

Mô hình thể chế phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại một số quốc gia và gợi ý cho Việt Nam

Lại Thị Thanh Bình^(*)

Tóm tắt: Bài viết tổng quan các lý thuyết và cách tiếp cận thể chế trong phát triển công nghiệp văn hóa, đồng thời phân tích bốn mô hình tiêu biểu là Hàn Quốc, Pháp, Anh và Trung Quốc. Các trường hợp này cho thấy sự đa dạng trong thiết kế và vận hành thể chế, từ mô hình nhà nước chủ đạo đến cơ chế bảo trợ, thị trường dẫn dắt và kiểm soát gắn với công nghệ. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số gợi ý chính sách nhằm hoàn thiện thể chế công nghiệp văn hóa ở Việt Nam theo hướng linh hoạt, tích hợp và thích ứng với bối cảnh số.

Từ khóa: Thể chế, Công nghiệp văn hóa, Mô hình thể chế, Chính sách văn hóa, Thể chế thích ứng, Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi số

Abstract: Abstract: The article overviews institutional theories and approaches to cultural industry development, and analyzes four typical models of South Korea, France, the United Kingdom, and China. These cases demonstrate the diversity of institutional design and operation, ranging from state-led models to patronage mechanisms, market-driven systems, and technology-based control. On this basis, the article proposes some policy recommendations to improve Vietnam's cultural industry institutions towards greater flexibility, integration, and adaptability to the digital context.

Keywords: Institutions, Cultural Industry, Institutional Models, Cultural Policy, Adaptive Institutions, Creative Innovation, Digital Transformation

Ngày nhận bài: 28/5/2025; Ngày duyệt đăng: 25/7/2025

1. Mở đầu

Công nghiệp văn hóa (CNVH) đang nổi lên như một lĩnh vực chiến lược, kết hợp giữa các giá trị biểu đạt văn hóa, đổi mới sáng tạo và tiềm năng kinh tế. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, CNVH không chỉ thúc đẩy tăng trưởng mà còn là công cụ khẳng định bản sắc và nâng cao vị thế quốc gia. Chính vì vậy, CNVH

ngày càng thu hút sự quan tâm của giới học thuật, nhà quản lý và cộng đồng sáng tạo trên toàn thế giới.

Một trong những yếu tố then chốt quyết định sự phát triển bền vững của CNVH là hệ thống thể chế - bao gồm luật pháp, chính sách công, thiết chế tài chính, cùng với các quy tắc phi chính thức như chuẩn mực xã hội, vốn văn hóa và mạng lưới nghề nghiệp. Các nghiên cứu kinh điển về thể chế (North, 1990; Acemoglu và cộng sự, 2012) đã chỉ ra rằng, thể chế chính là nền tảng kiến

^(*) ThS., Viện Thông tin Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam;
Email: laithanhbinhissi@gmail.com

tạo năng lực phát triển, đặc biệt quan trọng đối với các lĩnh vực đòi hỏi tính sáng tạo và sự tương tác xã hội cao như CNVH.

Tại Việt Nam, hệ thống thể chế cho phát triển CNVH vẫn đang trong giai đoạn hoàn thiện. Các chính sách hiện hành còn thiếu tính tích hợp liên ngành, chưa phản ánh đầy đủ đặc thù của nền kinh tế sáng tạo và còn chậm thích ứng trước những thay đổi do chuyển đổi số. Trong bối cảnh đó, việc tìm hiểu mô hình quốc tế về thể chế CNVH là cơ sở khoa học cần thiết để đề xuất các định hướng cải cách phù hợp cho Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết về thể chế trong phát triển công nghiệp văn hóa

