

VIETNAM'S CULTURAL INDUSTRIES: DEVELOPMENT POTENTIAL AND OPPORTUNITIES FOR CULTURAL AND ARTS EDUCATION INSTITUTIONS

Ha Dinh Hung

Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: hadinhhung@dvttdt.edu.vn

Received: 20/11/2025

Reviewed: 21/11/2025

Revised: 30/11/2025

Accepted: 15/01/2026

Released: 20/01/2026

The paper analyzed Vietnam's cultural industries using an ecosystem approach within the digital and global integration context. It positions arts education as the vital link between policy, creativity, and the market. By benchmarking international models, the paper clarified how educational institutions transform cultural potential into economic value. The author proposed an innovative training framework integrating technology, industry partnerships, and creative entrepreneurship. Ultimately, it advocated for a synergy between national policy and specialized training to develop a creative workforce that is both culturally rooted and globally competitive.

Keywords: Cultural industries; Arts and cultural education; Cultural policy; Digital transformation in culture and arts.

1. Giới thiệu

Công nghiệp văn hóa được xem như một lĩnh vực đặc thù trong nền kinh tế tri thức, nơi mà sáng tạo, tri thức và giá trị biểu tượng trở thành nguồn lực cốt lõi cho tăng trưởng kinh tế và phát triển xã hội. Không chỉ đơn thuần là sản xuất hàng hóa văn hóa, công nghiệp văn hóa còn bao hàm cả quá trình phân phối, tiêu dùng và chuyển hóa sản phẩm văn hóa thành giá trị kinh tế và ảnh hưởng xã hội. Với khả năng kết nối giữa truyền thống và hiện đại, giữa bản sắc dân tộc và công nghệ mới, ngành này đang mở ra những cơ hội lớn cho việc phát triển bền vững, tạo việc làm và nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế.

Trên thế giới các quốc gia có nền công nghiệp văn hóa phát triển như Hoa Kỳ, Anh, Hàn Quốc,... đều có sự đầu tư mạnh mẽ vào ngành này, coi đây là một trong những trụ cột quan trọng của nền kinh tế. Tại Việt Nam, công nghiệp văn hóa đang ngày càng được chú trọng, thể hiện qua các chính sách phát triển và chiến lược quốc gia về văn hóa. Việc sản xuất, phân phối và tiêu thụ các sản phẩm văn hóa không chỉ góp phần làm phong phú đời sống tinh thần của nhân dân mà còn thúc đẩy sự phát triển kinh tế, đóng góp một tỷ lệ không nhỏ vào GDP quốc gia. Đặc biệt, công nghiệp văn hóa còn tạo ra hàng triệu việc làm trong các lĩnh vực liên quan, giúp nâng cao thu nhập và cải thiện chất lượng sống cho người lao động.

Bên cạnh lợi ích kinh tế, công nghiệp văn hóa còn giữ vai trò quan trọng trong việc gìn giữ và quảng bá bản sắc văn hóa dân tộc. Thông qua các sản phẩm văn hóa, hình ảnh đất nước, con người và truyền thống văn hóa của Việt Nam có cơ hội được giới thiệu rộng rãi ra thế giới, nâng cao vị thế của quốc gia trên trường quốc tế. Các sản phẩm như phim ảnh, âm nhạc, nghệ thuật truyền thống, ẩm thực hay du lịch văn hóa không chỉ là công cụ giải trí mà còn là phương tiện truyền tải các giá trị văn hóa dân tộc, góp phần xây dựng “sức mạnh mềm” của đất nước.

Tuy nhiên, để công nghiệp văn hóa thực sự phát triển bền vững và đạt được những thành tựu như kỳ vọng, yếu tố then chốt chính là nguồn nhân lực. Công nghiệp văn hóa không chỉ đòi hỏi sự sáng tạo mà còn yêu cầu kỹ năng chuyên môn cao, sự hiểu biết sâu sắc về văn hóa bản địa và khả năng thích ứng với thị trường toàn cầu. Do đó, việc đào tạo một đội ngũ nhân lực chất lượng cao, có khả năng sáng tạo và đổi mới, có tư duy quản trị hiện đại và kỹ năng ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực văn hóa là vô cùng cần thiết.

Các cơ sở đào tạo văn hóa - nghệ thuật đóng vai trò trung tâm trong việc định hướng và cung cấp nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp văn hóa. Đây không chỉ là nơi truyền dạy kỹ năng chuyên môn mà còn là môi trường nuôi dưỡng tư duy sáng tạo, tinh thần đổi mới và niềm tự hào văn hóa dân tộc cho thế hệ trẻ. Một hệ thống đào tạo bài bản, hiện đại, gắn kết chặt chẽ với thực tiễn và xu hướng phát triển của công nghiệp văn hóa sẽ giúp tạo ra một thế hệ nghệ sĩ, nhà sáng tạo, nhà quản lý văn hóa có đủ năng lực để đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Trong những năm gần đây, công nghiệp văn hóa đã trở thành một chủ đề thu hút sự quan tâm rộng rãi trong giới nghiên cứu, hoạch định chính sách và giáo dục- đào tạo ở cả phạm vi quốc tế và Việt Nam. Các nghiên cứu quốc tế tập trung vào việc khẳng định vai trò của công nghiệp văn hóa như một động lực phát triển của nền kinh tế tri thức, đặc biệt là tại các quốc gia có chiến lược đầu tư vào ngành công nghiệp sáng tạo. UNESCO (2013) nhấn mạnh rằng công nghiệp văn hóa không chỉ góp phần tăng trưởng GDP mà còn tạo ra việc làm, củng cố bản sắc văn hóa và thúc đẩy sự đa dạng văn hóa toàn cầu.

