

## QUAN ĐIỂM VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG DỰ THẢO VĂN KIẾN ĐẠI HỘI LẦN THỨ XIV CỦA ĐẢNG

NGUYỄN TOÀN<sup>(\*)</sup>

Ngày nhận bài: 01/12/2025 Ngày thẩm định: 05/12/2025 Ngày duyệt đăng: 24/12/2025

**Tóm tắt:** Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng khẳng định bước tiến mới trong tư duy khi mở rộng nội hàm ngành công nghiệp văn hóa, nhấn mạnh vai trò của hệ sinh thái sáng tạo, sức mạnh mềm quốc gia và sự gắn kết giữa văn hóa với kinh tế số. Chuyển đổi số được xác định là yếu tố quyết định mô hình phát triển công nghiệp văn hóa hiện đại, cùng với yêu cầu hoàn thiện thể chế, phát triển thị trường văn hóa, đặc biệt thị trường nội dung số và nâng cao năng lực chủ thể sáng tạo. Những định hướng này tạo nền tảng để công nghiệp văn hóa đóng góp hiệu quả hơn vào tăng trưởng và hội nhập trong giai đoạn tới.

**Từ khóa:** công nghiệp văn hóa; chuyển đổi số; Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV; hệ sinh thái sáng tạo; sức mạnh mềm quốc gia

**1. Đặt vấn đề**

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, văn hóa không chỉ là nền tảng tinh thần xã hội, mà trở thành một nguồn lực kinh tế quan trọng, nhất là sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa. Theo UNESCO, công nghiệp văn hóa là các ngành kết hợp hoạt động sáng tạo, sản xuất và thương mại hóa những nội dung mang tính văn hóa, nghệ thuật hoặc di sản, có giá trị phi vật thể, thường được bảo hộ bởi quyền sở hữu trí tuệ và được thể hiện dưới dạng hàng hóa hoặc dịch vụ. Các ngành này vừa tạo ra giá trị kinh tế, vừa góp phần bảo tồn, lan tỏa bản sắc văn hóa và thúc đẩy sáng tạo trong xã hội.

Tại Việt Nam, Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 xác định, công nghiệp văn hóa Việt Nam gồm 10 ngành: 1) Điện ảnh; 2) Mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; 3) Nghệ thuật biểu diễn; 4) Phần mềm và các trò chơi giải trí; 5) Quảng cáo; 6) Thủ công mỹ nghệ; 7) Du lịch văn hóa; 8) Thiết kế sáng tạo; 9) Truyền hình và phát thanh; 10) Xuất bản<sup>(1)</sup>. Đây là những ngành tạo ra các sản phẩm kết hợp yếu tố văn hóa, sáng tạo, công nghệ và quyền sở hữu trí tuệ, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, hưởng thụ văn hóa của người dân và phù hợp với mục tiêu hội nhập quốc tế, phát triển bền vững đất nước<sup>(2)</sup>. Ngày nay, công nghiệp văn hóa không chỉ giới hạn trong việc sản xuất các sản phẩm văn hóa theo nghĩa truyền thống, mà còn bao trùm một hệ sinh thái rộng lớn, gồm toàn bộ chuỗi giá trị từ sáng tạo, sản xuất, phân phối đến tiêu dùng. Hệ sinh thái này được cấu thành bởi hạ tầng sáng tạo,

<sup>(\*)</sup> ThS, Học viện Chính trị khu vực III, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

thị trường và dịch vụ văn hóa, đội ngũ chủ thể sáng tạo, cùng môi trường thể chế, công nghệ và các thiết chế hỗ trợ liên quan.

Những điểm mới về công nghiệp văn hóa trong Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng thể hiện bước tiến trong nhận thức của Đảng về vai trò của công nghiệp văn hóa, phù hợp với xu thế quốc tế và yêu cầu phát triển của Việt Nam. Tuy nhiên, để các định hướng này đi vào thực tiễn, cần tiếp tục hoàn thiện một số nội dung quan trọng nhằm chuyển tầm nhìn chiến lược thành hệ thống chính sách cụ thể, đồng bộ và khả thi, từ đó đưa công nghiệp văn hóa trở thành trụ cột của mô hình tăng trưởng dựa trên đổi mới sáng tạo, kinh tế số và hội nhập quốc tế sâu rộng.

