Dịch vụ phân phối chương trình đến từng hộ gia đình, gói chương trình cơ sở Dịch vụ phân phối chương trình đến từng hộ gia đình, gói chương trình tùy biến Dịch vụ phân phối chương trình đến từng hộ gia đình, chi phí theo thời lượng xem
6312	6312	Công thông tin mạng	84394	Nội dung công tìm kiếm trên mạng
7722	7722	Thuê băng video và đĩa từ	73220	Dịch vụ cho thuê băng hình và đĩa từ
6391	6391	Hoạt động thông tấn xã	84420	Dịch vụ thông tấn xã đến phương tiện nghe nhìn
4762*	4762*	<i>Bán lẻ các băng đĩa nhạc tại quầy chuyên dụng</i>	62542 62242	Dịch vụ bán lẻ các thiết bị phát thanh và truyền hình, băng đĩa nghe nhìn Dịch vụ bán lẻ thiết bị phát thanh và truyền hình, băng đĩa nghe nhìn tại cửa hàng chuyên dụng
4791	4791	Bán lẻ thông qua thư và mạng internet	62342	Dịch vụ bán lẻ thiết bị phát thanh và truyền hình, băng đĩa nghe nhìn từ đơn đặt hàng qua thư và mạng internet

F. Dịch vụ thiết kế và sáng tạo	7410	16	Hoạt động thiết kế chuyên môn	83911 83919 83920	Dịch vụ thiết kế nội thất Các dịch vụ thiết kế chuyên môn khác Thiết kế nguyên bản
	7110*		Hoạt động kiến trúc, công nghệ và tư vấn kỹ thuật liên quan	32550 83211 83212 83213 83214 83231 83232 73390	17 Các loại sơ đồ và bản vẽ kiến trúc, kỹ thuật, công nghiệp, thương mại, địa hình hoặc các mục đích tương tự; là bản gốc vẽ tay; văn bản viết tay; các bản sao chụp hình ảnh trên giấy than của các loại kể trên Dịch vụ tư vấn kiến trúc Dịch vụ kiến trúc cho các dự án xây dựng nhà dân Dịch vụ kiến trúc cho các dự án xây dựng không thuộc nhà dân Dịch vụ kiến trúc khôi phục các yếu tố lịch sử Dịch vụ tư vấn kiến trúc Danh lam thắng cảnh Dịch vụ kiến trúc Danh lam thắng cảnh Dịch vụ cấp phép sử dụng các sản phẩm sở hữu trí tuệ
F. Dịch vụ thiết kế và sáng tạo	7310		Quảng cáo	83611 83619	Dịch vụ quảng cáo trọn gói Các dịch vụ quảng cáo khác
LĨNH VỰC CHUYÊN TIẾP					
Giáo dục văn hoá ¹⁹	8522*		Giáo dục kỹ thuật và nghề nghiệp cấp hai*		
	8530*		Giáo dục đại học*	92911	Dịch vụ giáo dục văn hoá
	8542		Giáo dục văn hoá		

Ghi chú:

- Mã ISIC 7490 Các hoạt động chuyên môn, khoa học và kỹ thuật khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác, bao gồm các hoạt động thực hiện bởi các cơ quan đơn vị thay mặt cá nhân, thường là việc đạt được quyền tham gia vào sản xuất phim chiếu bóng và kịch hoặc các hoạt động giải trí hay thể thao khác, và việc thảo luận với các nhà xuất bản, nhà sản xuất.v.v... về sách, các tác phẩm, công trình nghệ thuật, ảnh, v.v. Tuy nhiên, hoạt động này chỉ được xem là một khía cạnh nhỏ trong mã này vì vậy không được xem xét trong FCS.
- Ám nhạc cũng là một vấn đề trong khu vực này vì âm nhạc không chỉ thuộc lĩnh vực “Phương tiện nghe nhìn” mà cũng thuộc lĩnh vực “Biểu diễn và Kỹ niệm”. Hầu hết các hoạt động liên quan đến âm nhạc đã thu âm được bao gồm trong danh mục này. Tuy nhiên, các hoạt động như hoạt động phân phối sô và lê cũng đều được đề cập trong lĩnh vực “Âm thanh – Hình ảnh” khi các mã số này kết hợp các hoạt động âm thanh, hình ảnh và phát sóng với nhau.
- Nghề thủ công: Vì mã ISIC bao gồm các hoạt động công nghiệp nên không thể đo lường nghề thủ công. 1392 Sản xuất các sản phẩm làm từ vải, ngoại trừ đồ thêu bao gồm: làm thảm bằng tay; 2826 Sản xuất máy móc cho ngành dệt, thêu và làm hàng da bao gồm máy dệt (khung cửi) kể cả khung cửi dệt tay tay.
CPC: Mã CPC không thật sự đưa ra bất kỳ giải pháp cụ thể nào cho những khó khăn khi đo lường các hoạt động nghề thủ công trong lĩnh vực các danh mục thống kê. Điều này có nghĩa là thông thường sản phẩm được định nghĩa theo hình thức hay loại hình (ví dụ như “các pho tượng nhỏ hay các sản phẩm gốm sứ khác”; “thảm và các loại vải dệt phủ sàn nhà”), mà không được định nghĩa theo phương thức sản xuất, Nghề thủ công hay công nghiệp. Vì vậy, hướng tiếp cận của chúng ta là sử dụng mã số đối với các loại vật liệu được sử dụng và/hoặc các loại hình sản phẩm cho biết hoạt động sản xuất rất ít liên quan đến sản xuất hàng loạt mà chủ yếu dựa trên lao động thủ công.

4. Ngoại trừ việc phục hồi các công trình nghệ thuật và vật thể trong bộ sưu tập tại bảo tàng (thuộc mã số 9000).
5. Bao gồm việc bán lẻ các loại đồ cổ. Mã 4773 bao gồm “Hoạt động của các phòng trưng bày triển lãm nghệ thuật thương mại, hoạt động đồ cổ, các hoạt động đấu giá (bán lẻ)”, không được tính đến vì lĩnh vực của mã số này quá rộng.
6. Mã số này bao gồm dịch vụ bán lẻ đấu giá. Mã CPC không có mã số dành riêng cho sản phẩm đã sử dụng.
7. Tổ chức sản xuất các buổi trình diễn kịch trực tiếp, hoà nhạc, nhạc kịch hay khiêu vũ và các tác phẩm sân khấu khác; Hoạt động theo nhóm, rạp xiếc hay trong công ty, dàn nhạc hoặc ban nhạc; Hoạt động cá nhân của các nghệ sĩ như nhạc sĩ, nhà văn và hoạt động của nhà sản xuất hay doanh nhân hoạt động trong sự kiện nghệ thuật trực tiếp, có hoặc không có thiết bị
8. Cùng với các phân loại khác, mã CPC có thể bao quát hầu hết các hoạt động âm thanh – hình ảnh. Tuy nhiên, vẫn còn một số vấn đề xung quanh việc sử dụng phân loại này để nắm bắt một cách toàn diện và chính xác toàn bộ hoạt động âm thanh – hình ảnh: 73320 “Dịch vụ cấp phép quyền sử dụng dịch vụ giải trí, văn học hoặc nguyên bản âm nhạc” rõ ràng bao gồm cả các hoạt động âm thanh – hình ảnh và thuộc lĩnh vực văn hoá khác. Cần phải tiến hành nghiên cứu thực nghiệm tại mỗi nước để có thể chia các hoạt động trong nhóm vào các lĩnh vực khác nhau.
9. Bao gồm hoạt động của nghệ nhân điêu khắc, hoạ sĩ, hoạ sĩ tranh biếm họa, nghệ nhân chạm khắc, nghệ nhân khắc axit, v.v và các hoạt động phục hồi tác phẩm nghệ thuật như vẽ tranh, v.v.
10. Hoạt động phân phối liên quan đến nhiếp ảnh (bán lẻ và bán sỉ) không đủ để tách riêng ra trong mã CPC do các hoạt động này được kết hợp với “Thiết bị quang học và chính xác”. Vì thế, các mã số này đã bị loại khỏi lĩnh vực văn hoá.
11. Ngọc trai chỉ được coi là đồ trang sức và đồ thủ công
12. Bao gồm dịch vụ nghiên cứu và phát triển thực nghiệm về lịch sử, triết học, nghệ thuật, tôn giáo, thần học, v.v.
13. Bao gồm hoạt động bán sỉ văn phòng phẩm, sách, tạp chí và báo.
14. Bao gồm hoạt động cá nhân của nhà văn và các nhà báo độc lập.
15. Có vấn đề về mã số này bởi vì, trong khi mã số này đã đề cập đến các nhà văn, thì nó cũng vẫn bao trùm nhiều loại hình hoạt động sáng tạo văn hoá (cá nhân) khác. Cần có nghiên cứu thực nghiệm ở các quốc gia để có thể chia các hoạt động trong nhóm này vào các lĩnh vực khác nhau
16. Bao gồm: thiết kế thời trang liên quan đến sản phẩm dệt, đồ phụ kiện, giày, đồ trang sức, đồ nội thất và trang trí nội thất và các sản phẩm thời trang cũng như đồ dùng cá nhân và gia dụng khác ‘ - hoạt động của nhà thiết kế đồ hoạ’ – ‘ - hoạt động của nhà thiết kế nội thất .
Cần thiết phải xem xét các mục liên quan đến hoạt động kiến trúc. Mã ISIC không phân biệt các loại hình hoạt động kiến trúc khác nhau (phục hồi Danh lam thắng cảnh và lịch sử, v.v)
17. Mã 32550 (‘Bản phác thảo và bản thiết kế kiến trúc, kỹ thuật, công nghiệp, thương mại hay các mục đích tương tự là bản gốc vẽ tay; bản viết tay; sao chép hình ảnh và sao chép bằng giấy than của các mục nói trên liên quan đến bản phác thảo và bản thiết kế kiến trúc’) chỉ được sử dụng trong trường hợp một quốc gia không thể phân biệt giữa sản phẩm văn hoá và sản phẩm phi văn hoá.
18. Phân nhóm này bao gồm: dịch vụ cấp phép quyền sử dụng các sản phẩm sở hữu trí tuệ khác như bản phác thảo kiến trúc, kỹ thuật, bản thiết kế công nghiệp, v.v
19. Bao gồm giáo dục đào tạo văn hoá liên quan đến tổ chức sản xuất các buổi trình diễn kịch trực tiếp, hoà nhạc, nhạc kịch hay khiêu vũ và các tác phẩm sân khấu khác; Hoạt động theo nhóm, rạp xiếc hay trong công ty, dàn nhạc hoặc ban nhạc; Hoạt động cá nhân của các nghệ sĩ như nhạc sĩ, nhà văn và hoạt động của nhà sản xuất hay doanh nhân hoạt động trong sự kiện nghệ thuật trực tiếp, có hoặc không có thiết bị

LĨNH VỰC LIÊN QUAN			
Lĩnh vực	Hoạt động sản xuất		Hàng hoá và dịch vụ
	ISIC 4	Mô tả	
G. Du lịch	4911*	Vận tải hành khách đường sắt, đường liên tỉnh*	64131
	4922*	Các hình thức vận tải hành khách đường bộ khác*	64132
	5011	Vận tải hành khách đường biển và đường bờ biển	64133
	5110	Vận tải hành khách đường hàng không	64134
	5510	Các hoạt động nhà ở ngắn hạn	63111
	5520	Công viên cắm trại, công viên xe dã ngoại và công viên xe kéo	63112 63113 63114 63120 63130
	7911	Hoạt động của các công ty du lịch	85511 85521 85523 85524
	7912	Hoạt động của người điều hành du lịch	85540
	7990		85512 85513 85514
		Các dịch vụ đặt trước và hoạt động liên quan khác	85519 85539
			85550 85561 85562
	5520	Công viên cắm trại, công viên xe dã ngoại và công viên xe kéo	63130
	7721	Thuê mượn các sản phẩm giải trí và thể thao	73240
	9311	Điều khiển các thiết bị thể thao	96520
	9312	Hoạt động câu lạc bộ thể thao	96512

H. Thể thao và Giải trí						
9319	Các hoạt động thể thao khác					Dịch vụ quảng bá sự kiện thể thao và thể thao giải trí Các dịch vụ thể thao và thể thao giải trí khác Dịch vụ vận động viên Dịch vụ hỗ trợ liên quan đến thể thao và giải trí
9200	Hoạt động cờ bạc và cá độ				96921	Dịch vụ cờ bạc trực tuyến
9321	Hoạt động thuộc công viên vui chơi giải trí				96929	Các dịch vụ cờ bạc và cá độ khác
9329	Các hoạt động vui chơi giải trí khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác				96910	Dịch vụ tại công viên giải trí và các địa điểm tương tự
9609	Các dịch vụ cá nhân khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác				96990	Các dịch vụ giải trí và vui chơi khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác
8541	Giáo dục thể thao và giải trí				96930	Dịch vụ máy giải trí hoạt động bằng tiền xu
					97230	Dịch vụ thể dục thẩm mỹ
					92912	Dịch vụ giáo dục thể thao và giải trí

THIẾT BỊ VÀ VẬT LIỆU HỖ TRỢ VĂN HOÁ			
Lĩnh vực	Hoạt động sản xuất		Hàng hoá và Dịch vụ
	ISIC 4	Mô tả	
B. Biểu diễn và Kỳ niệm	1820	Sao chép bản thu	89123
	3290*	Các loại hình sản xuất khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác	38991
	2640*	Sản xuất điện tử dân dụng	47321
	2022*	Sản xuất sơn vẽ, sơn dầu và các nguyên liệu phù tương tự; mực in và matit	35120
C. Nghệ thuật thị giác và Nghệ thuật công	2670*	Sản xuất thiết bị quang học và dụng cụ nhiếp ảnh *	46520 48321 48322 48324
	2029*	Sản xuất các loại hoá chất khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác*	48341 48342
	5813	Xuất bản báo, tạp chí và ấn phẩm định kỳ	83631
	1811	In	89121
D. Sách báo và Ấn phẩm	1812	Dịch vụ liên quan đến in ấn	89122 32800
	2829*	Sản xuất các loại máy móc chuyên dụng khác*	44914

Dịch vụ sao chép sản phẩm thu âm trả phí hay theo hợp đồng

Dụng cụ dùng trong lễ hội, hội hoa trang hoặc trong các hoạt động giải trí khác, kể cả các hoạt động dùng cho trò chơi ảo thuật hoặc trò vui cười

Thiết bị thu âm và thiết bị sao chép

Chất màu dùng cho hoa sĩ, thợ sơn bằng hiệu, chất màu pha, màu trang trí và các loại màu tương tự

Đèn nháy nhiếp ảnh, đèn chớp và các sản phẩm tương tự

Thấu kính máy ảnh, máy chiếu và máy phóng to, máy thu nhỏ nhiếp ảnh

Máy ảnh (bao gồm máy quay phim)

Các loại đèn chớp để chụp ảnh, bao gồm bóng đèn chớp; thiết bị phóng to, thu nhỏ (trừ máy quay phim), thiết bị và dụng cụ sử dụng trong phòng ảnh, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác; đèn đọc phim và màn chiếu

Kính ảnh, phim ảnh chụp và phim chụp ảnh lấy ngay, có phủ lớp chất nhạy, chưa phơi sáng

Sản xuất hoá chất sử dụng trong nhiếp ảnh

Bán không gian quảng cáo trên các phương tiện truyền thông in (không tính trường hợp bán hàng lấy tiền hoa hồng)

Dịch vụ in ấn

Các dịch vụ liên quan đến in ấn

Loại tổng hợp, khuôn in hay ống trụ, đá in hay các phương tiện khác sử dụng trong in ấn

Máy đóng sách, máy sắp chữ và các thiết bị tương tự; máy in và máy móc hỗ trợ quá trình in ấn (ngoại trừ máy in văn bản ộp xét)