Tại Việt Nam, kể từ khi Thủ tướng Chính phủ ban hành Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Quyết định số 1755/QĐ-TTg, năm 2016), nhiều công trình đã tiếp cận công nghiệp văn hóa dưới các góc độ đa chiều. Các tác giả như Nguyễn Thị Thu Huyền (2020), Lê Thị Thanh Nhân (2021), Trần Hoàng Mai (2022) đã phân tích những thuận lợi, khó khăn và đề xuất các giải pháp phát triển ngành công nghiệp này trong điều kiện hội nhập và chuyển đổi số. Một số nghiên cứu khác đi sâu vào từng lĩnh vực cụ thể như điện ảnh, âm nhạc, mỹ thuật, thiết kế, quảng cáo... song chủ yếu dừng lại ở mức độ đánh giá chính sách và mô hình phát triển.

Tuy nhiên, các nghiên cứu chuyên sâu về mối quan hệ giữa công nghiệp văn hóa và hệ thống đào tạo văn hóa - nghệ thuật ở Việt Nam hiện còn tương đối ít. Một số bài viết đề cập sơ lược đến vai trò của cơ sở đào tạo trong việc cung ứng nguồn nhân lực (Phạm Văn Tình, 2019; Lê Quang Minh, 2022), nhưng chưa có công trình nào nghiên cứu một cách hệ thống về triển vọng, yêu cầu đổi mới giáo dục nghệ thuật trong bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa. Điều này cho thấy khoảng trống nghiên cứu đáng kể, đồng thời là cơ sở để bài báo tập trung làm rõ tiềm năng và thách thức đối với các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật trong tiến trình phát triển ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam hiện nay.

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Bài báo tiếp cận vấn đề nghiên cứu dưới góc nhìn liên ngành giữa văn hóa học, kinh tế học và giáo dục học, trong đó công nghiệp văn hóa được xem xét như một thành tố đặc thù trong nền kinh tế tri thức - nơi mà tri thức, sáng tạo và bản sắc văn hóa trở thành nguồn lực phát triển. Đồng thời, việc phân tích triển vọng đối với các cơ sở đào tạo văn hóa - nghệ thuật được đặt trong bối cảnh chuyển đổi số, hội nhập quốc tế và yêu cầu đổi mới giáo dục đại học hiện nay.

Về phương pháp nghiên cứu, bài báo sử dụng tổng hợp lý luận, phân tích - đối chiếu tài liệu thứ cấp, và phương pháp nghiên cứu tình huống. Cụ thể:

Phương pháp tổng hợp - phân tích tài liệu: được sử dụng để hệ thống hóa các cơ sở lý luận liên quan đến công nghiệp văn hóa, mô hình đào tạo nguồn nhân lực văn hóa - nghệ thuật và chính sách phát triển ngành tại Việt Nam và một số quốc gia điển hình (Hàn Quốc, Anh, Pháp).

Phương pháp đối chiếu - so sánh: nhằm làm rõ những khác biệt và xu hướng hội tụ giữa các mô hình đào tạo văn hóa - nghệ thuật trong nước và quốc tế, từ đó rút ra bài học và định hướng đổi mới phù hợp với bối cảnh Việt Nam.

Phương pháp nghiên cứu tình huống: được áp dụng khi phân tích một số cơ sở đào tạo tiêu biểu như Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp, Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh TP. Hồ Chí Minh... nhằm làm rõ cách thức các đơn vị này thích ứng với yêu cầu của công nghiệp văn hóa.

Ngoài ra, bài viết tham khảo thêm một số số liệu thống kê, báo cáo ngành, và văn bản chính sách của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để đảm bảo tính thực tiễn và khách quan cho các phân tích.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Một số vấn đề về ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam

Thuật ngữ Công nghiệp văn hóa (Cultural Industry) xuất hiện lần đầu tiên trong cuốn sách “Biện chứng của sự giác ngộ” (Dialectic of Enlightenment) năm 1944 của các tác giả Theodore Adorno (1903-1969) và Max Horkheimer (1895-1973), cho đến nay đã có nhiều tổ chức quốc tế và nhà nghiên cứu đưa ra các định nghĩa và cơ cấu của ngành công nghiệp đặc biệt này. Theo UNESCO (2007): công nghiệp văn hóa được hiểu là các ngành sản xuất ra những sản phẩm vật thể và phi vật thể về nghệ thuật và sáng tạo, có tiềm năng thúc đẩy việc tạo ra của cải và thu nhập thông qua việc khai thác những giá trị văn hóa và sản xuất những sản phẩm và dịch vụ dựa vào tri thức (kể cả những giá trị văn hóa hiện đại và truyền thống). Điểm chung nhất của các ngành công nghiệp văn hóa là nó sử dụng tính sáng tạo, tri thức văn hóa và bản quyền trí tuệ để sản xuất ra các sản phẩm và dịch vụ, cũng như nó mang giá trị văn hóa¹.

Tại Việt Nam, từ năm 2016 đã khẳng định các ngành công nghiệp văn hóa là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân. Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa dựa trên sự sáng tạo, khoa học công nghệ và bản quyền trí tuệ; khai thác tối đa yếu tố kinh tế của các giá trị văn hóa².

