

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM HIỆN NAY: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

ThS. TRẦN ĐĂNG KHOA (*)
ThS. NGUYỄN THỊ THU NHÌ (**)

Tóm tắt: Phát triển công nghiệp văn hóa là xu thế đang diễn ra mạnh mẽ, là động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của nhiều quốc gia trên thế giới. Ở Việt Nam, trong thời gian qua, được sự quan tâm của Đảng, Nhà nước và sự vào cuộc của các cấp, các ngành, các địa phương, các ngành công nghiệp văn hóa đã có nhiều bước tiến mới, dần trở thành những ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của đất nước. Trên cơ sở làm rõ quá trình nhận thức, thực tiễn phát triển và những vấn đề đặt ra trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Từ khóa: công nghiệp văn hóa; phát triển công nghiệp văn hóa; thực trạng; giải pháp

Ngày nhận: 15/01/2024

Ngày phản biện: 27/01/2024

Ngày duyệt đăng: 05/3/2024

1. Nhận thức và thực tiễn phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam hiện nay

Khái niệm công nghiệp văn hóa

Đã có nhiều nhà nghiên cứu, nhà khoa học quan tâm đến vấn đề công nghiệp văn hóa. Theo GS, TS. Phùng Hữu Phú và nhóm tác giả, “Công nghiệp văn hóa là một bộ phận của công nghiệp sáng tạo; là ngành công nghiệp sản xuất những sản phẩm và dịch vụ văn hóa có giá trị cao trên cơ sở ứng dụng kỹ thuật, công nghệ cao và được tiêu thụ rộng rãi trên

thị trường trong nước, ngoài nước. Công nghiệp văn hóa là quá trình kết hợp sự sáng tạo, sản xuất, cung ứng các sản phẩm, dịch vụ theo nguyên tắc, quy trình công nghiệp với những nội dung, giá trị văn hóa được bảo vệ bởi luật sở hữu trí tuệ, luật bản quyền nhằm đáp ứng ngày càng đầy đủ, rộng rãi những nhu cầu tinh thần của con người, cộng đồng”¹. Theo PGS, TS. Vũ Đức Thanh và TS. Hoàng Khắc Lịch, “Công nghiệp văn hóa gồm các ngành sản xuất và phân phối một cách thương mại hóa các sản phẩm, dịch vụ có ý nghĩa văn hóa, xã hội”².

Từ các quan niệm trên, có thể hiểu công nghiệp văn hóa là ngành sản xuất và phân phối các sản phẩm, dịch vụ văn hóa, phục vụ nhu cầu tinh thần của đời sống xã hội, hướng đến bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống của

(*) Bảo tàng Tổng hợp tỉnh Trà Vinh.

(**) Tạp chí Khoa học chính trị.

dân tộc và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam.

Công nghiệp văn hóa có phạm vi bao quát rộng lớn, bao gồm nhiều ngành, nghề. Đặc trưng của công nghiệp văn hóa là dựa trên quá trình sáng tạo văn hóa và ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ cao. Sản phẩm công nghiệp văn hóa có sự kết hợp chặt chẽ giữa giá trị kinh tế và giá trị văn hóa, có sức lan tỏa, không bị giới hạn bởi không gian và thời gian.

Quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về công nghiệp văn hóa

Nhận thức sâu sắc tầm quan trọng của văn hóa và công nghiệp văn hóa, Đảng và Nhà nước ta đã ban hành và triển khai hiệu quả nhiều chủ trương, chính sách về phát triển văn hóa nói chung và công nghiệp văn hóa nói riêng.

Nghị quyết số 03-NQ/TW, ngày 16/7/1998 Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII về *xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc* xác định: “Phương hướng chung của sự nghiệp văn hóa nước ta là phát huy chủ nghĩa yêu nước và truyền thống đại đoàn kết dân tộc, ý thức độc lập tự chủ, tự cường xây dựng và bảo vệ Tổ quốc xã hội chủ nghĩa, xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại, làm cho văn hóa thấm sâu vào toàn bộ đời sống và hoạt động xã hội”³.

Nghị quyết số 33-NQ/TW, ngày 09/6/2014 Hội nghị Trung ương 9 khóa XI về *xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước* đề ra mục tiêu, yêu cầu: “Xây dựng thị trường văn hóa lành mạnh, đẩy mạnh phát triển công nghiệp văn hóa, tăng cường quảng bá văn hóa Việt Nam”⁴. Qua đó, có thể thấy sự phát triển tư duy lý luận của Đảng khi khẳng định sự cần thiết phải xây dựng ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam.