E. Phương tiện nghệ nhìn và các phương tiện truyền thông tương tác		2610*	Sản xuất bằng điện tử và các thiết bị điện tử *	45281	Âm thanh, hình ảnh, mạng và các thẻ tương tự dùng cho máy xử lý dữ liệu tự động
				45221	Máy xử lý dữ liệu tự động di động nặng không quá 10kg như máy tính xách tay hay máy tính notebook.
				45222	Thiết bị hỗ trợ số cá nhân và các loại máy tính tương tự
				45230	Máy xử lý dữ liệu tự động, bao gồm ít nhất bộ xử lý trung tâm, thiết bị đầu vào và đầu ra, liên kết hoặc không liên kết trong cùng một vỏ
				45240	Máy xử lý dữ liệu tự động dưới dạng hệ thống
				47550	Thiết bị lưu trữ dạng rắn, không bay hơi
				45250	Máy xử lý dữ liệu tự động khác bao gồm hoặc không bao gồm một hay hai loại sau: thiết bị lưu trữ; thiết bị đầu vào; thiết bị đầu ra trong cùng một vỏ
		2620	Sản xuất máy tính và thiết bị ngoại vi	45261	Thiết bị đầu vào ngoại vi (bàn phím, cần điều khiển, chuột, v.v)
				45271	Thiết bị lưu trữ truyền thông cố định
				45272	Thiết bị lưu trữ truyền thông di động
				45289	Thiết bị khác trong máy xử lý dữ liệu tự động
				45290	Thiết bị và phụ kiện máy tính
				47314	Màn hình và máy chiếu, không tích hợp với thiết bị thu nhận Tivi và không sử dụng chính trong hệ thống xử lý dữ liệu tự động
				47315	Màn hình và máy chiếu, sử dụng chính trong hệ thống xử lý dữ liệu tự động
				88742	Dịch vụ sản xuất máy tính và thiết bị ngoại vi
				47211	Thiết bị truyền tải tích hợp với thiết bị thu nhận
				47212	Thiết bị truyền tải không tích hợp với thiết bị thu nhận
				47213	Máy quay truyền hình
		2630*	Sản xuất thiết bị truyền thông	47403	Thiết bị hàng hoá thuộc phân nhóm từ 47211 đến 47213, 47311 đến 47315 và 48220

						Máy quay video Thiết bị nhận tín hiệu phát thanh (ngoại trừ loại sử dụng trong động cơ của các phương tiện đi lại), có hoặc không kết nối với thiết bị thu âm, sao chép hoặc đồng hồ
2640*						Thiết bị nhận tín hiệu không thể hoạt động mà không có nguồn năng lượng bên ngoài, loại thiết bị vẫn được sử dụng trong động cơ của các phương tiện đi lại
						Thiết bị nhận tín hiệu truyền hình, có hoặc không kết nối với thiết bị nhận tín hiệu phát thanh hoặc thiết bị thu âm, ghi hình hoặc thiết bị sao chép
						Thiết bị ghi hình hoặc sao chép
						Micro và giá đỡ; loa, ống nghe, tai nghe và bộ micro/loa kết hợp, máy khuếch đại tần số âm thanh điện; bộ khuếch đại âm thanh điện
						Bộ phận của sản phẩm thuộc phân nhóm 47321, 47323 và 47330
2670*						Máy quay kỹ thuật số
						Bảng điều khiển trò chơi video
						Máy chiếu phim, máy chiếu slide và các loại máy chiếu hình ảnh khác, ngoại trừ máy đọc mini
2680*						Phương tiện từ học, chưa ghi, ngoại trừ các loại thẻ có dải từ
						Phương tiện quang học, chưa ghi
						Thẻ có dải từ
3290*						Các phương tiện thu âm khác, bao gồm thiết bị và kỹ thuật sản xuất đĩa
						Gói phần mềm mạng
						Gói phần mềm ngôn ngữ lập trình và công cụ phát triển
						Gói phần mềm các ứng dụng khác
5820						Dịch vụ cấp phép sử dụng phần mềm máy tính
						Phần mềm nguyên bản
						Tài phần mềm hệ thống
						Tài phần mềm ứng dụng
						Phần mềm trực tuyến
6201						Dịch vụ thiết kế và phát triển ứng dụng công nghệ thông tin

6202	Dịch vụ tư vấn máy tính và quản lý thiết bị máy tính	83142 83161	Dịch vụ thiết kế và phát triển mạng và hệ thống Dịch vụ quản lý mạng
6020	Hoạt động làm chương trình và phát sóng chương trình truyền hình	83632	Kinh doanh thời gian quảng cáo trên truyền hình và phát thanh (ngoại trừ trường hợp kinh doanh lấy tiền hoa hồng)
6110	Hoạt động viễn thông có dây	84210 84221 84222	Dịch vụ đường truyền Internet Dịch vụ kết nối Internet băng hẹp Dịch vụ kết nối Internet băng rộng
6120	Hoạt động viễn thông không dây	84290	Các dịch vụ viễn thông Internet khác
6311*	Hoạt động xử lý dữ liệu, máy chủ và các hoạt động liên quan *	83151 83152 83159	Dịch vụ mạng chủ Dịch vụ thuê ứng dụng Dịch vụ thuê máy chủ và thiết bị công nghệ thông tin
6312	Cổng mạng	83633	Kinh doanh không gian quảng cáo trên Internet (ngoại trừ trường hợp kinh doanh lấy tiền hoa hồng)
7730*	Thuê mượn các loại máy móc, thiết bị và sản phẩm hữu hình khác*	73124 73210	Dịch vụ thuê mượn máy tính không cần người điều khiển Dịch vụ thuê mượn tivi, phát thanh, đầu ghi hình và các thiết bị và phụ kiện liên quan
4742	Bán lẻ thiết bị âm thanh và hình ảnh tại cửa hàng chuyên dụng	62242	Dịch vụ bán lẻ thiết bị tivi và phát thanh, băng đĩa nhạc, đĩa hình tại các cửa hàng chuyên dụng
4651	Bán sỉ máy tính, thiết bị ngoại vi máy tính và phần mềm	61184	Máy tính và gói phần mềm
4652*	Bán sỉ thiết bị điện tử viễn thông và linh kiện*	61185	Thiết bị và phụ kiện điện tử viễn thông
9511	Sửa chữa máy tính và thiết bị ngoại vi	87130	Dịch vụ bảo dưỡng và sửa chữa máy tính và thiết bị ngoại vi
3320*	Lắp đặt máy móc và thiết bị công nghiệp*	87340	Dịch vụ lắp đặt phát thanh, tivi và thiết bị, dụng cụ truyền thông
6209	Dịch vụ công nghệ thông tin và máy tính khác	87332	Dịch vụ lắp đặt máy tính cá nhân và thiết bị ngoại vi
7310	Quảng cáo	83620 83639	Bán hoặc mua thời gian, không gian quảng cáo lấy tiền hoa hồng Dịch vụ kinh doanh không gian hay thời gian quảng cáo khác (ngoại trừ trường hợp lấy tiền hoa hồng)
F. Dịch vụ thiết kế và sáng tạo			

Ghi chú:

- Chỉ bao gồm thiết bị thu âm để thu nhạc.
- Không bao gồm hoạt động liên quan đến xử lý dữ liệu.
- Bao gồm "bán sỉ băng nhạc, băng hình, CD, DVD". Đồng thời, mã này cũng bao gồm hoạt động bán sỉ thiết bị điện tử: đài và tivi, đầu đĩa và thiết bị ghi CD, VCD, thiết bị âm thanh, băng điều khiển trò chơi điện tử

THIẾT BỊ VÀ VẬT LIỆU HỖ TRỢ LĨNH VỰC LIÊN QUAN			
Lĩnh vực	Hoạt động sản xuất		
	ISIC 4	Mô tả	CPC 2
H. Thể thao và Giải trí			Mô tả
	1410*	Sản xuất phụ kiện thời trang, ngoại trừ phụ kiện bằng lông*	28228 28236
	2829*	Sản xuất máy móc chuyên dụng*	38600
	1520*	Sản xuất giày dép*	29420 29490
	3012	Đóng thuyền thể thao và thuyền du lịch	49410 49490
			38410 38420 38430 38440 38450 29410
	3230	Sản xuất đồ dùng thể thao	
	4763	Bán lẻ thiết bị thể thao tại cửa hàng chuyên dụng	62255
	4290*	Thi công xây dựng các dự án kỹ thuật dân dụng khác *	53270
	4791*	Bán lẻ theo đơn đặt hàng qua thư hoặc qua Internet	62355

Bảng 3. Thương mại quốc tế hàng hoá và dịch vụ văn hoá xác định theo mã số Hệ thống hài hòa (HS) 2007

SẢN PHẨM VĂN HOÁ			
Lĩnh vực	HS 07	Mô tả	SITC 4
A. Di sản văn hoá và thiên nhiên			
S	970500	Bộ sưu tập và các vật phẩm của bộ sưu tập liên quan đến động vật học, thực vật học, khoáng vật học, giải phẫu học, sử học, dân tộc học hoặc tiền đúc	89650*
	970600	Cổ vật hơn một trăm năm tuổi	89660
B. Biểu diễn và kỹ niệm			
Nhạc cụ	830610	Chiêng, gong và các nhạc cụ cùng loại	69952
	920110	Piano tu	
	920120	Piano cánh	
	920190	Đàn clavico và nhạc cụ dây có bàn phím khác (ngoại trừ đàn piano)	89813
	920210	Nhạc cụ dây khác (như violin, đàn hạc) chơi cùng với violon	89815
	920290	Đàn ghita, đàn hạc và các nhạc cụ dây khác (ngoại trừ bàn phím và các nhạc cụ chơi với violon)	
	920510	Khí cụ hơi bằng đồng (như clarinet, kèn, kèn túi)	89823
	920590	Khí cụ (ngoại trừ Khí cụ hơi bằng đồng)	
	920600	Nhạc cụ thuộc bộ gõ (như trống, mộc cầm, chũm choe, catanhet, chuy trống)	89824
	920710	Nhạc cụ bàn phím ngoại trừ đàn áccoc	89825
	920790	Đàn áccoc và nhạc cụ không có bàn phím, âm thanh được tạo ra hay phải khuếch đại bằng điện	89826
	920810	Hộp âm nhạc	
	920890	Hệ thống đàn ống chơi ở hội chợ, đàn máy biểu diễn trên đường phố, nhạc cụ cơ khí tạo tiếng chim hót, đàn kéo và các nhạc cụ khác; dụng cụ tạo âm thanh để như mỗi các loại; còi, tù và và dụng cụ thổi bằng miệng khác để tạo âm thanh.	89829

	852321	Thẻ gắn dải băng từ	Thiết bị từ dùng để thu âm hay các hiệu ứng khác (ngoại trừ thẻ gắn dải băng từ và các sản phẩm trong chương 37)	89842	Phương tiện từ
	852329				
	852351	Thiết bị lưu trữ dạng rắn, không bay hơi	Phương tiện bán dẫn, chưa ghi, dùng để thu âm hay các hiệu ứng khác	89846	Phương tiện bán dẫn
	852359				
	852380	Máy hát và các phương tiện khác dùng để thu âm hay các hiệu ứng khác; đĩa ghi hoặc chưa ghi, bao gồm thiết bị và kỹ thuật sản xuất đĩa		89849	Đĩa, băng, thiết bị lưu trữ dạng rắn, không bay hơi, "thẻ thông minh" và các phương tiện khác dùng để thu âm hay các hiệu ứng khác; đĩa ghi hoặc chưa ghi, bao gồm thiết bị và kỹ thuật sản xuất đĩa, nhưng loại trừ các sản phẩm thuộc nhóm 882
	490400	Bản nhạc, in hoặc viết tay, đã hoặc chưa đóng thành quyển hoặc minh họa tranh ảnh	Bản nhạc, in hoặc viết tay, đã hoặc chưa đóng thành quyển hoặc minh họa tranh ảnh	89285	Bản nhạc, in hoặc viết tay, đã hoặc chưa đóng thành quyển hoặc minh họa tranh ảnh
C. Nghệ thuật thị giác và nghệ thủ công					
Hội họa	970110	Tranh vẽ, tranh phác họa và tranh bột màu, được vẽ hoàn toàn bằng tay, trừ các loại tranh phác họa thuộc nhóm 4906 và trừ các bản in lại của các tác phẩm sơn bằng tay hoặc trang trí bằng tay; các tác phẩm ghép và phù điêu trang trí tương tự.	Tranh vẽ, tranh phác họa và tranh bột màu, được vẽ hoàn toàn bằng tay, trừ các loại tranh phác họa thuộc nhóm 4906 và trừ các bản in lại của các tác phẩm sơn bằng tay hoặc trang trí bằng tay; các tác phẩm ghép và phù điêu trang trí tương tự.	89611	Tác phẩm hội họa, tranh vẽ hay tranh phân màu
	970190	Các tác phẩm ghép và phù điêu trang trí tương tự	Các tác phẩm ghép và phù điêu trang trí tương tự	89612	Các tác phẩm ghép và phù điêu trang trí tương tự
	491191	2	Tranh, bản thiết kế và ảnh	89287	Tranh, bản thiết kế và ảnh
	970200	Nguyên bản các bản khác, bản in và bản in litô	Nguyên bản các bản khác, bản in và bản in litô	89620	Nguyên bản các bản khác, bản in và bản in litô.
	970300	Nguyên bản tác phẩm điêu khắc và tượng tạc, làm bằng mọi loại vật liệu	Nguyên bản tác phẩm điêu khắc và tượng tạc, làm bằng mọi loại vật liệu	89630	Nguyên bản tác phẩm điêu khắc và tượng tạc, làm bằng mọi loại vật liệu
Các loại hình nghệ thuật thị giác khác	392640	Sản phẩm tượng và đồ dùng trang trí bằng nhựa	Sản phẩm tượng và đồ dùng trang trí bằng nhựa	89399*	Các sản phẩm bằng nhựa khác, không được xác định ở lĩnh vực nào khác
	442010	Sản phẩm tượng và đồ dùng trang trí bằng gỗ	Sản phẩm tượng và đồ dùng trang trí bằng gỗ		
	442090	Hoa văn gỗ và khảm gỗ; tráp và hộp đựng đồ trang sức hay dao kéo, và các dụng cụ tương tự bằng gỗ; đồ nội thất bằng gỗ	Hoa văn gỗ và khảm gỗ; tráp và hộp đựng đồ trang sức hay dao kéo, và các dụng cụ tương tự bằng gỗ; đồ nội thất bằng gỗ	63549*	Hoa văn gỗ và khảm gỗ; tráp và hộp đựng đồ trang sức hay dao kéo, và các dụng cụ tương tự khác; đồ nội thất bằng gỗ không thuộc nhóm 82
	691310	Tượng nhỏ và các sản phẩm gốm trang trí tráng men sứ hay đồ sứ	Tượng nhỏ và các sản phẩm gốm trang trí tráng men sứ hay đồ sứ	66621	Tượng nhỏ và các sản phẩm gốm trang trí tráng men sứ hay đồ sứ
	691390	Tượng nhỏ và các sản phẩm gốm trang trí, không được xác định ở lĩnh vực nào khác (ngoại trừ các sản phẩm tráng men sứ hay đồ sứ)	Tượng nhỏ và các sản phẩm gốm trang trí, không được xác định ở lĩnh vực nào khác (ngoại trừ các sản phẩm tráng men sứ hay đồ sứ)	66629	Tượng nhỏ và các sản phẩm gốm trang trí
	701890	Sản phẩm thủy tinh bao gồm cả các loại tượng nhỏ	Sản phẩm thủy tinh bao gồm cả các loại tượng nhỏ	66593*	Hạt thủy tinh, ngọc trai giả, đá quý giả hoặc bán đá quý giả và các đồ thủy tinh tương tự (ngoại trừ đồ kim hoàn giả); mắt thủy tinh (trừ các bộ phận cơ thể giả khác); đồ trang trí khác và hạt thủy tinh có đường kính không quá 1 mm.