Công nghiệp văn hóa là một phạm trù rộng, bao gồm nhiều ngành và lĩnh vực. Xác định các lĩnh vực thuộc công nghiệp văn hóa cũng khác nhau ở mỗi quốc gia, nếu UNESCO xác định ngành công nghiệp văn hóa được chia thành 11 lĩnh vực gồm (Phim ảnh và video, Quảng cáo, Kiến trúc, Giải trí kỹ thuật số, Phần mềm [mang nội dung văn hóa], Âm nhạc, In ấn xuất bản, Mỹ thuật đồ cổ và thủ công mỹ nghệ, Phát thanh truyền hình, Thiết kế mỹ thuật và Nghệ thuật biểu diễn thì ở Việt Nam, công nghiệp văn hóa lại có những khác biệt căn bản trong cách hiểu và định nghĩa các ngành liên quan gồm (Điện ảnh, Quảng cáo, Kiến trúc, Phần mềm và các trò chơi giải trí, Xuất bản, Thủ công mỹ nghệ, Truyền hình và phát thanh, Thiết kế, Nghệ thuật biểu diễn, Thời trang, Mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm, Du lịch văn hóa)³.

Tuy là một ngành kinh tế còn khá mới, nhưng ngành công nghiệp văn hóa đang khẳng định vị thế thông qua tác động sâu rộng tới tất cả thành phần xã hội, mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội, chính trị, văn hóa: Công nghiệp văn hóa góp phần tạo dựng thương hiệu, quảng bá hình ảnh quốc gia. Có thể coi công nghiệp văn hóa là một dạng quyền lực mềm trong các chính sách ngoại giao, hợp tác quốc tế trong nhiều lĩnh vực. Công nghiệp văn hóa đem lại lợi ích

¹ UNESCO (2007), Statistics on cultural industries: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects, <http://portal.unesco.org/culture/en/ev>

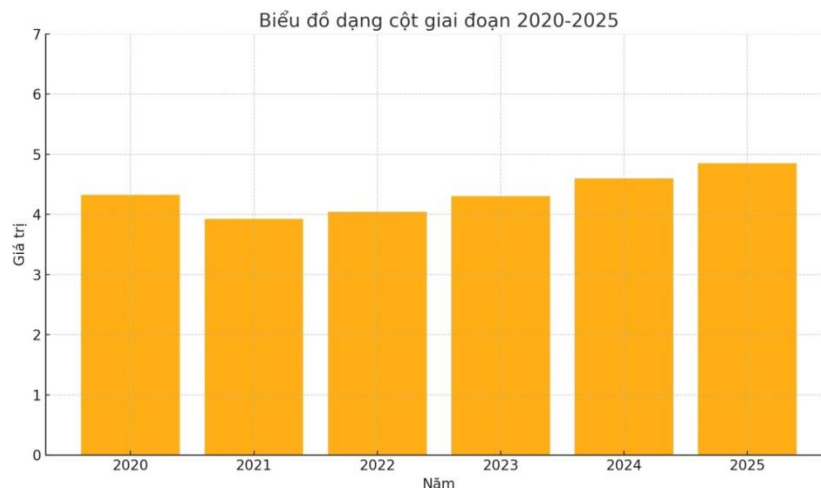
² Chính phủ (2016), Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

³ Sự khác nhau trong cách xếp các ngành công nghiệp văn hóa giữa Việt Nam và UNESCO thể hiện ở cả số lượng ngành, tiêu chí phân loại và cách tiếp cận mục tiêu phát triển. Trong khi UNESCO phân loại công nghiệp văn hóa dựa trên chuỗi giá trị sáng tạo (creative value chain) gồm: sáng tạo - sản xuất - phân phối - tiếp cận - tiêu dùng. Mỗi ngành công nghiệp văn hóa phải có sản phẩm gắn với bản quyền (intellectual property) và mang yếu tố văn hóa - sáng tạo thì Việt Nam xếp loại theo hướng ngành hành chính và quản lý nhà nước, chủ yếu dựa trên tính chất hoạt động và truyền thống quản lý văn hóa. Cách phân loại còn mang tính định hướng phát triển các ngành mũi nhọn theo chính sách nhà nước.

lớn về kinh tế và việc làm. Theo thống kê đầu tiên của UNESCO về công nghiệp văn hóa năm 2015⁴, ngành này có tổng doanh thu 2250 nghìn tỷ USD, góp 3% GDP toàn cầu và tạo công ăn việc làm cho 295 triệu lao động, đến năm 2019 tăng lên gần 4,04% (theo dữ liệu thống kê của Ngân hàng thế giới công bố năm 2019)⁵. Đây là ngành kinh tế mà lao động có thu nhập cao gấp 2,44 lần so với mặt bằng chung. Công nghiệp văn hóa không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng văn hóa của xã hội mà còn góp phần nuôi dưỡng giá trị tinh thần, nâng cao chất lượng cuộc sống và phổ biến văn hóa rộng rãi. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, công nghiệp văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc khai thác, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống thông qua lưu trữ và lan truyền thông tin. Đây cũng là một ngành kinh tế thân thiện với môi trường, không khai thác tài nguyên thiên nhiên và có khả năng tạo ra xu hướng xã hội, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường.

Công nghiệp văn hóa là ngành đem lại lợi ích toàn diện, vì vậy được nhiều quốc gia lựa chọn là ngành kinh tế mũi nhọn trong các chiến lược phát triển kinh tế xã hội. Tại Trung Quốc, công nghiệp văn hóa được coi là “ngành công nghiệp vàng”, “ngành công nghiệp mặt trời mọc” hay tại Hàn Quốc, Nhật Bản, Anh, Mỹ, Đức đều xác định công nghiệp văn hóa là một ngành kinh tế mũi nhọn.

Từ khi Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa được triển khai, các lĩnh vực của ngành này đã không ngừng phát triển và đạt được những thành tựu nhất định. Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê; Báo cáo định kỳ 2016 - 2019 Công ước UNESCO, tỷ trọng của các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp vào GDP ngày càng tăng lên: 2,44% GDP (năm 2010) lên 3,61% GDP (năm 2018) tương đương 8.081 tỷ USD.



