

# PHÁT TRIỂN NGHỆ THUẬT TRÊN KHÔNG GIAN MẠNG TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

TỪ THỊ LOAN\*

**Tóm tắt:** Chuyển đổi số là xu thế tất yếu trong bối cảnh đương đại. Để thích ứng và phát triển, các ngành nghệ thuật Việt Nam đang có những thay đổi căn bản từ phương thức sáng tác, sản xuất đến lưu hành, phổ biến, tiêu dùng. Không gian mạng mở ra những chân trời mới cho sự phát triển của nghệ thuật số, tuy nhiên, song hành với đó là những thách thức, khó khăn không nhỏ. Trên cơ sở tham khảo kinh nghiệm của ba quốc gia đạt nhiều thành công trong phát triển nghệ thuật gắn với chuyển đổi số là Hàn Quốc, Trung Quốc và Vương quốc Anh, bài viết rút ra một số bài học thiết thực và gợi ý chính sách hữu ích cho Việt Nam trong những vấn đề liên quan.

**Từ khóa:** chuyển đổi số, nghệ thuật, không gian mạng, kinh nghiệm quốc tế, bài học cho Việt Nam.

**Abstract:** Digital transformation is an inevitable trend in the contemporary context. To adapt and develop, Vietnam's art sectors are undergoing fundamental changes in methods of creation, production, circulation, dissemination, and consumption. Cyberspace opens up new horizons for the development of digital art; however, this is accompanied by significant challenges and difficulties. Based on the experiences of three countries that have achieved great success in developing art connected with digital transformation - South Korea, China, and the United Kingdom, this article draws some practical lessons and offers useful policy suggestions for Vietnam on related issues.

**Keywords:** digital transformation, art, cyberspace, international experience, lessons for Vietnam.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, chuyển đổi số đã trở thành xu thế tất yếu, tác động sâu rộng đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có các ngành nghệ thuật. Không gian mạng mở ra những hình thức biểu đạt mới, giúp nghệ thuật vượt qua giới hạn địa lý, thời gian và vật chất, đồng thời tạo cơ hội cho nghệ sĩ tiếp cận công chúng toàn cầu, mở rộng thị trường, kết nối đa chiều, khuyến khích những đổi mới trong sáng tạo liên ngành.

Nhiều quốc gia tiên tiến coi chuyển đổi số trong các ngành nghệ thuật là cấu phần quan trọng của chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Đối với Việt Nam, đây không chỉ là cơ hội khai thác tiềm năng, giá trị kinh tế của văn hóa nghệ thuật, mà còn góp phần chấn hưng văn hóa, nâng cao "sức mạnh mềm" quốc gia, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam ra thế giới.

Tuy nhiên song hành với đó là những thách thức trong việc bảo vệ bản quyền tác giả, nguy cơ thương mại hóa quá mức, sự cạnh tranh của các trào lưu

nghệ thuật toàn cầu, sự bất bình đẳng số, lạm dụng trí tuệ nhân tạo AI,...

Do vậy, việc nghiên cứu, học hỏi kinh nghiệm quốc tế sẽ giúp xác định mô hình phù hợp, đề xuất chính sách khả thi nhằm thúc đẩy quá trình phát triển nghệ thuật Việt Nam trên không gian mạng một cách sáng tạo, hiệu quả và bền vững.

## 1. Kinh nghiệm Hàn Quốc

### Về định hướng chiến lược và chính sách

Hàn Quốc là một trong những quốc gia thành công nhất thế giới trong việc kết hợp phát triển văn hóa, nghệ thuật với chuyển đổi số. Ngay từ đầu những năm 2000, Chính phủ Hàn Quốc đã coi công nghiệp văn hóa là "ngành kinh tế mũi nhọn mới" với hàng loạt chính sách mang tầm chiến lược: "Đạo luật thúc đẩy công nghiệp văn hóa" (2002), "Kế hoạch cơ bản cho ngành công nghiệp văn hóa" (2008), "Tầm nhìn thông minh của Hàn Quốc" (2010) và đặc biệt là "Giao dịch mới kỹ thuật số - Digital New Deal" (2020) chú trọng đầu tư cho hạ tầng kỹ thuật số, dữ liệu, AI và nội dung sáng tạo.

Thực hiện định hướng chiến lược này, Bộ VH TTDL Hàn Quốc (MCST) và Cơ quan Nội dung Sáng tạo Hàn Quốc (KOCCA) đóng vai trò chủ đạo trong việc hoạch định, đầu tư và điều phối chính sách phát triển công nghiệp văn hóa và sáng tạo, bao gồm âm nhạc, điện ảnh, mỹ thuật, trò chơi điện tử, hoạt hình và truyền tranh trực tuyến.