		Nghề thu công	
830621	Tượng nhỏ và các đồ trang trí khác, làm bằng kim loại thường được phủ kim loại quý	69782*	Tượng nhỏ và các đồ trang trí khác, làm bằng kim loại khác, làm bằng kim loại quý cơ bản, khung tranh ảnh và các loại khung tương tự làm bằng kim loại cơ bản; gương bằng kim loại cơ bản
830629	Tượng nhỏ và các đồ trang trí khác làm bằng kim loại thường, không được phủ kim loại quý (ngoại trừ các tác phẩm nghệ thuật, đồ sưu tầm và đồ cổ)		
960110	Sản phẩm làm từ ngà voi tự nhiên hay ngà voi gia công	89911*	Ngà voi gia công, xương, mai rùa, sừng, gạc, san hô, xà cừ và các vật liệu từ động vật và sản phẩm của chúng (bao gồm sản phẩm đúc)
960190	Xương, mai rùa, sừng, gạc, san hô, xà cừ, các vật liệu lấy từ động vật và sản phẩm của chúng (bao gồm sản phẩm đúc)		
580500	Thảm dệt bằng tay theo kiểu Gobelins, Flanders, Aubusson, Beauvais và các kiểu tương tự, và các loại đan tay	65891	Thảm dệt bằng tay theo kiểu Gobelins, Flanders, Aubusson, Beauvais và các kiểu tương tự, và các loại đan tay (ví dụ như thảm mũi nhỏ, thảm chữ thập), đã hoặc chưa hoàn thiện.
580610	Vải dệt khổ hẹp: vải dệt mịn (bao gồm vải bông và các loại vải bông tương tự và vải sớnin)	65611	Vải dệt mịn (bao gồm vải bông và các loại vải bông tương tự và vải sớnin)
580620	Vải dệt khổ hẹp: các loại vải dệt khác, có tỷ trọng sợi đàn hồi hoặc sợi cao su từ 5% trở lên	65612	Các loại vải dệt thoi khác, có chứa sợi đàn hồi (elastomeric) hoặc sợi cao su từ 5% trở lên tính theo trọng lượng
580631	Vải dệt khổ hẹp: Các loại vải dệt khác từ bông	65613	Các loại các loại vải dệt thoi khác
580632	Vải dệt khổ hẹp: Các loại vải dệt khác từ sợi nhân tạo		
580639	Vải dệt khổ hẹp: Các loại vải dệt khác từ nguyên liệu dệt khác		
580640	Các loại vải dệt chỉ có sợi dọc không có sợi ngang liên kết với nhau bằng chất keo dính	65614	Các loại vải dệt chỉ có sợi dọc không có sợi ngang liên kết với nhau bằng chất kết dính
580810	Các dải bện dạng chiec: mảnh trang trí dạng chiec, không thêu, trừ loại dệt kim hoặc móc	65632	Các dải bện dạng chiec: dải, mảnh trang trí dạng chiec, không thêu, trừ loại dệt kim hoặc móc, tua, ngù và các sản phẩm tương tự.
580890	Các dải bện dạng chiec khác: mảnh trang trí dạng chiec, không thêu, trừ loại dệt kim hoặc móc		
580900	Vải dệt từ sợi kim loại và vải dệt từ sợi kim loại hoá thuộc nhóm 651.91, sử dụng để trang trí, như các loại vải trang trí nội thất hoặc cho các mục đích tương tự	65491	Vải dệt từ sợi kim loại và vải dệt từ sợi kim loại hoá thuộc nhóm 651.91, sử dụng để trang trí, như các loại vải trang trí nội thất hoặc cho các mục đích tương tự khác, không được xác định ở lĩnh vực nào khác
581010	Sản phẩm thêu dạng chiec, dạng dài hoặc ren rời, không lộ nền	65651	Sản phẩm thêu dạng chiec, dạng dài hoặc ren rời, không lộ nền
581091	Sản phẩm thêu dạng chiec, dạng dài hoặc ren rời: Sản phẩm thêu khác từ bông		
581092	Sản phẩm thêu dạng chiec, dạng dài hoặc ren rời: Sản phẩm thêu khác từ sợi nhân tạo		
581099	Sản phẩm thêu dạng chiec, dạng dài hoặc ren rời: Sản phẩm thêu khác từ nguyên liệu dệt khác	65659	Sản phẩm thêu dạng chiec, dạng dài hoặc dạng ren rời

581100	Các sản phẩm dệt đã chần dạng chiếc	65740	Các sản phẩm dệt đã chần dạng chiếc, bao gồm một hay nhiều lớp vật liệu dệt kết hợp với lớp đệm bằng cách khâu hoặc cách khác, không được xác định lĩnh vực nào khác		
600240	Vải dệt hoặc móc có chiều rộng không quá 30cm, có tỷ trọng sợi đàn hồi từ 5% trở lên nhưng không chứa sợi cao su	65521	Các loại vải dệt hoặc móc khác, không được nhuộm, mạ, phủ hoặc dát mỏng với chiều rộng vượt quá 30cm		
600290	Các loại vải dệt hoặc móc khác có chiều rộng không quá 30cm, có tỷ trọng sợi đàn hồi hoặc sợi cao su từ 5% trở lên				
600310	Vải dệt hoặc móc có chiều rộng không quá 30cm, làm từ len hoặc lông thú				
600320	Vải dệt hoặc móc có chiều rộng không quá 30cm, làm từ bông				
600330	Vải dệt hoặc móc có chiều rộng không quá 30cm, làm từ sợi tổng hợp				
600340	Vải dệt hoặc móc có chiều rộng không quá 30cm, làm từ sợi nhân tạo				
600390	Các loại vải dệt hoặc móc khác, có chiều rộng không quá 30cm				
600410	Các loại vải dệt hoặc móc khác có chiều rộng vượt quá 30cm, có tỷ trọng sợi đàn hồi từ 5% trở lên không chứa sợi cao su				
600490	Các loại vải dệt hoặc móc khác có chiều rộng vượt quá 30cm, có tỷ trọng sợi đàn hồi hoặc sợi cao su từ 5% trở lên				
711311	Đồ kim hoàn và các bộ phận của đồ kim hoàn bằng bạc, mạ hoặc không mạ, hoặc dát phủ kim loại quý			89731	Đồ kim hoàn và các bộ phận của đồ kim hoàn bằng kim loại quý, hoặc bằng kim loại phủ kim loại quý (ngoại trừ đồng hồ và vỏ đồng hồ)
711319	Đồ kim hoàn và các bộ phận của đồ kim hoàn bằng kim loại quý, mạ hoặc không mạ, hoặc dát phủ kim loại quý.				
711320	Đồ kim hoàn và các bộ phận của đồ kim hoàn bằng kim loại cơ bản dát phủ kim loại quý				
711411	Đồ kỹ nghệ vàng hoặc bạc và các bộ phận của đồ kỹ nghệ bằng bạc, mạ hoặc không mạ hoặc dát phủ kim loại quý khác				
711419	Đồ kỹ nghệ vàng hoặc bạc và các bộ phận của đồ kỹ nghệ bằng kim loại quý khác, mạ hoặc không mạ, hoặc dát phủ kim loại quý				
711420	Đồ kỹ nghệ vàng hoặc bạc và các bộ phận của đồ kỹ nghệ bằng kim loại cơ bản dát phủ kim loại quý				
711610	Sản phẩm bằng ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy	89732	Đồ kỹ nghệ vàng hoặc bạc và các bộ phận của đồ kỹ nghệ bằng kim loại quý khác hoặc bằng kim loại phủ kim loại quý (ngoại trừ sản phẩm thuộc nhóm 897.31)		
711620	Sản phẩm bằng ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy tạo				
370510	Kính ảnh và phim chụp ảnh, đã phơi sáng và trắng, trừ phim dùng trong điện ảnh để in ôpzet)	89733	Sản phẩm bằng ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy, hoặc sản phẩm bằng đá quý hay bán đá quý (tự nhiên, tổng hợp hoặc tái tạo)		
370590	Kính ảnh và phim chụp ảnh, đã phơi sáng và trắng (ngoại trừ trường hợp dùng trong in ôpzet)				
Nhiếp ảnh		88260*	Kính ảnh và phim chụp ảnh, đã phơi sáng và trắng, trừ phim dùng trong điện ảnh		
D. Sách và các ấn phẩm					
490110	Các loại sách in, sách mỏng, tờ rơi và các ấn phẩm in tương tự dạng tờ đơn gấp hoặc không gấp	89215	Các loại sách in, sách mỏng, tờ rơi và các ấn phẩm in tương tự dạng tờ đơn gấp hoặc không gấp		
490191	Từ điển và bộ bách khoa toàn thư, và các phụ chương của chúng	89216	Từ điển và bách khoa toàn thư, không in dạng tờ đơn		
490199	Sách in, sách mỏng và các ấn phẩm in tương tự	89219	Các loại sách, sách mỏng và ấn phẩm tương tự in khác, không in dạng tờ đơn		

Báo	490210	Báo, tạp chí và ấn phẩm định kỳ, có hoặc không có minh họa tranh ảnh hoặc chứa nội dung quảng cáo, phát hành ít nhất 4 lần trong một tuần	89221	Báo, tạp chí và ấn phẩm định kỳ, có hoặc không có minh họa tranh ảnh hoặc chứa nội dung quảng cáo, hát hành ít nhất 4 lần trong một tuần
	490290	Các loại báo, tạp chí và ấn phẩm định kỳ khác	89229	Các loại báo, tạp chí và ấn phẩm định kỳ, có hoặc không có minh họa tranh ảnh hoặc chứa nội dung quảng cáo
Các ấn phẩm in khác	490300	Sách tranh ảnh, sách vẽ hoặc sách tô màu cho trẻ em.	89212	Sách tranh ảnh, sách vẽ hoặc sách tô màu cho trẻ em.
	490591	Bản đồ và biểu đồ thủy văn hoặc các loại biểu đồ tương tự in dạng quyển	89213	Bản đồ và biểu đồ in dạng quyển
	490510	Bản đồ và biểu đồ thủy văn hoặc các loại biểu đồ tương tự trên quả địa cầu	89214	Bản đồ và biểu đồ thủy văn hoặc các loại biểu đồ tương tự (kể cả bản đồ treo tường, bản đồ địa hình và quả địa cầu) đã in, không dưới dạng quyển
	490599	Các loại bản đồ và biểu đồ thủy văn khác		
Các ấn phẩm in khác	490900	Bưu ảnh, in hay vẽ, thiệp chúc mừng in sẵn	89242	Bưu thiệp in hoặc minh họa, các loại thiệp in sẵn có lời chúc hoặc thông điệp cá nhân kèm theo phong bì có hoặc không có minh họa
	491000	Các loại lịch in bao gồm cả lịch bloc	89284	Các loại lịch in (bao gồm cả lịch bloc)
E. Phương tiện nghe nhìn và các phương tiện truyền thông tương tác				
Film and Video	370610	Phim điện ảnh đã phơi sáng và đã trắng, có hoặc không có dải ghi âm, hoặc chỉ có dải ghi âm với chiều rộng từ 35 mm trở lên	88310	Phim điện ảnh đã phơi sáng và đã trắng, có hoặc không có dải ghi âm, hoặc chỉ có dải ghi âm với chiều rộng từ 35 mm trở lên
	370690	Phim điện ảnh đã phơi sáng và đã trắng, có hoặc không có dải ghi âm, hoặc chỉ có dải ghi âm với chiều rộng nhỏ hơn 35 mm	88390	Phim điện ảnh đã phơi sáng và đã trắng, có hoặc không có dải ghi âm, hoặc chỉ có dải ghi âm
	950410	Trò chơi điện tử sử dụng bộ thu tín hiệu truyền hình	89431	Trò chơi điện tử sử dụng bộ thu tín hiệu truyền hình
F. Dịch vụ thiết kế và sáng tạo				
Kiến trúc và thiết kế	490600	Các loại sơ đồ và bản vẽ cho kiến trúc, kỹ thuật, công nghiệp, thương mại, địa hình hoặc các mục đích tương tự, là bản gốc vẽ tay; văn bản viết tay; các bản sao chụp lại bằng giấy có phủ lớp chất nhay và bằng giấy than của các loại kể trên.	89282*	Các loại sơ đồ và bản vẽ cho kiến trúc, kỹ thuật, công nghiệp, thương mại, địa hình hoặc các mục đích tương tự, là bản gốc vẽ tay; văn bản viết tay; các bản sao chụp lại bằng giấy có phủ lớp chất nhay và bằng giấy than của các loại kể trên.
SẢN PHẨM VĂN HOÁ LIÊN QUAN				
G. Du lịch³				
H. Thể thao và Giải trí⁴				

Ghi chú:

- Bao gồm phương tiện được ghi và chưa được ghi. Một số cần được loại bỏ, trong khi đó một số khác thì được xếp và Danh mục mở rộng
- Thiết kế cần được loại ra khỏi danh mục này và xếp vào Lĩnh vực F Dịch vụ Thiết kế và Sáng tạo
- Sản phẩm văn hoá mà du khách mua đã được bao gồm trong lĩnh vực tương ứng từ A đến FVCD, thiết bị âm thanh, băng điều khiển trò chơi điện tử
- Không bao gồm các sản phẩm thể thao và giải trí. Tập quán văn hoá được coi là thuộc văn hoá. Toàn bộ Sản phẩm thể thao và giải trí được xem là thiết bị và vật liệu

THIỆT BỊ VÀ VẬT LIỆU HỖ TRỢ SẢN PHẨM VĂN HOÁ

B. Biểu diễn và Ký niệm

950510	Hàng hoá dùng trong lễ Nô-en	89445	Các loại hàng hoá dùng trong lễ Nô-en khác
950590	Dụng cụ dùng trong lễ hội, hội hoá trang hoặc trong các trò chơi giải trí khác, kể cả các mặt hàng dùng cho trò chơi ảo thuật hoặc trò vui cười khác, không được xác định ở lĩnh vực nào khác	89449	Dụng cụ giải trí khác
950810	5 Rạp xiếc lưu động và bày xiếc thú lưu động	89460*	Vòng ngựa gỗ, đu, phòng tập bắn và các trò chơi tại khu giải trí khác; rạp xiếc lưu động và bày xiếc thú lưu động; nhà hát lưu động.
851920	Thiết bị thu âm, hoạt động bằng đồng xu, tiền giấy, thẻ ngân hàng, xèng hoặc các loại tương tự	76331	Thiết bị hoạt động bằng đồng xu, tiền giấy, thẻ ngân hàng, xèng hoặc các loại tương tự
851930	Đĩa quay (bàn thu)	76335	Đĩa quay (bàn thu)
851810	Micro và phụ kiện kèm theo	76421	Micro và phụ kiện kèm theo
851821	Loa đơn, gắn ngay trên vỏ	76422	Loa, gắn ngay trên vỏ
851822	Nhiều loa, gắn trên cùng một vỏ	76423	Loa, không gắn ngay trên vỏ
851829	Các loại micro và phụ kiện kèm theo khác	76424	Loa, không gắn ngay trên vỏ
851830	Ông nghe và tai nghe, kèm theo micro hoặc không, và các bộ thiết bị bao gồm một micro với một hay nhiều loa	76425	Ông nghe, tai nghe, kết nối với bộ micro/loa
851840	Máy khuếch đại tần số âm thanh điện	76426	Máy khuếch đại tần số âm thanh điện
851850	Bộ khuếch đại tín hiệu âm thanh điện		Bộ khuếch đại tín hiệu âm thanh điện
920930	Dây nhạc cụ		
920991	Bộ phận và phụ kiện của đàn piano		
920992	Bộ phận và phụ kiện của nhạc cụ trong nhóm 9202		
920994	Bộ phận và phụ kiện của nhạc cụ trong nhóm 9207		
920999	Các bộ phận và phụ kiện của nhạc cụ "ví dụ, bộ phận cơ cho đàn hộp và các bộ phận phụ trợ như thế, đĩa và trục quay dùng cho nhạc cụ cơ học"; không được xác định ở lĩnh vực nào khác; máy nhíp, thanh mẫu, tiêu và sáo các loại.	89890	Các bộ phận và phụ kiện của nhạc cụ "ví dụ, bộ phận cơ cho đàn hộp và các bộ phận phụ trợ như thế độc lổ (card), đĩa và trục quay dùng cho nhạc cụ cơ học); máy nhíp, thanh mẫu, tiêu và sáo các loại.