Dựa trên lý thuyết thể chế mới (North, 1990; Acemoglu và cộng sự, 2012), khung hệ sinh thái sáng tạo (KEA European Affairs, 2006) và các nghiên cứu cập nhật về chính sách văn hóa trong thời đại số (UNESCO, 2021; McKelvey và cộng sự, 2020), có thể nhận diện ba cách tiếp cận thể chế chủ yếu trong phát triển CNVH: thể chế chính thức, thể chế phi chính thức và thể chế thích ứng. Một hệ thống thể chế CNVH bền vững chỉ có thể hình thành khi ba cách tiếp cận này được kết hợp đồng bộ: thể chế chính thức cung cấp khung khổ và sự ổn định; thể chế phi chính thức nuôi dưỡng sáng tạo và bản sắc; còn thể chế thích ứng bảo đảm tính linh hoạt và năng động. Cách tiếp cận tích hợp này tạo ra một khung phân tích toàn diện, làm nền tảng cho việc tham chiếu các mô hình quốc tế và xác định định hướng phù hợp cho Việt Nam.

2.1. Tiếp cận thể chế chính thức

Đây là hướng tiếp cận phổ biến nhất, tập trung vào vai trò của các quy định pháp lý, cơ chế tài chính, chính sách công và tổ chức hành chính trong việc thúc đẩy

hay kích thích sự phát triển của CNVH. Theo D. Acemoglu và J. Robinson (2012), một thể chế chính thức tốt phải đảm bảo sự công bằng, minh bạch và thúc đẩy cạnh tranh - ba yếu tố thiết yếu cho sự phát triển sáng tạo. Trong lĩnh vực CNVH, các nghiên cứu của KEA European Affairs (2006), UNESCO (2005; 2021) cho thấy thể chế chính thức thường thể hiện qua: *Khung pháp lý rõ ràng và ổn định* (luật bản quyền, luật điện ảnh, quy định kiểm duyệt nội dung, luật truyền thông - nhằm bảo vệ tài sản trí tuệ và kiểm soát sự xâm nhập của sản phẩm ngoại lai); *Chính sách tài chính công minh bạch và có chiến lược* (như các quỹ văn hóa quốc gia, ưu đãi thuế cho doanh nghiệp sáng tạo, chương trình tài trợ theo ngành và theo vùng); *Cơ quan điều phối chuyên trách* (hội đồng nghệ thuật hoặc cơ quan cấp Bộ có thẩm quyền liên ngành để điều phối chính sách văn hóa, kinh tế và giáo dục).

2.2. Tiếp cận thể chế phi chính thức

Bên cạnh các quy định chính thức, một số nghiên cứu đã chỉ ra vai trò then chốt của các yếu tố thể chế phi chính thức - đó là những quy tắc ngầm hoặc chuẩn mực xã hội điều chỉnh hành vi sáng tạo và tiêu thụ văn hóa (North, 1990; Scott, 2006). Một số yếu tố tiêu biểu gồm: *Thói quen và thị hiếu văn hóa*: Tác động trực tiếp đến quy mô thị trường và định hướng sản phẩm (ví dụ: thị hiếu ưa chuộng điện ảnh nội địa, âm nhạc dân tộc hoặc sản phẩm văn hóa đa phương tiện); *Quan hệ mạng lưới*: Các mối liên kết giữa nghệ sĩ, nhà tài trợ, không gian sáng tạo, trường nghệ thuật đóng vai trò duy trì “cụm sáng tạo” (creative clusters) ở cấp địa phương; *Truyền thống và niềm tin văn hóa*: Là yếu tố nâng đỡ hoặc cản trở sự đổi mới, tùy theo mức độ cởi mở của cộng đồng với sản phẩm văn hóa mới.

Các nghiên cứu của WIPO (2015), R. Comunian R. và A. Gilmore (2015), hoặc UNCTAD (2010) cho thấy, tại nhiều quốc gia đang phát triển, nơi hệ thống pháp luật về lĩnh vực này chưa hoàn chỉnh, các thể chế phi chính thức lại là nền tảng duy trì hoạt động sáng tạo. Do đó, việc phát triển CNVH cần kết hợp giữa cải cách thể chế chính thức và nâng cao năng lực thể chế phi chính thức thông qua giáo dục văn hóa, hỗ trợ cộng đồng nghệ sĩ và xây dựng không gian sáng tạo mở.

