

VAI TRÒ CỦA KHOA HỌC, CÔNG NGHỆ VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA VIỆT NAM

Vũ Thị Phương Hậu*, Nguyễn Duy Thái
Viện Văn hoá và phát triển, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh
*Email: hau_vtp@yahoo.com

/Ngày nhận bài: 04/05/2025

/Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 27/05/2025

/Ngày chấp nhận đăng: 30/05/2025

TÓM TẮT

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và nền kinh tế tri thức, việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đã trở thành một định hướng chiến lược nhằm nâng cao sức mạnh mềm quốc gia và khai thác giá trị kinh tế của văn hóa. Bài viết này nhằm phân tích vai trò then chốt của khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo (KH, CN & ĐMST) trong việc thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa thông qua việc tạo ra các mô hình sản xuất, phân phối mới và mở rộng không gian sáng tạo. Dựa trên cách tiếp cận lý luận và thực tiễn, nghiên cứu phân tích những đóng góp của KH, CN & ĐMST đối với quá trình chuyển đổi của các ngành công nghiệp văn hóa. Kết quả chính cho thấy sự cần thiết của việc hoàn thiện khung chính sách, đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Những giải pháp này được đề xuất nhằm đưa công nghiệp văn hóa trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp thiết thực vào sự phát triển bền vững của đất nước trong thời gian tới.

Từ khóa: Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo; công nghiệp văn hóa; chuyển đổi số

THE ROLE OF SCIENCE, TECHNOLOGY, AND INNOVATION IN THE DEVELOPMENT OF VIETNAM'S CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES

ABSTRACT

In the context of globalization and the knowledge-based economy, the development of cultural and creative industries has become a strategic orientation to enhance national soft power and unlock the economic potential of culture. This article analyzes the pivotal role of science, technology, and innovation (STI) in driving the growth of cultural industries through the creation of new production and distribution models and the expansion of creative spaces. Drawing from both theoretical and practical perspectives, the study examines the contributions of STI to the transformation of cultural and creative industries. The main findings highlight the urgent need to improve policy frameworks, accelerate digital transformation, develop high-quality human resources, and build an innovation-driven ecosystem. These solutions are proposed to position cultural industries as a spearhead sector, making a practical contribution to the country's sustainable development in the coming period.

Keywords: Science, technology and innovation; cultural and creative

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong kỷ nguyên kinh tế tri thức và cách mạng công nghiệp 4.0, khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo đã và đang trở thành những động lực chính thúc đẩy sự phát triển của các quốc gia. Đặc biệt, đối với Việt Nam, phát triển khoa học và công nghệ (KH&CN), thúc đẩy đổi mới sáng tạo (ĐMST) được Đảng và Nhà nước xác định là “đột phá quan trọng hàng đầu, là động lực chính” để phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững, ngăn chặn nguy cơ tụt hậu¹. Trong lĩnh vực văn hóa, sự giao thoa giữa công nghệ và sáng tạo đã hình thành nên khái niệm công nghiệp văn hóa, tức các ngành công nghiệp khai thác và sản xuất các sản phẩm, dịch vụ văn hóa có giá trị kinh tế. Việc ứng dụng mạnh mẽ các thành tựu KH&CN vào sáng tạo văn hóa không chỉ mở ra những phương thức sản

xuất, phân phối mới mà còn tạo điều kiện để văn hóa trở thành một nguồn lực kinh tế quan trọng.

Nhận thức rõ vai trò này, Đảng ta thời gian qua đã ban hành nhiều chủ trương nhằm gắn kết phát triển văn hóa với phát triển khoa học, công nghệ. Gần đây nhất, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 57-NQ/TW (22/12/2024) về đột phá phát triển KH&CN, ĐMST và chuyển đổi số quốc gia, trong đó khẳng định tầm quan trọng của việc làm chủ công nghệ và đổi mới sáng tạo trong mọi lĩnh vực. Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 (theo Quyết định 1755/QĐ-TTg năm 2016) đặt mục tiêu đưa các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp khoảng 7% GDP vào năm 2030. Những định hướng chiến lược