Hàn Quốc đã biến phát triển nội dung số thành chiến lược quốc gia. Thông qua tổ chức KOCCA và các chính sách “Giao dịch mới kỹ thuật số”, Chính phủ hỗ trợ cho các nghiên cứu và phát triển (R&D), đào tạo nguồn nhân lực, xuất khẩu nội dung như K-pop, phim, games, truyện tranh trực tuyến và thúc đẩy chuyển đổi số trong văn hóa, nghệ thuật. Theo MCST, Chính phủ dành trên 6% tổng chi ngân sách văn hóa hằng năm cho lĩnh vực “nội dung số và sáng tạo nghệ thuật” (MCST, 2023).

**Về cơ chế và tổ chức thực hiện: Phối hợp giữa chính phủ - doanh nghiệp - cộng đồng**

Tổ chức KOCCA thành lập năm 2009 được xem là “bộ não” của ngành công nghiệp nội dung Hàn Quốc. Cơ quan này triển khai hàng trăm dự án hỗ trợ hàng năm, tiêu biểu như:

*Quỹ hỗ trợ sáng tạo nội dung (Content Fund)* trị giá hơn 1 nghìn tỷ won/năm, tài trợ cho nghệ sĩ, các studio độc lập, nhà thiết kế trò chơi, nhà làm phim và các start-up nghệ thuật số.

*Trung tâm ương tạo (Content Korea Lab)* tại 8 thành phố lớn, cung cấp không gian sáng tạo, đào tạo kỹ năng số, hỗ trợ bản quyền và tiếp cận thị trường quốc tế.

*Chương trình Học viện Nội dung Hàn Quốc (Korean Content Academy)* đào tạo hơn 50.000 nhân lực sáng tạo kỹ thuật số mỗi năm (KOCCA, Annual Report 2023).

Bên cạnh đó, Hàn Quốc cũng phát triển mạng lưới trung tâm văn hóa - sáng tạo (*Creative Economy Innovation Centers*) kết nối các doanh nghiệp công nghệ như Samsung, Kakao, Naver, CJ ENM,... với nghệ sĩ và cộng đồng nghệ thuật. Chính nhờ mô hình “liên kết ba bên”: nhà nước - doanh nghiệp - nghệ sĩ đã tạo nên nền tảng vững chắc cho sự phát triển của nghệ thuật số Hàn Quốc.

**Một số kết quả nổi bật**

*Âm nhạc và K-pop*

Ngành công nghiệp âm nhạc Hàn Quốc là minh chứng điển hình cho sức mạnh của chuyển đổi số. Nhờ ứng dụng công nghệ truyền thông số, mạng xã hội và nền tảng phát trực tuyến (*streaming*), Hàn Quốc đã biến nghệ thuật âm nhạc thành thương hiệu quốc gia. Theo KOCCA (2023), xuất khẩu âm nhạc Hàn Quốc đạt 3,38 tỷ USD năm 2022, tăng 30% so với năm 2021.

Các nhóm nhạc như BTS, Blackpink, EXO hay NewJeans đạt được thương hiệu toàn cầu với mô hình kinh doanh tích hợp: âm nhạc số, game, phim tài liệu, du lịch văn hóa và sản phẩm NFT. Năm 2021, HYBE (công ty quản lý ban nhạc BTS) đạt doanh thu 1,57 tỷ USD, trong đó hơn 70% đến từ nền tảng trực tuyến Weverse, nơi người hâm mộ tương tác, giao dịch và tham gia các sự kiện ảo trên không gian mạng.

*Điện ảnh, truyền hình và nội dung trực tuyến*

Điện ảnh Hàn Quốc chuyển đổi mạnh mẽ sang sản xuất và phân phối số hóa. Sự thành công của các bộ phim như *Ký sinh trùng* (Oscar, 2020) và *Trò chơi con mồi* (Netflix, 2021) cho thấy sức mạnh của sự hợp tác giữa sáng tạo nghệ thuật và nền tảng công nghệ toàn cầu.

Theo Hội đồng Điện ảnh Hàn Quốc (KOFIC, 2023), 95% rạp phim Hàn Quốc đã được số hóa hoàn toàn từ năm 2015. Doanh thu từ nội dung OTT (1) Hàn Quốc đạt 6,1 tỷ USD năm 2023, tăng 15% so với năm 2022 (Statista, 2024). Nền tảng Netflix đầu tư hơn 2,5 tỷ USD vào sản xuất nội dung Hàn Quốc giai đoạn 2022-2027, biến Hàn Quốc thành “trung tâm sản xuất văn hóa số” của châu Á.

*Nghệ thuật thị giác và sáng tạo kỹ thuật số*

Hàn Quốc phát triển mạnh nghệ thuật số tương tác, đặc biệt trong bảo tàng, triển lãm và NFT. Bảo tàng nghệ thuật số d’strict Arte Museum thu hút hơn 1,5 triệu lượt khách năm 2022 với các tác phẩm nghệ thuật ánh sáng, âm thanh và tương tác AR/VR. Năm 2021, thành phố Seoul cho ra mắt Metaverse Seoul - là không gian ảo để tổ chức các triển lãm, hòa nhạc và hội thảo nghệ thuật. MCST tài trợ hơn 25 triệu USD/năm cho các dự án số hóa bảo tàng và phát triển nghệ thuật tương tác.