## **2. Những điểm mới về công nghiệp văn hóa trong Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng**

*Một là, mở rộng nội hàm khái niệm công nghiệp văn hóa: từ sản phẩm văn hóa đến dịch vụ văn hóa và chuỗi giá trị văn hóa hiện đại*

Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng tiếp tục cụ thể hóa và bổ sung nhiều định hướng quan trọng nhằm thúc đẩy phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh mới. Điểm nhấn quan trọng là việc bổ sung cụm từ “dịch vụ văn hóa” song hành với “công nghiệp văn hóa”, thể hiện cách tiếp cận toàn diện hơn đối với cấu trúc và động lực của kinh tế văn hóa hiện đại. Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng nhấn mạnh: “phát triển mạnh công nghiệp văn hóa, dịch vụ văn hóa đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu hưởng thụ văn hóa của nhân dân”<sup>(3)</sup>. Điều này khẳng định yêu cầu không chỉ dừng lại ở việc sản xuất sản phẩm văn hóa, mà còn phải mở rộng các dịch vụ, tiện ích và không gian sáng tạo, nơi văn hóa được lan tỏa, kết nối và chuyển hóa thành giá trị kinh tế - xã hội thiết thực. Như vậy, định hướng mới trong Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng không chỉ nhấn mạnh vai trò của công nghiệp văn hóa như một ngành kinh tế mũi nhọn, mà còn đề cao tính hệ sinh thái của văn

hóa; coi đây là nền tảng quan trọng để nâng cao chất lượng cuộc sống nhân dân, củng cố sức mạnh mềm quốc gia và tạo động lực cho phát triển bền vững trong giai đoạn tới.

Việc đưa “dịch vụ văn hóa” cùng hệ thống với công nghiệp văn hóa cho thấy nhận thức sâu sắc của Đảng về cấu trúc của thị trường văn hóa hiện đại. Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng đã mở rộng phạm vi sang các dịch vụ văn hóa, như phân phối, truyền thông văn hóa, du lịch văn hóa, nền tảng số cung cấp nội dung sáng tạo. Điều này phản ánh sự tương thích với mô hình “chuỗi giá trị văn hóa” mà UNESCO khuyến nghị: sáng tạo - sản xuất - phân phối - tiêu dùng; trong đó phân đoạn dịch vụ giữ vai trò gia tăng giá trị và mở rộng thị trường. Điểm mới này tạo ra định hướng đồng bộ, vừa phát triển năng lực sáng tạo của xã hội, vừa mở rộng thị trường tiếp nhận - điều kiện quan trọng để công nghiệp văn hóa thực sự vận hành theo logic của thị trường hiện đại.

*Hai là, đặt công nghiệp văn hóa trong chiến lược tăng cường sức mạnh mềm quốc gia và hội nhập quốc tế*

Cùng với việc mở rộng nội hàm, Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng có bước tiến quan trọng khi đặt công nghiệp văn hóa trong tổng thể chiến lược phát huy sức mạnh mềm quốc gia. Dự thảo Văn kiện nhấn mạnh: “chủ động, tích cực hợp tác, quảng bá hình ảnh đất nước, giá trị văn hóa và con người Việt Nam ra thế giới”<sup>(4)</sup>, coi đây là phương diện cốt yếu của nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc trong tình hình mới. Điểm nhấn này cho thấy, tư duy của Đảng đã phát triển, vượt lên cách tiếp cận truyền thống để hướng tới quan niệm hiện đại hơn về sức mạnh mềm. Trong đó, các sản phẩm văn hóa - sáng tạo, như điện ảnh, âm nhạc, thời trang, trò chơi điện tử, nội dung số,... được nhìn nhận như những công cụ hữu hiệu để mở rộng ảnh hưởng quốc gia.

Kinh nghiệm quốc tế đã minh chứng rõ ràng cho xu hướng này. Hàn Quốc với K-pop, điện ảnh và truyền hình đã định hình

“làn sóng Hallyu” giúp nâng tầm vị thế quốc gia. Nhật Bản xây dựng sức hấp dẫn toàn cầu thông qua anime - manga; Vương quốc Anh khẳng định dấu ấn bằng công nghiệp âm nhạc và thời trang; Hoa Kỳ duy trì ảnh hưởng sâu rộng nhờ Hollywood và hệ sinh thái truyền thông - giải trí. Trong tất cả các trường hợp đó, sự lan tỏa văn hóa thông qua sản phẩm sáng tạo đã trở thành “thương hiệu sức mạnh mềm quốc gia”, góp phần định vị hình ảnh, giá trị và bản sắc trên trường quốc tế.

