

# PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH NGHỆ THUẬT Ở VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Từ Thị Loan

Viện Văn hóa, Nghệ thuật, Thể thao và Du lịch Việt Nam  
Email: tuthiloanhn@gmail.com

/Ngày nhận bài: **28/10/2025** /Ngày nhận bài sửa sau phản biện: **05/01/2026** /Ngày chấp nhận đăng: **30/01/2026**

## TÓM TẮT

Bài viết tập trung phân tích thực trạng phát triển một số ngành nghệ thuật ở Việt Nam (âm nhạc, điện ảnh, sân khấu, mỹ thuật, nhiếp ảnh) trong bối cảnh chuyển đổi số, chỉ ra những thành tựu đáng ghi nhận như khả năng mở rộng không gian sáng tạo, tiếp cận khán giả rộng rãi, thúc đẩy đổi mới công nghệ, cũng như những vấn đề tồn tại như tình trạng vi phạm bản quyền, chất lượng nội dung chưa đồng đều, thách thức về quản lý và định hướng văn hóa, từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển bền vững các ngành nghệ thuật trong kỷ nguyên số. Bài viết khẳng định rằng chuyển đổi số không chỉ là thách thức mà còn là cơ hội để nghệ thuật Việt Nam khẳng định vị thế, vừa bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc, vừa hòa nhập cùng dòng chảy toàn cầu.

**Từ khóa:** Nghệ thuật, chuyển đổi số, Việt Nam, thực trạng, giải pháp

## DEVELOPING THE ARTS IN VIETNAM IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION: CURRENT SITUATION & SOLUTIONS

### ABSTRACT

The article focuses on analyzing the current state of development of some art industries in Vietnam (music, cinema, theater, fine arts, photography) in the context of digital transformation, pointing out remarkable achievements such as the ability to expand creative space, reach a wide audience, promote technological innovation, as well as existing problems such as copyright infringement, uneven content quality, challenges in management and cultural orientation, thereby proposing a number of solutions for sustainable development of art industries in the digital age. The article affirms that digital transformation is not only a challenge but also an opportunity for Vietnamese art to affirm its position, both preserving national cultural identity and integrating with the global flow.

**Keywords:** Art, digital transformation, Vietnam, current situation, solutions

### 1. MỞ ĐẦU

Những năm gần đây Việt Nam chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của các loại hình nghệ thuật trong môi trường số: âm nhạc được phổ biến qua các nền tảng trực tuyến; điện ảnh được phân phối qua dịch vụ streaming; mỹ thuật và nhiếp ảnh được triển lãm trên không gian ảo; sân khấu và nghệ thuật biểu diễn có thêm đời sống mới qua hình thức livestream. Những chuyển biến này góp phần đưa nghệ thuật đến gần công chúng hơn, mở rộng cơ hội sáng tạo cho nghệ sĩ và tạo nên sự sôi động của thị trường văn hóa. Tuy nhiên, thực tế cũng đặt ra hàng loạt vấn đề nan giải như: nguy cơ lệ thuộc vào công nghệ, tình trạng vi phạm bản quyền trên môi trường mạng, sự chênh lệch trong tiếp cận giữa các nhóm công chúng, thách thức trong quản lý và định hướng phát triển nghệ thuật phù hợp với bản sắc văn hóa dân tộc. Bài viết này tập trung làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn phát triển các ngành nghệ thuật trong thời kỳ chuyển đổi số, nhận diện những vấn đề đặt ra và đề xuất các giải

pháp nhằm phát triển nghệ thuật Việt Nam trong kỷ nguyên số.

### 2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

#### 2.1. Cơ sở lý luận về phát triển các ngành nghệ thuật trong bối cảnh chuyển đổi số

Chuyển đổi số (digital transformation) là quá trình thay đổi toàn diện phương thức hoạt động, quản trị, sản xuất, cung ứng dịch vụ và tương tác xã hội thông qua ứng dụng công nghệ số. Chuyển đổi số không đơn thuần là việc “số hóa” (digitization: biến đổi dữ liệu analog thành dữ liệu số) hay “tin học hóa” (digitalization: áp dụng công nghệ để tự động hóa quy trình), mà còn bao hàm sự thay đổi căn bản mô hình tổ chức, văn hóa và giá trị nhằm thích ứng với môi trường số.