**Bài học cho Việt Nam**

Kinh nghiệm thành công của Hàn Quốc cho thấy một số vấn đề then chốt giúp quốc gia này đạt được thành tựu lớn phát triển nghệ thuật trong kỷ nguyên số như sau:

*Có tầm nhìn quốc gia và chính sách liên ngành:* Văn hóa, công nghệ và kinh tế được xem là ba trụ cột gắn bó chặt chẽ. Chính phủ xây dựng chiến lược tổng thể “Digital New Deal” gắn chuyên đổi số với phát triển công nghiệp văn hóa, đặt mục tiêu biến Hàn Quốc thành quốc gia dẫn đầu toàn cầu về nội dung sáng tạo số.

*Có hạ tầng kỹ thuật số đồng bộ:* Hàn Quốc sở hữu mạng 5G nhanh nhất thế giới, tỷ lệ người dân sử dụng Internet đạt 98% và hơn 90% doanh nghiệp sáng tạo được kết nối với hạ tầng điện toán đám mây, AI và dữ liệu mở.

*Đầu tư công lớn và có cơ chế quỹ hỗ trợ bền vững:* Chính phủ cung cấp nguồn vốn ưu đãi, quỹ

đầu tư mạo hiểm và cơ chế khuyến khích nghiên cứu và phát triển (R&D) cho doanh nghiệp và nghệ sĩ - điều này giúp các dự án nghệ thuật có khả năng thử nghiệm, sáng tạo và chịu đựng rủi ro cao.

*Có chiến lược “Hàn lưu toàn cầu hóa”*: Các sản phẩm văn hóa nghệ thuật được xem như hàng xuất khẩu chiến lược, có chính sách xúc tiến thị trường, bản quyền, phiên dịch và kết nối với ngoại giao văn hóa.

*Đào tạo nhân lực sáng tạo và năng lực số*: Các trường đại học, viện đào tạo và trung tâm KOCCA đào tạo hàng chục nghìn nhân lực sáng tạo kỹ thuật số mỗi năm, hình thành thế hệ “nghệ sĩ - kỹ sư - nhà thiết kế” đa năng, có khả năng làm việc toàn cầu.

## 2. Kinh nghiệm Trung Quốc

### *Về định hướng chiến lược, chính sách*

Trung Quốc là một trong những quốc gia sớm nhận thức rõ vai trò của chuyển đổi số đối với phát triển văn hóa, nghệ thuật. Ngay từ đầu thế kỷ XXI, Bắc Kinh đã xác định “văn hóa số” là trụ cột của chiến lược “sức mạnh mềm quốc gia” và Trung Quốc phải trở thành một “quốc gia số”.

Từ chiến lược đó, Chính phủ Trung Quốc ban hành hàng loạt chính sách lớn: “Quy hoạch phát triển ngành văn hóa số quốc gia 2014-2020”; “Kế hoạch 5 năm lần thứ 14 về phát triển văn hóa và du lịch (2021-2025)”; “Chiến lược Internet + Văn hóa” (*Internet Plus Culture Strategy*) (State, 2018) và gần đây nhất là “Kế hoạch hành động về chuyển đổi số ngành văn hóa và du lịch 2022-2025”.

Các chính sách này khẳng định phát triển nghệ thuật số, công nghiệp nội dung văn hóa và kinh tế sáng tạo là mục tiêu chiến lược nhằm “xây dựng Trung Quốc thành cường quốc văn hóa xã hội chủ nghĩa hiện đại vào năm 2035”. Theo Bộ Văn hóa và Du lịch Trung Quốc, đến cuối năm 2022, ngành công nghiệp văn hóa số của Trung Quốc đạt quy mô hơn 5,2 nghìn tỷ nhân dân tệ (khoảng 720 tỷ USD), chiếm gần 5% GDP quốc gia.

### *Về mô hình quản trị, cơ chế hỗ trợ tài chính*

#### *Mô hình “Văn hóa số quốc gia”*

Chính phủ Trung Quốc triển khai mạng lưới văn hóa số toàn quốc (*National Digital Culture Network*) kết nối từ trung ương đến địa phương. Tại cấp trung ương: Bộ Văn hóa và Du lịch và Cục Quản lý Không gian mạng Trung Quốc cùng chịu trách nhiệm hoạch định và quản lý nội dung số nghệ thuật. Tại cấp địa phương, các Trung tâm văn hóa số được xây dựng tại hơn 2.000 quận, thành phố để số hóa thư viện, bảo tàng, nhà hát và không gian sáng tạo. Mỗi tỉnh đều có “Trung tâm Dữ liệu Văn hóa” (*Cultural Data Center*) - cơ sở lưu trữ và quản lý dữ liệu nghệ thuật, di sản, biểu diễn, phim ảnh và trò chơi.