C. Nghệ thuật thị giác và nghệ thuật công

370120	6 Phim in nhanh		
370130	Các loại phim và kính ảnh khác, có kích thước các bên lớn hơn 255mm		
370191	Kính ảnh và phim chụp ảnh dạng phẳng, có phủ lớp chất nhạy, không phơi sáng cho ảnh mẫu	88220*	Kính ảnh và phim chụp ảnh dạng phẳng, có phủ lớp chất nhạy, chưa phơi sáng, bằng vật liệu bất kỳ trừ giấy, bia hoặc vật liệu dẻo; (ngoại trừ phim dùng cho chụp X quang và kính ảnh, phim chụp ảnh dạng phẳng có kích thước các bên lớn 255 mm và phim in ngay
370199	Kính ảnh và phim chụp ảnh dạng phẳng dùng trong nhiếp ảnh đơn sắc, có phủ lớp chất nhạy, chưa phơi sáng, bằng vật liệu bất kỳ trừ giấy, bia hoặc vật liệu dẻo; (ngoại trừ phim dùng cho chụp X quang và kính ảnh, phim chụp ảnh dạng phẳng có kích thước các bên lớn 255 mm và phim in ngay		

3702	7	Phim chụp ảnh, dạng cuộn, có phủ lớp chất nhạy, chưa phơi sáng, băng vật liệu bất kỳ trừ giấy, bia hoặc vật liệu dệt	88230*	Phim chụp ảnh ở dạng cuộn, có phủ lớp chất nhạy, chưa phơi sáng, băng vật liệu bất kỳ trừ giấy, bia hoặc vật liệu dệt, phim in nhanh dạng cuộn, có phủ lớp chất nhạy, chưa phơi sáng
3703	8	Giấy ảnh, bia và vật liệu dệt, có phủ lớp chất nhạy, chưa phơi sáng	88240*	Phim chụp ảnh bằng giấy, bia và vật liệu dệt, có phủ lớp chất nhạy, chưa phơi sáng
370400		Giấy ảnh, bia và vật liệu dệt, phơi sáng nhưng chưa tráng	88250	Kính ảnh, phim, giấy, bia và vật liệu dệt để chụp ảnh, đã phơi sáng nhưng chưa tráng
370710		Nhũ tương nhạy		Chế phẩm hóa chất dùng trong nhiếp ảnh (trừ vecni, keo hồ, chất kết dính và các chế phẩm tương tự); các sản phẩm chưa pha trộn dùng trong nhiếp ảnh, đã đóng gói theo định lượng hoặc đóng gói để bán lẻ ở dạng sử dụng được ngay
370790		Chế phẩm hóa chất khác dùng trong nhiếp ảnh	88210	
9006	9	Máy ảnh (trừ thiết bị dùng trong điện ảnh), phụ kiện	8811*	Máy ảnh (trừ máy quay phim); các loại đèn chớp để chụp ảnh và bóng đèn chớp (trừ đèn phóng điện thuộc nhóm 778.2), bộ phận và phụ kiện của chúng.
901010		Máy và thiết bị sử dụng để tráng tự động phim hoặc giấy ảnh (kể cả điện ảnh) đang cuộn hoặc dùng để phơi sáng tự động các phim đã tráng lên các cuộn giấy ảnh		Máy và thiết bị khác sử dụng trong phòng làm ảnh (kể cả điện ảnh) (bao gồm máy chiếu hoặc vẽ cấu trúc mạch lên trên các chất bán dẫn có độ nhạy sáng), không kể thiết bị trong nhóm 90.10; máy xem âm bản, màn hình chiếu
901050		Máy và thiết bị khác sử dụng trong phòng làm ảnh (kể cả điện ảnh); máy xem âm bản	88135	
901060		Màn hình chiếu		
901090		Bộ phận và phụ kiện của máy và thiết bị sử dụng trong phòng làm ảnh	88136	Bộ phận và phụ kiện của máy và thiết bị thuộc nhóm 881.35
D. Sách và ấn phẩm				
844314		Máy in nổi, in cuộn, trừ loại máy in nổi bằng khuôn mềm		
844315		Máy in nổi, trừ loại in cuộn vằn, trừ loại máy in nổi bằng khuôn mềm	72661	Máy in nổi
834316		Máy in nổi bằng khuôn mềm	72663	Máy in nổi bằng khuôn mềm
834317		Máy in ảnh trên bản kẽm	72665	Máy in ảnh trên bản kẽm
E. Phương tiện nghe nhìn và các phương tiện truyền thông tương tác				
852110		Máy ghi hoặc sao chép video, loại dung băng từ	76381	Máy ghi hoặc sao chép video, có hoặc không gắn bộ phận thu tín hiệu video
852190		Máy ghi hoặc sao chép video, có hoặc không gắn bộ phận thu tín hiệu video (ngoại trừ loại dùng băng từ và máy quay hình ảnh)	76384	Các loại máy ghi hoặc sao chép video, có hoặc không gắn bộ phận thu tín hiệu video khác
852550		Thiết bị phát	76431	Thiết bị phát
852560		Thiết bị phát có gắn với thiết bị thu	76432	Thiết bị phát có gắn với thiết bị thu
852580		Máy quay truyền hình, camera số và máy quay hình ảnh	76484	Máy quay truyền hình, camera số và máy quay hình ảnh
Nghe - nhìn				

THIẾT BỊ VÀ DỤNG CỤ HỖ TRỢ SÂN PHẠM LIÊN QUAN

G. Du lịch

	890110	Tàu du ngoạn trên biển	79328	Tàu du ngoạn trên biển, thuyền du ngoạn và các tàu thuyền tương tự được thiết kế chủ yếu để vận chuyển người; phà các loại
H. Thể thao và Giải trí				
Du lịch	950611	Ván trượt tuyết		
	950612	Dây buộc ván trượt	89473	Ván trượt tuyết và các dụng cụ trượt tuyết khác
	950619	Dụng cụ trượt cho các môn thể thao mùa đông (ngoại trừ ván trượt tuyết và Dây buộc ván trượt)		
	950621	Ván buồm	89474	Ván trượt nước, ván lướt sóng, ván buồm và các dụng cụ thể thao dưới nước khác
	950629	Ván trượt nước, ván lướt sóng và các dụng cụ các môn thể thao nước khác (ngoại trừ ván buồm)		
	950631	Gậy chơi gôn	89475	Dụng cụ chơi gôn
	950632	Bóng		
	950639	Dụng cụ chơi gôn (ngoại trừ bóng và gậy chơi gôn đầy đủ)		
	950640	Dụng cụ và thiết bị chơi bóng bàn		
	950661	Bóng tennis sân cỏ		
	950662	Bóng borm hơi		
	950669	Các loại bóng khác (trừ bóng chơi gôn và bóng chơi bóng bàn)	89479	Hàng hoá thể thao, chưa được xác định ở lĩnh vực nào khác
	950699	Các dụng cụ và thiết bị khác cho tập luyện thể chất nói chung		
	950651	Vợt tennis sân cỏ	89476	Vợt tennis, vợt cầu lông hoặc các vợt tương tự khác, đã hoặc chưa căng lưới
950659	Vợt cầu lông và các loại vợt tương tự, đã hoặc chưa căng lưới (ngoại trừ vợt tennis và vợt bóng bàn)			
950670	Giày trượt băng và trượt patanh	89472	Giày trượt băng và giày trượt patanh(bao gồm giày trượt có gắn lưỡi trượt)	
950691	Dụng cụ và thiết bị khác cho tập luyện thể chất nói chung	89478	Dụng cụ và thiết bị khác cho tập luyện thể chất nói chung, thể dục hoặc điền kinh	
Thể thao và Giải trí	890310	Tàu borm hơi phục vụ giải trí hoặc thể thao	79311	Thuyền borm hơi (bao gồm thuyền chèo và canô)
	890391	Thuyền buồm	79312	Thuyền buồm, không borm hơi, có hoặc không có động cơ phụ
	890392	Thuyền máy		
	890399	Các loại du thuyền khác	79319	Các loại thuyền chèo, không borm hơi, canô và tàu và các phục vụ giải trí hoặc thể thao khác, chưa được xác định ở lĩnh vực nào khác
	950890	Vòng ngựa gỗ, đu, phòng tập bắn và các trò chơi tại khu giải trí khác; nhà hát lưu động.	89460	Vòng ngựa gỗ, đu, phòng tập bắn và các trò chơi tại khu giải trí khác; rạp xiếc lưu động và bầy xiếc thú lưu động; nhà hát lưu động.
Cờ bạc	950490	Bàn chuyên dùng cho trò chơi ở sòng bạc, các thiết bị dùng trong các hội chợ vui chơi, cho đường chạy bowling tự động, bao gồm bàn chơi trò bắn đạn (ngoại trừ trò chơi hoạt động bằng đồng xu, tiền giấy, đĩa hoặc các dụng cụ tương tự; bi – a, trò chơi điện tử sử dụng cùng với thiết bị thu tín hiệu truyền hình, thẻ chơi bài)	89439	Dụng cụ khác trong các hội chợ vui chơi, cho các trò chơi trên bàn hoặc trong phòng khách, chưa được xác định ở lĩnh vực nào khác

Ghi chú:

10. Ngoại trừ rạp xiếc lưu động và bầy xiếc thú lưu động (9508.10).

Bảng 4. Nghề nghiệp trong văn hoá xác định theo mã ISCO 08

NGHỀ NGHIỆP TRONG VĂN HOÁ			
Lĩnh vực	Chức năng	ISCO 08	Mô tả
A. Di sản Văn hoá và Thiên nhiên	Sáng tạo	2632	Nhà xã hội học, nhân chủng học và các nhà chuyên môn liên quan
	Truyền bá	3433	Kỹ thuật viên ở phòng trưng bày, thư viện và bảo tàng
	Trung bày/Truyền tải	1349	Cán bộ quản lý dịch vụ chuyên môn, chưa được phân loại ở lĩnh vực nào khác
	Lưu trữ/bảo tồn	2133 2621	Các nhà chuyên môn làm việc trong lĩnh vực bảo vệ môi trường Cán bộ lưu trữ và cán bộ phụ trách bảo tàng
	Sáng tạo	2659	Nghệ sỹ sáng tạo và biểu diễn, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác
B. Biểu diễn và Kỳ niệm	Sản xuất	2652 2653 7312	Nhạc sỹ, ca sỹ và nhà soạn nhạc Nghệ sỹ khiêu vũ và biên đạo múa Nghệ nhân chế tạo và điều chỉnh dụng nhạc cụ
	Giáo dục/đào tạo	2310 2320 2354	Giảng viên đại học Giáo viên đào tạo nghề Các nhóm giáo viên âm nhạc khác
	Sáng tạo	2651 3118	Hoạ sỹ hình ảnh Nghệ sỹ phác hoạ
	Sản xuất	3431 7313 7314 7315 7316 7317 7318 7319 7522 7531 7532 7533 7534 7535 7536 7549	Nhiếp ảnh gia Nghệ nhân kim hoàn và kinh loại quý Nghệ nhân gốm sứ và những người lao động liên quan Nghệ nhân chế tác, cắt, nghiền và hoàn thiện sản phẩm thủ tinh Thợ kẻ biển quảng cáo, hoạ sỹ trang trí, nghệ nhân trạm khắc và nghệ nhân vẽ axit Thợ thủ công sản xuất sản phẩm gỗ, rô rá và các vật liệu liên quan Thợ thủ công sản xuất các sản phẩm vải vóc, da và vật liệu liên quan Thợ thủ công khác, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác Nghệ nhân làm đồ gỗ mỹ thuật và những người lao động liên quan Thợ may, thợ may đồ thời trang nữ, người làm ra các sản phẩm từ lông thú, thợ làm mũ Thợ sản xuất và cắt sản phẩm may và mẫu Thợ may, thêu và những người lao động liên quan Thợ bọc, và những người lao động liên quan Thợ may quần áo bằng da, thợ thuộc da và người tạo ra sản phẩm da Thợ đóng giày và những người lao động liên quan Thợ thủ công và những người lao động phân loại ở lĩnh vực nào khác
C. Nghệ thuật thị giác và Nghệ Thuật thủ công			

D. Sách và ấn phẩm	Giáo dục/Đào tạo	2310 2320 2330 2355	7 7 7 8	Giảng viên đại học Giáo viên đào tạo nghề Giáo viên phổ thông Các nhóm giáo viên nghệ thuật khác	
	Sáng tạo	2641 2642 2643		Nhà văn và tác giả liên quan Nhà báo Biên dịch viên, phiên dịch viên và các nhà ngôn ngữ khác	
	Sản xuất, truyền bá Lưu trữ/Bảo tồn	2622 4411		Thủ thư và chuyên viên thông tin liên quan Nhân viên thư viện	
E. Phương tiện và truyền thông tương tác	Sản xuất	2513 2654 2655		Người phát triển web và phần mềm đa phương tiện Đạo diễn và nhà sản xuất phim, sân khấu và sản phẩm liên quan Diễn viên	
	Truyền bá	3435 2656	9	Các nhà chuyên môn khác hoạt động trong lĩnh vực văn hoá và nghệ thuật Phát thanh viên trên phát thanh, truyền hình và các phương tiện khác	
F. Dịch vụ Thiết kế và Sáng tạo	Giáo dục/Đào tạo	2310 2320	10 10	Giảng viên đại học Giáo viên đào tạo nghề	
	Sáng tạo	2161 2162 2163 2164 2165 2166 3432		Kiến trúc sư công trình Kiến trúc sư quang cảnh Nhà thiết kế sản phẩm và may mặc Cán bộ quy hoạch thành phố và giao thông Người vẽ bản đồ và người lập bản đồ địa chính Nhà thiết kế đồ hoạ và đa phương tiện Nhà thiết kế trang trí nội thất	
		Sản xuất	3118		Nghệ sỹ phục hoạ
		Truyền bá	1222 2431		Cán bộ quản lý quảng cáo và quan hệ công chúng Người làm trong lĩnh vực quảng cáo và marketing
			Giáo dục/Đào tạo	2310 2320	11 11

Ghi chú:

- Bao gồm nhà khảo cổ học và chuyên viên bảo tồn.
- Bao gồm cán bộ và chuyên gia quản lý bảo tàng, lưu trữ. Khi phù hợp, xếp loại cán bộ quản lý nhà hát vào Lĩnh vực B. Biểu diễn và Kỷ niệm
- Bao gồm chuyên gia làm việc trong các khu bảo tồn.
- Bao gồm cán bộ lưu trữ; người phụ trách phòng trưng bày và bảo tàng.
- Nghệ sỹ biểu diễn trực tiếp khác (nghệ sỹ phòng nhạc, nghệ sỹ nói tiếng bụng, vận động viên đấu bò, nghệ sỹ nhảy clacket, v.v); cán bộ nghệ thuật cộng đồng, hề, ảo thuật gia và các nghệ sỹ liên quan khác.
- Bao gồm giáo viên dạy âm nhạc trong giáo dục chính quy
- Bao gồm giáo viên dạy nghệ thuật hình ảnh trong dực chính thống
- Khi phù hợp, giáo viên dạy kịch và khiêu vũ cũng được xếp trong lĩnh vực B. Biểu diễn và Kỷ niệm
- Bao gồm thư ký đạo diễn phim, người nhắc vở, đạo diễn sân khấu và nghệ sỹ xảm hình
- Bao gồm giáo viên giảng dạy về phương tiện nghe nhìn và phương tiện truyền thông tương tác
- Bao gồm giáo viên giảng dạy về dịch vụ thiết kế và sáng tạo

NGHỀ NGHIỆP TRONG PHẠM VI LIÊN QUAN			
Lĩnh vực	Chức năng	ISCO 08	Mô tả
G. Du lịch	Truyền bá	4221 5111 5113	Công ty du lịch và nhân viên liên quan Tiếp viên du lịch và nhân viên phục vụ du lịch Hướng dẫn viên du lịch
	Tạo lập	3421	Vận động viên điền kinh và thể thao
	Truyền bá	1431 4212 4213	Cán bộ quản lý trung tâm thể thao, giải trí và văn hoá Người đánh cá ngựa thuê chuyên nghiệp, người hò li và những người khác làm việc ở sông bạc Người cầm đồ và cho vay tiền
H. Thể thao và Giải trí	Giáo dục/Đào tạo	3422 3423	Huấn luyện viên, hướng dẫn viên và cán bộ thể thao Hướng dẫn viên hoạt động thể dục thẩm mỹ và giải trí và người điều khiển chương trình

Ghi chú:

12. Bao gồm cán bộ quản lý công viên vui chơi, giải trí. Nếu có thể, cán bộ quản lý rạp chiếu phim được xếp vào Lĩnh vực nghệ nhìn E