VĂN HÓA - CULTURE

này cho thấy sự kỳ vọng rằng KH, CN & ĐMST sẽ là “chìa khóa” để thúc đẩy công nghiệp văn hóa phát triển xứng tầm tiềm năng, đóng góp ngày càng cao vào nền kinh tế và quảng bá mạnh mẽ văn hóa Việt Nam.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tổng hợp và phân tích định tính nhằm làm rõ vai trò của KH, CN & ĐMST trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam. Trước hết, nghiên cứu dựa trên cách tiếp cận lý luận thông qua việc khảo cứu các tài liệu, chính sách, nghị quyết của Đảng và Nhà nước, cũng như các nghiên cứu khoa học liên quan đến công nghiệp văn hóa, kinh tế tri thức và chuyển đổi số. Việc tổng hợp hệ thống các quan điểm lý luận giúp xây dựng khung phân tích về vai trò của khoa học và công nghệ trong chuỗi giá trị các ngành công nghiệp văn hóa.

Tiếp theo, phương pháp phân tích thực tiễn được áp dụng thông qua việc thu thập và đánh giá số liệu thống kê, báo cáo chính thức của các cơ quan nhà nước và các tổ chức nghiên cứu trong nước về tình hình phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Việc phân tích thực tiễn này tập trung vào việc đánh giá những thành tựu nổi bật, hạn chế và thách thức hiện hữu, từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm và cơ sở khoa học cho đề xuất các giải pháp phát triển phù hợp.

Ngoài ra, nghiên cứu còn kết hợp phương pháp so sánh để đối chiếu các mô hình phát triển công nghiệp văn hóa trong nước với các xu hướng quốc tế, đặc biệt trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 và chuyển đổi số toàn cầu. Phương pháp này giúp làm rõ các yếu tố công nghệ và đổi mới sáng tạo đã góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành công nghiệp văn hóa trong môi trường cạnh tranh và hội nhập.

Tổng hợp từ các phương pháp nghiên cứu lý luận, phân tích thực tiễn và so sánh quốc tế, bài viết đưa ra những luận điểm vững chắc về vai trò chiến lược của KH, CN & ĐMST cũng như các giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay và tương lai.

3. NỘI DUNG

3.1. Nhận thức lý luận về vai trò của khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo với phát triển công nghiệp văn hóa

Khái niệm công nghiệp văn hóa đề cập đến những ngành kinh tế khai thác các giá trị văn hóa để tạo ra sản phẩm, dịch vụ văn hóa cung ứng cho thị trường, bao gồm các lĩnh vực như: điện ảnh, âm nhạc, mỹ thuật, nhiếp ảnh, thời trang, kiến trúc, thiết kế, quảng

cáo, truyền hình, xuất bản, di sản, thủ công mỹ nghệ, trò chơi điện tử, v.v. Đây là lĩnh vực đòi hỏi sự kết hợp chặt chẽ giữa sáng tạo và kinh doanh, giữa nguồn vốn văn hóa (các ý tưởng, nội dung mang bản sắc) với công nghệ sản xuất, phân phối hiện đại để tạo ra giá trị gia tăng kinh tế. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư, KH&CN đóng vai trò then chốt trong toàn bộ chuỗi giá trị của công nghiệp văn hóa - từ khâu sáng tạo ý tưởng, sản xuất, đến truyền bá sản phẩm tới công chúng. ĐMST, hiểu theo nghĩa rộng là việc tạo ra những ý tưởng mới, cách làm mới, sản phẩm mới, chính là linh hồn của các ngành công nghiệp dựa trên sáng tạo như công nghiệp văn hóa.