Phát triển các ngành nghệ thuật trong thời kỳ chuyển đổi số được hiểu là quá trình nâng cao năng lực sáng tạo, tổ chức sản xuất, lưu hành, phổ biến và tiêu thụ

các sản phẩm nghệ thuật trên nền tảng công nghệ số, đồng thời mở rộng khả năng tiếp cận công chúng, thị trường và hội nhập quốc tế trên cơ sở bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc.

Từ góc nhìn của lý thuyết hiện đại hóa có thể thấy khoa học công nghệ nói chung, chuyển đổi số nói riêng có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển đi lên của xã hội (Rostow W.W., 1960. Inglehart, R., & Welzel, C., 2005; Phạm Quang Minh, 2017). Đối với các ngành nghệ thuật, lý thuyết này lý giải việc số hóa và ứng dụng công nghệ số sẽ giúp nghệ thuật “hiện đại hóa” cách sáng tạo, phân phối và tiếp cận công chúng.

Từ góc nhìn của lý thuyết toàn cầu hóa văn hóa có thể lý giải sự lan tỏa nhanh chóng của các sản phẩm văn hóa nghệ thuật vượt qua mọi khoảng cách địa lý, biên giới nhờ internet và công nghệ số (Appadurai A., 1996; Robertson, R., 1992). Từ đó, lý thuyết này giúp nghiên cứu mối quan hệ giữa nghệ thuật trong nước với nghệ thuật quốc tế, vừa tạo cơ hội quảng bá, vừa đặt ra thách thức về bản sắc và cạnh tranh, sự giao thoa giữa văn hóa Việt Nam và thế giới trong bối cảnh toàn cầu hóa (Tomlinson, J., 1999; Nguyễn Văn Huyền, 2015).

Trong khi đó, lý thuyết truyền thông tương tác coi nghệ thuật số là quá trình tương tác hai chiều giữa nghệ sĩ và công chúng thông qua nền tảng số (Lull J., 2000; McQuail D., 2010). Nghệ thuật số không phải là quá trình một chiều, mà là hai chiều hoặc đa chiều. Nghệ thuật trong thời kỳ số là kết quả của sự tương tác giữa nghệ sĩ - nền tảng số - công chúng. Người tiếp nhận trở thành người tham gia tích cực, có khả năng phản hồi, chia sẻ, tái tạo nội dung. Công nghệ số và mạng xã hội tạo điều kiện để công chúng trở thành đồng sáng tạo thay vì chỉ là khán giả. Lý thuyết này giúp phân tích sự thay đổi trong quan hệ “nghệ sĩ - khán giả” từ tiếp nhận thụ động sang tham gia chủ động như: tương tác livestream, bình luận, remix tác phẩm (Fiske J., 2011; Jensen, K. B., 2010).

Từ các lý thuyết trên có thể thấy, nghiên cứu sự phát triển của các loại hình nghệ thuật trong bối cảnh chuyển đổi số cần được xem xét, tìm hiểu trong mọi khâu của vòng đời tác phẩm: từ ý tưởng sáng tạo đến sản xuất, phân phối, tiêu dùng, trải nghiệm của khán giả cũng như phải đặt trong hệ sinh thái phát triển gồm nhiều yếu tố như thể chế, chính sách, hạ tầng số, các nguồn lực cũng như mối quan hệ giữa các bên liên quan: Nhà nước - doanh nghiệp - nghệ sĩ - khán giả.

### **2.2. Thực trạng phát triển các ngành nghệ thuật trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay**

#### **2.2.1. Chuyển đổi số trên phương diện sáng tác, sản xuất**

Trong lĩnh vực âm nhạc, chuyển đổi số đã làm thay đổi căn bản cả hình thức lẫn quy trình sáng tác tác phẩm. Trước kia, việc sáng tác thường diễn ra trong không gian vật lý, căn phòng thu, ban nhạc, sự hỗ trợ từ hãng đĩa, nhạc viện hoặc các tổ chức chuyên nghiệp, nội dung bị giới hạn bởi định hướng của các đơn vị bảo trợ. Hiện nay, nghệ sĩ có thể sáng tác từ bất cứ đâu, chỉ cần một máy tính, phần mềm DAW (Digital Audio Workstation) như FL Studio, Logic Pro, Ableton Live... Các nền tảng như YouTube, TikTok, Soundcloud, BandLab luôn tạo điều kiện để nghệ sĩ thử nghiệm ý tưởng, remix, mashup, kết hợp AI, dữ liệu lớn vào sáng tác (Tùng Thị Loan, 2024).