Trong bối cảnh đó, việc Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng nhấn mạnh công nghiệp văn hóa là một nguồn lực quan trọng của đối ngoại văn hóa thể hiện tầm nhìn phù hợp xu thế toàn cầu, đồng thời gắn kết chặt chẽ với mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Đây là tiền đề để Việt Nam xây dựng sức mạnh mềm dựa trên sáng tạo, xây dựng hình ảnh một quốc gia hiện đại, giàu bản sắc và có khả năng đóng góp tích cực vào đời sống văn hóa thế giới.

*Ba là, khẳng định vai trò trung tâm của các chủ thể sáng tạo: văn nghệ sĩ - trí thức - doanh nhân văn hóa*

Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng nhấn mạnh, cần “chăm lo đội ngũ văn nghệ sĩ và những người làm công tác văn hóa, ... đề cao, khuyến khích vai trò tiên phong của đội ngũ trí thức, văn nghệ sĩ, doanh nhân và những người làm công tác văn hóa”<sup>(5)</sup>. Việc đặt doanh nhân văn hóa ngang hàng với văn nghệ sĩ và trí thức thể hiện sự phát triển trong tư duy lý luận của Đảng về bản chất nền kinh tế sáng tạo. Nếu văn nghệ sĩ được xem là người sáng tạo giá trị tinh thần, thì doanh nhân văn hóa được xác định là lực lượng biến sáng tạo thành giá trị kinh tế và gắn kết sản phẩm văn hóa với thị trường hiện đại.

Đây là điểm tiến bộ về nhận thức, bởi mọi ngành công nghiệp văn hóa chỉ có thể phát triển bền vững khi hình thành được hệ sinh thái nhân lực chất lượng cao, trong đó người sáng tạo (nghệ sĩ, kỹ sư, nhà thiết kế) và doanh nhân (nhà sản xuất, nhà phát hành,

nhà quản lý nền tảng) cùng phối hợp để tạo ra chuỗi giá trị. UNESCO ước tính các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo đóng góp khoảng 6,2% việc làm toàn cầu<sup>(6)</sup> và có xu hướng tăng nhanh trong bối cảnh kinh tế số. Tại Việt Nam, lực lượng sáng tạo tuy đông, nhưng phân tán, thiếu cơ chế khuyến khích tài năng và cơ chế đãi ngộ đặc thù. Do đó, việc Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng nhấn mạnh phát triển con người sáng tạo không chỉ là yêu cầu nhân văn, mà còn là một chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa dựa trên tri thức - nền tảng của sức cạnh tranh quốc gia trong thế kỷ XXI.

*Bốn là, nhấn mạnh vai trò của chuyển đổi số trong mô hình phát triển công nghiệp văn hóa hiện đại*

Một điểm mới đặc biệt đáng chú ý trong Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng là sự nhấn mạnh rõ nét vai trò của chuyển đổi số đối với sự phát triển của công nghiệp văn hóa. Dự thảo yêu cầu: “đẩy mạnh chuyển đổi số, xây dựng và quản lý tốt môi trường văn hóa; phát triển và quản lý có hiệu quả thị trường sản phẩm, dịch vụ văn hóa số”<sup>(7)</sup>. Điều này cho thấy, Đảng không chỉ nhìn nhận văn hóa như lĩnh vực chịu tác động của công nghệ số, mà chủ động coi đây là ngành có khả năng tận dụng công nghệ để đổi mới mô hình sản xuất, phân phối và tiêu dùng văn hóa.

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, các lĩnh vực văn hóa, từ điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, xuất bản, thiết kế sáng tạo đến trò chơi điện tử và các dịch vụ nội dung số, đều chuyển dịch mạnh mẽ sang nền tảng số. Công nghệ số không chỉ mở rộng phạm vi tiếp cận công chúng, tạo ra không gian sáng tạo mới, mà còn tái cấu trúc toàn bộ chuỗi giá trị văn hóa. Việc Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng nhấn mạnh yêu cầu thúc đẩy chuyển đổi số cho thấy tầm nhìn nắm bắt xu thế. Công nghiệp văn hóa Việt Nam cần gắn kết với chương trình chuyển đổi số quốc gia, mới có thể tham gia cạnh tranh trong khu vực và thế giới.

Nhìn tổng thể, những điểm mới trong Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng phản ánh sự phát triển toàn diện trong tư duy của Đảng về công nghiệp văn hóa. Đảng không chỉ mở rộng nội hàm và phạm vi của các ngành công nghiệp văn hóa, mà còn xác định đây là nguồn lực chiến lược, một trụ cột tăng trưởng mới, gắn chặt với phát huy sức mạnh mềm quốc gia, chuyển đổi số và hội nhập quốc tế.