Về mặt lý luận, sự tác động của tiến bộ KH&CN đối với văn hóa thể hiện trên hai bình diện. Thứ nhất, sự phát triển của công nghệ số, internet, trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR)... đã làm xuất hiện các phương tiện và hình thức sáng tạo văn hóa mới, định hình nên nền kinh tế sáng tạo số. Các nghệ sĩ, doanh nghiệp văn hóa ngày nay có thể sáng tác, sản xuất tác phẩm dưới dạng số hóa và phân phối qua nền tảng trực tuyến tới khán giả toàn cầu. Chẳng hạn, công nghệ thực tế ảo cho phép tái hiện bảo tàng, di tích trong không gian số; trí tuệ nhân tạo hỗ trợ sáng tác nghệ thuật; các nền tảng truyền phát trực tuyến (streaming) đang thay đổi sâu sắc ngành điện ảnh, âm nhạc. KH&CN mở rộng biên độ cho sáng tạo văn hóa, giúp các sản phẩm văn hóa Việt Nam dễ dàng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu và tiếp cận thị trường quốc tế. Thứ hai, môi trường công nghệ hiện đại cũng đặt ra yêu cầu các ngành văn hóa truyền thống phải đổi mới để thích ứng. Nếu biết tận dụng cơ hội từ công nghệ thì công nghiệp văn hóa sẽ tạo ra sản phẩm với chi phí thấp hơn nhưng chất lượng cao hơn, tăng khả năng cạnh tranh; ngược lại, lạc hậu về công nghệ có thể khiến sản phẩm văn hóa mất sức hút. Do vậy, đổi mới công nghệ song hành với ĐMST nội dung là yếu tố sống còn để phát triển công nghiệp văn hóa trong thời đại số.

Về quan điểm của Đảng và Nhà nước, Đảng ta đã nhiều lần nhấn mạnh phải làm cho văn hóa thâm sâu vào mọi lĩnh vực đời sống, gắn kết chặt chẽ giữa phát triển văn hóa và phát triển kinh tế tri thức. Nhiều nghị quyết, kết luận và chiến lược của Đảng và Chính phủ (như Nghị quyết 33-NQ/TW năm 2014; Kết luận 76-KL/TW năm 2020; Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020; Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030...) đều xác định: các ngành công nghiệp văn hóa là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế, cần huy động tối đa nguồn lực xã hội để phát triển. Những chủ trương này đã phá bỏ định kiến cho rằng văn hóa không phải là hàng hóa hay không có chức năng kinh tế, qua đó giải phóng năng lực sáng tạo của đội ngũ văn nghệ sĩ và các doanh nghiệp tham gia đầu tư vào phát triển văn hóa.

VĂN HÓA - CULTURE

Đặc biệt, Nghị quyết 57-NQ/TW của Bộ Chính trị (2024) đề ra định hướng mang tính cách mạng trong phát triển KH, CN & ĐMST: coi đây là một cuộc cách mạng sâu sắc, toàn diện trên tất cả các lĩnh vực, cần triển khai kiên trì, đồng bộ. Nghị quyết đề cao các yếu tố cốt lõi thể chế, nhân lực, hạ tầng, dữ liệu, công nghệ chiến lược, trong đó nhấn mạnh thể chế phải “đi trước một bước” và đặc biệt chú trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Đồng thời, Nghị quyết xác định người dân và doanh nghiệp là trung tâm, là chủ thể của đổi mới sáng tạo, còn Nhà nước giữ vai trò dẫn dắt, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho phát triển KH, CN & ĐMST. Đây là kim chỉ nam quan trọng để huy động sức mạnh toàn xã hội tham gia phát triển công nghiệp văn hóa dựa trên KH, CN & ĐMST.

Tóm lại, KH, CN & ĐMST là động lực xuyên suốt trong chuỗi giá trị các ngành công nghiệp văn hóa. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, việc nắm bắt kịp thời cơ công nghệ sẽ quyết định khả năng công nghiệp văn hóa Việt Nam cất cánh, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế và quảng bá hình ảnh đất nước.

3.2. Thành tựu và hạn chế trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam

***Thành tựu**

Nhận thức được vai trò ngày càng quan trọng của công nghiệp văn hóa, Việt Nam đã có những bước đi chiến lược trong việc định hướng và hỗ trợ phát triển ngành này. Năm 2016, Chính phủ đã ban hành Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030, xác định 12 lĩnh vực trọng tâm như: điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh, quảng cáo, thời trang, thiết kế, kiến trúc, phân mềm và trò chơi điện tử, thủ công mỹ nghệ, du lịch văn hóa, truyền hình và phát thanh. Nhằm cụ thể hóa các mục tiêu đã đề ra trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, ngày 29/8/2024, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 30/CT-TTg về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Chỉ thị này nhấn mạnh việc nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành và toàn xã hội về vai trò của công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời yêu cầu các địa phương xây dựng kế hoạch hành động cụ thể, gắn với lợi thế văn hóa bản địa và ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, phân phối sản phẩm văn hóa.