Biểu đồ 1: Giá trị gia tăng của ngành công nghiệp văn hóa vào GDP giai đoạn 2020 - 2025

Giai đoạn 2020-2025, tốc độ tăng trưởng về số lượng các cơ sở kinh tế thuộc ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam đã tăng trưởng với tốc độ bình quân khoảng 8% mỗi năm. Vào năm 2022, có khoảng 70.321 cơ sở đang hoạt động có liên quan đến các ngành công nghiệp văn hóa. Lực lượng lao động thuộc các ngành công nghiệp văn hóa có tốc độ tăng khá nhanh, bình quân 7,4%/năm, năm 2022, có khoảng 2,3 triệu lao động làm trong các ngành công nghiệp văn hóa chiếm tỷ trọng 4,42% lao động xã hội. Giá trị xuất siêu của các ngành công nghiệp văn hóa cũng không ngừng tăng lên, năm 2018 xuất siêu đạt 37 tỷ USD đến năm 2022 ước đạt 41,9 tỷ USD⁶.

⁴ CISAC - the International Confederation of Societies of Authors and Composers, Cultural Times (2017). *The first global map of cultural and creative industries*.

⁵ Ngân hàng Thế Giới (2019), Báo cáo phát triển Việt Nam thịnh vượng 2019, <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/817501579101801852/vietnam-development-report-2019-connecting-vietnam-for-growth-and-shared-prosperity>

⁶ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2023): *Báo cáo trung tâm về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam*.

Một số ngành công nghiệp văn hóa như điện ảnh, truyền hình và phát thanh, quảng cáo... đều có giá trị sản xuất (theo giá hiện hành) và giá trị gia tăng bình quân tăng trên 7 - 8%/năm. Mặc dù đã trải qua những biến động đáng kể trong chu kỳ, thể hiện tốc độ các năm 2023 - 2025 tỷ lệ đóng góp của công nghiệp văn hóa vào GDP có xu hướng giảm so với giai đoạn đầu (giai đoạn từ 3,9-4,3%) nhưng tiềm năng lĩnh vực này còn rất lớn bởi sự cam kết và nâng đỡ bằng chính sách của Chính phủ giai đoạn tới đây.

Sự tăng trưởng này phản ánh nỗ lực của nước ta trong việc thúc đẩy công nghiệp văn hóa trở thành một ngành kinh tế quan trọng, góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam và khẳng định thương hiệu, vị thế quốc gia trên trường quốc tế. Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đặt mục tiêu đến năm 2030, các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP quốc gia.

4.2. Khái quát về các cơ sở đào tạo văn hóa - nghệ thuật tại Việt Nam

Những năm qua, với việc phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế và xã hội và các chính sách đầu tư mạnh mẽ cho công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, hệ thống cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật tại Việt Nam không ngừng được củng cố và mở rộng. Hiện nay, cả nước có 40 cơ sở đào tạo trung cấp, cao đẳng, đại học trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trực tiếp quản lý 15 trường: gồm 10 trường đại học, 3 trường cao đẳng và 2 trường trung cấp, chuyên đào tạo các tài năng đỉnh cao theo hướng chuyên nghiệp, chuyên sâu trong nhiều lĩnh vực như âm nhạc, mỹ thuật, văn hóa, văn học, sân khấu - điện ảnh, múa, xiếc cùng 25 cơ sở đào tạo văn hóa, nghệ thuật do các tỉnh/thành phố trực tiếp quản lý, bao gồm: 1 trường đại học, 10 trường cao đẳng và 10 trường trung cấp, có vai trò quan trọng trong việc cung cấp nguồn nhân lực phục vụ các hoạt động văn hóa, nghệ thuật địa phương) cùng 1 viện nghiên cứu có đào tạo tiến sĩ và khoảng 80 cơ sở đào tạo công lập, tư thục có giảng dạy các ngành, nghề đặc thù trong lĩnh vực này.

Về ngành, nghề đào tạo, hệ thống cơ sở đào tạo văn hóa - nghệ thuật hiện có khoảng 100 ngành, nghề với gần 150 chuyên ngành ở các trình độ trung cấp, cao đẳng, đại học và sau đại học. Các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật không ngừng cập nhật, tiếp thu các ngành, nghề đào tạo mới nhằm đáp ứng nhu cầu xã hội. Việc đặt các cơ sở đào tạo tại các thành phố lớn giúp tạo điều kiện thuận lợi để giao lưu, quảng bá văn hóa - nghệ thuật của đất nước với bạn bè quốc tế, đồng thời phục vụ nhu cầu thưởng thức nghệ thuật của công chúng, góp phần bảo tồn và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Hệ thống cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật tại Việt Nam đã có sự phát triển mạnh mẽ cả về quy mô và chất lượng, đóng vai trò quan trọng trong việc đào tạo nguồn nhân lực cho lĩnh vực văn hóa – nghệ thuật trong đó có các ngành công nghiệp văn hóa.

4.3. Triển vọng phát triển và cơ hội đối với các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật

Trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực là một trong những nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm, xác định rõ cần đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp cho các ngành công nghiệp văn hóa. Để thực hiện cần 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 phát triển nguồn nhân lực và các ngành công nghiệp văn hóa.