LĨNH VỰC CHUYÊN TIẾP*				
Lĩnh vực	Chức năng	ISCO 08	Mô tả	
Di sản phi vật thể	Sản xuất	1113 2636 3230 5169	Người đứng đầu các làng nghề truyền thống Các nhà hoạt động trong lĩnh vực tôn giáo Các cán bộ hoạt động trong lĩnh vực y học cổ truyền Nhân viên dịch vụ riêng, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác	
	Truyền bá	3413	Các nhà hoạt động khác trong lĩnh vực tôn giáo	
	Giáo dục/đào tạo	2353	Giáo viên ngôn ngữ	
	THIẾT BỊ VÀ VẬT LIỆU HỖ TRỢ			
Nghệ thuật thị giác và Nghề thủ công		7322 7521 7523	Máy in: máy in trên lụa, khuôn và vải (thợ thủ công) Thợ gỗ Thợ điều chỉnh máy gia công gỗ và thợ vận hành máy	
	Sản xuất	8132	Người điều khiển máy tráng phim chụp ảnh	
	Sản xuất	7321 7322 7323	Kỹ thuật viên chế bản Thợ in Nhân viên hoàn thiện và dính sản phẩm in	
Sách và ấn phẩm		1330 2511 2512 2514 2519	Cán bộ quản lý dịch vụ công nghệ thông tin và truyền thông Nhân viên phân tích hệ thống Nhân viên phát triển phần mềm Lập trình viên phần mềm ứng dụng Nhân viên phát triển và phân tích phần mềm và ứng dụng, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác	
	Sản xuất	2523 3511 3512 3513 3514	Cán bộ mạng máy tính Kỹ thuật viên điều hành công nghệ thông tin và truyền thông Kỹ thuật viên hỗ trợ người sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông Kỹ thuật viên hệ thống và mạng máy tính Kỹ thuật viên về web	
	Truyền bá	3521	Kỹ thuật viên về phát sóng và phương tiện nghe nhìn	
	Giáo dục/đào tạo	2356	Các bộ đào tạo về công nghệ thông tin	

Ghi chú:

13. Bao gồm người trồng và bán thảo dược, bác sỹ và thầy lang
14. Bao gồm người chữa bệnh bằng đứcc tin
15. Bao gồm thợ sắp chữ, thợ xếp chữ và các nhân viên liên quan

Bảng 5. Khảo sát sử dụng thời gian theo mã số ICATUS

LĨNH VỰC VĂN HOÁ				
Chức năng	Lĩnh vực	ICATUS	Mô tả	
TIÊU DÙNG/THAM GIA	A. Di sản văn hoá và Thiên nhiên	071135	Đưa trẻ em đi tham quan, thăm bảo tàng và các hoạt động ngoài trời tương tự; điều phối và khuyến khích trẻ em tham gia hoạt động xã hội và hoạt động ngoại khoá	
		111110	Thăm bảo tàng, phòng trưng bày nghệ thuật, công viên văn hoá/ lịch sử, khu di sản	
		101210	1	Tham gia các hoạt động kỷ niệm các sự kiện văn hoá/ lịch sử của cộng đồng
		101230		Tham gia vào hoạt động xã hội cộng đồng (âm nhạc, khiêu vũ, v.v)
		111130		Tham gia vào hoạt động kịch, nhạc kịch, múa balé và hoà nhạc
		111190		Tham gia các sự kiện văn hóa quần chúng đặc thù khác
		121130		Biểu diễn nghệ thuật (khiêu vũ, âm nhạc, phim)
		1211x	2, *	Hình thức nghệ thuật thị giác, văn học và biểu diễn nghệ thuật khác
		141320	3	Nghe phương tiện âm thanh khác
		141420		Sử dụng công nghệ máy tính để nghệ hình ảnh/âm thanh
	B. Biểu diễn và Kỳ niệm	031141	4	Chế tạo sản phẩm gói bao gồm đồ nội thất, đồ cổ định hay đồ trang trí, tượng nhỏ và các sản phẩm trang trí khác
		031142	4	Đan giò, sản phẩm liễu gai và các sản phẩm tương tự khác
		031143	4	Sản xuất công cụ, dao kéo, dụng cụ tay và các sản phẩm kim loại khác
		031144	4	Gia công kim loại
		031145	4	Sản xuất gốm sứ, lò và lò nung, đồ trang trí, v.v từ đất sét, thạch cao hoặc xi măng
		031146	4	Sản xuất giấy và sản phẩm từ giấy; sản phẩm thủ công bằng giấy
		031147	4	Sản xuất xà phòng, nước hoa và nến, v.v
		031149	4	Các hoạt động đặc thù khác liên quan đến nghề thủ công
		03114x	*	Hoạt động sản xuất thủ công sử dụng tất cả các loại nguyên liệu, không được xác định đầy đủ
		031210		Mua / mua lại vật tư đầu vào/vật tư sử dụng cho hoạt động sản xuất phụ trong hộ gia đình
C. Nghệ thuật thị giác và Nghệ thuật thủ công	031220	5	Bán/xử lý các sản phẩm của hoạt động sản xuất phụ trong hộ gia đình	
	121110		Nghệ thuật thị giác	
	121120		Nghệ thuật văn chương	
	141110	6	Đọc sách	
	141120	6	Đọc ấn phẩm định kỳ	
	141190	6	Đọc các ấn phẩm chuyên ngành khác	
	1411x	7, *	Hoạt động đọc khác	
	141320	8	Nghe phương tiện âm thanh khác	
	141410		Sử dụng công nghệ máy tính để đọc	
	142000		Thăm thư viện	
D. Sách và ấn phẩm	121120		Nghệ thuật văn chương	
	141110	6	Đọc sách	
	141120	6	Đọc ấn phẩm định kỳ	
	141190	6	Đọc các ấn phẩm chuyên ngành khác	
	1411x	7, *	Hoạt động đọc khác	
	141320	8	Nghe phương tiện âm thanh khác	
	141410		Sử dụng công nghệ máy tính để đọc	
	142000		Thăm thư viện	

					Nói chuyện trực tuyến bao gồm tin nhắn và thảo luận nhóm, v.v Đọc và viết thư Xem phim/đến rạp chiếu phim Trò chơi máy tính (bao gồm trò chơi trên máy hoạt động bằng xu và trò chơi điện tử) Xem/nghe truyền hình (Chương trình thường kỳ) Xem/nghe truyền hình (Chương trình luân phiên) Các hoạt động cụ thể khác liên quan đến xem/nghe truyền hình Xem/nghe truyền hình, không được xác định đầy đủ Xem/nghe phim thuê/mua Xem/nghe chương trình video thuê/mua, ngoại trừ phim Các hoạt động cụ thể khác liên quan đến xem/nghe video Xem/nghe chương trình video khác, không được xác định đầy đủ Nghe chương trình phát thanh Nghe các thiết bị radio và âm thanh, không được xác định đầy đủ Sử dụng công nghệ máy tính để nghe hình ảnh/âm thanh Truy cập internet, tải xuống, tải lên Các hoạt động sử dụng công nghệ máy tính khác, không được xác định đầy đủ Phương tiện thông tin đại chúng, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác
	101113 101130 111120 121330 141211 141212 141219 14121x 141221 141222 141229 14122x 141310 1413x 141420 141430 1414x 149000	9 9 9 * 10 10 10 10,* * 11 *			
	E. Phương tiện nghe nhìn và Phương tiện truyền thông tương tác				

LĨNH VỰC LIÊN QUAN					
Chức năng	Lĩnh vực	ICATUS		Mô tả	
TIÊU DÙNG/THAM GIA	G. Du lịch	102000		Du lịch liên quan đến tham gia cộng đồng và xã hội	
		112000		Du lịch liên quan đến tham gia/tham sự kiện/địa điểm văn hoá, giải trí và thể thao	
		122000		Du lịch liên quan đến sở thích, trò chơi và các hoạt động giải trí khác	
		131230		Đi chơi du ngoạn bằng xe; ngắm cảnh	
		132000		Du lịch liên quan đến hoạt động thể thao trong nhà và ngoài trời và các hoạt động liên quan	
		143000		Du lịch liên quan đến phương tiện truyền thông đại chúng	
		071234		Đi cùng người lớn tham gia hoạt động xã hội	
	H. Thể thao và Giải trí	071235	12		Đi cùng người lớn đến các địa điểm văn hoá, thể thao và giải trí
		111200			Tham gia/thăm vườn bách thú, công viên động vật, vườn bách thảo, trung tâm giải trí, hội chợ, lễ hội, rạp xiếc, chương trình biểu diễn của động vật, trưng bày thực vật
		111310			Tham gia sự kiện thể thao chuyên nghiệp
		111320			Tham gia sự kiện thể thao nghiệp dư
		111x	13,*		Tham gia sự kiện văn hoá, giải trí và thể thao, không được xác định đầy đủ
		119000			Tham gia/thăm sự kiện/địa điểm thể thao, giải trí và văn hoá, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác
		129000			Sở thích, trò chơi và các hoạt động giải trí, không được phân loại ở lĩnh vực nào khác
121200	14		Sở thích kỹ thuật và các hoạt động liên quan		

Ghi chú:

Dấu “*” nghĩa là phần này bao gồm tất cả các hoạt động khác liên quan đến chủ điểm này. Do ICATUS là một bản dự thảo, nên một số mã số vẫn chưa được hoàn thiện.

1. Ngoại trừ: Dịch vụ không trả tiền trong các sự kiện như nấu ăn, dựng sân khấu, tổ chức, thu thập đóng góp, chuẩn bị trang phục, v.v được xếp vào mã số 08121.
2. Mã số này cũng bao gồm nghệ thuật thị giác và nghệ thuật văn học
3. Phương tiện âm thanh bao gồm đĩa CD, băng, bản thu, máy nghe nhạc MP3. Hoạt động nghe sử dụng máy tính được xếp vào mã số 14142.
4. Bao gồm tất cả các hoạt động liên quan đến hoạt động kinh tế thuộc các danh mục liên quan trong ISIC 20, 21, 242, 26, 289, 36 như sản xuất đồ gỗ, khắc gỗ, đan giỏ, hàn, đóng gạch và chế tạo công cụ.
5. Bao gồm bán các sản phẩm thủ công, thực phẩm, v.v được sản xuất vì mục đích giải trí và vui chơi, hay đáp ứng sở thích ở bãi đỗ xe hoặc bãi chợ
6. Hoạt động đọc sử dụng máy tính và công nghệ liên quan được xếp vào nhóm 14141. Ngoại trừ: Đọc sách tôn giáo có liên quan đến hoạt động tôn giáo được xếp vào nhóm 1515.
7. Bao gồm đọc ấn phẩm định kỳ, đọc sách và các ấn phẩm liên quan khác.
8. Phương tiện âm thanh bao gồm đĩa CD, băng, bản thu, máy nghe nhạc MP3. Hoạt động nghe sử dụng máy tính được xếp vào mã số 14142.
9. Xem/nghe truyền hình và video có liên hệ chặt chẽ với hoạt động học và làm việc được xếp vào nhóm chính từ 01 – 05 và 09.
10. Phương tiện hình ảnh bao gồm đầu băng hình (VCR), đầu đĩa nén (VCD) và đầu đĩa hình kỹ thuật số (DVD) và các thiết bị khác, ngoại trừ máy tính. Hoạt động xem/nghe sử dụng máy tính được xếp vào mã số 14142
11. Nếu đã xác định được mục đích của sử dụng Internet thì có thể đánh mã số thích hợp, ví dụ như mua sắm, mã số từ 06121 đến 06122, trả hoá đơn gia đình, đến 06115, khoá học trực tuyến mã số từ 09111 đến 09113.
12. Mã số này còn bao gồm đi cùng người lớn đến các sự kiện văn hóa.
13. Mã số này còn bao gồm các sự kiện văn hoá.
14. Ngoại trừ: sở thích tạo ra thu nhập xét trên phương diện các loại dịch vụ được cung cấp hoặc sản phẩm được sản xuất và bán được xếp vào nhóm thích hợp trong các nhóm chính 02-05.
15. Ngoại trừ: Cá độ trò chơi được xếp vào nhóm 12135.
16. Bao gồm: toàn bộ các hình thức hội họp, v.v được tổ chức bởi các tổ chức xã hội, chính trị, hướng đạo, tôn giáo, hữu nghị và các tổ chức khác, các câu lạc bộ và nhóm không chính thức.
17. Ngoại trừ: Dịch vụ không trả tiền trong các sự kiện như nấu ăn, xây dựng sân khấu, tổ chức, thu thập tài trợ, chuẩn bị trang phục, v.v được xếp vào mã số 08121.
18. Ngoại trừ: Tham gia các hoạt động liên quan đến sở thích và trò chơi giải trí, thể thao, v.v được xếp vào các nhóm chính 12 và 13. Tham gia và các hoạt động liên quan đến phát triển nghề nghiệp/chuyên môn được xếp vào nhóm 0914.
19. Đào tạo và học tập ngành nghề hiện thời được phân vào nhóm cụ thể trong các nhóm chính 01-05; hoạt động liên quan đến sở thích, thể thao được xếp vào nhóm tương ứng trong các nhóm chính 12 và 13.

6. Kết luận

Khung thống kê văn hoá 2009 của UNESCO là bước đầu tiên, quan trọng trong quá trình xây dựng phương pháp và tiêu chuẩn cho tổ chức thống kê văn hoá, từ đó cho phép thiết lập hệ thống dữ liệu so sánh quốc tế. Khung thống kê văn hoá 2009 của UNESCO vẫn đang tiếp tục được hoàn thiện. Thực tế đã có một số công cụ có thể được sử dụng để đo lường văn hóa từ góc độ kinh tế, nhưng để đo lường được từ phương diện xã hội của văn hoá đòi hỏi nhiều công sức và cần phải tỉ mỉ hơn. Theo dự kiến, Khung thống kê này sẽ được cập nhật thường xuyên với cải tiến trong phương pháp và hiểu biết khái niệm.

6.1 Thách thức trong quá trình thu thập dữ liệu văn hoá

Căn cứ vào thực tế thiếu dữ liệu thu thập, thậm chí ở cả các nước đã đầu tư thời gian và có nguồn vốn thuận lợi cho việc xây dựng Khung thống kê văn hoá, cần tóm tắt một số khó khăn chính trong thu thập số liệu thống kê văn hóa

Khó khăn về cơ cấu

Do chính sách và công tác quản lý thường tập trung vào các hoạt động được xác định trong thị trường của nó (như phim, truyền hình, âm nhạc), và hầu hết các hệ thống tiêu chuẩn thống kê sử dụng phổ biến (hệ thống tiêu chuẩn ISIC hiệu chỉnh cho từng quốc gia) được thiết kế chủ yếu dựa trên nguyên tắc phân loại sản phẩm công nghiệp đầu ra⁶ (như sản xuất sản phẩm in và tái sản xuất bằng máy tính), nên khó có thể sử dụng các tiêu chuẩn phân loại này để miêu tả các ngành văn hoá định hướng thị trường.

Để thống kê trên góc độ văn hoá, các danh mục liên quan được phân chia thành các loại khác nhau và sau đó lại phải tập hợp lại. Đây là nhiệm vụ chuyên môn và tốn nhiều thời gian

Hệ thống tiêu chuẩn thống kê ngành cũng gặp nhiều trở ngại để theo kịp với tốc độ thay đổi trong từng ngành. Hệ thống cần phải bao trùm toàn bộ các khu vực truyền thống trong nền kinh tế như các ngành công nghiệp cơ bản, ngành khai khoáng và sản xuất. Vì vậy, nhìn chung khu vực dịch vụ không được coi trọng và tiêu chuẩn phân loại rất không rõ ràng trong các khu vực có sự thay đổi nhanh chóng về công nghệ và thị trường. Những thay đổi này dẫn đến nhiều khó khăn trong việc thực hiện việc sửa đổi khung thống kê văn hoá có tính đến những ảnh hưởng ngày càng tăng của thời đại công nghệ thông tin truyền thông công nghệ số.

6 Mặc dù nguyên tắc chính của việc phân loại là theo sản phẩm công nghiệp đầu ra, nhưng nguyên tắc này đã không được áp dụng nhất quán. Trong một số trường hợp, việc phân loại lại dựa trên quá trình và vật liệu thô

Khó khăn trong quá trình thực hiện

Nhìn chung, hoạt động văn hoá chỉ có thể nhận dạng một cách chính xác thông qua hệ thống tiêu chuẩn thống kê ngành ở mức độ phân chia chi tiết nhất (nhóm phân loại gồm 4 hay 5 con số). Điều này gây ra nhiều khó khăn vì dữ liệu về các biến số (như xuất khẩu) mà cơ quan thống kê quốc gia cung cấp từ nhiều nguồn khác nhau thường là số liệu về các lĩnh vực công nghiệp ở mức độ phân chia chung hơn, nhóm phân loại gồm 2 hay 3 con số.