2.3. Tiếp cận thể chế thích ứng trong bối cảnh chuyển đổi số

Trong kỷ nguyên số, tốc độ thay đổi công nghệ đòi hỏi các thể chế phải có khả năng thích ứng cao - từ đổi mới quy định pháp luật, cải tiến công cụ điều tiết, đến cập nhật cấu trúc quản lý. Các nghiên cứu gần đây sử dụng khái niệm “thể chế thích ứng” (adaptive institutions) để chỉ những hệ thống có năng lực điều chỉnh nhanh trước các vấn đề mới, chẳng hạn như: *Sự trỗi dậy của nền tảng số* (YouTube, TikTok, Spotify...): Làm thay đổi phương thức sản xuất - phân phối - tiêu thụ nội dung, kéo theo yêu cầu mới về thuế nền tảng, chia sẻ doanh thu, trách nhiệm thuật toán và bảo vệ dữ liệu người dùng; *Quản trị nội dung do trí tuệ nhân tạo tạo ra* (AI-generated content): Đặt ra thách thức pháp lý về quyền sở hữu trí tuệ, các chuẩn mực đạo đức trong sáng tạo và độ xác thực của nội dung; *Chuyển đổi mô hình điều tiết*: Từ kiểm soát hành chính sang quản trị dựa trên dữ liệu (Cunningham và cộng sự, 2019; UNCTAD, 2022; Gillespie, 2018; McKelvey và cộng sự, 2020).

Việc phát triển thể chế thích ứng đòi hỏi năng lực đổi mới chính sách liên tục, sự phối hợp liên ngành và khả năng dự báo xu thế công nghệ. Điều này vừa là thách thức

nhưng cũng là động lực để các quốc gia tái thiết kế bộ máy quản trị CNVH trong bối cảnh mới.

3. Mô hình thể chế phát triển công nghiệp văn hóa tại một số quốc gia

3.1. Hàn Quốc: Mô hình nhà nước chủ đạo và điều phối liên ngành

Đây là mô hình mà Nhà nước giữ vai trò trung tâm, trực tiếp hoạch định chiến lược, chính sách và điều phối nguồn lực để phát triển ngành CNVH một cách đồng bộ và bền vững. Từ đầu thập niên 2000, Hàn Quốc đã ban hành Luật Nội dung văn hóa, thành lập Cơ quan Nội dung văn hóa Hàn Quốc (KOCCA) và đưa ngành sáng tạo vào Kế hoạch Phát triển kinh tế 5 năm. Theo Yoon (2019), mô hình thể chế của Hàn Quốc thể hiện rõ vai trò “kiến tạo thị trường” của Nhà nước, cho phép CNVH trở thành ngành xuất khẩu chiến lược với tốc độ tăng trưởng hằng năm lên tới 8-10%.

Ngoài ra, hệ thống thể chế tại đây còn tích hợp đồng bộ nhiều trụ cột chính như: (i) *Cơ chế tài chính công* (Áp dụng mô hình “public seeding”, trong đó Nhà nước đóng vai trò đầu tư ban đầu cho hệ sinh thái sáng tạo, như giai đoạn lên ý tưởng và thử nghiệm sản phẩm; triển khai nhiều chương trình tài chính như: Quỹ hỗ trợ khởi nghiệp nội dung, Quỹ xúc tiến xuất khẩu nội dung; khuyến khích đầu tư tư nhân thông qua ưu đãi thuế, hỗ trợ thuê mặt bằng và thiết lập các cơ chế hợp tác công - tư đặc thù); (ii) *Đào tạo nhân lực* (Các chương trình đào tạo chuyên ngành truyền thông, nghệ thuật số và kỹ thuật biểu diễn. Ngoài ra, các cơ sở giáo dục kết nối với doanh nghiệp và các cụm sáng tạo địa phương, giúp nâng cao năng lực thực tiễn cho nhân lực văn hóa); (iii) *Chính sách xuất khẩu* (Nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng xuất khẩu, xây dựng

thương hiệu văn hóa và kết nối với các chuỗi giá trị toàn cầu, góp phần nâng cao vị thế văn hóa quốc gia); (iv) *Xây dựng thương hiệu quốc gia* (Thông qua làn sóng Hallyu quảng bá sản phẩm ra thị trường thế giới) (KOCCA, 2020; OECD, 2020).