Đối với lĩnh vực điện ảnh, sự ra đời của nền tảng số kích thích các hình thức sáng tác kịch bản và sản xuất mới như: phim được viết hay đo lường theo “second-window”, từ phòng vé chuyên sang OTT<sup>1</sup>), sản xuất nhắm đến phân phối đa nền tảng (rap chiếu phim + VOD). Công nghệ quay phim chuyển từ analog sang kỹ thuật số; áp dụng các công cụ hậu kỳ số, sử dụng kỹ xảo số, hiệu ứng hình ảnh dựng các cảnh kỳ ảo trong phim điện ảnh, phim hoạt hình (như phim *Trạng Tí phiêu lưu*). Xuất hiện một dòng phim mới chuyên chiếu mạng như web drama, web series và thể loại phim ngắn phát trên các mạng xã hội. Các nhóm tiên phong là *Dam TV* (2012), *BB & BG* (2012), *Thích ăn Phở* (2013), *FAPtv* (2014). Một số phim tiêu biểu là *5S online*, *Tầng 18+*, *Mùa hoa oải hương năm ấy*, *Kim chi cà pháo*, *Tiệm bánh hoàng tử bé...* Năm 2019, phim *Thập Tam Muội* của Thu Trang “gây bão” và đứng đầu top trending khi đạt hơn 117 triệu lượt xem cho 3 tập. Năm 2020, phim *Bố già* do diễn viên Trần Thành thủ vai cũng thu hút hàng trăm triệu lượt xem trên YouTube.

Trong lĩnh vực sân khấu, nhiều đạo diễn, tác giả thử nghiệm kịch bản dành riêng cho nền tảng số hoặc cách dàn dựng “hybrid” (kết hợp trực tiếp + trực tuyến). Tuy nhiên, sáng tác sân khấu kỹ thuật số vẫn còn nhiều khó khăn về kinh phí đầu tư công nghệ như kỹ nghệ quay, hậu kỳ, đa camera, tương tác.

Đối với lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh, giới nghệ sĩ thường sử dụng công cụ số (tablet, software, AI-assisted tools) để sáng tác. Một bộ phận khác theo đuổi NFT, art-tokenization, tạo nên một kênh sáng tạo mới. Công nghệ số mở rộng ranh giới biểu đạt mỹ thuật vào các kết nối liên ngành, kích thích sự giao thoa giữa nghệ thuật truyền thống và các ngành công nghiệp sáng tạo khác như: game, hoạt hình, thiết kế trải nghiệm, quảng cáo, thời trang kỹ thuật số, nghệ thuật trình diễn đa phương tiện. Việc nghệ sĩ Tuấn Andrew Nguyễn sử dụng video art, multimedia, trưng bày tại New Museum (Mỹ) năm 2023 là một minh chứng về sự phát triển của mỹ thuật Việt trong thời đại số.

## NGHỆ THUẬT - ARTS

Nhìn chung, chuyển đổi số đang làm thay đổi căn bản cơ chế, cách thức sáng tạo của các nghệ sĩ và giới làm nghề. Việc ứng dụng công nghệ số như: trí tuệ nhân tạo, phần mềm sáng tác, công nghệ dựng phim, thực tế ảo VR, thực tế tăng cường AR, blockchain, NFT... góp phần tạo ra các hình thức biểu đạt mới, các tác phẩm đa phương tiện, làm tăng tính tương tác và trải nghiệm của công chúng.

### 2.2.2. Chuyển đổi số trên phương diện lưu hành, phổ biến tác phẩm

Trong lưu hành và phổ biến nghệ thuật số, các nền tảng trực tuyến (YouTube, Spotify, Netflix, VieOn, Google Arts & Culture, bảo tàng 3D...) trở thành kênh chính để giới thiệu tác phẩm đến công chúng, thay thế hoặc bổ sung cho các kênh truyền thông.

Đối với lĩnh vực âm nhạc, kênh phân phối truyền thống (băng, đĩa, phát thanh) bị dịch chuyển rõ sang nền tảng số như các mạng xã hội YouTube, TikTok hay các nền tảng Zing MP3, Nhaccuatui, Spotify... trong đó YouTube, TikTok cùng với các dịch vụ audio-based là kênh chính để tiếp cận công chúng (RMIT Việt Nam, 2024, tr. 6-7).