Bên cạnh đó, nhiều chính sách liên quan đến chuyển đổi số, phát triển nguồn nhân lực, bảo hộ sở hữu trí tuệ, ưu đãi thuế, hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa cũng đang được triển khai. Một số địa phương như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Huế, Đà Nẵng... đã chủ động xây dựng kế hoạch phát triển công nghiệp văn hóa gắn với lợi thế địa phương, phát

triển không gian sáng tạo và các sự kiện văn hóa mang tầm khu vực. Hà Nội, Đà Lạt, Hội An đã tham gia vào mạng lưới thành phố sáng tạo toàn cầu.

Các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam bước đầu đã đạt tăng trưởng về đóng góp GDP, việc làm, xuất khẩu văn hóa, số lượng doanh nghiệp và không gian sáng tạo trên cả nước. Trước đại dịch COVID-19, các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp khoảng 5,8% GDP (2018) và 6,0% GDP (2019); do ảnh hưởng dịch bệnh, tỷ lệ này giảm còn khoảng 3,9% (2021), sau đó phục hồi lên 4,0% vào năm 2022. Đến năm 2022, có khoảng 70.000 cơ sở kinh doanh liên quan đến công nghiệp văn hóa với khoảng 2,3 triệu lao động (chiếm 4,4% tổng lao động toàn quốc)². Một số lĩnh vực văn hóa có mức tăng trưởng ấn tượng, tiêu biểu như ngành điện ảnh với giá trị sản xuất tăng bình quân trên 8%/năm, doanh thu phim chiếu rạp năm 2019 đạt trên 4,1 nghìn tỷ đồng (khoảng 178 triệu USD). Đáng chú ý, Việt Nam thường xuyên xuất siêu trong lĩnh vực sản phẩm, dịch vụ văn hóa: năm 2018 xuất siêu khoảng 37 tỷ USD, tăng lên 41,9 tỷ USD năm 2022³, cho thấy tiềm năng xuất khẩu của công nghiệp văn hóa.

***Những hạn chế, thách thức**

Mặc dù đã có bước tiến, công nghiệp văn hóa Việt Nam vẫn đối mặt nhiều thách thức và bộc lộ những hạn chế cần khắc phục. Trước hết, thể chế, chính sách phát triển công nghiệp văn hóa còn nhiều bất cập: thiếu cơ chế phối hợp giữa các bộ, ngành và địa phương; hệ thống văn bản pháp luật, chính sách chưa đồng bộ, hiệu quả chưa cao. Nhận thức của các cấp, ngành và người dân về vai trò, tầm quan trọng của phát triển công nghiệp văn hóa vẫn còn hạn chế. Công tác thống kê, đánh giá đóng góp của công nghiệp văn hóa chưa được thực hiện tốt, gây khó khăn cho việc đề xuất chính sách phù hợp cho từng ngành. Cho đến nay, Việt Nam vẫn chưa có bộ chỉ số đo lường sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa cũng như đóng góp của ngành này với nền kinh tế quốc dân. Nguồn lực tài chính dành cho phát triển công nghiệp văn hóa còn hạn chế. Việt Nam chưa có ngân sách riêng cho lĩnh vực này mà phải trích từ kinh phí thường xuyên. Các quy định về xã hội hóa chưa rõ ràng khiến việc thu hút đầu tư từ khu vực tư nhân mới chỉ tập trung ở một vài lĩnh vực dễ sinh lợi. Việc thu hút các nhà đầu tư lớn vào phát triển công nghiệp văn hóa còn gặp khó khăn, chưa có dự án đầu tư mạnh vào các khu, điểm du lịch văn hóa để hình thành sản phẩm hấp dẫn du khách.