Mô hình của Hàn Quốc cho thấy hiệu quả của cách tiếp cận thể chế tích hợp - nơi Nhà nước giữ vai trò điều phối chiến lược, đặc biệt phù hợp với các quốc gia đang định hình nền tảng thể chế cho CNVH như Việt Nam.

3.2. Pháp: Mô hình nhà nước bảo trợ và chính sách “ngoại lệ văn hóa”

Pháp được biết đến là một trong những quốc gia điển hình trong việc xây dựng mô hình thể chế bảo trợ nhà nước cho ngành CNVH, với triết lý cốt lõi là “ngoại lệ văn hóa” - theo đó văn hoá không chỉ được xem như một loại hàng hóa thương mại, mà cần được nhà nước bảo vệ như một giá trị công cộng. Quan điểm này cho phép Chính phủ Pháp chủ động thiết kế chính sách can thiệp vào thị trường để bảo vệ và phát triển các giá trị văn hóa truyền thống.

Hệ thống thể chế tại Pháp bao gồm nhiều tầng nấc và công cụ hỗ trợ, tiêu biểu như: (i) *Hệ thống quỹ công đa tầng*: Cơ chế tài trợ văn hóa được tổ chức ở cả ba cấp - trung ương, vùng và địa phương - thông qua các hội đồng nghệ thuật, quỹ sáng tạo, chương trình đặt hàng công. Đặc biệt, nghệ sĩ độc lập và tổ chức phi lợi nhuận được tiếp cận nguồn hỗ trợ nhằm duy trì tính đa dạng và thử nghiệm trong nghệ thuật đương đại (UNESCO, 2021); (ii) *Hệ thống thiết chế trung gian đa dạng*, chẳng hạn như: Trung tâm Điện ảnh Quốc gia (CNC), Trung tâm Sách Quốc gia (CNL), Trung tâm Âm nhạc Quốc gia (CNM). Trong đó, CNC là thiết chế then chốt điều

tiết ngành điện ảnh Pháp, có quyền thu và phân phối lại một phần doanh thu từ các phương tiện truyền thông (truyền hình, dịch vụ phát trực tuyến, rạp chiếu phim...) để tái đầu tư vào sản xuất nội dung nội địa. CNC không chỉ tài trợ cho phim truyện mà còn hỗ trợ cả phim tài liệu, phim ngắn, phim hoạt hình và các thể loại thử nghiệm (KEA European Affairs, 2006); (iii) *Chính sách thuế ngành đặc thù*: Pháp áp dụng các khoản phụ thu từ ngành công nghệ số (ví dụ: Netflix, Amazon Prime) và chuyển nguồn thu này về các quỹ văn hóa, như một cách điều tiết thị trường nội dung xuyên biên giới và bảo vệ nhà sản xuất nội dung trong nước (UNESCO, 2021); (iv) *Khuyến khích quyền tiếp cận bình đẳng*: Chính phủ Pháp không chỉ tài trợ cho sản xuất nội dung, mà còn đầu tư vào phân phối và tiếp cận, bao gồm phát triển rạp chiếu phim tại vùng sâu, vùng xa, thư viện công cộng, nhà hát di động,... nhằm bảo đảm mọi công dân đều có quyền thụ hưởng văn hóa.

Mô hình của Pháp là cách tiếp cận thể chế “bảo trợ mềm” (soft protectionism), nơi nhà nước không áp đặt kiểm soát hành chính tuyệt đối, nhưng giữ vai trò kiến tạo môi trường sáng tạo, điều tiết dòng vốn thị trường và tái phân phối lợi ích văn hóa một cách công bằng. Cách tiếp cận này giúp Pháp bảo tồn được bản sắc văn hóa quốc gia trong khi vẫn hội nhập với dòng chảy toàn cầu hóa. Đối với Việt Nam, kinh nghiệm từ Pháp gợi mở hai điểm then chốt: coi văn hóa là giá trị công cộng cần được bảo vệ và thiết kế các công cụ chính sách linh hoạt (quỹ công, thiết chế trung gian, thuế văn hóa, phụ phí công nghệ số) nhằm nuôi dưỡng sự đa dạng sáng tạo, điều tiết thị trường xuyên biên giới và mở rộng quyền tiếp cận văn hóa.