Trong lĩnh vực điện ảnh, thị trường video trực tuyến tại Việt Nam ngày càng chiếm ưu thế: YouTube và TikTok chiếm phần lớn giờ xem; SVOD (Netflix, FPT Play, VieOn...) vẫn còn thấp về tỉ lệ người trả phí so với tổng giờ xem. Nhiều phim địa phương cũng tận dụng “cửa sổ” phát hành trên OTT sau rạp để tăng vòng đời thương mại (Asia Video Content Dynamics, 2023, tr. 1-11).

Đối với lĩnh vực sân khấu, trong đại dịch COVID-19, nhiều đoàn nghệ thuật, nhà hát đã chuyển sang livestream (trên YouTube, Facebook) và duy trì một số chương trình trực tuyến sau khi mở cửa trở lại. Việc phát sóng giúp giữ liên hệ với khán giả, nhưng mô hình bán vé trực tuyến và quản lý bản quyền biểu diễn trực tuyến vẫn chưa hoàn thiện.

Còn trong lĩnh vực mỹ thuật, nhiếp ảnh, các triển lãm ảo, tour 3D, nền tảng Google Arts & Culture và các site triển lãm trực tuyến của bảo tàng được triển khai ngày càng nhiều hơn. Nhiều bảo tàng lớn ở Việt Nam phát triển tour 3D/VR để tiếp cận công chúng toàn cầu. Tuy nhiên, hạ tầng thương mại nghệ thuật số (sàn giao dịch NFT, bản quyền số, giám định) vẫn còn manh mún.

### 2.2.3. Chuyển đổi số trên phương diện tiêu dùng, trải nghiệm của khán giả

Công chúng tham gia thưởng thức nghệ thuật trên không gian số thường qua nhiều dạng thức: nghe nhạc trực tuyến, xem phim qua OTT, tham quan triển lãm ảo, tương tác qua mạng xã hội, tham gia cộng

đồng fandom...

Trước hết, hình thức thưởng thức âm nhạc đã hoàn toàn thay đổi. Hiện nay người nghe chủ yếu nghe theo playlist, xem MV ngắn trên mạng xã hội, tương tác qua comment/like, tham gia fan club. Người nghe trẻ ngày càng dựa vào mạng xã hội để khám phá thị trường âm nhạc, dẫn tới vòng đời hit nhanh hơn nhưng cũng mau phai. Báo cáo Vietnam Digital Music Landscape 2024 cho thấy YouTube, TikTok và Zing MP3 là ba nền tảng phổ biến nhất tại Việt Nam. Hành vi, sở thích, thói quen nghe nhạc cũng có nhiều thay đổi. Gen Z là thế hệ dẫn dắt thị trường tiêu dùng nghệ thuật số, vượt xa các nhóm tuổi khác (RMIT Việt Nam, 2024, tr. 6-7).

Đối với lĩnh vực điện ảnh, thói quen hưởng thụ và tiêu dùng phim đã có nhiều thay đổi: người xem dành nhiều giờ/ngày cho video trực tuyến; ưu tiên nội dung ngắn, giải trí nhanh trên nền tảng miễn phí. Với nội dung phim dài thì rào cản trả phí vẫn còn (tỉ lệ SVOD thấp). Điều này ảnh hưởng tới mô hình doanh thu và cách đo lường thành công của phim Việt Nam. Theo một nghiên cứu, đến quý 1 năm 2023, YouTube dẫn đầu với ~51.8 triệu MAU, TikTok gần bằng và SVOD (Netflix) có số người theo dõi nhỏ hơn nhiều so với MAU do chia sẻ mật khẩu (Asia Video Content Dynamics - Vietnam, 2023).

Trong lĩnh vực sân khấu, trải nghiệm xem trực tuyến khác với sân khấu thực tế ở chỗ mất yếu tố không gian chung, tuy nhiên bù lại lại tiếp cận được khán giả rộng hơn, giá vé và chi phí thấp hơn. Tuy nhiên, các nghệ sĩ và nhà tổ chức phải điều chỉnh ngôn ngữ biểu diễn, cắt dựng để phù hợp màn hình. Nhiều dự án livestream sân khấu chuyên nghiệp và kênh biểu diễn chuyên về phát sóng góp phần mang lại sức sống mới cho nghệ thuật sân khấu trong bối cảnh bị cạnh tranh gay gắt bởi các hình thức giải trí khác.