Hệ thống phân chia ngành ở mức độ phân chia chi tiết nhất để nhận dạng chính xác các hoạt động văn hoá còn có những vấn đề khác. Hệ thống này khiến cho việc phân tích ở lĩnh vực khu vực trong mỗi quốc gia trở nên khó khăn trong khi việc phân tích này là hết sức quan trọng cho lĩnh vực văn hóa do đặc tính xu hướng tập trung của văn hóa. Điều này là bởi vì việc áp dụng phân tích 4 con số ở một địa phương hay khu vực làm giảm độ tin cậy của nhiều khảo sát kinh doanh do cơ quan thống kê quốc gia thực hiện (nguyên nhân là do các vấn đề về quy mô của mẫu khảo sát). Nhiều khảo sát kinh doanh liên ngành kinh tế cũng chưa bao quát toàn bộ hoạt động của các doanh nghiệp vi mô và thương nhân kinh doanh độc lập, vì thế chưa thể hiện đầy đủ sự tham gia của những yếu tố này trong lĩnh vực văn hóa.

Có thể sử dụng một số cách 'đi vòng' khác đối với các trường hợp trong đó hoạt động văn hoá được kết hợp với các hoạt động khác trong từng nhóm riêng biệt. Cụ thể là, có thể sử dụng số liệu dự tính để phân biệt các thành tố văn hoá với các thành tố phi văn hoá trong các nhóm này, sau đó sử dụng trọng số và hệ số này để phân tích dữ liệu khảo sát các ngành kinh doanh. Tuy nhiên, chúng ta cần phải có một số cơ sở thực nghiệm để tìm ra các trọng số; điều này có nghĩa là luôn có sẵn nguồn dữ liệu điều tra của tất cả các ngành kinh doanh để chúng ta sử dụng. Một lần nữa, giả sử có sẵn nguồn dữ liệu của tất cả các ngành kinh doanh, thì việc phân tích nguồn dữ liệu này để tìm ra các hệ số là một nhiệm vụ tốn nhiều thời gian nguồn vốn.

Cuối cùng, xây dựng dữ liệu về phương diện xã hội của văn hoá phù hợp với dữ liệu khác của cơ quan thống kê quốc gia chắc chắn gặp phải nhiều khó khăn trong quá trình thực hiện.

Có thể sử dụng thông tin từ những khảo sát liên ngành hiện có như khảo sát hộ gia đình hay khảo sát sử dụng thời gian. Tuy nhiên, dữ liệu có được từ những nguồn này là chưa đủ để hỗ trợ quá trình hoạch định chính sách văn hoá/xã hội. Nguyên nhân là do những hạn chế về khu vực được điều tra khảo sát tổng hợp; hoặc có thể là do quy mô khi kết quả khảo sát bị phân chia để nhận dạng các nhóm dân cư cụ thể (theo tuổi, giới tính, chủng tộc và dân tộc) và đặc biệt khi cần phải đo lường sự thay đổi. Vấn đề quy mô thậm chí cũng có thể ảnh hưởng đến những khảo sát chuyên biệt về tham gia văn hoá, ví dụ như Khảo sát Hàn thử biểu châu Âu (Eurobarometer) chỉ cung cấp thông tin chung về bối cảnh quốc gia, chứ không phải dữ liệu chi tiết và tin cậy cần thiết để hỗ trợ chính sách bởi vì mẫu khảo sát chỉ giới hạn trong khoảng 1.000 người trong mỗi quốc gia.

Thông tin đưa ra phù hợp với cả nước phát triển và nước đang phát triển. Bước đầu tiên là các quốc gia thực hiện rà soát lại dữ liệu cấp quốc gia. Tuy nhiên, do nhiều nghề văn hoá chỉ có ở khu vực thành thị (thường tập trung ở các thành phố lớn) vì vậy phân tích không gian là cần thiết.

Rõ ràng, lựa chọn sử dụng dữ liệu từ các nguồn thống kê quốc gia có sẵn và/hoặc nguồn dữ liệu quốc tế tập trung là để tiến hành khảo sát tham gia văn hoá ở cấp quốc gia. Cần phải lưu ý rằng, một phần nào đó những khó khăn này không mang tính toàn cầu nhưng nó lại liên quan nhiều đến mức độ phức tạp của quá trình hoạch định chính sách văn hoá, và đặc biệt liên quan đến mức độ sử dụng bằng chứng để làm nền tảng vững chắc cho quá trình đưa ra quyết định.

Việc tạo ra và thu thập bằng chứng bản thân không phải là quá trình hoạch định chính sách văn hoá; tuy nhiên nó là trọng tâm của quá trình hoạch định chính sách công hiện đại và là trách nhiệm quan trọng của các tổ chức công cộng. Theo đó, dữ liệu đầu vào chính, dữ liệu tham gia/ sử dụng, cũng như dữ liệu về phân phối nguồn vốn phải được lấy từ điều tra dân số toàn quốc, điều tra kinh doanh và. Vai trò của khung thống kê là tạo nên không gian đối thoại giữa các chức năng của chính sách dựa trên bằng chứng thực tế, giữa nguồn cung cấp dữ liệu và lĩnh vực văn hoá với các loại hình đa dạng của nó. Chính vì thế, điều này cần phải được hiểu rõ ràng ngay từ lúc bắt đầu quá trình triển khai và quá trình này cần phải được cập nhật định kì, kiểm tra và sửa đổi khi cần thiết.

Có thể nói rằng khung thống kê là điểm khởi đầu cho quá trình phát triển dữ liệu thống kê toàn diện hơn. Tài liệu này là nền tảng cho các đàm phán giữa nhà hoạch định chính sách văn hoá, người thực hiện và cơ quan điều tra lấy số liệu

6.2 Mỗi liên hệ với phương pháp đánh giá trực tiếp

Bước quan trọng tiếp theo là phát triển khung chỉ số dựa vào chính sách và xác định các chỉ số phù hợp đối với từng lĩnh vực và hoạt động nhằm hỗ trợ việc đo lường và quản lý hiện tượng văn hoá và tác động của chính sách văn hoá. Tính đến thời điểm hiện nay, các mô hình hoạch định chính sách văn hoá hiện thời vẫn coi phương diện kinh tế của một nền văn hoá là kết quả gián tiếp của đầu tư nhà nước vào nền văn hoá đó. Điều này dẫn đến sự xuất hiện của nhiều mô hình sử dụng hướng tiếp cận suy luận (như mô hình 'số nhân') để đánh giá ảnh hưởng của văn hoá (Scanlon và Longley 1984, Myerscough 1988). Mô hình được lựa chọn trong khung thống kê này chủ yếu liên quan đến vị trí của văn hoá trong các quá trình phát triển và tái sản xuất kinh tế - xã hội. Việc này làm giảm sự lệ thuộc quá mức vào các phương pháp gián tiếp, suy luận và khá tranh cãi. Quá trình chuyển từ sử dụng mô hình gián tiếp hay số nhân để đo lường sản phẩm văn hoá đầu ra sang sử dụng biện pháp trực tiếp đo lường quy trình và sản phẩm đầu ra đã tạo điều kiện đưa ra hướng tiếp cận để đo lường tác động của văn hoá và tác động này có thể so sánh và với các lĩnh vực khác.

Số liệu đo lường trực tiếp thường thiết thực và đáng tin cậy hơn nếu sử dụng một khung thống kê chung để thu thập dữ liệu (Pratt, 2001). Một số dữ liệu có thể được lấy sử dụng bằng việc áp dụng nguyên tắc phân loại tiêu chuẩn (đặc biệt là Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại ngành hay Hệ thống phân loại sản phẩm chủ yếu). Số liệu đo trực tiếp có thể bao gồm số liệu kinh tế như doanh thu, đầu tư, sản phẩm đầu ra, xuất khẩu và việc làm, cũng như thông tin tương ứng về nguồn vốn khu vực công có liên hệ chặt chẽ với các biện pháp này. Hơn nữa, số liệu liên quan đến tiêu dùng và tham gia thì có thể thu được thông qua khảo sát chung về hộ gia đình hay khảo sát dành riêng cho các nhân.

Hình 4. Mô hình ma trận chỉ tiêu thống kê

	Lĩnh vực văn hoá						Lĩnh vực liên đới	
	A. Di sản văn hoá và thiên nhiên	B. Biểu diễn và Kỷ niệm	C. Nghệ thuật thị giác và Nghệ Thuật thủ công	D. Sách và ấn phẩm	E. Phương tiện nghe nhìn và Phương tiện truyền thông tương tác	F. Dịch vụ thiết kế và Sáng tạo	G. Du lịch	H Thể thao và Giải trí
Sáng tạo								
Sản xuất								
Truyền bá/ Truyền tải		Các chỉ tiêu...						
Trung bày/ Tiếp nhận					Các chỉ tiêu			
Tiêu dùng/ Tham gia								

Có một hướng tiếp cận là sử dụng mô hình ma trận được tạo nên bằng cách lập bảng gồm 8 lĩnh vực trong FCS với các yếu tố trong Chu kỳ Văn hoá, như trong **Hình 4**. Mô hình này đã được tạo ra để xây dựng và thiết lập được các phương tiện thực tế và hữu dụng để thu thập dữ liệu (chứ không phải là mô hình lý tưởng). Mô hình được xây dựng từ nghiên cứu của nhóm chuyên gia hàng đầu của Liên minh Châu Âu về thống kê văn hóa (LEG Eurostat, 2000) và khảo sát (logic) về các hoạt động hiện có. Khảo sát này chỉ ra dữ liệu nào cần thu thập và dữ liệu nào tương tự như dữ liệu được đưa ra trong FCS 1986. Cần phải tiến hành thử nghiệm mô hình này. Mô hình này là hoàn toàn khả thi nhưng đồng thời nó cũng khuyến nghị cần phải xem xét phát triển mô hình cũng như cách thức thu thập dữ liệu bằng cách nhấn mạnh những gì hiện tại không thể đánh giá được. Hy vọng rằng mô hình này có thể xây dựng tiêu chuẩn đánh giá quốc tế. Khung ma trận đưa ra ở đây có thể được sử dụng làm nền tảng vững chắc cho các hướng tiếp cận khác nhau đối với thống kê văn hoá.

Chú giải thuật ngữ

Khảo sát hành chính là khảo sát thống kê được tiến hành từ các nguồn thông tin bên ngoài dữ liệu gốc mà cơ quan thống kê thu thập và vì mục đích phi thống kê. (Cơ quan thống kê Liên hợp quốc, 2000). Đây là hoạt động thu thập dữ liệu từ biên bản hành chính trong đó dữ liệu được lấy từ các tập văn bản.

Dịch vụ kiến trúc là dịch vụ do công ty và các cá nhân liên quan đến tất cả các lĩnh vực của kiến trúc. Về cơ bản, dịch vụ này bao gồm thiết kế mới công trình nhà ở khu dân cư, thương mại và công nghiệp, thiết kế bản vẽ kiến trúc để khôi phục công trình mới và giám sát thi công xây dựng.

Dịch vụ quảng cáo là dịch vụ do công ty và các cá nhân thực hiện, chủ yếu liên quan đến lập kế hoạch, sáng tạo và sản xuất chiến dịch quảng cáo cung cấp

Đăng ký kinh doanh là đăng ký trong đó mô tả đặc điểm để thành lập doanh nghiệp (Cơ quan thống kê Liên hợp quốc, 2000).

Khảo sát đánh giá được tiến hành trên toàn bộ nhóm đối tượng quan sát thuộc một nhóm hay toàn bộ dân số (Cơ quan thống kê Liên hợp quốc, 2000).

Hệ thống phân loại sản phẩm chủ yếu (CPC) là Khung thống kê so sánh quốc tế số liệu thống kê sản phẩm có vai trò hướng dẫn quá trình xây dựng và sửa đổi hệ thống phân loại sản phẩm hiện có để tương thích với tiêu chuẩn quốc tế. CPC được phát triển chủ yếu nhằm nâng cao sự hài hoà giữa các lĩnh vực khác nhau trong thống kê kinh tế và các thống kê liên quan và nhằm thúc đẩy vai trò của tài khoản quốc gia như một công cụ quản lý thống kê kinh tế. Đồng thời CPC cũng mang lại cơ sở sửa đổi thống kê cơ bản từ những phân loại ban đầu thành hệ thống phân loại tiêu chuẩn phục vụ mục đích phân tích (Cơ quan Thống kê Liên hợp quốc, 2009).

Bảo tồn duy trì sự tồn tại của di sản văn hoá và thúc đẩy quá trình truyền tải thông điệp và giá trị di sản quan trọng của di sản (Trung tâm Nghiên cứu quốc tế về Bảo tồn và Phục hồi di sản văn hoá, 1998). Trong lĩnh vực tài sản văn hoá, mục tiêu của bảo tồn là duy trì đặc tính vật lý và văn hoá của hiện vật nhằm đảm bảo rằng giá trị sẽ không bị biến mất và di sản sẽ mãi tồn tại vượt qua giới hạn thời gian (UNESCO, 1988)

Quyền tác giả là một trong những khía cạnh cơ bản trong quyền sở hữu trí tuệ. Nó áp dụng cho “mọi sản phẩm thuộc lĩnh vực văn học, khoa học và nghệ thuật dưới bất kỳ mô hình hay loại hình thể hiện nào. Vì mục đích bảo vệ quyền tác giả, thuật ngữ “tác phẩm văn học và nghệ thuật” bao gồm toàn bộ tác phẩm nguyên bản của tác giả, bất luận giá trị nghệ thuật hay văn học như thế nào. Tác phẩm văn học và nghệ thuật bao gồm sách, sách mỏng và các tác phẩm viết khác, âm nhạc, kịch, nghệ thuật múa balê, nhiếp ảnh, phim, hội hoạ, tranh, kiến trúc, trạm khắc, khắc đá (Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới, 2003, 1979).

Nghề thủ công hay Sản phẩm thủ công được định nghĩa là “các sản phẩm do thợ thủ công làm ra, hoàn toàn bằng tay hay có sự hỗ trợ của công cụ cầm tay hay thậm chí sử dụng các loại máy móc miễn là đóng góp trực tiếp từ công sức của người thợ chiếm phần đa số trong quá trình sản xuất sản phẩm... Tính đặc thù của sản phẩm thủ công khởi nguồn

từ các đặc điểm khác biệt mang tính thực tế, mỹ thuật, nghệ thuật, sáng tạo, văn hoá, trang trí, chức năng, truyền thống, tính biểu trưng tôn giáo và xã hội” (UNESCO và ITC, 1997).

Hoạt động văn hóa thể hiện hay truyền tải biểu đạt văn hóa bất kể giá trị thương mại đi kèm. Các hoạt động này là hoạt động khép kín hoặc có thể đóng góp vào quá trình sản xuất hàng hóa và dịch vụ văn hóa.

Chu kỳ văn hoá là quá trình sản xuất văn hoá - kết quả của chuỗi các quá trình hay các giai đoạn liên kết với nhau cùng tạo thành chu kỳ văn hoá, chuỗi giá trị và chuỗi cung ứng.

Hàng hoá văn hoá được định nghĩa là các loại hàng hoá tiêu dùng truyền tải ý tưởng, biểu tượng và lối sống như sách, tạp chí, sản phẩm đa phương tiện, phần mềm, bản thu, phim, video, chương trình nghe nhìn, sản phẩm thủ công và thời trang.

Di sản văn hoá bao gồm đồ tạo tác, tượng đài và nhóm công trình và di tích có giá trị biểu trưng, lịch sử, nghệ thuật, mỹ thuật, dân tộc học hay nhân chủng học, khoa học và xã hội (UNESCO, 1972).

Công nghiệp văn hoá sản xuất và phân phối hàng hoá và dịch vụ văn hoá đã được định nghĩa như trên

Cảnh quan văn hóa bao gồm tổ hợp các công trình thiên nhiên và nhân tạo, thể hiện mối quan hệ lâu dài và bền chặt giữa con người và môi trường tự nhiên (UNESCO, 2007).

Dịch vụ văn hoá nhằm mục đích thoả mãn nhu cầu và sở thích văn hoá. Về bản chất, đây không phải là sản phẩm văn hoá vật thể nhưng lại có vai trò thúc đẩy quá trình sản xuất và phân phối sản phẩm văn hoá. Ví dụ, dịch vụ văn hóa bao gồm hoạt động cấp phép và các dịch vụ liên quan đến quyền tác giả, hoạt động phân phối sản phẩm nghe nhìn, hoạt động quảng bá biểu diễn nghệ thuật và sự kiện văn hóa, cũng như dịch vụ thông tin văn hóa và giữ gìn, bảo tồn sách, bản thu và đồ tạo tác (trong thư viện, trung tâm lưu trữ tài liệu và bảo tàng).