### *Cơ chế quỹ hỗ trợ và đầu tư công*

Chính phủ thành lập Quỹ Phát triển Công nghiệp Văn hóa Quốc gia với tổng vốn hơn 20 tỷ nhân dân tệ, tập trung vào các dự án phim số, nghệ thuật mới, game, thiết kế và sáng tạo kỹ thuật số. Ngoài ra, các “vườn ươm văn hóa số” (*Digital Culture Industrial Parks*) tại Bắc Kinh, Thượng Hải, Hàng Châu, Thẩm Quyển,... được đầu tư đồng bộ về cơ sở hạ tầng, kết nối với các doanh nghiệp công nghệ lớn.

### *Hợp tác công tư và xã hội hóa sáng tạo*

Một đặc trưng của Trung Quốc là mô hình “*chính phủ định hướng - doanh nghiệp vận hành - xã hội tham gia*”. Các tập đoàn công nghệ khổng lồ như Alibaba, Tencent, Baidu, ByteDance trở thành đối tác chiến lược của Nhà nước trong phát triển nghệ thuật và nội dung số. Alibaba hỗ trợ số hóa hơn 100 bảo tàng quốc gia và địa phương thông qua nền tảng Alimuseum Cloud. Âm nhạc giải trí Tencent (*Tencent Music Entertainment*) và Âm nhạc đám mây NetEase (*NetEase Cloud Music*) năm 2023 trở thành hai nền tảng âm nhạc số lớn nhất Trung Quốc, với tổng cộng hơn 1,2 tỷ người dùng hoạt động. Douyin (TikTok Trung Quốc) và Bilibili là nền tảng sáng tạo nghệ thuật trẻ, nơi hàng triệu nghệ sĩ, họa sĩ, nhà làm phim và nhà sáng tạo nội dung trực tuyến phát triển tác phẩm nghệ thuật tương tác, hoạt hình, âm nhạc và trình diễn.

### *Một số kết quả nổi bật*

#### *Số hóa di sản nghệ thuật và bảo tàng*

Chính phủ Trung Quốc đầu tư mạnh mẽ vào bảo tồn di sản nghệ thuật bằng công nghệ số. Tính đến năm 2023, hơn 90% bảo tàng quốc gia (trên 5.000 cơ sở) đã có phiên bản trực tuyến 3D hoặc AR/VR (China Cultural Heritage Administration, 2023). Dự án *Digital Dunhuang* do Viện Mỹ thuật Cam Túc chủ trì đã số hóa hơn 45.000 m<sup>2</sup> bích họa trong hang Mạc Cao, là một trong những dự án bảo tồn nghệ thuật số lớn nhất thế giới.

Bảo tàng Cổ Cung ở Bắc Kinh đạt hơn 600 triệu lượt truy cập trực tuyến trong giai đoạn 2019-2023, với doanh thu thương mại điện tử đạt hơn 1,5 tỷ nhân dân tệ từ các sản phẩm sáng tạo nghệ thuật.

#### *Chuyển đổi số trong âm nhạc, điện ảnh và nghệ thuật biểu diễn*

Ngành Âm nhạc số Trung Quốc đạt doanh thu hơn 12 tỷ nhân dân tệ năm 2023, với 70% người dùng nghe nhạc qua nền tảng trực tuyến. Các công ty như Tencent Music đã sử dụng AI và dữ liệu lớn để gợi ý âm nhạc, phân tích thị hiếu và hỗ trợ nghệ sĩ độc lập quảng bá sản phẩm.

Điện ảnh và truyền hình trực tuyến phát triển mạnh nhờ nền tảng số hóa toàn diện. Doanh thu

phòng vé Trung Quốc năm 2023 đạt 54,9 tỷ nhân dân tệ, trong đó hơn 85% vé được bán qua nền tảng số (China Film Administration, 2023). Các nền tảng iQIYI, Tencent Video, Youku đã sản xuất hàng nghìn phim, chương trình nghệ thuật số độc quyền, trong đó nhiều tác phẩm đạt hàng tỷ lượt xem.

*Nghệ thuật đương đại và sáng tạo tương tác*

Trung Quốc là một trong những quốc gia đi đầu về nghệ thuật số, nghệ thuật AI, NFT và metaverse nghệ thuật. Năm 2022, Bảo tàng Nghệ thuật số Bắc Kinh ra mắt triển lãm *MetaArt China*, trưng bày hơn 1.000 tác phẩm nghệ thuật số của 300 nghệ sĩ. Tập đoàn Baidu ra mắt nền tảng XiRang Metaverse, trở thành nơi tổ chức biểu diễn nghệ thuật, lễ hội và triển lãm ảo. Năm 2023, hơn 500 nghệ sĩ Trung Quốc đã phát hành bộ sưu tập NFT qua các nền tảng được cấp phép như Huanhe (Tencent) và AntChain (Alibaba).