Yếu tố nhân lực cũng là một điểm nghẽn trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam hiện nay. Nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp văn hóa vừa thiếu về số lượng, vừa yếu về chất lượng. Chính sách đãi ngộ, thu hút nhân tài văn hóa nghệ thuật chưa đủ mạnh, khiến lĩnh vực này thiếu vắng các chuyên gia

VĂN HÓA - CULTURE

giỏi tập trung công hiến. Đội ngũ cán bộ quản lý văn hóa ở nhiều nơi còn mỏng và phải kiêm nhiệm, đặc biệt ở các lĩnh vực đặc thù thiếu người có chuyên môn sâu, gây khó khăn cho việc thu thập dữ liệu và triển khai nhiệm vụ.

Bên cạnh đó, cơ sở hạ tầng phục vụ sáng tạo, sản xuất và phân phối sản phẩm văn hóa còn nhiều yếu kém. Hiện nay, phần lớn các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam - từ điện ảnh, âm nhạc đến thiết kế, mỹ thuật đương đại - vẫn thiếu các trung tâm sản xuất hiện đại, studio chuyên nghiệp, không gian trình diễn và thử nghiệm sáng tạo đạt chuẩn quốc tế. Nhiều thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh vẫn chưa hình thành rõ nét các “cụm công nghiệp văn hóa” hay “creative hubs” có khả năng kết nối nghệ sĩ - doanh nghiệp - công chúng. Theo thống kê của Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam (số liệu công bố tháng 4/2024), cả nước chỉ có hơn 200 không gian sáng tạo⁴ hoạt động theo mô hình bán chuyên, chủ yếu do tư nhân vận hành, quy mô nhỏ và thiếu bền vững.

Hoạt động sáng tạo, sản xuất, kinh doanh văn hóa chưa bền vững, dễ chịu tác động bởi suy thoái kinh tế, dịch bệnh. Minh chứng là trong đại dịch COVID-19, doanh thu điện ảnh sụt giảm mạnh, nhiều chương trình nghệ thuật bị hủy, du lịch văn hóa đình trệ. Chưa nhận thức đúng mức sự kết hợp chặt chẽ giữa sáng tạo, công nghệ và bảo hộ quyền tác giả cũng là hạn chế, khiến các nguồn lực quan trọng chưa được phát huy tối đa trong phát triển công nghiệp văn hóa. Mặc dù Việt Nam đã tham gia 7/8 Điều ước quốc tế về quyền tác giả, quyền liên quan nhưng theo Báo cáo của Hiệp hội sáng tạo và bản quyền tác giả Việt Nam, Việt Nam đứng thứ 3 trong khu vực về tỷ lệ vi phạm bản quyền. Năm 2022, Việt Nam đã thiệt hại khoảng 350 triệu USD do vi phạm bản quyền⁵.

3.3. Một số giải pháp phát huy vai trò của khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trong phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam

Từ những thành tựu đạt được và các hạn chế còn tồn tại, có thể thấy rõ rằng việc phát huy vai trò của KH, CN & ĐMST chính là chìa khóa để thúc đẩy sự phát triển bền vững cho các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

3.3.1. Nâng cao nhận thức, hoàn thiện thể chế và chính sách để thúc đẩy vai trò của khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trong phát triển công nghiệp văn hóa

Các cấp, các ngành cần nhận thức đầy đủ và sâu sắc về vai trò then chốt của KH, CN & ĐMST, đặc biệt là chuyển đổi số, trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Nhận thức này phải được cụ thể hóa bằng hành động, thể hiện rõ trong định hướng phát

triển và kế hoạch công tác hằng năm của từng ngành, từng địa phương. Người đứng đầu các cơ quan quản lý văn hóa cần trực tiếp chỉ đạo và chịu trách nhiệm về việc ứng dụng công nghệ, thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực phụ trách. Coi đây là một trong những tiêu chí quan trọng để đánh giá hiệu quả lãnh đạo, quản lý.