Đa dạng văn hoá là cách thức ở đó văn hoá khác nhau của các nhóm người hay xã hội được biểu thị. Những biểu thị văn hóa này được truyền tải trong và giữa các nhóm và xã hội, và từ thế hệ này sang thế hệ khác. Tuy nhiên, đa dạng văn hoá biểu hiện rõ ràng không chỉ theo các cách mà di sản văn hoá được thể hiện, phát triển và truyền bá mà còn được biểu hiện dưới nhiều loại hình khác nhau trong quá trình sáng tạo, sản xuất, truyền bá, phân phối và sử dụng nghệ thuật, dù sử dụng bất kỳ phương tiện và công nghệ nào.

Tham gia văn hoá là tham gia vào nghệ thuật và hoạt động hàng ngày có liên quan đến một nền văn hoá nào đó. Tham gia văn hoá chính là “cách thức trong đó khác biệt về thị hiếu, giá trị, hành vi văn hoá giữa các dân tộc không chỉ thể hiện sở thích nghệ thuật và phương tiện truyền thông đại chúng mà những cách thức này còn được lồng vào trong nhịp sống hàng ngày của các lối sống khác nhau; và tham gia văn hoá còn là cách thức trong đó hoạt động văn hoá liên kết với các đặc điểm xã hội liên quan – như đặc điểm tầng lớp và giới tính (Bennett, 2001).

Thiết kế bao gồm các hoạt động chủ yếu liên quan đến việc thiết kế sáng tạo, nghệ thuật và thẩm mỹ các đồ vật, môi trường và dịch vụ (Cục thống kê Úc, ABS, 2001).

Thiết kế thời trang được định nghĩa là hàng hoá và dịch vụ và các hoạt động được công ty hay cá nhân tiến hành, chủ yếu liên quan đến thiết kế quần áo, giày dép và phụ kiện thời trang (Cơ quan Thống kê New Zealand, 1995).

Thiết kế đồ hoạ là hoạt động do công ty hay cá nhân tiến hành, chủ yếu liên quan đến thiết kế đồ hoạ cho mục đích trưng bày hay xuất bản (Cơ quan thống kê New Zealand, 1995). Thiết kế đồ hoạ cả bao gồm ngành thủ công đương đại.

Khảo sát chi tiêu hộ gia đình là khảo sát mẫu trong đó hộ gia đình được yêu cầu cung cấp dữ liệu, dự toán về số tiền sử dụng cho hàng hoá tiêu dùng, dịch vụ và cho các mục đích khác trong một khoảng thời gian nhất định. Khảo sát chi tiêu gia đình còn được gọi là Khảo sát tiêu dùng gia đình hay Khảo sát ngân sách gia đình (Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế, 2008).

Khu vực không chính thức được hiểu theo nghĩa rộng là bao gồm đơn vị sản xuất hoạt động trên quy mô nhỏ và cơ cấu tổ chức ở mức độ thấp, không có hoặc có ít sự phân chia giữa hai nhân tố sản xuất là lao động và nguồn vốn với mục đích cơ bản là tạo ra thu nhập và việc làm cho những người liên quan. Xét trên phương diện hoạt động, khu vực này được định nghĩa dựa trên cơ sở cụ thể trong mỗi quốc gia như tổ hợp các doanh nghiệp không liên kết thuộc sở hữu hộ gia đình sản xuất ít nhất một vài sản phẩm cho thị trường nhưng có số lượng công nhân hoặc ít hơn con số quy định và/hoặc không đăng ký theo luật quốc gia, ví dụ về thuế hay quy định an ninh xã hội hoặc hành vi bắt buộc (Tổ chức hợp tác và Phát triển Kinh tế, 2008).

Di sản văn hoá phi vật thể (ICH) được định nghĩa là “các tập quán, các hình thức thể hiện, biểu đạt, tri thức, kỹ năng và kèm theo đó là những công cụ, đồ vật, đồ tạo tác và các không gian văn hóa có liên quan mà các cộng đồng và các nhóm và trong một số trường hợp là cá nhân công nhận là một phần di sản văn hóa của họ. Được chuyển giao từ thế hệ này sang thế hệ khác, di sản văn hóa phi vật thể được cộng đồng, các nhóm không ngừng tái tạo để thích nghi với môi trường và mối quan hệ qua lại giữa cộng đồng với tự nhiên và lịch sử của họ, đồng thời hình thành trong họ ý thức về bản sắc và sự kế tục, qua đó khích lệ thêm sự tôn trọng đối với sự đa dạng văn hóa và tính sáng tạo của con người” (UNESCO, 2003).

Hoạt động thiết kế nội thất được công ty và cá nhân tiến hành, chủ yếu liên quan đến thiết kế không gian bên trong của công trình, tư nhân và công cộng, công trình dân cư và thương mại (Cơ quan Thống kê New Zealand, 1995).

Người bản địa và bộ lạc. Bộ lạc là những người sinh sống tại các quốc gia độc lập với các điều kiện xã hội, văn hoá và kinh tế tạo nên sự khác biệt giữa họ và các bộ phận khác của nền kinh tế quốc gia. Tập quán hay truyền thống riêng hay các quy định hoặc luật pháp đặc biệt quy định một phần hay hoàn toàn vị thế của bộ lạc. Người bản địa là người sinh sống tại các quốc gia độc lập được coi là **bản địa** vì tổ tiên của họ là những người sinh sống trên quốc gia đó, hoặc tại một khu vực địa lý trong quốc gia, tại thời điểm xâm lược hoặc thuộc địa hóa hay xây dựng ranh giới quốc gia hiện tại và họ là người, bất kể ở địa vị pháp lý nào, luôn lưu giữ một vài hay toàn bộ thể chế xã hội, kinh tế, văn hoá và chính trị của họ” (Tổ chức Lao động quốc tế, 1989).

Phương tiện truyền thông tương tác được coi là tương tác nếu hoặc i) hai hay nhiều đối tượng tác động lẫn nhau hoặc ii) người sử dụng tạo nên thay đổi ở một đối tượng hay toàn

bộ môi trường (người chơi điện tử); hoặc iii) có sự tham gia tích cực, chủ động của người sử dụng; hoặc iv) có tác động hai chiều ngược với một chiều hay đơn thuần là tương tác nguyên nhân - hệ quả (Di sản Canada, 2008).

Hệ thống tiêu chuẩn quốc tế về phân loại ngành (ISIC) được coi là tiêu chuẩn phân loại toàn bộ các hoạt động kinh tế sản xuất. Mục đích chính là cung cấp hệ thống danh mục hoạt động sử dụng trong quá trình thu thập và trình bày dữ liệu thống kê theo các hoạt động đó. Vì vậy, ISIC nhằm mục đích đưa ra hệ thống danh mục các hoạt động theo cách mà các thực thể được phân loại theo hoạt động kinh tế mà nó thực hiện (Cơ quan thống kê Liên hợp quốc, 2008)

Khảo sát lực lượng lao động là khảo sát chuẩn theo hộ gia đình về dữ liệu thống kê lao động liên quan (Tổ chức Lao động quốc tế).

Thiết kế cảnh quan bao gồm thiết kế sân, vườn vì mục đích sử dụng của con người. Thông thường, thiết kế quang cảnh liên quan đến thiết kế công trình và khu vực lân cận, dù là công trình tư nhân hay công cộng; thiết kế quang cảnh cũng liên quan đến khu vực công cộng lớn như công viên và khu bảo tồn (Cơ quan Thống kê New Zealand, 1995).

Thư viện là một tổ chức, hay một bộ phận trong tổ chức có nhiệm vụ xây dựng và giữ gìn tài nguyên thông tin và thúc đẩy sử dụng nguồn thông tin và trang thiết bị này nhằm đáp ứng nhu cầu về thông tin, nghiên cứu, giáo dục, văn hoá hay giải trí của người sử dụng. Đây là những yêu cầu cơ bản đối với thư viện và không ngoại trừ bất kỳ nguồn dữ liệu hay dịch vụ bổ sung nào phù hợp với mục đích cơ bản (Tổ chức tiêu chuẩn hoá Quốc tế, 2006). Thư viện bao gồm toàn bộ bộ sưu tập sách, ấn phẩm định kỳ ở dạng điện tử hay dạng in hay bất kỳ sản phẩm đồ hoạ, sản phẩm nghe nhìn khác (sửa đổi từ UNESCO, 1970). Thư viện còn bao gồm thư viện trưng bày ảo và catalô số.

Bảo tàng. Cơ quan thường trực phi lợi nhuận phục vụ xã hội và quá trình phát triển của xã hội, mở cửa tự do cho công chúng; bảo tàng thu thập, bảo tồn, nghiên cứu, truyền bá và trưng bày di sản vật thể và phi vật thể của loài người và môi trường vì mục đích giáo dục, học tập và giải trí. Nó cũng bao gồm loại hình bảo tàng sống.

- a. Định nghĩa trên về bảo tàng có thể được ứng dụng mà không có bất kỳ giới hạn nào liên quan đến đặc điểm của cơ quan quản lý, đặc điểm khu vực, cấu trúc chức năng hay định hướng sưu tầm của cơ quan liên quan.
- b. Bên cạnh tổ chức được coi là 'bảo tàng', dựa trên mục đích nêu trong định nghĩa thì một số đơn vị khác cũng được coi là bảo tàng:
 - i. Tượng đài kỷ niệm và địa điểm thiên nhiên, khảo cổ học và dân tộc học và tượng đài lịch sử, địa danh lịch sử và các công trình thuộc bảo tàng thu thập, bảo tồn và truyền bá đồ vật của con người và môi trường;
 - ii. Tổ chức lưu trữ và trưng bày bộ sưu tập các mẫu thực vật và động vật sống như vườn bách thú, vườn bách thảo, thủy cung và vườn thú tự nhiên;
 - iii. Trung tâm khoa học và trạm thiên văn;

- iv. phòng trưng bày nghệ thuật phi lợi nhuận;
- v. khu bảo tồn thiên nhiên, viện bảo tồn và phòng trưng bày do trung tâm lưu trữ và thư viện quản lý, công viên thiên nhiên;
- vi. tổ chức, bộ, ban ngành, đơn vị công cộng ở địa phương, vùng, quốc gia và quốc tế chịu trách nhiệm quản lý bảo tàng có các đặc điểm phù hợp với định nghĩa nêu trong điều này;
- vii. tổ chức, cơ quan phi chính phủ tiến hành các hoạt động nghiên cứu, giáo dục, đào tạo, lập tư liệu về bảo tồn và các hoạt động khác liên quan đến bảo tàng và bảo tàng học;
- viii. trung tâm văn hoá và cơ quan khác có vai trò thúc đẩy quá trình bảo tồn, kế tục và quản lý các nguồn di sản vật thể và phi vật thể (di sản sống và hoạt động sáng tạo kỹ thuật số); và
- ix. các tổ chức khác được Hội đồng điều hành, sau khi tham vấn Ủy ban tư vấn, coi là cột số hay toàn bộ đặc điểm của bảo tàng hay hỗ trợ bảo tàng và các nhà chuyên môn làm việc trong bảo tàng thông qua nghiên cứu, giáo dục, hoặc đào tạo về bảo tàng học (Hội đồng Bảo tàng quốc tế, 2007).

Di sản thiên nhiên bao gồm các đặc điểm thiên nhiên, kiến tạo địa lý, địa chất và các khu vực riêng tạo thành môi trường sống cho các loại thực vật, động vật đang bị đe dọa, và địa điểm thiên nhiên có giá trị khoa học, bảo tồn hay mang vẻ đẹp tự nhiên. Di sản thiên nhiên bao gồm công viên và khu vực bảo tồn thiên nhiên, sở thú, thủy cung và vườn sinh thái (UNESCO, 1972).

Khảo sát ý kiến là khảo sát mẫu nhằm mục đích xác định hay làm rõ ý kiến của các thành viên trong cộng đồng dân cư về một vấn đề nào đó (Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế, 2008).

Biểu diễn nghệ thuật và Kỷ niệm bao gồm hoạt động trình diễn nghệ thuật chuyên và không chuyên như kịch, khiêu vũ, nhạc kịch và múa rối cũng như công tác tổ chức các sự kiện văn hoá (lễ hội, liên hoan và hội chợ) diễn ra tại các địa phương và có thể được tổ chức dưới hình thức không chính thức.

Bảo vệ tôn tạo Mục đích của bảo vệ tôn tạo là ngăn chặn tác hại do môi trường hay các yếu tố ngẫu nhiên gây ra, làm nguy hại đến môi trường xung quanh đồ vật cần được bảo tồn. Do đó, các biện pháp và phương pháp bảo vệ thường không được áp dụng trực tiếp mà được thiết kế để kiểm soát điều kiện vi khí hậu nhằm loại bỏ tác nhân hay yếu tố gây hại có ảnh hưởng nhất thời hay lâu dài đến đồ vật (UNESCO, 1988).

Giải trí được định nghĩa là hoạt động vui chơi và nghỉ ngơi để giải trí, tiêu khiển hay kích thích. Giải trí bao gồm Cờ bạc, Công viên vui chơi - giải trí và các hoạt động giải trí khác. Nó không bao gồm các hoạt động giải trí thể chất khác mà các hoạt động này thuộc lĩnh vực thể thao

Thể thao và Giải trí thể chất bao gồm các công ty hay cá nhân chủ yếu tham gia vào quá trình thực hiện và cung cấp dịch vụ thể thao, giải trí thể chất và các dịch vụ liên quan. Lĩnh vực này bao gồm cả dịch vụ huấn luyện và giáo dục liên quan đến thể thao và giải trí thể chất, đồng thời bao gồm cả các đơn vị kinh doanh sản xuất, bán sỉ hay bán lẻ sản phẩm thể thao và giải trí thể chất.

Kiến thức truyền thống “là kiến thức, ý tưởng đổi mới và tập quán của cộng đồng bản địa và địa phương trên thế giới. Được phát triển từ kinh nghiệm có được qua nhiều thế kỷ và thay đổi phù hợp với văn hoá và môi trường địa phương, kiến thức truyền thống được truyền miệng qua các thế hệ. Kiến thức truyền thống là sở hữu tập thể và bao gồm các loại hình như truyện, bài hát, văn hóa dân gian, tục ngữ, giá trị văn hoá, đức tin, nghi lễ, luật lệ cộng đồng, tiếng địa phương và tập quán canh tác nông nghiệp bao gồm quá trình nuôi trồng các loại động thực vật. Kiến thức truyền thống chủ yếu dựa trên kinh nghiệm thực tế, đặc biệt trong lĩnh vực nông nghiệp, thủy sản, y tế, làm vườn, lâm nghiệp và quản lý môi trường nói chung” (Công ước về đa dạng sinh học, 2007).

Nghệ thuật thị giác chủ yếu tác động vào thị giác; đây là loại hình nghệ thuật tập trung vào sáng tạo tác phẩm hình ảnh; hoặc các đồ vật đa chiều.

Tài liệu tham khảo

- African Union (AU) (2005). "Nairobi Plan of Action for Cultural Industries". First Ordinary Session of African Union Conference of Ministers of Culture, 10-14 December 2005, Nairobi, Kenya.
- African Union (AU) (2008). "Plan of Action on the Cultural and Creative Industries in Africa". Second Session of Conference of African Union Ministers of Culture, 19-23 October 2008, Algiers, Algeria.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) (2001). *Australian Culture and Leisure Classifications*. Adelaide: ABS.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) (2002). *ABS Culture, Sport and Recreation Statistics: Current Activities and Future Strategy*. Adelaide: ABS.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) (2006). "Arts and Cultural Heritage in Australia – Key Issues for an Information Development Plan". Discussion paper. Adelaide: ABS.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) and Statistics New Zealand (2009). "ANSZCO Alternative View – Culture and Leisure Occupations" in *Australian and New Zealand Standard Classification of Occupations*. First Edition, Revision 1. Accessed at: <http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/1220.0First%20Edition,%20Revision%201?OpenDocument>
- Barrowclough, D. and Z. Kozul-Wright (Eds.) (2006). *Creative Industries and Developing Countries: Voice, Choice and Economic Growth*. London: Routledge.
- Bennett, Tony (2001). *Differing Diversity: Cultural Policy and Cultural Diversity*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- BIMSTEC countries (2006). "Paro Initiative and Plan of Actions". First BISMTEC on Cultural Cooperation, Paro, Bhutan, May 2006.
- Canadian Heritage (2008). (not publicly available) Comments on the *UNESCO FCS Draft 2007*.
- Caribbean Regional Negotiating Machinery (2006). *The Cultural Industries in CARICOM: Trade and Development Challenges*. Kingston/Barbados: Caribbean Regional Negotiating Machinery.
- Centre for Cultural Policy Research (2003). *Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries*. Central Policy Unit, Hong Kong Special Administrative Region Government: University of Hong Kong.
- Centre for Cultural Policy Research (2005). *A Study on Creativity Index*. Home Affairs Bureau, Hong Kong Special Administrative Region Government: University of Hong Kong.
- Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (2005). *Guide for Drawing up Regional Mapping of Creative Industries*. Bogota: Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales.
- Christensen, L. et al (2001). *Refuge for Integration: A Study of How the Ethnic Minorities in Denmark Use the Libraries*. Moellegade: Aarhus Public Libraries, pp.1-23. Accessed at: <http://www.aakb.dk/graphics/pub/refuge.pdf>
- Council for Cultural Affairs (2004). *Cultural Policy White Paper*. Taiwan: Council for Cultural Affairs.