**Bài học cho Việt Nam**

Từ thực tiễn nêu trên, có thể rút ra 5 bài học cốt lõi làm nên thành công của Trung Quốc trong phát triển nghệ thuật và công nghiệp văn hóa số như sau:

*Có tầm nhìn chính trị - chiến lược dài hạn:* Trung Quốc gắn phát triển nghệ thuật và văn hóa với chiến lược quốc gia về “văn minh số” và “sức mạnh mềm quốc gia”. Chuyển đổi số không chỉ là công cụ kinh tế, mà còn là phương tiện xây dựng bản sắc văn hóa xã hội chủ nghĩa hiện đại.

*Hệ thống quản trị thống nhất và đồng bộ:* Cấu trúc quản lý tập trung giúp điều phối thống nhất từ trung ương đến địa phương, đảm bảo các chương trình số hóa nghệ thuật, di sản và sáng tạo được triển khai nhanh và rộng.

*Kết hợp công - tư hiệu quả:* Sự tham gia của các tập đoàn công nghệ lớn (Alibaba, Tencent, ByteDance, Baidu,...) giúp huy động nguồn lực xã hội, đưa nghệ thuật vào đời sống số, lan tỏa nhanh qua nền tảng mạng xã hội.

*Đầu tư mạnh mẽ vào hạ tầng dữ liệu và AI:* Trung Quốc xây dựng kho dữ liệu văn hóa quốc gia, sử dụng công nghệ AI để phân tích, gợi ý, cá nhân hóa trải nghiệm nghệ thuật, từ triển lãm ảo đến ứng dụng giáo dục.

*Chú trọng bản quyền và kinh tế sáng tạo:* Sau nhiều năm đối mặt với vi phạm bản quyền, Trung Quốc đã ban hành “Luật Bản quyền sửa đổi 2021”, siết chặt bảo hộ quyền tác giả, đặc biệt trong không gian mạng, tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của nghệ sĩ và doanh nghiệp sáng tạo.

**3. Kinh nghiệm Vương quốc Anh**

*Về chiến lược, chính sách*

Vương quốc Anh được xem là một trong những quốc gia đi đầu châu Âu trong việc chuyển đổi số lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, đặc biệt trong giai đoạn

hậu khủng hoảng tài chính (2008) và đại dịch COVID-19. Chính phủ Anh coi kinh tế sáng tạo là một trụ cột chiến lược, đóng góp hơn 115 tỷ bảng Anh cho GDP năm 2022, chiếm khoảng 6% tổng sản lượng kinh tế quốc dân, với tốc độ tăng trưởng nhanh hơn hầu hết các ngành khác (Bộ Văn hóa, Truyền thông và Thể thao, 2023).

Chính phủ đã ban hành *Chiến lược các ngành công nghiệp sáng tạo 2023 -2030* do Bộ Văn hóa, Truyền thông và Thể thao (DCMS) chủ trì, nhấn mạnh 4 hướng trọng tâm: Đầu tư mạnh vào hạ tầng kỹ thuật số và kỹ năng sáng tạo số; Khuyến khích hợp tác giữa nghệ sĩ và công nghệ (Art & Tech); Tăng cường khả năng tiếp cận kỹ thuật số cho công chúng thông qua nền tảng số hóa bảo tàng, nghệ thuật công cộng; Phát triển xuất khẩu nội dung sáng tạo và củng cố thương hiệu *Creative Britain* (Nước Anh sáng tạo) (DCMS, 2023).

*Về cơ chế và công cụ thực hiện*

Chính phủ Anh triển khai các cơ chế, công cụ, biện pháp cụ thể để kết nối nghệ thuật với công nghệ, tiêu biểu là:

*Quỹ Nghiên cứu và Phát triển dành cho nghệ thuật 2012-2015:* Là quỹ hợp tác giữa Nesta, Hội đồng Nghệ thuật Anh và Hội đồng Nghiên cứu Nghệ thuật và Nhân văn với tổng ngân sách 7 triệu bảng Anh, hỗ trợ hơn 50 dự án thí điểm trong các lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, bảo tàng và di sản. Mục tiêu là giúp các tổ chức nghệ thuật thử nghiệm cách thức công nghệ số có thể mở rộng khán giả, nâng cao trải nghiệm và tăng nguồn thu (Nesta, 2015).