3.3. Anh: Mô hình thị trường dẫn dắt, chính sách hỗ trợ linh hoạt

Nước Anh là một ví dụ tiêu biểu về mô hình thể chế phát triển CNVH dựa trên nguyên tắc thị trường, nhưng có sự định hướng chính sách rõ ràng từ phía Nhà nước. Thay vì trực tiếp can thiệp hành chính hay tài trợ toàn diện như mô hình bảo trợ ở Pháp, Chính phủ Anh chủ trương kiến tạo môi trường cạnh tranh minh bạch, khuyến khích khu vực tư nhân và cộng đồng sáng tạo chủ động dẫn dắt sự phát triển của ngành. Theo R. Comunian và A. Gilmore (2015), Arts Council England (2023), BOP Consulting (2010), mô hình này có một số đặc điểm nổi bật như sau: (i) *Hội đồng Nghệ thuật Anh quốc (Arts Council England)*: là cơ quan công lập bán tự trị, được ủy quyền phân bổ ngân sách văn hóa quốc gia cho các tổ chức và nghệ sĩ thông qua cơ chế tài trợ cạnh tranh. Quy trình đánh giá dựa trên tiêu chí tác động xã hội, tính bao trùm, đổi mới và bền vững, thay vì chỉ dựa trên uy tín chuyên môn hay thành tích truyền thống. Cách làm này giúp bảo đảm tính công bằng, hiệu quả và gắn kết giữa nghệ thuật với cộng đồng; (ii) *Khu sáng tạo liên ngành (Creative Clusters)*: là mô hình kết nối ba chủ thể - nhà nước, doanh nghiệp và trường đại học - nhằm hình thành các trung tâm sáng tạo có tính liên ngành cao. Các cụm này được hỗ trợ tài chính hỗn hợp (công - tư - học thuật), đồng thời được tích hợp trong chiến lược phát triển đô thị và giáo dục đại học. Ví dụ điển hình là các cụm sáng tạo tại Manchester, Bristol, London hoặc Birmingham - nơi hội tụ của các nhà làm phim, nhà thiết kế, nhà nghiên cứu và nhà khởi nghiệp công nghệ sáng tạo (Comunian và cộng sự, 2015); (iii) *Chính sách khuyến khích đầu tư tư nhân*: Chính phủ Anh đã xây dựng các chính sách miễn

thuế, quỹ đối ứng công - tư (matching fund) và các cơ chế bảo hộ pháp lý rõ ràng nhằm khuyến khích các quỹ đầu tư mạo hiểm và studio độc lập đầu tư vào nghệ thuật, đặc biệt trong các lĩnh vực rủi ro như phim nghệ thuật, game, sáng tạo kỹ thuật số...

Với cách tiếp cận này, Chính phủ Anh đóng vai trò hỗ trợ và điều phối ở mức chiến lược, trong khi thị trường và cộng đồng đóng vai trò dẫn dắt sáng tạo. Mô hình “bán tự trị” này cho thấy cách tiếp cận thể chế kết hợp giữa tự do sáng tạo, cạnh tranh minh bạch và định hướng công, phù hợp với các nền kinh tế có khu vực tư nhân năng động. Kinh nghiệm này gợi mở cho Việt Nam hướng đi xây dựng các thiết chế trung gian công lập linh hoạt, thúc đẩy cơ chế tài trợ cạnh tranh và khuyến khích đầu tư tư nhân vào lĩnh vực văn hóa sáng tạo.