Như vậy, các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật đóng vai trò nòng cốt trong việc định hướng và phát triển ngành công nghiệp văn hóa theo những khía cạnh quan trọng sau:

Thứ nhất, cung cấp nguồn nhân lực chuyên nghiệp và sáng tạo cho ngành công nghiệp văn hóa

Để phát triển ngành công nghiệp văn hóa thì nguồn nhân lực là một tài nguyên đặc biệt quan trọng. Mặc dù, thực tế lực lượng lao động thuộc các ngành công nghiệp văn hóa không ngừng có sự tăng trưởng cả về số lượng và chất lượng, tuy nhiên, vẫn chưa đáp ứng được với kỳ vọng, mục tiêu cũng như những yêu cầu, đòi hỏi của thực tiễn phát triển, đặc biệt, lực

lượng lao động chất lượng cao vẫn còn rất khiêm tốn. Nguồn nhân lực của ngành công nghiệp văn hóa có thể chia thành 3 nhóm: nhân lực quản lý, nhân lực sáng tạo và nhân lực sản xuất kinh doanh. Mỗi nhóm đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị của ngành, từ hoạch định chính sách, sáng tạo nội dung đến thương mại hóa sản phẩm văn hóa.

- Nhân lực quản lý là đội ngũ cán bộ quản lý, công chức, viên chức ngành văn hóa, lãnh đạo tại các tổ chức văn hóa, nghệ thuật; lãnh đạo doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa. Họ chịu trách nhiệm xây dựng và thực thi các chính sách, quy hoạch, cũng như đảm bảo môi trường pháp lý thuận lợi cho sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa.

- Nhân lực sáng tạo là những nghệ sĩ, nhà thiết kế, biên kịch, đạo diễn, nhạc sĩ, họa sĩ, biên đạo múa, kiến trúc sư... là người trực tiếp tạo ra các sản phẩm văn hóa- nghệ thuật có giá trị. Họ là lực lượng nòng cốt trong việc tạo ra những sản phẩm văn hóa mang tính đột phá, đáp ứng nhu cầu thị trường trong nước và quốc tế.

- Nhân lực sản xuất kinh doanh là những người đảm nhận vai trò đưa sản phẩm văn hóa đến với công chúng, bao gồm nhà sản xuất, quản lý sự kiện, chuyên gia marketing, truyền thông, nhà phân phối, quản lý bản quyền, doanh nhân trong lĩnh vực văn hóa... Họ đóng vai trò kết nối giữa nghệ sĩ và thị trường, giúp sản phẩm có thể tiếp cận công chúng một cách hiệu quả. Nhóm này cũng chịu trách nhiệm khai thác giá trị thương mại của các sản phẩm văn hóa, đảm bảo ngành công nghiệp văn hóa vận hành theo cơ chế thị trường, từ đó tạo ra lợi nhuận và đóng góp vào tăng trưởng kinh tế.

Đối với cả 3 nhóm nhân lực trên, các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp nguồn nhân lực chuyên nghiệp và sáng tạo. Thông qua chương trình giảng dạy hiện đại, kết hợp giữa lý thuyết và thực tiễn, các trường đào tạo đội ngũ nghệ sĩ, nhà thiết kế, nhà quản lý văn hóa... có chuyên môn cao, đáp ứng nhu cầu thị trường. Nhờ đó, nguồn nhân lực không chỉ giỏi chuyên môn mà còn có khả năng thích ứng, đổi mới, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành công nghiệp văn hóa.

Thứ hai, định hướng sáng tạo và thúc đẩy đổi mới trong ngành công nghiệp văn hóa

Thông qua việc cập nhật các phương pháp giảng dạy tiên tiến, đưa vào chương trình học những môn học về tư duy sáng tạo, công nghệ số và kinh tế sáng tạo, các trường không chỉ giúp sinh viên nắm vững kiến thức chuyên môn mà còn khuyến khích sự đổi mới trong nghệ thuật và sáng tạo nội dung phù hợp với thị hiếu của thị trường. Bên cạnh đó, việc tích hợp các nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng và xu hướng thị trường vào quá trình đào tạo giúp các nghệ sĩ trẻ có tư duy linh hoạt, sáng tạo nội dung nghệ thuật vừa mang dấu ấn cá nhân vừa có sức hấp dẫn đối với công chúng. Nhờ đó, các sản phẩm nghệ thuật không chỉ có giá trị thẩm mỹ cao mà còn có khả năng tiếp cận thị trường rộng lớn hơn, góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa.

Nhiệm vụ quan trọng của các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật còn là kết nối giữa truyền thống và hiện đại, giúp nghệ thuật dân gian không bị mai một mà vẫn có thể phát triển mạnh mẽ trong đời sống đương đại. Thông qua các chương trình giảng dạy kết hợp giữa nghệ thuật truyền thống và hiện đại, sinh viên được khuyến khích tìm tòi, sáng tạo những cách thể hiện mới mẻ, làm sống lại những giá trị văn hóa truyền thống theo cách tiếp cận hiện đại và hấp dẫn hơn.

Thứ ba, thực hiện các hoạt động nghiên cứu về công nghiệp văn hóa

Các hoạt động nghiên cứu không chỉ giúp nhận diện rõ hơn vai trò của công nghiệp văn hóa mà còn đề xuất các mô hình phát triển bền vững, chính sách hỗ trợ, cũng như các giải pháp nâng cao giá trị sáng tạo và hiệu quả kinh doanh trong lĩnh vực này. Thông qua việc nghiên cứu chuyên sâu về các ngành công nghiệp văn hóa như âm nhạc, điện ảnh, du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn..., các cơ sở đào tạo có thể xây dựng cơ sở dữ liệu quan trọng, phân tích xu hướng thị trường và dự báo sự phát triển của ngành.

Bên cạnh đó, các trường đại học cũng đóng vai trò cầu nối giữa nghiên cứu và thực tiễn, thông qua các hội thảo khoa học, dự án hợp tác với doanh nghiệp văn hóa- nghệ thuật, và các chương trình trao đổi quốc tế. Những hoạt động này không chỉ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo mà còn giúp các chuyên gia, nhà nghiên cứu và nghệ sĩ có cơ hội tiếp cận những tri thức mới, từ đó áp dụng vào thực tiễn để sáng tạo ra các sản phẩm văn hóa có giá trị, đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước và quốc tế.