### **3. Một số góp ý để hoàn thiện nội dung công nghiệp văn hóa trong Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng**

Quan điểm về công nghiệp văn hóa trong Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng đã có nhiều điểm mới quan trọng, nhưng vẫn cần được bổ sung những điểm mới, cụ thể:

*Thứ nhất, cần làm rõ mô hình phát triển công nghiệp văn hóa*

Dự thảo Báo cáo chính trị xác định: “đẩy mạnh phát triển đồng bộ các lĩnh vực văn hóa”<sup>(8)</sup>, “phát triển mạnh công nghiệp văn hóa, dịch vụ văn hóa”<sup>(9)</sup>. Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng cũng đã đề cập đến việc “đẩy mạnh chuyển đổi số, công tác quản lý của nhà nước về văn hóa như thị trường sản phẩm và dịch vụ văn hóa số”<sup>(10)</sup>. Tuy nhiên, Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng chưa nêu rõ mô hình phát triển theo hệ sinh thái sáng tạo, vốn là cấu trúc cốt lõi trong vận hành các ngành công nghiệp văn hóa hiện đại. Việc bổ sung mô hình này sẽ giúp xác định rõ vai trò kiến tạo của Nhà nước, vai trò nòng cốt của doanh nghiệp sáng tạo và vị trí then chốt của đội ngũ văn nghệ sĩ - trí thức - doanh nhân văn hóa, phù hợp với định hướng “đề cao vai trò tiên phong của trí thức, văn nghệ sĩ, doanh nhân và những người làm công tác văn hóa”<sup>(11)</sup>.

*Thứ hai, cần hoàn thiện thể chế theo hướng xây dựng khuôn khổ pháp lý thống nhất cho công nghiệp văn hóa*

Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng đã nêu rõ nhiệm vụ xây dựng, hoàn thiện đồng bộ thể chế phát triển nhanh và bền vững, trong đó đề cập nhiệm vụ chung về

“xây dựng các chính sách đột phá, hỗ trợ phát triển công nghiệp văn hóa”<sup>(12)</sup>. Thực tế, hoạt động sáng tạo hiện nay đang phân tán trong nhiều luật khác nhau, gây khó khăn cho phát triển thị trường văn hóa hiện đại; đồng thời, chưa xác định cơ chế pháp lý đặc thù để điều phối liên ngành hay đưa ra định hướng xây dựng Luật Công nghiệp văn hóa hoặc nghị định khung cần thiết để thống nhất quản lý toàn ngành. Vì vậy, nên bổ sung định hướng xây dựng khung pháp lý thống nhất bao quát dịch vụ văn hóa - dịch vụ sáng tạo - nền tảng số - sở hữu trí tuệ số, nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển công nghiệp văn hóa trong điều kiện kinh tế số và hội nhập quốc tế sâu rộng.

*Thứ ba, cần làm rõ định hướng phát triển thị trường văn hóa và thị trường nội dung số*

Dự thảo Văn kiện mới chỉ xác định khái quát yêu cầu “phát triển và quản lý có hiệu quả thị trường sản phẩm, dịch vụ văn hóa số”<sup>(13)</sup>, mà chưa làm rõ các yếu tố cấu thành một thị trường vận hành hiệu quả, hiện đại và cạnh tranh lành mạnh. Thị trường văn hóa không chỉ bao gồm hoạt động trao đổi sản phẩm văn hóa, mà còn đòi hỏi hệ thống tiêu chuẩn, tiêu chí phân loại sản phẩm, cơ chế minh bạch hóa giá trị văn hóa, hạ tầng phân phối và thiết chế kiểm định chất lượng. Cùng với đó, thị trường nội dung số cần được xác định như một trụ cột chiến lược, bởi đây là không gian tạo giá trị gia tăng cao và là xu hướng chủ đạo của công nghiệp văn hóa toàn cầu. Cần phát triển hệ sinh thái nền tảng phân phối nội dung số trong nước, giảm sự lệ thuộc vào các nền tảng xuyên biên giới và tạo điều kiện để doanh nghiệp sáng tạo nội địa tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị mới. Các chính sách tài chính, như ưu đãi thuế, tín dụng, quỹ đầu tư sáng tạo cần được thiết kế phù hợp để kích thích thị trường phát triển. Cần thiết lập một bộ chỉ số quốc gia về công nghiệp văn hóa nhằm đo lường đóng góp GDP, quy mô thị trường, năng lực cạnh tranh, mức độ ảnh hưởng của sản phẩm văn hóa Việt Nam, từ đó bảo đảm việc hoạch định chính sách dựa trên dữ liệu và có căn cứ khoa học.