Quan triệt quan điểm của Đảng, ngày 08/6/2016, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1755/QĐ-TTg *phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, trong đó khẳng định: “Các ngành công nghiệp văn hóa là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi nhằm thu hút tối đa nguồn lực từ các doanh nghiệp và xã hội để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa”⁵. Chiến lược xác định 12 lĩnh vực của ngành công nghiệp văn hóa; đồng thời đề ra mục tiêu triển khai các lĩnh vực này đến năm 2030.

Nhận thức rõ tầm quan trọng của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội, Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng đề ra nhiệm vụ: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới”⁶.

Đặc biệt, ngày 17/11/2022, Hội nghị Trung ương 6 khóa XIII đã ban hành Nghị quyết số 29-NQ/TW về *tiếp tục đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, đặt ra mục tiêu “Phát triển nhanh, bền vững, hiệu quả các ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa gắn với phát triển du lịch”⁷.

Ngày 22/12/2023, Chính phủ tổ chức Hội nghị toàn quốc về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Đây là hội nghị có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, được xem là hội nghị “Diên Hồng” về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, nhằm đưa ra các định hướng lớn và các cơ chế, chính sách tháo gỡ các rào cản, nút thắt để phát huy

tiềm năng, lợi thế của Việt Nam trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Hội nghị chỉ rõ xu thế phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đối với thị trường trong nước và quốc tế, từ đó lựa chọn một số lĩnh vực có tiềm năng, lợi thế đầu tư phát triển trọng tâm, trọng điểm, giúp các nhà quản lý, các cơ quan, đơn vị liên quan nghiên cứu, giải quyết các vấn đề về cơ chế, chính sách, tạo hành lang pháp lý hỗ trợ và đồng hành cùng các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân sáng tạo trực tiếp tham gia vào các lĩnh vực của ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Thực tiễn phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam

Phát triển công nghiệp văn hóa là một trong những phương cách phát triển sức mạnh mềm của văn hóa dân tộc, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam đến bạn bè thế giới, tạo hiệu ứng tốt để phát triển kinh tế. Về đối nội, công nghiệp văn hóa phát triển góp phần gia tăng sức mạnh văn hóa dân tộc. Bởi trong quá trình phát triển, công nghiệp văn hóa phát huy một cách hiệu quả các giá trị văn hóa truyền thống, thông qua việc biến các giá trị văn hóa truyền thống thành sản phẩm văn hóa trên thị trường. Tính đa dạng, hấp dẫn và sự phát triển của những sản phẩm văn hóa trong nước giúp văn hóa dân tộc tránh được nguy cơ bị lắt át bởi văn hóa nước ngoài. Về đối ngoại, việc phát triển sản phẩm công nghiệp văn hóa của Việt Nam trên thế giới không chỉ gia tăng sức mạnh mềm của quốc gia, tạo ra thương hiệu và gia tăng sức hút cho hàng hóa Việt Nam, mà còn giúp người tiêu dùng quốc tế hiểu biết về nền văn hóa, đất nước và con người Việt Nam.

Có thể nói, mặc dù công nghiệp văn hóa là nhóm ngành mới, song có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển. Điều này thể hiện qua giá trị

gia tăng đóng góp vào nền kinh tế Việt Nam của các ngành công nghiệp văn hóa không ngừng tăng lên qua các năm, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam với thế giới. Trong giai đoạn 2018 - 2022, các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đóng góp bình quân khoảng 1,059 tỷ đồng. Trong đó, lĩnh vực kiến trúc có giá trị gia tăng bình quân tăng 7,37%; lĩnh vực thiết kế có giá trị gia tăng bình quân tăng 6,36%; lĩnh vực thời trang có giá trị gia tăng bình quân tăng 7,3%; lĩnh vực điện ảnh có giá trị gia tăng bình quân tăng 7,94%... Trong 5 năm qua, bình quân tốc độ tăng trưởng về số lượng các cơ sở kinh tế hoạt động trong các ngành công nghiệp văn hóa đạt 7,21%/năm. Chỉ tính riêng năm 2022 đã có 70.321 cơ sở đang hoạt động có liên quan đến ngành công nghiệp văn hóa, thu hút khoảng 1,7 đến 2,3 triệu lao động, tăng 7,44%/năm⁸.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, các ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta vẫn tồn tại nhiều bất cập, chưa thực sự phát triển tương xứng với tiềm năng, lợi thế của đất nước: nhỏ về quy mô, yếu về tiềm lực; phát triển chưa có trọng tâm, trọng điểm; chưa tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh với các nước trong khu vực và trên thế giới. Do đó, tăng cường hơn nữa sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam là nhiệm vụ quan trọng và cấp thiết hơn bao giờ hết.