Thứ tư, kết nối chặt chẽ với doanh nghiệp và thị trường lao động để thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp văn hóa

Sự phát triển bền vững của ngành công nghiệp văn hóa không thể tách rời mối liên kết chặt chẽ giữa các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật với doanh nghiệp và thị trường lao động. Đây là yếu tố then chốt giúp sinh viên có cơ hội thực hành, rèn luyện kỹ năng thực tiễn và tiếp cận môi trường làm việc chuyên nghiệp ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Các chương trình hợp tác giữa trường học và doanh nghiệp trong ngành công nghiệp văn hóa như hãng phim, công ty truyền thông, nhà hát, đơn vị tổ chức sự kiện, các tập đoàn sáng tạo nội dung số giúp sinh viên tiếp cận công nghệ mới, nâng cao năng lực chuyên môn và hiểu rõ nhu cầu của thị trường. Điều này giúp rút ngắn khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn, tạo điều kiện để nguồn nhân lực ngành văn hóa - nghệ thuật không chỉ vững chuyên môn mà còn có khả năng thích ứng nhanh với xu hướng thay đổi của ngành.

Ngoài ra, sự hợp tác giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp cũng tạo ra cơ hội việc làm và khởi nghiệp cho sinh viên. Đồng thời, sự kết nối này còn giúp các doanh nghiệp tiếp cận nguồn nhân lực chất lượng cao, từ đó nâng cao sức cạnh tranh của ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế. Việc thiết lập hệ sinh thái hợp tác giữa cơ sở đào tạo- doanh nghiệp- cơ quan quản lý nhà nước sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc định hướng phát triển ngành công nghiệp văn hóa theo hướng chuyên nghiệp, bền vững và hội nhập quốc tế.

Thứ năm, bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Trong quá trình hội nhập sâu rộng, bản sắc văn hóa dân tộc chính là nền tảng quan trọng để ngành công nghiệp văn hóa phát triển bền vững và khẳng định vị thế trên trường quốc tế. Các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật đóng vai trò then chốt trong việc gìn giữ, truyền dạy và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, đồng thời kết hợp với tư duy sáng tạo để đưa văn hóa Việt Nam vươn xa. Một trong những nhiệm vụ quan trọng của các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật là tích hợp kiến thức về văn hóa dân tộc vào chương trình giảng dạy. Sinh viên được tiếp cận với những di sản văn hóa quý báu, từ nghệ thuật truyền thống như tuồng, chèo, cải lương, ca trù đến các loại hình thủ công mỹ nghệ, kiến trúc, trang phục dân tộc. Qua đó, họ không chỉ hiểu rõ giá trị của văn hóa truyền thống mà còn có khả năng sáng tạo ra những sản phẩm mới mang đậm dấu ấn dân tộc nhưng vẫn phù hợp với xu hướng hiện đại.

Ngoài ra, thông qua các chương trình giao lưu văn hóa, hợp tác quốc tế, các cơ sở đào tạo góp phần quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới, đồng thời tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại để làm giàu thêm bản sắc văn hóa dân tộc. Đây là động lực quan trọng giúp ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam không chỉ giữ vững gốc rễ truyền thống mà còn phát triển theo hướng hiện đại, sáng tạo và hội nhập toàn cầu.

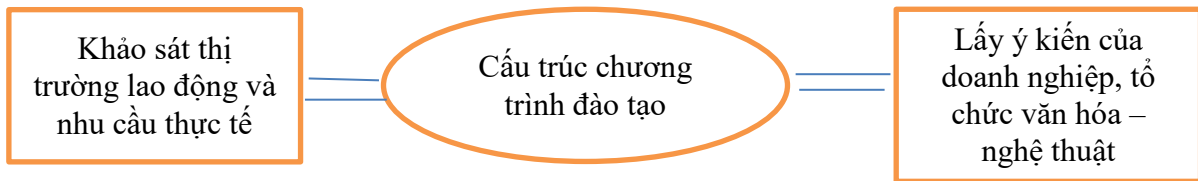
5. Thảo luận

Để các cơ sở đào tạo văn hóa - nghệ thuật thực hiện được vai trò của mình đối với sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa cần triển khai đồng bộ các giải pháp như sau:

Xây dựng các chương trình đào tạo sát với thực tiễn và nhu cầu thực tế của ngành công nghiệp văn hóa

Để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của ngành công nghiệp văn hóa, các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật cần thiết kế chương trình học linh hoạt, cập nhật theo xu hướng phát triển của thị trường. Để thực hiện được điều đó cần có sự phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp, tổ chức văn hóa, nghệ thuật để đảm bảo nội dung giảng dạy bám sát nhu cầu thực tiễn. Các cơ sở đào tạo cần tiến hành khảo sát, nghiên cứu thị trường lao động, lắng nghe ý kiến từ doanh

ngành, tổ chức văn hóa- nghệ thuật để xác định các kỹ năng, chuyên môn mà ngành công nghiệp văn hóa đòi hỏi. Việc hợp tác với các hiệp hội nghề nghiệp, doanh nghiệp, cơ quan quản lý văn hóa giúp chương trình đào tạo phản ánh đúng xu hướng phát triển của ngành.