Khẩn trương hoàn thiện thể chế, chính sách nhằm tạo môi trường thuận lợi cho sáng tạo và phát triển công nghiệp văn hóa: sửa đổi, bổ sung đồng bộ các quy định pháp luật liên quan đến KH&CN, đầu tư, ngân sách, sở hữu trí tuệ, thuế... để tháo gỡ các điểm nghẽn thể chế, giải phóng và huy động tối đa các nguồn lực xã hội cho đổi mới sáng tạo. Tư duy làm chính sách, làm luật cần được đổi mới theo hướng kiến tạo, khuyến khích thử nghiệm và chấp nhận rủi ro trong nghiên cứu, ứng dụng công nghệ mới. Loại bỏ tư duy bảo thủ kiểu “không quản được thì cấm”. Chủ động xây dựng các cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) để doanh nghiệp và tổ chức sáng tạo có không gian thử nghiệm mô hình mới dưới sự giám sát của Nhà nước. Cần sớm hình thành và vận hành hiệu quả các quỹ đầu tư mạo hiểm dành cho khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật và chuyển đổi số, góp phần thúc đẩy hệ sinh thái đổi mới sáng tạo trong công nghiệp văn hóa phát triển mạnh mẽ và bền vững.

3.3.2. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ và chuyển đổi số trong văn hóa

Cần xây dựng và triển khai chương trình chuyển đổi số quốc gia trong lĩnh vực văn hóa, với trọng tâm số hóa các di sản, thư viện, bảo tàng; xây dựng cơ sở dữ liệu số về văn hóa làm nền tảng cho sáng tạo nội dung mới. Chú trọng phát triển các sản phẩm văn hóa số chất lượng cao, khuyến khích và thu hút cộng đồng tham gia sáng tạo, sản xuất nội dung số lành mạnh, hướng thiện trên môi trường số. Khuyến khích các doanh nghiệp văn hóa ứng dụng công nghệ mới: ví dụ, thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR) trong du lịch văn hóa và trưng bày bảo tàng; trí tuệ nhân tạo (AI) trong sáng tác nghệ thuật; công nghệ chuỗi khối (blockchain) trong bảo vệ bản quyền. Song song, tăng cường quản lý nội dung trên không gian mạng để các sản phẩm văn hóa số phát triển lành mạnh, an toàn.

3.3.3. Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho công nghiệp văn hóa

Cần đổi mới mạnh mẽ giáo dục, đào tạo lĩnh vực văn hóa theo hướng liên ngành với công nghệ và quản lý kinh doanh. Mở các ngành đào tạo mới về quản trị công nghiệp văn hóa, nghệ thuật số, truyền thông số... ở bậc đại học; gắn đào tạo với nhu cầu thực tiễn và thúc đẩy hợp tác giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp văn hóa. Có chính sách học bổng, tín dụng

VĂN HÓA - CULTURE

ưu đãi để gửi sinh viên tài năng đi đào tạo ở nước ngoài, đồng thời mời chuyên gia quốc tế về giảng dạy, chuyển giao kinh nghiệm. Đồng thời, áp dụng chế độ đãi ngộ đặc biệt để thu hút và giữ chân các nhân tài văn hóa, nghệ thuật và công nghệ số. Cho phép cơ chế tuyển dụng linh hoạt để thu hút chuyên gia công nghệ số vào làm việc trong các cơ quan văn hóa.

3.3.4. Thúc đẩy hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trong lĩnh vực văn hóa

Hỗ trợ hình thành các trung tâm, không gian sáng tạo văn hóa tại các thành phố lớn, tạo môi trường gặp gỡ nghệ sĩ, nhà khoa học, doanh nhân văn hóa để hợp tác, ươm tạo ý tưởng mới. Kết nối các trung tâm đổi mới sáng tạo, đưa văn hóa số trở thành một trọng tâm trong mạng lưới đổi mới sáng tạo quốc gia. Khuyến khích thành lập các quỹ đầu tư mạo hiểm dành riêng cho các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa; đơn giản hóa thủ tục và chấp nhận cơ chế thử nghiệm để doanh nghiệp dễ dàng phát triển các mô hình kinh doanh mới. Ngoài ra, cần tăng cường hợp tác quốc tế để tiếp thu công nghệ mới và thu hút các nguồn lực bên ngoài cho phát triển công nghiệp văn hóa.

Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa dựa trên KH, CN & ĐMST vừa là yêu cầu tất yếu của thời đại, vừa là con đường để Việt Nam hiện thực hóa khát vọng xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc gắn với kinh tế phát triển nhanh, bền vững. Vai trò của KH, CN & ĐMST trong lĩnh vực này thể hiện ở việc mở ra không gian sáng tạo mới, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm văn hóa, mở rộng thị trường tiêu thụ và tăng sức cạnh tranh quốc tế cho văn hóa Việt Nam. Thực tiễn cho thấy, quốc gia nào biết tận dụng tốt các thành tựu khoa học công nghệ để phát huy sức mạnh mềm văn hóa thì sẽ tạo được bước đột phá trong phát triển kinh tế sáng tạo và nâng cao ảnh hưởng trên trường quốc tế.

Đối với Việt Nam, việc triển khai hiệu quả Nghị quyết 57-NQ/TW và các chủ trương liên quan sẽ tạo xung lực mạnh mẽ thúc đẩy khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo phục vụ phát triển công nghiệp văn hóa. Mục tiêu đến năm 2030 các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP và toàn bộ các đơn vị văn hóa thực hiện chuyển đổi số là hoàn toàn khả thi nếu chúng ta thực hiện đồng bộ các giải pháp nêu trên. Xa hơn, hướng tới năm 2045, khi đất nước trở thành nước phát triển, công nghiệp văn hóa Việt Nam có thể vươn lên đóng góp 8-10% GDP, trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn.

KẾT LUẬN

Bằng việc gắn kết chặt chẽ văn hóa với KH&CN, chúng ta không chỉ tạo động lực tăng trưởng kinh tế mới mà còn phát huy được sức mạnh mềm của dân

tộc. Một nền công nghiệp văn hóa phát triển trên nền tảng đổi mới sáng tạo sẽ góp phần quảng bá sâu rộng hình ảnh Việt Nam ra thế giới, đồng thời làm giàu thêm đời sống tinh thần của nhân dân. Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đây chính là con đường để văn hóa Việt Nam “cắt cánh” cùng đất nước, hiện thực hóa khát vọng Việt Nam hùng cường, thịnh vượng vào giữa thế kỷ 21.

CHÚ THÍCH

¹Đảng Cộng sản Việt Nam: Nghị quyết 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia

²<https://chinhsachcuocsong.vn/net.vn/cong-nghiep-van-hoa-dong-gop-va-o-su-tang-truong-cua-dat-nuoc/52299.html>, truy cập ngày 15/4/2025

³<https://consosukien.vn/phat-trien-cac-nganh-cong-nghiep-van-hoa-gan-voi-quang-ba-dat-nuoc-con-nguoi-viet-nam.htm>, truy cập ngày 15/4/2025

⁴<https://baophapluat.vn/cong-nghiep-van-hoa-va-khong-gian-sang-tao-so-post501755.html>, truy cập 6/5/2025

⁵<https://vcca.org.vn/phap-luat/viet-nam-dung-thu-3-khu-vuc-ve-ty-le-vi-pham-ban-quyen-moi-truong-so-la-san-choi-nhieu-rui-ro.html>, truy cập ngày 15/4/2025.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Báo Chính phủ. (2023). *Tổng thuật Hội nghị toàn quốc về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Truy cập từ* <https://baochinhphu.vn/cap-nhat-thu-tuong-chu-tri-hoi-nghi-toan-quooc-ve-phat-trien-cac-nganh-cong-nghiep-van-hoa-viet-nam-102231222082337374.htm>

Bùi Hoài Sơn. (2024). *Cơ chế thúc đẩy sự phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Thủ đô Hà Nội. Tạp chí Cộng sản online ngày 31/7/2024.*

Đảng Cộng sản Việt Nam, Bộ Chính trị. (2024). *Nghị quyết 57-NQ/TW của Bộ Chính trị.*

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (n.d.). *Các số liệu thống kê.*

Nguyễn Thị Thu Phương, & Phạm Thị Nhung. (2025). *Tác động của thể chế đến các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam hiện nay. Tạp chí Cộng sản online ngày 16/4/2025.*

Thủ tướng Chính phủ. (2016). *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến 2020, tầm nhìn 2030.*

Thủ tướng Chính phủ. (2021). *Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030.*

Thủ tướng Chính phủ. (2024). *Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 57-NQ/TW.*