- Cunningham, S. (2003). "The Evolving Creative Industries". Transcript of a seminar, 9 May 2003. Brisbane: Queensland University of Technology.
- Cunningham, S. and P. Higgs (2008). "Creative Industries Mapping: Where Have We Come From and Where Are We Going?" in *Creative Industries Journal*, Vol. 1, No. 1. Bristol: Intellect.
- Department for Culture, Media and Sport, United Kingdom (DCMS) (2001). *Creative Industries Mapping Document*. London: Department for Culture, Media and Sport.
- Department for Culture, Media and Sport, United Kingdom (DCMS) (2003). *Regional Data Framework for the Creative Industries: Final Technical Report for the Department of Culture, Media and Sport and the Regional Cultural Consortia*. London: Department for Culture, Media and Sport.
- Economic Review Committee, Service Industries Subcommittee Workgroup on the Creative Industries (2002). *Creative Industries Development Strategy: Propelling Singapore's Creative Economy*. Singapore: Economic Review Committee.
- European Commission (2001). "Report by the Task Force on Cultural Expenditure and Finance". Luxembourg: European Commission.
- European Commission (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Luxembourg: European Commission.
- European Commission and Eurostat (2002). *Europeans' Participation in Cultural Activity: A Eurobarometer Survey, Executive Summary*. Luxembourg: European Commission.
- Eurostat, OECD, UN and UNWTO (2001). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. Madrid: UNWTO.
- Eurostat. (2007). "Cultural Statistics" in *Eurostat Pocketbook*. Luxembourg: Eurostat.
- Girard, A. (1982). *Creative Industries: A Challenge for the Future of Culture*. Paris: UNESCO.
- Girard, A. (1982a). "Cultural industries: A handicap or a new opportunity for cultural development?" In UNESCO, *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*, pp. 24-39. Paris: UNESCO.
- Gupta, A. and J. Ferguson (Eds.) (1999). *Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology*. Durham, North Carolina: Duke University Press.
- Held, T., C. Kruse, M. Sondermann and A. Weckerle (2005). *Zurich's Creative Industries Synthesis Report*. Zurich: Office for Economy and Labour of the Canton of Zurich and City of Zurich Economic Development.
- Hoehn, J. and A. Randall (1989). "Too Many Proposals Pass the Benefit Cost Test" in *The American Economic Review*, Vol. 79.3, pp. 544-551. Pittsburgh: American Economic Review.
- Hui, D. (2005). "Learning from Mapping Exercises: From Baseline Study to Creativity Index". Paper presented to the conference "Asia Pacific Creative Communities: A Strategy for the 21st Century", UNESCO Senior Expert Symposium on Cultural Industries, Jodhpur, India, 22-26 February 2005.
- Inter-American Development Bank (IABD) (2007), *Cultural Industries in Latin America and the Caribbean: Challenges and Opportunities*. Washington: IABD.

International Center for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property (ICCROM). (1998). *Risk Preparedness: A Management Manual for World Cultural Heritage*. Rome: ICCROM.

International Council of Museums (ICOM) (2007). Article 3, Statutes, adopted by the 22nd General Assembly, Vienna, Austria, 24 August 2007.

International Labour Organization (ILO) (1988). *International Standard Classification of Occupations, ISCO 88*. Geneva: ILO.

International Labour Organization (ILO) (1989). *Indigenous and Tribal Peoples Convention*. No. 169. Geneva: ILO.

International Labour Organization (ILO) (2008). *International Standard Classification of Occupations, ISCO 08*. Geneva: ILO.

International Organization for Standardization (ISO) (2006). *ISO 2789, Information and documentation – International library statistics*. Accessed at: http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=39181

International Monetary Fund (IMF) (2008). *Balance of Payments and International Investment Position Manual, Six Edition (BPM6)*, pre-publication draft. December 2008. Washington: Statistics Department, IMF.

Keaney, E. (2006). *From Access to Participation: Cultural Policy and Civil Renewal*. London: Institute for Public Policy Research (IPPR).

LEG Eurostat (2000). "Cultural statistics in the EU". Eurostat Working Paper, Population and Social Conditions Series, 3/2000/E/No1. Final report of the LEG. Luxembourg: Eurostat.

Manninen, A. (2002). *Cultural Consumption and Practices: A National and Cross-National Perspective*. City of Helsinki, Department of Urban Facts. Proceedings of the International Symposium on Culture Statistics, UNESCO Institute for Statistics, Montreal, 21-23 October 2002.

Michalos, A. (2003). *Essays on the Quality of Life*. Social Indicators Research Series, Vol. 19. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Michalos, A. (ed.) (2005). *Citation Classics from Social Indicators Research: The Most Cited Articles*. Social Indicators Research Series, Vol. 26. Dordrecht: Springer.

Ministry of Cultural Affairs and Statistics New Zealand (1995). *New Zealand Framework for Cultural Statistics 1995*. Wellington: Ministry of Cultural Affairs and Statistics New Zealand.

Ministry of Cultural Affairs and Statistics New Zealand (1996). *Household Spending on Culture*. Wellington: Ministry of Cultural Affairs and Statistics New Zealand.

Ministry for Culture and Heritage and Statistics New Zealand (2003). *A Measure of Culture: Cultural Experiences and Cultural Spending in New Zealand*. Wellington: Ministry for Culture and Heritage and Statistics New Zealand.

Ministry for Culture and Heritage and Statistics New Zealand (2005). *Employment in the Cultural Sector 2005*. Wellington: Ministry for Culture and Heritage and Statistics New Zealand.

Ministry of Education (1998). *Cultural Industry Committee Final Report*. Helsinki: Ministry of Education.

Ministry of Gender, Labour and Social Development (2006). *Uganda National Culture Policy*. Kampala: Ministry of Gender, Labour and Social Development.

- Myerscough, J. (1988). *The Economic Importance of the Arts in Britain*. London: Policy Studies Institute.
- Navrud, S. and Richard C. Ready (2002). *Valuing Cultural Heritage: Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artefacts*. London: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Observatoire de la culture et des communications du Québec (2003). *Québec Culture and Communications Activity Classification System 2004*. Québec City: Institut de la statistique du Québec.
- Observatory of Cultural Policies in Africa (OCPA), Interarts and UNESCO (2004). "Cultural Indicators of Human Development in Africa", final report. International Seminar, Maputo, 3-5 March 2004.
- Observatory of Cultural Policies in Africa (OCPA). (2006) *Indicateurs culturels pour le développement humain en Afrique, projet de recherche*. Maputo: OCPA.
- OECD (1993). *The System of National Accounts, 1993 – Glossary*. Paris: OECD.
- OECD (2007). *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. Paris: OECD.
- OECD (2008). OECD Glossary of Statistical Terms. Accessed at: <http://stats.oecd.org/glossary/>
- Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) (2002). *Les industries culturelles des pays du Sud : Enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle*. Grenoble : OIF.
- Convenio Andres Bello (2004). *La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valorización de su impacto económico, cultural y social*. Economía & Cultura 8. Bogota: Convenio Andres Bello
- Pratt, A. C. (2001). "Understanding the cultural industries: Is more less?" *Culturelink* 35, pp. 51-68.
- Pratt, A. C. and N'deck Ndiaye (2004). "The Music Industry in Senegal: The Potential for Economic Development". Report for UNCTAD. London: UNCTAD.
- Scanlon, R. and R. Longley (1984). "The arts as an industry: the economic importance to the New York-New Jersey Metropolitan Region" in W. Hendon, D. Shaw and N. Grant (Eds.) *The Economics of Cultural Industries*, pp. 93-100. Akron: University of Akron and Association for Cultural Economics.
- Secretariat of the Convention on Biological Diversity (SCBD) (2007). "Article 8(j): Traditional knowledge and the convention on biological diversity". Montreal: SCBD. Accessed at: <http://www.cbd.int/programmes/socio-eco/traditional/default.shtml>
- Secretariat of the Pacific Community (SPC) (2002). *Regional Framework for the Protection of Traditional Knowledge and Expressions of Culture*.
- Sen, Amartya (2000). "Culture and Development". World Bank meeting, Tokyo, 11-13 December 2000.
- Siwek, S. (2002). *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2002 Report*. Washington: The International Intellectual Property Alliance.
- South African Cultural Observatory (2008). *The Economics of Culture and Cultural Statistics in South Africa*. Accessed at: http://www.culturalobservatory.org.za/pdf_files/econ_of_culture.pdf

- Statistics Canada (1997). *Canada's Culture, Heritage and Identity: A Statistical Perspective*. Ottawa: Statistics Canada.
- Statistics Canada (1998). *Quality Guidelines*. 12-539-XIE. Third Edition, October 1998. Ottawa: Statistics Canada.
- Statistics Canada (2004a). *Canadian Framework for Culture Statistics*. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Ottawa: Statistics Canada.
- Statistics Canada. (2004b). *Economic Contribution of Culture in Canada*. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Ottawa: Statistics Canada.
- Statistics Canada. (2004c). *Economic Contribution of the Culture Sector in Canada – A Provincial Perspective*. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Ottawa: Statistics Canada.
- Statistics Finland (2005). "Cultural Statistics". Accessed at: http://www.stat.fi/til/klt_en.html
- Statistics Finland (2005). "Leisure Survey". Accessed at: (http://www.stat.fi/til/klt_en.html)
- Statistics Finland (2006). "Mass Media". Accessed at: (http://www.stat.fi/til/klt_en.html)
- Statistics Finland (2006). "Mass Media Market 2000-2004". Accessed at: http://www.stat.fi/til/klt_en.html
- Statistics Finland (2006). "Time Use Survey". Accessed at: http://www.stat.fi/til/klt_en.html
- Statistics New Zealand (2000). "Government Spending on Culture". Accessed at: <http://stats.gov.nz/products-and-services/Articles/spemd-on-cult-90-99>.
- Statistics New Zealand (2003). "Cultural Experience Survey". Accessed at: <http://stats.gov.nz/NR/exeres>
- Steinberg, C. (2001). "Culture and sustainable tourism". *Recognising culture: A series of briefing papers on culture and development*. United Kingdom: Comedia, Department of Canadian Heritage, UNESCO.
- Thorhaug, J. (2003). "Danish Strategies in Public Library Services to Ethnic Minorities". Paper prepared for the World Library and Information Congress: 69th IFLA General Conference and Council, Berlin, 1-9 August 2003.
- Throsby, David. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Throsby, David. (2005). *On the Sustainability of Cultural Capital*. Research Paper No. 510. Sydney: Macquarie University.
- United Nations (2002). *Manual on Statistics of International Trade in Services*. Statistical Papers, Series M No. 86. European Commission, IMF, OECD, UNCTAD, WTO. New York: United Nations and IMF.
- United Nations (2005). *A Guide to Producing Statistics on Time Use: Measuring Paid and Unpaid Work*. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. New York: United Nations.
- United Nations (2007). *Principles and Recommendations for Population and Housing Censuses Revision 2*. Statistical Papers, Series M No. 67/Rev2. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. New York: United Nations.
- United Nations Statistics Division (UNSD) (2008). *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC), Revision 4*. Statistical Papers: Series M, No. 4, Rev. 4. New York: United Nations.

United Nations Statistics Division (UNSD) (1998). *Trial International Classification of Activities for Time-Use Statistics*. International Conference on Time Use, University of Luneberg, 22-25 April 1998.

United Nations Statistics Division (UNSD) (2009). *Central Product Classification, Version 2*. Accessed at: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/cpc-2.asp>

UNCTAD/WIPO (2001). *Developing Countries Becoming a Global Player: Opportunities in the Music Industry. Cuban Music Industry Development and Marketing Plan*. Geneva: UNCTAD and WIPO.

United Nations Development Programme (UNDP, 2005). *Human Development Report 2004: Cultural Liberty in Today's Diverse World*. New York: UNDP.

UNESCO (1970). "Recommendation concerning the International Standardization of Library Statistics". Records of the General Conference, 16th Session, Paris, 12 October-14 November 1970.

UNESCO (1972). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Paris: UNESCO.

UNESCO (1986). *The UNESCO Framework for Cultural Statistics*. Statistical Commission and Economic Commission for Europe, UNESCO, Conference of European Statisticians. Third Joint meeting on Cultural Statistics, 17-20 March 1986. CES/AC/44/11. 13 February 1986.

UNESCO (1988). *Traditional Restoration Techniques: A RAMP Study*. Paris: UNESCO.

UNESCO (1992) *Culture Industries for Development in Africa: Dakar Plan of Action*. Dakar: Organization of African Unity.

UNESCO (1995). "Our Creative Diversity". Report of the World Commission on Culture and Development. Paris: UNESCO.

UNESCO (1997). *Methodological Guide to the Collection of Data on Crafts*. Paris: UNESCO.

UNESCO (1999). "The Value of Culture". Paper by IADB and UNESCO for the Forum Development and Culture, Paris 11-12 March 1999.

UNESCO (2001). *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*. Paris: UNESCO.

UNESCO (2003a). *Atelier sur la culture et le développement dans le programme d'action du NEPAD*. Paris: UNESCO.

UNESCO (2003b). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris: UNESCO.

UNESCO (2003c). *Language Vitality and Endangerment*. Paris: UNESCO.

UNESCO (2005a). *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. Paris: UNESCO.

UNESCO (2005b). "Diagnóstico y metodología para diseñar indicadores culturales en los países centroamericanos". Documento de Trabajo, Seminario subregional sobre indicadores culturales en Centroamérica, San José, Costa Rica, 6-8 September 2005. Mexico: UNESCO Office Mexico.

UNESCO (2007). "World Heritage". Accessed at: <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape/>

UNESCO (2008). *La cultura en números: Hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica*. San José : UNESCO Office San José.

UNESCO (2009a). "Culture Sector". Accessed at: http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=35263&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO (2009b). "UNESCO's Atlas of the World's Languages in Danger, New Edition". Accessed at: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=44605&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO and International Trade Centre (ITC) (1997). Final report of the International Symposium on Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification. Manila, Philippines, 6-8 October 1997.

UNESCO-UIS (2005). *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003*. Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

UNESCO-UIS (2006a). *Creating Global Statistics for Culture: Expert Scoping Study*. Paper submitted to the UIS by BOP Consulting. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.

UNESCO-UIS (2006b). *Guidelines for Measuring Cultural Participation*. Paper submitted by Adolfo Morrone. Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

UNESCO-UIS (2006c). *Evaluating Language Statistics: The Ethnologue and Beyond*. Paper submitted by John C. Paolillo. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.

UNESCO-UIS (2006d re-edition). *International Standard Classification of Education (ISCED97)*. Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

UNESCO-UIS (2007). *Draft Revised 2009 Framework for Cultural Statistics*. Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

United Nations Statistical Commission (UNSC) and Economic Commission for Europe (ECE) (2000). "Terminology on Statistical Metadata". Conference of European Statisticians Statistical Standards and Studies, No. 53. New York: United Nations.

Wallis, R. (2001). "Best Practice Cases in the Music Industry and their Relevance for Government Policies in Developing Countries". Report for WIPO-UNCTAD. Geneva: WIPO-UNCTAD.

Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. London: Oxford University Press.

World Intellectual Property Organisation (WIPO) (1957). *International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks under the Nice Agreement*. Geneva: WIPO.

World Intellectual Property Organisation (WIPO) (1971). *International Patent Classification*. Geneva: WIPO.

World Intellectual Property Organisation (WIPO) (1979). *Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works*. WIPO Database of Intellectual Property WIPO Legislative Texts. Geneva: WIPO.

World Intellectual Property Organisation (WIPO) (2003). *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries*. Geneva: WIPO.

World Tourism Organization (UNWTO) (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, a Guidebook*. Madrid: UNWTO.