*Văn hóa là Chiến lược kỹ thuật số (Culture is Digital Strategy):* Đây là tài liệu chiến lược liên ngành do Bộ Văn hóa, Truyền thông và Thể thao công bố năm 2018, định hướng số hóa toàn diện các lĩnh vực di sản và nghệ thuật, thúc đẩy chuyển đổi dữ liệu văn hóa thành tài sản số quốc gia. Chiến lược này khẳng định vai trò của AI, VR, AR và dữ liệu lớn trong việc đổi mới nghệ thuật và quảng bá văn hóa Anh ra thế giới (DCMS, 2018)

*Chương trình tổ hợp sáng tạo (Creative Clusters Programme):* Do cơ quan Nghiên cứu và Đổi mới Vương quốc Anh tiến hành từ năm 2018 đến nay, với kinh phí hơn 80 triệu bảng Anh hỗ trợ cho các tổ hợp sáng tạo trên khắp nước Anh như Bristol, Cardiff, Dundee, Edinburgh... Mỗi tổ hợp đều nhằm kết nối các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp công nghệ và nghệ sĩ để phát triển mô hình sáng tạo ứng dụng công nghệ số trong sản xuất sản phẩm nghệ thuật, game, phim ảnh, thời trang, âm nhạc.

*Một số kết quả nổi bật*

Sự gắn kết giữa nghệ thuật và công nghệ ở

Vương quốc Anh thể hiện rõ ở nhiều lĩnh vực và đạt nhiều thành tựu ấn tượng.

*Lĩnh vực bảo tàng và di sản:* Dự án “Bộ sưu tập quốc gia kỹ thuật số” (2020-2024) của Hội đồng Nghiên cứu Nghệ thuật và Nhân văn (AHRC) đã đầu tư 18,9 triệu bảng Anh để số hóa kho lưu trữ, hiện vật, và tạo nên tảng dữ liệu mở cho hơn 2.5 triệu hiện vật của Bảo tàng Anh, Tate, V&A, và các tổ chức nghệ thuật khác (AHRC, 2023)

*Nghệ thuật biểu diễn và sân khấu:* Nhiều nhà hát (như Nhà hát Quốc gia Trực tiếp, Nhà hát Opera Hoàng gia) đã phát trực tuyến các vở diễn trên nền tảng YouTube và NT at Home trong đại dịch, thu hút hàng triệu lượt xem quốc tế, qua đó mở rộng khả năng tiếp cận toàn cầu.

*Nghệ thuật thị giác và thực tế mở rộng:* Dự án “Khán giả của tương lai” (2018-2022) do Quỹ Nước Anh đổi mới tài trợ hơn 33 triệu bảng Anh, hỗ trợ hơn 20 dự án ứng dụng VR, AR, và XR trong nghệ thuật. Công ty Hoàng gia Shakespeare trình diễn vở Giác mộng (2021) - một vở kịch tương tác thời gian thực kết hợp với công nghệ trò chơi Unity và chụp chuyển động (Innovate UK, 2022).

*Âm nhạc và nền tảng số:* Các nghệ sĩ độc lập được hỗ trợ sử dụng công cụ dữ liệu, AI và blockchain để kiểm soát bản quyền và phân phối sản phẩm. Chính sách đầu tư và hỗ trợ số hóa giúp Vương quốc Anh củng cố vị thế là trung tâm sáng tạo hàng đầu châu Âu, với các kết quả ngoạn mục: Ngành công nghiệp sáng tạo năm 2022 đóng góp 115,9 tỷ bảng Anh và tạo ra hơn 2,3 triệu việc làm. Khoảng 43% tổ chức nghệ thuật Anh đã “tăng đáng kể doanh thu và lượng khán giả” nhờ ứng dụng công nghệ số (Nesta, 2015). Quỹ Nghiên cứu và Phát triển kỹ thuật số và Văn hóa là kỹ thuật số tạo ra hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ, giúp các tổ chức nghệ thuật quy mô nhỏ và vùng nông thôn tiếp cận khán giả toàn cầu thông qua nền tảng trực tuyến (Nesta, 2015; DCMS, 2023).

#### **Bài học cho Việt Nam**

Từ mô hình thành công về chuyển đổi số trong các ngành nghệ thuật của Vương quốc Anh có thể rút ra một số bài học hữu ích cho Việt Nam như sau:

*Có khung chính sách liên ngành rõ ràng kết nối văn hóa - khoa học - công nghệ.*

*Hạ tầng tài chính mạnh và ổn định hỗ trợ từ cả khu vực công (như Hội đồng Nghệ thuật Anh, Hội đồng Nghiên cứu Nghệ thuật và Nhân văn, Nước Anh Đổi mới) và khu vực tư nhân.*

*Tập trung đào tạo kỹ năng số cho nghệ sĩ và nhà quản lý nghệ thuật.*

*Có tư duy “mở” và hợp tác quốc tế trong nghiên cứu, sáng tạo, xuất khẩu nội dung.*

*Khả năng lan tỏa công nghệ đến vùng sâu, vùng xa, bảo đảm bình đẳng trong tiếp cận nghệ thuật.*

#### **4. Một số gợi ý chính sách đối với Việt Nam**

Từ những kinh nghiệm và bài học nêu trên, Việt Nam có thể rút ra một số gợi ý tham chiếu về chính sách có tính đa tầng, toàn diện, vừa có tầm nhìn chiến lược, vừa có giá trị thực tiễn để thúc đẩy phát triển các ngành nghệ thuật trong bối cảnh chuyển đổi số như sau.