Sơ đồ 1: Các yếu tố thiết yếu trong xây dựng cấu trúc chương trình đào tạo tại các cơ sở đào tạo văn hóa - nghệ thuật

Trong khung chương trình, ngoài kiến thức nền tảng, chương trình cần tăng cường các học phần thực hành, dự án thực tế, mô phỏng hoạt động trong ngành công nghiệp văn hóa nhằm giúp sinh viên có cơ hội tiếp cận, rèn luyện kỹ năng chuyên môn. Các chương trình giảng dạy không chỉ tập trung vào văn hóa truyền thống mà còn cần cập nhật các xu hướng sáng tạo văn hóa hiện đại như trí tuệ nhân tạo trong nghệ thuật, âm nhạc kỹ thuật số, game nghệ thuật, quảng cáo đa phương tiện, sản xuất nội dung truyền thông... Ngoài ra, sinh viên cần được trang bị các kiến thức về quản lý nghệ thuật, marketing văn hóa, bản quyền sáng tạo, tài chính trong nghệ thuật, quản lý thương hiệu cá nhân... giúp sinh viên có thể tự phát triển các dự án nghệ thuật và khởi nghiệp trong lĩnh vực văn hóa. Tại một số trường đại học lớn trên thế giới như Trường đại học Nghệ thuật Hoàng gia (Anh), Đại học New York (Mỹ), Trường Nghệ thuật và Thiết kế Parsons (Mỹ) đã thành công trong việc xây dựng các vườn ươm sáng tạo giúp sinh viên hiện thực hóa ý tưởng và tham gia vào ngành công nghiệp văn hóa ngay từ khi còn học tập.

Nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên và chuyên gia

Đội ngũ giảng viên và chuyên gia đóng vai trò then chốt trong việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành công nghiệp văn hóa. Để đáp ứng yêu cầu đổi mới giáo dục và sự phát triển của ngành, các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật cần tập trung vào các giải pháp nâng cao năng lực giảng dạy, cập nhật kiến thức thực tiễn và mở rộng hợp tác với chuyên gia trong nước và quốc tế.

Thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng định kỳ để giảng viên cập nhật kiến thức mới, tiếp cận xu hướng công nghiệp văn hóa hiện đại. Xây dựng cơ chế hợp tác giữa nhà trường với doanh nghiệp văn hóa- nghệ thuật để giảng viên có cơ hội thực tập, nghiên cứu thực tiễn, nâng cao năng lực chuyên môn.

Mời các chuyên gia, nghệ sĩ, nhà sản xuất, nhà quản lý văn hóa có kinh nghiệm thực tiễn giảng dạy hoặc thỉnh giảng, giúp sinh viên tiếp cận với kiến thức thực tế và xu hướng phát triển của ngành.

Xây dựng chính sách đãi ngộ hợp lý để thu hút các giảng viên giỏi, đặc biệt là các chuyên gia trong lĩnh vực văn hóa- nghệ thuật. Tạo điều kiện xây dựng môi trường làm việc hiện đại, hỗ trợ nghiên cứu, sáng tạo và tham gia các dự án thực tiễn giúp giảng viên phát huy tối đa chuyên môn.

Thúc đẩy nghiên cứu và ứng dụng khoa học trong công nghiệp văn hóa

Các cơ sở đào tạo văn hóa- nghệ thuật cần đóng vai trò trung tâm trong việc nghiên cứu, chuyển giao tri thức và ứng dụng công nghệ mới vào thực tiễn. Xây dựng các chương trình nghiên cứu chuyên sâu về công nghiệp văn hóa, bao gồm: chính sách quản lý văn hóa, mô hình kinh doanh sáng tạo, xu hướng tiêu dùng văn hóa, tác động của công nghệ số đối với nghệ thuật. Khuyến khích giảng viên, sinh viên tham gia nghiên cứu khoa học, xuất bản công trình nghiên cứu về công nghiệp văn hóa nhằm đóng góp tri thức cho ngành. Các nghiên cứu chuyên sâu giúp làm rõ xu hướng, thách thức, cơ hội của ngành công nghiệp văn hóa, đồng

thời đề xuất giải pháp ứng dụng vào thực tiễn. Việc hỗ trợ kinh phí, tổ chức hội thảo, tạo điều kiện tiếp cận nguồn tư liệu phong phú sẽ thúc đẩy tinh thần nghiên cứu, nâng cao chất lượng học thuật và tạo ra những sản phẩm có giá trị, góp phần định hướng sự phát triển bền vững của ngành.

Tăng cường kết nối với doanh nghiệp và thị trường lao động

Các cơ sở văn hóa - nghệ thuật cần xây dựng mối liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp văn hóa để tổ chức các chương trình thực tập, giúp sinh viên tiếp cận thực tiễn và nâng cao kinh nghiệm. Nghiên cứu ứng dụng mô hình “*học tập thông qua dự án*” (project-based learning) mà nhiều cơ sở đào tạo trên thế giới áp dụng để sinh viên có cơ hội làm việc với các doanh nghiệp sáng tạo ngay từ khi còn học tập. Mời đại diện doanh nghiệp tham gia vào quá trình xây dựng chương trình giảng dạy, nhằm đảm bảo nội dung đào tạo phù hợp với thực tiễn. Có thể ký kết thỏa thuận hợp tác giữa nhà trường và các doanh nghiệp trong lĩnh vực văn hóa- nghệ thuật để tạo ra hệ sinh thái hỗ trợ đào tạo và tuyển dụng đối với sinh viên.

Phối hợp với doanh nghiệp để triển khai các dự án nghiên cứu ứng dụng, giúp sinh viên và giảng viên tham gia giải quyết các vấn đề thực tế của ngành công nghiệp văn hóa. Hỗ trợ sinh viên tham gia các cuộc thi sáng tạo, triển lãm, liên hoan nghệ thuật do doanh nghiệp tổ chức nhằm gia tăng cơ hội hợp tác và phát triển sự nghiệp.