*Thứ tư, cần bổ sung hệ thống chỉ tiêu phát triển văn hóa và công nghiệp văn hóa trong giai đoạn 2026 - 2030*

Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng xác định: “bảo đảm phát triển văn hóa ngang tầm với kinh tế, chính trị và xã hội”<sup>(14)</sup>, nhưng trong hệ thống các chỉ tiêu chủ yếu về phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2026 - 2030 lại chưa có chỉ tiêu nào phản ánh mức độ phát triển văn hóa nói chung và công nghiệp văn hóa nói riêng. Việc thiếu vắng chỉ tiêu định lượng dẫn tới khó khăn trong đánh giá kết quả thực hiện chủ trương của Đảng, không tạo được động lực đủ mạnh cho các bộ, ngành, địa phương trong triển khai chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa. Do vậy, cần bổ sung vào hệ thống chỉ tiêu phát triển kinh tế - xã hội những chỉ tiêu cốt lõi phản ánh sự phát triển của công nghiệp văn hóa, làm cơ sở giám sát và lượng hóa mức độ phát triển văn hóa. Các chỉ tiêu có thể xem xét gồm: tỷ lệ đóng góp của công nghiệp văn hóa vào GDP; tốc độ tăng trưởng các ngành công nghiệp văn hóa trọng điểm; giá trị thị trường nội dung số; tỷ lệ lao động làm việc trong lĩnh vực sáng tạo; chỉ số cạnh tranh sản phẩm văn hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế; hệ thống hạ tầng văn hóa - sáng tạo được đầu tư đạt chuẩn. Việc lượng hóa các chỉ tiêu này không chỉ khẳng định vị trí của văn hóa trong mô hình phát triển mới, mà còn tạo cơ sở thống nhất cho việc hoạch định chính sách, phân bổ nguồn lực và đánh giá hiệu quả thực thi chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2045.

#### **4. Kết luận**

Những nội dung mới về công nghiệp văn hóa trong Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng cho thấy tầm nhìn chiến lược và bước phát triển quan trọng trong tư duy của Đảng về công nghiệp văn hóa trong giai đoạn tới. Việc mở rộng nội hàm từ sản xuất sản phẩm văn hóa sang phát triển đồng bộ dịch vụ văn hóa; đặt công nghiệp văn hóa trong chiến lược tăng cường sức mạnh mềm

quốc gia; nhấn mạnh vai trò then chốt của các chủ thể sáng tạo; coi chuyển đổi số là động lực quyết định đã tạo nền tảng vững chắc để hình thành mô hình công nghiệp văn hóa hiện đại, hội nhập và có khả năng cạnh tranh quốc tế. Tuy nhiên, để các định hướng này đi vào thực tiễn, Dự thảo Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng cần được tiếp tục hoàn thiện theo hướng cụ thể hóa hơn nữa cơ chế phát triển hệ sinh thái sáng tạo, khuôn khổ pháp lý thống nhất, định hướng xây dựng thị trường văn hóa - nội dung số, cùng hệ thống chỉ tiêu đánh giá sự phát triển của công nghiệp văn hóa trong giai đoạn 2026 - 2030. Những bổ sung này không chỉ giúp lượng hóa rõ ràng mục tiêu “đặt văn hóa ngang hàng với kinh tế, chính trị và xã hội”, mà còn tạo động lực cho các bộ, ngành, địa phương chủ động triển khai chính sách, huy động nguồn lực xã hội, phát huy tiềm năng sáng tạo của người dân và cộng đồng doanh nghiệp.

Hoàn thiện các nội dung này trong Văn kiện Đại hội lần thứ XIV của Đảng sẽ góp phần định hình tầm nhìn dài hạn cho phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045; đồng thời, khẳng định vai trò của văn hóa như một trụ cột phát triển đất nước, một nguồn lực mềm quan trọng và một động lực tăng trưởng mới trong thời kỳ kinh tế số và hội nhập quốc tế sâu rộng hiện nay

(1) và (2) Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 của Thủ tướng Chính phủ “Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”

(3), (4), (5), (7), (8), (9), (10), (11), (12), (13) và (14) *Dự thảo Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XIII tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng*, <https://chinhphu.vn>, ngày 15/10/2025, tr.27, 27, 27, 27, 27, 27, 27, 27, 3, 27 và 23

(6) Phan Mạnh Đức, ThS. Nguyễn Tuyết Hoa, *Nhận diện yếu tố tác động đến người trẻ trong phát triển ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo*, <http://vanhoanghethuat.vn>, ngày 06/02/2025