Đối với nghệ thuật thị giác, trải nghiệm tham quan trực tuyến tăng mạnh (đơn cử như tour 3D của Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam đã có được lượng truy cập rất lớn trong giai đoạn đầu triển khai), giúp mở rộng đối tượng khán giả. Công nghệ còn giúp tạo trải nghiệm tương tác (audio guide, AR, VR). Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam ra mắt 3D tour và chỉ trong một tuần đã thu hút gần 70.000 lượt trải nghiệm, là con số vượt trội so với lượng khách tham quan vật lý hàng năm, cho thấy ảnh hưởng mạnh mẽ của số hóa tới sự tiếp cận của công chúng.

## 2.3. Những vấn đề đặt ra đối với sự phát triển của các ngành nghệ thuật Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số

### Thứ nhất, vấn đề sáng tạo nghệ thuật

Công nghệ số mang lại môi trường sáng tạo vô cùng

đa dạng, từ hội họa số, âm nhạc điện tử, phim ảnh kỹ thuật số đến nghệ thuật trình diễn trực tuyến... Tuy nhiên, song song với cơ hội cũng có không ít những vấn đề đáng lưu ý. Trước hết là nguy cơ lệ thuộc vào công nghệ, khiến sáng tác bị “công cụ hóa”, thiếu chiều sâu tư tưởng, giảm tính độc đáo. Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong mỹ thuật, âm nhạc, nhiếp ảnh tạo ra nhiều tác phẩm gây ấn tượng nhanh chóng nhưng cũng đặt ra câu hỏi về bản quyền, tính xác thực và giá trị thẩm mỹ. Một số nghệ sĩ trẻ Việt Nam đã thử nghiệm với công cụ MidJourney, Stable Diffusion để tạo tranh AI, nhưng còn gây tranh luận về tư cách tác giả và giá trị nghệ thuật.

#### *Thứ hai, vấn đề lưu hành và phổ biến tác phẩm nghệ thuật*

Không gian mạng, đặc biệt là mạng xã hội, nền tảng nghe nhìn trực tuyến (YouTube, TikTok, Spotify, Netflix) đã trở thành kênh lưu hành chính yếu của nhiều loại hình nghệ thuật. Tuy nhiên, đi kèm với đó là tình trạng phụ thuộc nền tảng xuyên biên giới, trong khi thị trường nội địa còn thiếu các nền tảng số chuyên biệt cho nghệ thuật. Điều này dẫn đến nguy cơ “chảy máu chất xám” khi tác phẩm nghệ thuật Việt Nam phải tìm đường qua nền tảng ngoại mới đến được khán giả trong nước và quốc tế.

Việc lưu hành, phổ biến tác phẩm trên không gian mạng cũng đang đối diện với vấn đề bản quyền nghiêm trọng. Theo Cục Bản quyền tác giả, chỉ riêng trong năm 2024 đã có hàng nghìn vụ vi phạm bản quyền âm nhạc và điện ảnh trên nền tảng số, trong đó nổi bật là tình trạng livestream lậu các chương trình nghệ thuật, chiếu lậu phim Việt như Nhà Bà Nữ trên TikTok chỉ sau vài ngày ra rạp. Hệ thống pháp lý và cơ chế bảo vệ bản quyền số tại Việt Nam tuy đã có bước tiến (Luật Sở hữu trí tuệ được sửa đổi năm 2022), nhưng vẫn chưa đủ mạnh, thiếu công cụ giám sát và chế tài hiệu quả. Bên cạnh đó, việc phân phối các sản phẩm nghệ thuật trên nền tảng số bị chi phối bởi thuật toán và dòng chảy thương mại hóa, khiến nhiều tác phẩm nghệ thuật có giá trị hàn lâm khó tiếp cận công chúng, nhường chỗ cho các sản phẩm dễ xem, dễ lan truyền.

#### *Thứ ba, vấn đề tiêu thụ và trải nghiệm nghệ thuật*

Công chúng ngày nay có thể xem phim trực tuyến, tham gia triển lãm ảo, nghe nhạc trực tuyến, tham gia concert qua livestream. Điều này mở rộng cơ hội tiếp cận nghệ thuật, nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức. Trước hết là sự thay đổi thói quen thưởng thức: công chúng có xu hướng ưa chuộng sản phẩm ngắn, nhanh, dễ tiếp nhận (short video, clip cắt ghép), trong khi những giá trị nghệ thuật lâu dài, đòi hỏi sự chiêm nghiệm dễ bị bỏ quên. Sự “bội thực” thông tin và sản phẩm nghệ thuật trên mạng làm suy giảm khả năng cảm thụ sâu sắc, dẫn đến nguy cơ xem nghệ thuật như

giải trí thuần túy, thiếu nền tảng giáo dục thẩm mỹ.