Đảm bảo các nội dung về bảo vệ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong hoạt động đào tạo

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, việc lồng ghép các yếu tố bản sắc dân tộc vào chương trình giảng dạy sẽ giúp thế hệ nghệ sĩ, nhà quản lý văn hóa tương lai có thể sáng tạo trên cơ sở giữ gìn truyền thống, đồng thời nâng cao vị thế văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế. Xây dựng các môn học chuyên sâu về nghệ thuật truyền thống như văn hóa dân gian, mỹ thuật, âm nhạc và sân khấu dân tộc trong chương trình đào tạo. Tổ chức các hoạt động ngoại khóa như thực tế nghiên cứu tại các làng nghề truyền thống, tham gia lễ hội văn hóa, giao lưu với nghệ nhân dân gian để giúp sinh viên trải nghiệm trực tiếp và thấm nhuần giá trị văn hóa dân tộc. Khuyến khích sinh viên và giảng viên nghiên cứu về nghệ thuật dân tộc, đề xuất các giải pháp sáng tạo trong việc bảo tồn và phát triển các loại hình nghệ thuật truyền thống. Hỗ trợ các dự án sáng tác, thiết kế sản phẩm nghệ thuật mang đậm dấu ấn văn hóa dân tộc nhưng vẫn phù hợp với xu hướng hiện đại có sức lan tỏa rộng rãi, đáp ứng nhu cầu của thị trường trong và ngoài nước.

6. Kết luận

Các cơ sở đào tạo văn hóa - nghệ thuật đóng vai trò trung tâm trong việc cung cấp nguồn nhân lực, thúc đẩy sáng tạo và nghiên cứu khoa học nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của ngành công nghiệp văn hóa. Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghiệp văn hóa, việc đổi mới chương trình đào tạo, nâng cao năng lực giảng viên, mở rộng hợp tác với doanh nghiệp trở thành yêu cầu cấp thiết để đảm bảo sự phát triển bền vững của công nghiệp văn hóa.

Bên cạnh nhiệm vụ đào tạo, các cơ sở giáo dục văn hóa - nghệ thuật còn có trách nhiệm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, đồng thời kết hợp với các xu hướng sáng tạo hiện đại để tạo ra những sản phẩm văn hóa mang đậm bản sắc dân tộc nhưng vẫn có sức cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. Việc kết nối chặt chẽ giữa nhà trường, doanh nghiệp và tổ chức văn hóa- nghệ thuật không chỉ giúp nâng cao chất lượng đào tạo mà còn góp phần đưa ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam phát triển theo hướng chuyên nghiệp và hội nhập quốc tế.

Hiện nay, công nghiệp văn hóa đang trở thành một ngành kinh tế quan trọng, góp phần quảng bá văn hóa dân tộc và gia tăng giá trị kinh tế. Do đó, việc xây dựng một hệ thống đào tạo bài bản, linh hoạt, gắn kết với thực tiễn là nhiệm vụ quan trọng góp phần thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam phát triển bền vững trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2023), *Báo cáo trung tâm về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam*.
- [2]. Chính phủ (2016), *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
- [3]. CISAC - the International Confederation of Societies of Authors and Composers, Cultural Times (2017), *The first global map of cultural and creative industries* (Tạm dịch: Bản đồ toàn cầu đầu tiên về các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo).
- [4]. Phạm Bích Huyền, Đặng Hoài Thu (2014), *Các ngành công nghiệp văn hóa*, Nxb Lao động, Hà Nội.
- [5]. Ngân hàng Thế Giới (2019), *Báo cáo phát triển Việt Nam thịnh vượng 2019*, <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail//vietnam-development-report-2019-connecting-vietnam-for-growth-and-shared-prosperity>
- [6]. Nguyễn Thị Thu Phương (2022), *Định vị các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển bền vững ở Việt Nam*, Nxb Chính trị Quốc gia sự thật, Hà Nội
- [7]. UNESCO (2007), *Statistics on cultural industries: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects* (Tạm dịch: Khung xây dựng các dự án tăng cường năng lực dữ liệu quốc gia), <http://portal.unesco.org/culture/en/ev>

TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM: TRIỂN VỌNG ĐỐI VỚI CÁC CƠ SỞ ĐÀO TẠO VĂN HÓA - NGHỆ THUẬT

Hà Đình Hùng

Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: hadinhhung@dvttdt.edu.vn

Ngày nhận bài: 20/11/2025

Ngày phản biện: 21/11/2025

Ngày tác giả sửa: 30/11/2025

Ngày duyệt đăng: 15/01/2026

Ngày phát hành: 20/01/2026

Bài báo phân tích tình hình phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế và chuyển đổi số theo cách tiếp cận hệ sinh thái, nhấn mạnh vai trò trung tâm của đào tạo nhân lực văn hóa- nghệ thuật trong việc kết nối chính sách, sáng tạo và thị trường. Trên cơ sở khảo sát thực tiễn và tham chiếu các mô hình đào tạo quốc tế, nghiên cứu xây dựng khung phân tích làm rõ vai trò trung gian của các cơ sở đào tạo trong chuyển hóa tiềm năng văn hóa thành năng lực sáng tạo và giá trị gia tăng cho ngành công nghiệp văn hóa. Bài báo đề xuất mô hình khái quát đổi mới đào tạo theo hướng tích hợp công nghệ, liên kết doanh nghiệp và thúc đẩy khởi nghiệp sáng tạo trong hệ sinh thái công nghiệp văn hóa, qua đó khẳng định yêu cầu phát triển đồng bộ giữa chính sách quốc gia và đào tạo nhân lực nhằm hình thành đội ngũ sáng tạo có bản sắc và năng lực hội nhập.

Từ khóa: Công nghiệp văn hóa; Đào tạo văn hóa - nghệ thuật; Chính sách văn hóa; Chuyển đổi số trong văn hóa - nghệ thuật.