3.4. Trung Quốc: Mô hình nhà nước kiểm soát và định hướng kết hợp công nghệ

Trong những năm gần đây, Trung Quốc đã xác định CNVH là một trong những ngành chiến lược, được lồng ghép sâu vào các chương trình quốc gia như “Made in China 2025” và “Chiến lược phát triển Internet+”. Dưới sự định hướng tập trung cao độ từ Nhà nước, mô hình thể chế CNVH Trung Quốc thể hiện một cấu trúc “kiểm soát nhà nước mạnh mẽ” nhưng đồng thời tích cực đổi mới về công nghệ và chính sách thị trường nội địa (Fung, 2016; Yu và cộng sự, 2023)

Một số trụ cột chính trong mô hình này gồm: (i) *Xây dựng hệ thống khu CNVH cấp quốc gia*: Nhà nước đầu tư quy mô lớn vào các khu CNVH tại các trung tâm kinh tế và công nghệ như Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Châu và Thâm Quyển. Các khu này tích hợp sản xuất nội dung, thương mại hóa sản phẩm sáng tạo, giáo dục nghệ thuật và phát triển nền tảng

số - từ đó hình thành những “trung tâm CNVH tích hợp” theo kiểu mô hình cụm (clusters) do Nhà nước dẫn dắt (Keane, 2013); (ii) *Hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực CNVH và phát triển nội dung bản địa*: Trung Quốc tập trung phát triển các nền tảng nội địa như Douyin (TikTok phiên bản Trung Quốc), Bilibili (video), Xiaohongshu (mạng xã hội lối sống)... thông qua các gói hỗ trợ tài chính, chính sách sandbox thử nghiệm và tiếp cận ưu đãi thuế. Nhà nước cũng khuyến khích sản xuất nội dung “chủ lưu” (mainstream) phản ánh các giá trị xã hội Trung Quốc, đồng thời hiện đại hóa cách tiếp cận truyền thông để cạnh tranh với sản phẩm ngoại nhập; (iii) *Kiểm duyệt chặt chẽ nhưng thúc đẩy thị trường nội địa*: Mặc dù duy trì cơ chế kiểm duyệt nghiêm ngặt về nội dung văn hóa, nhưng Trung Quốc không chủ trương “đóng cửa”, mà hướng tới xây dựng một thị trường văn hóa nội địa đủ mạnh để phục vụ dân số hơn 1,4 tỷ người. Nhà nước bảo hộ các doanh nghiệp trong nước thông qua hạn ngạch nhập khẩu phim ảnh, chính sách kiểm duyệt bằng thuật toán, và yêu cầu các nền tảng quốc tế tuân thủ tiêu chuẩn nội địa nếu muốn hoạt động tại Trung Quốc (UNESCO, 2021); (iv) *Công nghệ và dữ liệu là công cụ điều phối chính*: Chính phủ Trung Quốc đẩy mạnh số hóa cơ sở dữ liệu văn hóa, sử dụng AI trong phân tích thị hiếu và hành vi tiêu dùng, từ đó đưa ra chính sách sản xuất - phân phối nội dung một cách chủ động. Đồng thời, việc quản lý thuật toán, kiểm soát thông tin và điều chỉnh luồng nội dung trên các nền tảng được thực hiện thông qua hệ thống pháp luật công nghệ ngày càng hoàn thiện (Yu và cộng sự, 2023)

Mô hình của Trung Quốc cho thấy sự linh hoạt đáng kể trong khuôn khổ kiểm

soát, với năng lực điều phối chính sách mạnh mẽ, nhanh nhạy và hiệu quả. Đây là mô hình đáng tham khảo đối với các quốc gia có hệ thống hành chính tập trung như Việt Nam, nhưng cần cân nhắc yếu tố cân bằng giữa kiểm soát và tự do sáng tạo.

4. Gợi ý chính sách tham khảo cho Việt Nam

Việt Nam đã bước đầu ghi nhận vai trò của CNVH như một ngành kinh tế mới, thông qua các văn kiện chính sách như Chiến lược phát triển CNVH đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ), Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 của Trung ương về phát triển văn hóa và Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy hệ thống chính sách thể chế hiện hành còn phân tán, thiếu sự tích hợp liên ngành và chưa đáp ứng được tính linh hoạt - sáng tạo - tốc độ mà lĩnh vực này đòi hỏi.