#### *Thứ tư, vấn đề quản lý và định hướng phát triển nghệ thuật trong môi trường số*

Chính sách quản lý nghệ thuật trong không gian mạng ở Việt Nam hiện nay chưa theo kịp thực tiễn. Công tác quản lý thiếu dự báo chiến lược, thường mang tính “chạy theo” sự phát triển công nghệ. Do vậy, một mặt, cần tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho sáng tạo và lưu hành nghệ thuật số; mặt khác, phải có công cụ bảo vệ bản quyền, sàng lọc nội dung độc hại, lệch chuẩn. Thách thức nằm ở chỗ cân bằng giữa tự do sáng tạo và kiểm soát quản lý, để vừa khuyến khích nghệ sĩ sáng tạo, vừa giữ gìn giá trị văn hóa dân tộc. Ngoài ra, chính sách hỗ trợ tài chính, đầu tư công nghệ cho nghệ sĩ và các đơn vị nghệ thuật còn hạn chế, khiến nghệ sĩ khó tham gia sâu vào thị trường số. Nhìn chung, những vấn đề đặt ra cho sự phát triển nghệ thuật Việt Nam trong thời kỳ chuyển đổi số không chỉ nằm ở kỹ thuật hay công nghệ, mà còn ở giá trị thẩm mỹ, văn hóa, cơ chế quản lý và sự công bằng trong tiếp cận. Giải quyết các vấn đề này đòi hỏi sự kết hợp đồng bộ từ phía nhà nước, giới nghệ sĩ, các doanh nghiệp công nghệ và công chúng. Chỉ khi đó, nghệ thuật Việt Nam mới có thể vừa phát huy tiềm năng sáng tạo trong môi trường số, vừa giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc và vươn ra toàn cầu.

#### **2.4. Giải pháp phát triển các ngành nghệ thuật ở Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số**

Để phát triển các ngành nghệ thuật ở Việt Nam trong thời kỳ chuyển đổi số, cần triển khai hệ thống giải pháp đồng bộ, bao quát từ khâu sáng tạo đến lưu hành, phổ biến và thụ hưởng nghệ thuật. Những giải pháp này không chỉ tập trung vào kỹ thuật - công nghệ, mà còn hướng đến việc bảo đảm bản sắc văn hóa, nâng cao chất lượng nghệ thuật và xây dựng cơ chế quản lý bền vững.

#### *Một là, nâng cao năng lực sáng tác trong môi trường số*

Một trong những điều kiện tiên quyết là hỗ trợ nghệ sĩ làm chủ công nghệ mới. Cần tổ chức các chương trình đào tạo kỹ năng số cho nghệ sĩ, từ việc sử dụng phần mềm sáng tác (âm nhạc, mỹ thuật số, phim ảnh) đến ứng dụng trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo VR, thực tế tăng cường AR. Các cơ sở đào tạo nghệ thuật cần tích hợp học phần công nghệ số trong chương trình giảng dạy, qua đó hình thành đội ngũ nghệ sĩ vừa có năng lực sáng tạo truyền thống, vừa có khả năng sáng tác trên nền tảng số. Ngoài ra, khuyến khích hình thành các liên minh sáng tạo nghệ thuật số, nơi nghệ sĩ, kỹ sư công nghệ, doanh nghiệp cùng hợp tác để phát triển tác phẩm mang giá trị nghệ thuật và tính ứng dụng công nghệ. Một số quốc gia như Hàn Quốc đã thành công với mô hình này trong lĩnh vực K-pop và nghệ thuật số.

## NGHỆ THUẬT - ARTS

*Hai là, phát triển hạ tầng và nền tảng lưu hành nghệ thuật số*

Thực tiễn cho thấy, phần lớn tác phẩm nghệ thuật Việt Nam hiện lưu hành trên các nền tảng xuyên biên giới như YouTube, Spotify, Netflix, TikTok. Điều này gây ra sự lệ thuộc và tiềm ẩn rủi ro thất thoát doanh thu, vi phạm bản quyền. Việt Nam cần xây dựng các nền tảng nghệ thuật số nội địa (ví dụ: hệ thống streaming âm nhạc, triển lãm ảo, rạp phim trực tuyến) được vận hành theo chuẩn quốc tế, nhằm bảo đảm chủ quyền dữ liệu và tạo không gian phát triển cho nghệ sĩ trong nước. Cùng với đó, cần ứng dụng công nghệ blockchain và watermark số để quản lý bản quyền, minh bạch hóa giao dịch. Việc tham khảo mô hình bảo hộ tác phẩm nghệ thuật số bằng NFT (Non-fungible token) ở nhiều nước có thể mang lại những gợi ý hữu ích.