2. Một số vấn đề đặt ra trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam hiện nay

Thứ nhất, công nghiệp văn hóa được xem là lĩnh vực kinh tế quan trọng, tuy nhiên, những luận giải về ngành công nghiệp văn hóa mới chỉ dừng lại ở những định hướng cơ bản;

tư duy về phát triển ngành công nghiệp văn hóa có mặt chưa theo kịp, chưa phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Mặt khác, hệ thống văn bản pháp luật về công nghiệp văn hóa chưa đầy đủ, đồng bộ, chưa có quy định về nội dung quản lý nhà nước trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa; một số lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật chưa có luật để quản lý. Văn hóa là một trong những lĩnh vực được xã hội hóa, song hiện nay vẫn thiếu các cơ chế, chính sách cụ thể về hỗ trợ thuế và thu hút nguồn vốn đầu tư. Nhiều cơ sở, đơn vị sản xuất, kinh doanh các sản phẩm văn hóa chủ yếu mang tính bán công nghiệp, quy mô nhỏ, chưa hình thành những tổ hợp chức năng hay tập đoàn lớn. Do đó, sự phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam chưa có nhiều đột phá, tỷ lệ đóng góp vào GDP của nền kinh tế còn ở mức thấp.

Thứ hai, Việt Nam là quốc gia có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển công nghiệp văn hóa, nhưng chưa tạo ra các sản phẩm, dịch vụ văn hóa thực sự hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu thụ hưởng văn hóa của người dân, chưa có ảnh hưởng ở phạm vi khu vực và thế giới. Chất lượng sáng tạo các giá trị văn hóa mới còn nhiều hạn chế, thiếu các công trình, tác phẩm có giá trị tư tưởng, nghệ thuật, khoa học cao⁹. Mặt khác, những vướng mắc về thể chế đang là trở ngại đối với sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa. Vì vậy, cải cách về mặt thể chế là yêu cầu quan trọng, nhằm tạo điều kiện cho các ngành công nghiệp văn hóa phát triển. Chỉ khi tạo ra được những sản phẩm văn hóa lớn, đủ sức thuyết phục và tạo nên nhu cầu thiết yếu về tinh thần cho người dân thì văn hóa mới trở thành một ngành công nghiệp mang lại lợi ích cho toàn xã hội; nâng cao năng lực cạnh tranh và bản lĩnh để tham gia nền công nghiệp toàn cầu.

Thứ ba, trong bối cảnh toàn cầu hóa diễn ra mạnh mẽ, các sản phẩm công nghiệp văn hóa dễ dàng trở nên phổ biến và không bị giới hạn về không gian, thời gian. Bên cạnh việc thỏa mãn những nhu cầu về văn hóa, giải trí đa dạng trong nước, nâng cao nhận thức về văn hóa của các nước trên thế giới, sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa cũng đặt ra những thách thức lớn đối với việc giữ gìn bản sắc văn hóa của dân tộc. Nếu không nhận thức đúng vị trí, vai trò của công nghiệp văn hóa, không kịp thời có những chính sách đúng đắn và hiệu quả nhằm thúc đẩy sự phát triển của công nghiệp văn hóa trong nước thì chắc chắn những sản phẩm, dịch vụ văn hóa của Việt Nam sẽ bị lấn át bởi các sản phẩm văn hóa nước ngoài, đồng nghĩa với việc chúng ta sẽ đánh mất dần bản sắc văn hóa của dân tộc.

Thứ tư, để công nghiệp văn hóa phát triển, cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa các lĩnh vực điện ảnh, truyền hình, âm nhạc, triển lãm, sân khấu, du lịch, ẩm thực, thời trang..., song thực tế cho thấy, các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam vẫn còn thiếu sự liên kết. Yêu cầu đặt ra là phải tạo cơ chế phát triển hài hòa giữa các lĩnh vực, các ngành công nghiệp văn hóa. Đồng thời, có kế hoạch và cơ chế hợp tác giữa các ngành thành chuỗi hoạt động để cộng hưởng cùng phát triển. Bên cạnh đó, do cơ cấu, trình độ và nội lực phát triển các ngành công nghiệp văn hóa còn hạn chế nên cần đầu tư nghiên cứu lựa chọn những lĩnh vực mũi nhọn, bảo đảm phát triển có trọng tâm, trọng điểm, tạo bước đột phá trong phát triển công nghiệp văn hóa.