Dựa trên phân tích các mô hình quốc tế và điều kiện trong nước, bài viết gợi ý một số nhóm chính sách sau:

(1) *Xây dựng chiến lược quốc gia về CNVH*: Cần ban hành một Chiến lược quốc gia về CNVH, trong đó khung thể chế được coi là một trụ cột trọng tâm. Khung thể chế này bao gồm cả quy định pháp lý, tổ chức điều phối, tài chính công và chính sách chuyển đổi số cho các ngành CNVH. Chiến lược này nên có tính liên ngành, tích hợp giữa các lĩnh vực văn hóa, công nghệ, truyền thông, giáo dục và du lịch. Việt Nam có thể tham khảo cách Hàn Quốc lồng ghép CNVH vào kế hoạch kinh tế 5 năm, hoặc mô hình “ngoại lệ văn hóa” của Pháp nhằm bảo vệ bản sắc trong thương mại toàn cầu.

(2) *Thiết lập cơ quan điều phối liên ngành về CNVH*: Thay vì phân tán quản lý giữa các bộ, ngành, Việt Nam có thể tham khảo việc thành lập hoặc trao quyền cho một cơ quan điều phối chuyên trách, đóng vai trò “nhạc trưởng thể chế” - tương tự như KOCCA của Hàn Quốc hoặc Hội đồng Nghệ thuật Anh quốc (Arts Council England). Cơ quan này sẽ có những nhiệm vụ chính: Định hướng chiến lược phát triển từng ngành văn hóa; Phối hợp tài trợ, đào tạo và xúc tiến thương mại; Giám sát thực thi luật pháp và đề xuất điều chỉnh thể chế.

(3) *Cải cách chính sách tài chính - đầu tư theo hướng linh hoạt và cạnh tranh*: Thay vì chỉ tài trợ hành chính cho các đơn vị công lập, cần mở rộng cơ chế tài trợ theo dự án (trợ cấp, đối ứng), khuyến khích các nhà khởi nghiệp văn hóa, doanh nghiệp nhỏ, nghệ sĩ độc lập và tổ chức xã hội tham gia hệ sinh thái sáng tạo. Có thể áp dụng mô hình Quỹ đối ứng công - tư như của Anh, kết hợp vốn nhà nước và tư nhân để giảm rủi ro và tăng hiệu quả đầu tư vào CNVH.

(4) *Hoàn thiện khung pháp lý thích ứng với kinh tế sáng tạo dựa trên nền tảng số*: Cần cập nhật các quy định về bản quyền số, cơ chế chia sẻ doanh thu, nguyên tắc đạo đức trong AI, cũng như luật liên quan đến nền tảng nội dung số (YouTube, TikTok, Spotify...). Có thể tham khảo cách mà Pháp đã điều chỉnh luật phát trực tuyến, bảo vệ quyền lợi nghệ sĩ trước các nền tảng xuyên quốc gia. Bên cạnh đó, cần hỗ trợ việc số hóa nội dung di sản văn hóa, ứng dụng công nghệ mới như AI và blockchain trong lưu trữ, truy xuất và bảo vệ tài sản sáng tạo.

(5) *Tăng cường thể chế phi chính thức và năng lực cộng đồng sáng tạo*: Song song với cải cách pháp lý, cần nâng cao năng lực của thể chế phi chính thức thông qua:

Phát triển các cụm sáng tạo địa phương với sự tham gia của cộng đồng và chính quyền địa phương; Tăng cường giáo dục văn hóa sáng tạo trong nhà trường; Hỗ trợ các mạng lưới nghề nghiệp phi chính thức giữa nghệ sĩ, nhà tài trợ và cơ quan quản lý.

Những yếu tố này sẽ giúp hình thành một hệ sinh thái sáng tạo đa tầng, có khả năng thích nghi và tự đổi mới từ cơ sở, thay vì chỉ phụ thuộc vào chỉ đạo hành chính đơn thuần.