*Ba là, đa dạng hóa hình thức tiếp cận và nâng cao trải nghiệm nghệ thuật.*

Trong bối cảnh công chúng ngày càng ưa chuộng các sản phẩm nhanh, ngắn, dễ lan truyền, cần có chính sách khuyến khích sáng tạo các tác phẩm nghệ thuật ngắn gọn, phù hợp với thị hiếu số, nhưng vẫn bảo đảm giá trị thẩm mỹ. Các đơn vị nghệ thuật có thể ứng dụng công nghệ triển lãm ảo, hòa nhạc trực tuyến, phim chiếu trên nền tảng streaming để mở rộng đối tượng tiếp cận, đồng thời duy trì các không gian nghệ thuật truyền thống nhằm bảo đảm tính đa dạng. Ngoài ra, cần phát triển giáo dục thẩm mỹ số để hướng dẫn công chúng, đặc biệt là giới trẻ, biết cách lựa chọn và tiếp nhận nghệ thuật có chất lượng, tránh sự lấn át của sản phẩm giải trí thuần túy. Các chương trình như “Bảo tàng ảo Việt Nam”, “Sân khấu trực tuyến” hay “Triển lãm mỹ thuật số” có thể là những sáng kiến khả thi.

*Bốn là, hoàn thiện cơ chế quản lý và chính sách hỗ trợ*  
Quản lý nghệ thuật trong môi trường số đặt ra yêu cầu cân bằng giữa khuyến khích sáng tạo và kiểm soát nội dung. Do đó, cần có các giải pháp sau: (1) Hoàn thiện khung pháp lý về bản quyền số, tăng cường năng lực thực thi, áp dụng công cụ giám sát trực tuyến để xử lý vi phạm nhanh chóng; (2) Ban hành chính sách hỗ trợ tài chính và thuế cho nghệ sĩ, đơn vị nghệ thuật trong quá trình chuyển đổi số (ví dụ: hỗ trợ chi phí xây dựng nền tảng số, khuyến khích hợp tác công - tư trong sản xuất sản phẩm nghệ thuật); (3) Đầu tư nghiên cứu và dự báo xu hướng nghệ thuật số, từ đó ban hành chính sách mang tính chiến lược thay vì “chạy theo” thực tiễn; (4) Thúc đẩy hợp tác quốc tế, học hỏi mô hình quản lý và phát triển nghệ thuật số từ các quốc gia tiên tiến như Hàn Quốc, Vương quốc Anh, đồng thời quảng bá nghệ thuật Việt Nam trên các nền tảng toàn cầu.

*Năm là, xây dựng hệ sinh thái sáng tạo nghệ thuật số*

Phát triển nghệ thuật trong kỷ nguyên số không thể đơn độc dựa vào nghệ sĩ, mà cần một hệ sinh thái đồng bộ gồm: nghệ sĩ - công chúng - doanh nghiệp công nghệ - cơ quan quản lý. Nhà nước đóng vai trò kiến tạo môi trường, nghệ sĩ sáng tạo nội dung, doanh nghiệp cung cấp hạ tầng và công nghệ, công chúng tham gia tương tác và đánh giá. Một hệ sinh thái như vậy sẽ bảo đảm tính bền vững, vừa khai thác sức mạnh công nghệ, vừa giữ gìn bản sắc văn hóa.

Nhìn chung, các giải pháp phát triển nghệ thuật Việt Nam trong thời kỳ chuyển đổi số phải toàn diện, kết hợp giữa công nghệ với chính sách, con người và thị trường. Điều quan trọng là các ngành nghệ thuật không chỉ dừng lại ở việc số hóa, mà cần tận dụng công nghệ để tái định nghĩa trải nghiệm thẩm mỹ, bảo đảm hài hòa giữa đổi mới sáng tạo và gìn giữ giá trị văn hóa dân tộc, đồng thời mở ra cơ hội hội nhập toàn cầu.