*Một là, cần xây dựng chiến lược quốc gia về chuyển đổi số ngành Văn hóa.* Xây dựng Chiến lược quốc gia về văn hóa số giai đoạn 2026-2035 tương tự “Culture is Digital” của Vương quốc Anh hay “Digital New Deal” của Hàn Quốc. Chiến lược này cần kết nối các lĩnh vực nghệ thuật - công nghệ - giáo dục - truyền thông, nhằm hình thành hệ sinh thái sáng tạo số Việt Nam, trong đó đặt trọng tâm vào các vấn đề như: Số hóa di sản và nghệ thuật truyền thống; Hỗ trợ sản xuất nội dung nghệ thuật số; Phát triển nền tảng trực tuyến quảng bá văn hóa, nghệ thuật Việt Nam ra thế giới.

*Hai là, thành lập cơ quan hoặc quỹ chuyên trách hỗ trợ nghệ thuật số.* Từ mô hình KOCCA (Hàn Quốc) và Hội đồng Nghệ thuật Anh, Việt Nam nên thành lập Trung tâm Hỗ trợ nghệ thuật và nội dung số. Cơ quan này có thể quản lý Quỹ Hỗ trợ sáng tạo số để tài trợ cho các dự án ứng dụng công nghệ mới (AI, AR/VR, NFT, dữ liệu mở) trong sáng tác, biểu diễn, triển lãm hoặc lưu trữ nghệ thuật.

*Ba là, phát triển hạ tầng dữ liệu văn hóa và nền tảng số công cộng.* Xây dựng Kho Dữ liệu Văn hóa Việt Nam (Vietnam Cultural Data Hub) tương tự “Digital National Collection” của Vương quốc Anh hay “Digital China”. Kho dữ liệu này giúp tập hợp thông tin, hình ảnh, video, bản ghi và tư liệu số về di sản, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, điện ảnh, nhiếp ảnh... phục vụ nghiên cứu, giáo dục và sáng tạo.

*Bốn là, đào tạo và nâng cao năng lực số cho nghệ sĩ, nhà quản lý văn hóa*

Thiết kế chương trình “Kỹ năng số cho các nhà sáng tạo Việt Nam”, hợp tác giữa Bộ VH-TT-DL với các trường đại học nghệ thuật để đào tạo kỹ năng công nghệ, marketing số, bản quyền số, AI sáng tạo. Các trường nghệ thuật cần kịp thời mở ngành “ArtTech” hoặc “Truyền thông sáng tạo” (Creative media), gắn đào tạo với doanh nghiệp công nghệ và startup.

*Năm là, khuyến khích hợp tác công - tư và sáng tạo liên ngành*

Nhà nước tạo hành lang pháp lý thuận lợi để doanh nghiệp công nghệ, startup và các tổ chức nghệ thuật hợp tác trong nghiên cứu, sản xuất, phân phối nội dung sáng tạo. Cần hình thành các “tổ hợp sáng

tạo nghệ thuật số” ở các thành phố lớn như Hà Nội, Huế, TP Hồ Chí Minh, tương tự mô hình của Vương quốc Anh và Hàn Quốc, nhằm nuôi dưỡng cộng đồng sáng tạo đa lĩnh vực.

*Sâu là, phát triển thị trường và xuất khẩu văn hóa số.* Cần học hỏi mô hình “Creative Britain” và Hàn Lưu để xây dựng thương hiệu quốc gia về văn hóa số Việt Nam. Đẩy mạnh xuất khẩu nội dung nghệ thuật như âm nhạc, phim, hoạt hình, trò chơi, mỹ thuật số thông qua hợp tác quốc tế, các nền tảng OTT và mạng xã hội.

*Bây là, hoàn thiện khung pháp lý và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong môi trường số.* Bổ sung các điều khoản về văn hóa, nghệ thuật số vào các Luật liên quan như: Luật Điện ảnh, Luật Di sản văn hóa, Luật Sở hữu trí tuệ... để điều chỉnh hoạt động sáng tạo, phân phối và lưu hành tác phẩm nghệ thuật trong môi trường trực tuyến. Áp dụng công nghệ blockchain và cơ chế quản lý dữ liệu mở nhằm bảo vệ quyền tác giả, ngăn chặn sao chép, vi phạm bản quyền trên không gian mạng.

*Tầm là, đảm bảo cân bằng giữa đổi mới sáng tạo và bản sắc văn hóa dân tộc.* Việt Nam cần đặt trọng tâm vào bản sắc văn hóa Việt Nam trong thời đại số, kết hợp công nghệ với giá trị truyền thống, phát huy di sản nghệ thuật dân gian, nghệ thuật biểu diễn truyền thống trong hình thức sáng tạo mới.