3. Giải pháp thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam theo hướng bền vững, hội nhập quốc tế

Một là, tăng cường tuyên truyền, phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách,

pháp luật của Nhà nước về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, các địa phương và toàn xã hội về vị trí, vai trò của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội. Trong đó, nhận thức của chính quyền về tầm quan trọng của phát triển công nghiệp văn hóa đóng vai trò quyết định. Đặc biệt, chính quyền các địa phương cần quan tâm, tạo cơ chế, chính sách, môi trường cho hoạt động sáng tạo văn hóa, nhằm thu hút các tổ chức, cá nhân, nghệ sĩ, doanh nghiệp và người dân tham gia thực hành sáng tạo văn hóa. Đồng thời, nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ và các quyền liên quan, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh, có chính sách ưu đãi về vốn, thuế, đất đai...; nghiên cứu lựa chọn những ngành, lĩnh vực văn hóa có lợi thế để tập trung đầu tư phát triển, tạo tiền đề cho các ngành, nghề, lĩnh vực khác.

Hai là, xây dựng, bổ sung và hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa. Rà soát, điều chỉnh, bổ sung cơ chế phối hợp có hiệu quả giữa các bộ, ngành, bảo đảm đồng bộ, tránh chồng chéo, trùng lặp, nhằm thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; tăng cường phân cấp trong hệ thống hành chính, đồng thời đẩy mạnh hoạt động theo dõi, đôn đốc, kiểm tra, thanh tra, giám sát hoạt động thực thi công vụ. Cùng cố mô hình tổ chức, nâng cao năng lực của các trung tâm bảo vệ quyền tác giả và các tổ chức dịch vụ quyền tác giả. Xây dựng hệ thống chỉ tiêu thống kê và cơ sở dữ liệu về các ngành công nghiệp văn hóa. Tiếp tục triển khai thực hiện chiến lược, quy hoạch phát triển các ngành đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt; đồng thời nghiên cứu, xây dựng chiến lược, quy

hoạch phát triển đối với những ngành chưa có chiến lược, quy hoạch. Nhà nước cần dành nguồn lực từ ngân sách để đầu tư, kiến tạo động lực cho sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa.

Ba là, xây dựng kế hoạch phát triển nguồn nhân lực, thúc đẩy trao đổi kiến thức, nâng cao năng lực chuyên môn, đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp cho các ngành công nghiệp văn hóa. Đổi mới nội dung, chương trình đào tạo nhằm nâng cao năng lực và cải thiện kỹ năng quản lý, kỹ năng kinh doanh trong các ngành công nghiệp văn hóa; tăng cường liên kết, hợp tác để các cơ sở giáo dục đại học, các viện nghiên cứu tham gia có hiệu quả vào việc phát triển nguồn nhân lực nói riêng và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nói chung. Đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản lý, thực thi về quyền tác giả và các quyền liên quan; thường xuyên tổ chức tập huấn chuyên môn về bảo vệ bản quyền và thu phí bản quyền có hiệu quả; xây dựng đội ngũ chuyên gia trong các ngành công nghiệp văn hóa và lĩnh vực bản quyền. Có chế độ đãi ngộ phù hợp để thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, được đào tạo bài bản, có kinh nghiệm chuyên môn từ các nước có trình độ phát triển cao về công nghiệp văn hóa đến Việt Nam làm việc. Xây dựng và hoàn thiện hệ thống chính sách về phát triển công nghiệp văn hóa nhằm tạo khung pháp lý và khuyến khích sự phát triển của các ngành sản xuất văn hóa. Tiếp tục hoàn thiện các quy định của pháp luật về quyền tác giả và các quyền liên quan, đặc biệt là quy định nguyên tắc thực thi trên môi trường số. Tiếp tục tuyên truyền, nâng cao ý thức của chính quyền, tổ chức, cá nhân về nghĩa vụ thực thi pháp luật về quyền tác giả và các quyền liên quan; xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia phục vụ công tác

quản lý và thực thi pháp luật về quyền tác giả và các quyền liên quan. Đồng thời, tăng cường kiểm tra xử lý các hành vi vi phạm quyền tác giả và các quyền liên quan, đặc biệt là hành vi vi phạm trên môi trường internet. Mặt khác, các nhà sáng tạo văn hóa cần tìm hiểu kỹ lưỡng các quy định pháp luật có liên quan, chủ động áp dụng các biện pháp để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của cá nhân.