### 3. KẾT LUẬN

Quá trình chuyển đổi số đang tạo ra những bước ngoặt lớn trong sự phát triển của các loại hình nghệ thuật ở Việt Nam. Không gian mạng mở ra cơ hội tiếp cận công chúng rộng rãi, mở rộng khả năng sáng tạo, phân phối và quảng bá tác phẩm, đồng thời giúp nghệ sĩ Việt Nam dễ dàng hội nhập với dòng chảy nghệ thuật quốc tế.

Để phát triển bền vững, nghệ thuật Việt Nam cần một chiến lược toàn diện, bao gồm: hoàn thiện khung pháp lý và cơ chế quản lý phù hợp với môi trường số; tăng cường giáo dục thẩm mỹ và kỹ năng số cho công chúng; hỗ trợ nghệ sĩ trong đào tạo, sáng tạo và bảo vệ quyền lợi; đồng thời thúc đẩy hợp tác quốc tế nhằm nâng cao vị thế văn hóa Việt Nam.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, việc phát triển nghệ thuật số không chỉ nhằm mục tiêu kinh tế mà còn mang ý nghĩa chính trị, văn hóa và xã hội. Nghệ thuật số góp phần lan tỏa hình ảnh Việt Nam ra thế giới, tăng cường sức mạnh mềm văn hóa, đồng thời tạo điều kiện để người dân được thụ hưởng bình đẳng hơn các giá trị nghệ thuật. Thành công của quá trình này phụ thuộc vào sự phối hợp đồng bộ giữa ý chí chính trị, chính sách công, sự năng động của nghệ sĩ và sự tham gia tích cực của công chúng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Asia Video Content Dynamics - Vietnam. (2023). <https://media-partners-asia.com/VCD2023/PreviewContent.pdf>.
- Báo cáo Digital Việt Nam 2025, <https://duonggiaphat.vn/digital-viet-nam-2025/>
- Bảo tàng lịch sử quốc gia (2021). *The National Treasures in 3D Virtual Space*. <https://baotanglichsu.vn/en/Articles/3173/72557/the-national-treasures-in-3d-virtual-space.html?utm>
- Bộ Thông tin và Truyền thông. (2020). *Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*. Hà Nội.
- Fiske, J. (2011). *Television culture*. Routledge.
- Jensen, K. B. (2010). *Media convergence: The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. Routledge.
- Nguyễn Văn An, Trần Thị Mai. (2023). *Trí tuệ nhân tạo và nghệ thuật: Vấn đề bản quyền và giá trị sáng tạo*. Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam, (4), tr. 22-29.
- Nguyễn Thị Hạnh, Lê Quốc Anh. (2022). *Quản lý văn hóa nghệ thuật trong kỷ nguyên số: Thách thức và giải pháp*. Tạp chí Khoa học Chính trị, 38(3), 65-72.
- Nguyễn Minh Hòa. (2021). *Thay đổi thói quen tiếp nhận nghệ thuật trong bối cảnh số*. Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, (435), 45-50.
- Nguyễn Văn Huyền. (2015). *Toàn cầu hóa và những vấn đề văn hóa ở Việt Nam hiện nay*. Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, (377), 5-10.
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, cultural change, and democracy: The human development sequence*. Cambridge University Press.
- Lull, J. (2000). *Media, communication, culture: A global approach (2nd ed.)*. Columbia University Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory (6th ed.)*. Sage Publications.
- Từ Thị Loan chủ biên (2023). *Môi trường văn hóa trên không gian mạng*. Nxb. Văn hóa Dân tộc
- Phạm Quang Minh. (2022). *Vietnam's digital cultural industries: Opportunities and challenges*. Asian Journal of Cultural Policy, 19 (2), 55-70.
- Phạm Quang Minh (2017). *Hiện đại hóa ở Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa: Một số tiếp cận lý thuyết*. Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Nghiên cứu Chính trị, 33(2), 1–10.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. Sage.
- RMIT University Vietnam. *Vietnam Digital Music Landscape 2024: Transformation, Trends & Potentials*. RMIT University Vietnam, file:///C:/Users/Admin/Downloads/EN-vietnam-digital-music-landscape-2024%20(2).pdf
- Rostow, W. W. (1960). *The stages of economic growth: A non-communist manifesto*. Cambridge University Press.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. University of Chicago Press.
- UNESCO. (2021). *Re|Shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good*. UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2021). *Culture and digital transformation*. Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org>
- World Bank. (2020). *Vietnam digital transformation: Enabling digital economy for inclusive development*. World Bank Publications.