### Kết luận

Trong bối cảnh quá trình chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu, sự phát triển của các ngành nghệ thuật số không chỉ là vấn đề công nghệ mà còn là thách thức về thể chế, chính sách và năng lực quản trị văn hóa. Kinh nghiệm của Hàn Quốc, Trung Quốc và Vương quốc Anh cho thấy, chuyển đổi số trong lĩnh vực nghệ thuật chỉ có thể thành công khi được đặt trong chiến lược quốc gia về văn hóa - công nghệ - sáng tạo, với sự dẫn dắt của Nhà nước, sự tham gia chủ động của khu vực tư nhân và sự đồng hành của cộng đồng nghệ sĩ.

Từ thực tiễn quốc tế, có thể thấy việc xây dựng hệ sinh thái nghệ thuật số đòi hỏi chính sách nhất quán về đầu tư hạ tầng công nghệ, phát triển nhân lực sáng tạo, bảo hộ quyền tác giả trong môi trường số, cũng như cơ chế hỗ trợ đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp văn hóa. Đặc biệt, việc thúc đẩy các nền tảng nghệ thuật trực tuyến, phát triển bảo tàng - nhà hát - không gian nghệ thuật số và gắn kết với công nghiệp nội dung số là hướng đi phù hợp với xu thế hiện nay.

Đối với Việt Nam, bài học quan trọng là cần coi chuyển đổi số nghệ thuật là bộ phận hữu cơ của chuyển đổi số văn hóa quốc gia gắn với Chiến lược

phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Việc hoàn thiện thể chế, đầu tư hạ tầng, đào tạo nhân lực sáng tạo số, cùng với chính sách hỗ trợ khởi nghiệp và hợp tác quốc tế, sẽ là những điều kiện tiên quyết giúp Việt Nam xây dựng nền nghệ thuật hiện đại, mở, hội nhập và giàu bản sắc trong kỷ nguyên số (2) ■

T.T.L

1. OTT (*Over-The-Top*) là các dịch vụ cung cấp nội dung đa phương tiện như video, âm thanh, tin nhắn, và ứng dụng trực tiếp đến người dùng qua kết nối internet, “vượt qua” (*over the top*) các nền tảng phân phối truyền thống như truyền hình cáp, vệ tinh hay truyền hình mặt đất. Thuật ngữ *over-the-top* ám chỉ việc bỏ qua các nhà cung cấp trung gian để phân phối nội dung.

2. Bài viết là một phần kết quả nghiên cứu của đề tài khoa học cấp quốc gia “Lưu hành và phát triển các loại hình nghệ thuật trên không gian mạng ở Việt Nam”, mã số: ĐTĐLXH.07/23 do Bộ Khoa học và Công nghệ tài trợ.

### Tài liệu tham khảo

1. Alibaba Group, *Digital Museum Initiative White Paper (Sách trắng về sáng kiến bảo tàng số)*, 2022.
2. China Cultural Heritage Administration, *Digital Dunhuang Project Report (Báo cáo dự án số Dunhuang)*, 2023.
3. Department for Culture, Media and Sport, *Culture is Digital (Văn hóa là số hóa)*, London: UK Government, 2018.
4. Department for Culture, Media and Sport, *Creative Industries Sector Vision 2023-2030, (Tầm nhìn Ngành Công nghiệp Sáng tạo 2023-2030)*.
5. Innovate UK., *Audience of the Future Programme Summary Report (Báo cáo Tóm tắt Chương trình Khán giả Tương lai)*, 2022.
6. Korea Creative Content Agency, *Annual Report 2023: Creative Content Industry Statistics (Báo cáo Thường niên 2023: Thống kê Ngành Công nghiệp Nội dung Sáng tạo)*, Seoul: KOCCA, 2023.
7. Korean Film Council, *Korean Film Industry Report 2023 (Báo cáo Ngành Công nghiệp Điện ảnh Hàn Quốc 2023)*, 2023.
8. Ministry of Culture, Sports and Tourism, *Korean Culture and Content Industry White Paper (Sách trắng Ngành Công nghiệp Văn hóa và Nội dung Hàn Quốc)*, Seoul: MCST, 2023.
9. Nesta, *Digital R&D Fund for the Arts: Final Report (Quỹ Nghiên cứu và Phát triển Kỹ thuật số cho Nghệ thuật: Báo cáo Cuối cùng)*, 2015.
10. Statista Research Department, *Revenue of the OTT market in South Korea 2023-2024 (Doanh thu thị trường OTT tại Hàn Quốc giai đoạn 2023-2024)*, 2024

Ngày Tòa soạn nhận bài: 1-11-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 28-11-2025; Ngày duyệt đăng: 29-11-2025.