5. Kết luận

Phát triển CNVH là một quá trình phức tạp, đòi hỏi sự kết hợp giữa tầm nhìn chiến lược và một khung thể chế linh hoạt, đồng bộ và thích ứng. Qua phân tích bốn trường hợp Hàn Quốc, Pháp, Anh và Trung Quốc, có thể nhận thấy, dù khác biệt về cấu trúc và mức độ can thiệp, các mô hình hiệu quả đều có những điểm chung: tính tích hợp liên ngành, điều tiết linh hoạt, hỗ trợ tài chính thông minh, bảo vệ tài sản trí tuệ và thích ứng với chuyển đổi số. Trong bối cảnh Việt Nam đang thúc đẩy chiến lược phát triển CNVH giai đoạn 2021-2030, cần coi việc hoàn thiện thể chế không chỉ là một yêu cầu quản lý, mà là nền tảng để bảo đảm quyền tiếp cận văn hóa, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và xây dựng một nền kinh tế tri thức mang bản sắc dân tộc. Những kinh nghiệm quốc tế trong bài viết không nhằm đưa ra một công thức chung để sao chép, mà góp phần gợi mở cách tiếp cận phù hợp với bối cảnh trong nước, từng bước hình thành hệ sinh thái CNVH linh hoạt, hiệu quả và bền vững □

Tài liệu tham khảo

1. Acemoglu, D. and Robinson, J. (2012), *Why nations fail: The origins of power, prosperity, and poverty*, Crown Business.

2. ACMA - Australian Communications and Media Authority (2022), *Annual report 2021-2022*, Canberra.
3. Arts Council England (2023), *Let's create strategy 2020-2030*, <https://www.artscouncil.org.uk/strategy-2020-2030>.
4. BOP Consulting (2010), *Mapping the creative industries: A Toolkit*, British Council.
5. Canada Council for the Arts (2021), *Annual report 2020-2021*, Ottawa.
6. Comunian, R. and Gilmore, A. (2015), *Beyond the creative campus: reflections on the evolving relationship between higher education and the creative economy*, King's College London.
7. Cunningham, S. & Craig, D. (2019), *Social media entertainment: the new intersection of Hollywood and Silicon valley*, NYU Press.
8. Florida, R. (2002), *The Rise of the creative class*, Basic Books.
9. Fung, A. (2016), "Strategizing for Creative Industries in China: Contradictions and Tensions in Nation Branding", *International Journal of Communication*, 10, 606-625.
10. Gillespie, T. (2018), *Custodians of the internet: platforms, Content moderation, and the hidden decisions that shape social media*, Yale University Press.
11. Keane, M. (2013), *Creative industries in China: art, design and media*, Polity Press.
12. KEA European Affairs (2006), *The economy of culture in Europe*, European Commission.
13. KOCCA - Korea Creative Content Agency (2020), *Korean content industry statistics 2019*, <https://www.kocca.kr/en/main.do>.
14. McKelvey, F. and MacKenzie, I. (2020), "AI and cultural policy: from automation to platform regulation", *International Journal of Cultural Policy*, 26 (3), 321-336.
15. North, D. C. (1990), *Institutions, institutional change and economic performance*, Cambridge University Press.
16. OECD (2019), *Culture and local development: maximising the impact*, Paris.
17. Telefilm Canada (2022), *Fostering the success of Canada's audiovisual industry*, Montreal.
18. UNCTAD (2010), *Creative economy report 2010*, United Nations.
19. UNCTAD (2022), *Creative economy outlook 2022*, United Nations.
20. UNESCO (2005), *Convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions*, Paris.
21. UNESCO (2021), "Reshaping policies for creativity: addressing culture as a global public good", Paris.
22. WIPO (2015), *Cultural times - the first global map of cultural and creative industries*, Ernst & Young and CISAC.
23. Xinhua News Agency (2020), *Cultural industry development plan during the 14th five-year period*, http://www.gov.cn/xinwen/2020-12/29/content_5575636.htm
24. Yoon, K. (2019), *Digital mediation of Korean popular culture*, Routledge.
25. Yu, Z. and Yu, J. (2023), "Evaluation of the coordinated development between Chinese cultural industry and scientific & technological innovation", *PLOS ONE*, 18 (4), e0284213. DOI: 10.1371/journal.pone.0284213.