Bốn là, tăng cường ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong sáng tạo, sản xuất, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm văn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ văn hóa; đổi mới nội dung, phương thức hoạt động của các ngành công nghiệp văn hóa gắn với ứng dụng khoa học và công nghệ hiện đại; nâng cao hàm lượng khoa học kỹ thuật trong chuỗi sản xuất sản phẩm, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa. Đổi mới và phát triển các ngành sản xuất sản phẩm, dịch vụ văn hóa truyền thống như: in ấn, xuất bản, phát hành, biểu diễn nghệ thuật, sản xuất phim, quảng cáo, triển lãm... Tăng cường hợp tác, tranh thủ kỹ thuật và công nghệ tiên tiến từ các quốc gia phát triển.

Năm là, xây dựng và phát triển các sản phẩm, dịch vụ văn hóa theo hướng đa dạng, chất lượng cao dựa trên yếu tố đổi mới, sáng tạo; gắn kết giữa giá trị văn hóa truyền thống với giá trị văn hóa hiện đại. Nâng cao giá trị của các sản phẩm văn hóa nhằm đáp ứng nhu cầu thụ hưởng, tiêu dùng văn hóa của người dân, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, hướng đến xây dựng các thương hiệu sản phẩm, dịch vụ văn hóa của Việt Nam trên thị trường văn hóa quốc tế. Tăng cường sự phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị nghệ thuật Trung ương và các tỉnh, thành phố. Mặt khác, quan tâm bồi dưỡng và phát triển thể hệ công dân sáng tạo trên

cơ sở nội dung, chương trình giáo dục phù hợp, nhằm tạo ra thể hệ công dân biết thụ hưởng và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

Tóm lại, để phát triển bền vững các ngành công nghiệp văn hóa, đòi hỏi các bộ, ngành, cơ quan, địa phương liên quan phải tiếp tục đơn giản hóa thủ tục hành chính, hoàn thiện thể chế, tăng cường quản lý nhà nước, xây dựng cơ chế, chính sách ưu đãi, cách tiếp cận phù hợp và bảo đảm bình đẳng về chính sách thuế, đầu tư, đất đai, tiếp cận tín dụng... Đồng thời, cần tăng cường nhận thức, đẩy mạnh nghiên cứu và có chính sách, chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. ♦

1. Phùng Hữu Phú và nhóm tác giả: *Tìm hiểu một số thuật ngữ trong Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2016, tr. 73.

2. Vũ Đức Thanh, Hoàng Khắc Lịch: *Công nghiệp văn hóa*, ngày 16/3/2017, <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/tu-dien-mo-item/1915-cong-nghiep-van-hoa.html>.

3. Nghị quyết số 03-NQ/TW, ngày 16/7/1998 Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa VIII về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/nghe-quyet-so-03-nqtw-ngay-1671998-cua-ban-chap-hanh-trung-uong-tai-hoi-nghi-trung-uong-5-khoa-viii-ve-xay-dung-va-phat-1692>.

4. Nghị quyết số 33-NQ/TW, ngày 09/6/2014 Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/van-kien-tu-lieu-ve-dang/hoi-nghi-bch-trung-uong/khoa-xi/nghe-quyet-so-33-nqtw-ngay-962014-hoi-nghi-lan-thu-9-ban-chap-hanh-trung-uong-dang-khoa-xi-ve-xay-dung-va-phat-trien-590>.

5. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-1755-QD-TTg-chien-luoc-phat-trien-nganh-cong-nghiep-van-hoa-Viet-Nam-den-2020-2016-322023.aspx>.

6. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021, t. I, tr. 145.

7. <https://xaydungchinhsach.chinhphu.vn/toan-van-nghe-quyet-29-nq-tw-ve-tiep-tuc-day-manh-cong-nghiep-hoa-hien-dai-hoa-dat-nuoc-den-nam-2030-11922112912112971.htm>.

8. Hà Phương, Phương Cúc: *Việt Nam còn nhiều dự địa phát triển nền công nghiệp văn hóa*, Báo điện tử VOV, ngày 22/12/2023, <https://vov.vn/van-hoa/viet-nam-con-nhieu-du-dia-phat-trien-nen-cong-nghiep-van-hoa-post1067118.vov>.

9. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Báo cáo tổng kết một số vấn đề lý luận - thực tiễn qua 30 năm đổi mới (1986 - 2016)*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2015, tr. 100.