

**Phát huy vai trò văn học, nghệ thuật
đóng góp vào phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam hiện nay**

*Nghiêm Thị Thu Nga**

Về vai trò của văn học, nghệ thuật

Thứ nhất, đối với sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước.

Trong các cuộc kháng chiến chống ngoại xâm, văn học, nghệ thuật (VHNT) là vũ khí tinh thần to lớn, khơi dậy lòng yêu nước, cổ vũ nhân dân chiến đấu, đồng thời xoa dịu mất mát, đau thương, nuôi dưỡng niềm tin, ý chí và khát vọng độc lập, tự do, đưa cách mạng đi đến thắng lợi.

Trong hòa bình, VHNT phản ánh những thành tựu của công cuộc đổi mới, ca ngợi quê hương, đất nước, con người, khẳng định niềm tin vào sự lãnh đạo của Đảng, vào con đường đi lên chủ nghĩa xã hội. Văn học nghệ thuật đồng thời là “mặt trận” sắc bén trong cuộc đấu tranh tư tưởng - văn hóa, góp phần lan tỏa các giá trị của chủ nghĩa Mác - Lê-nin, tư tưởng Hồ Chí Minh, hun đúc tinh thần đoàn kết, nhân ái, khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc.

Đặc biệt, VHNT còn có vai trò quan trọng trong nhận diện, phê phán và phản bác quan điểm sai trái, thù địch, âm mưu “diễn biến hòa bình”, chống phá Đảng, Nhà nước; đồng thời cảnh tỉnh, ngăn chặn những biểu hiện suy thoái tư tưởng, đạo đức, lối sống, “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa” trong nội bộ, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, giữ gìn và phát huy những giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc.

Thứ hai, vai trò của VHNT đối với sự phát triển văn hóa và con người.

Là một lĩnh vực quan trọng của văn hóa, VHNT có ý nghĩa đặc biệt to lớn đối với sự phát triển văn hóa và con người Việt Nam. Vận động và phát triển trên cơ sở hai quy luật cơ bản của văn hóa là kế thừa và giao lưu - tiếp biến, VHNT đương đại vừa là sự tiếp nối truyền thống rực rỡ của cha ông, vừa góp phần làm giàu thêm và lan tỏa các giá trị văn hóa dân tộc trong đời sống hiện đại. Với hình thức đa dạng, loại hình phong phú, VHNT là một “kênh” giao lưu văn hóa sớm và thường xuyên trong lịch sử, góp phần khẳng định sức sống, bản sắc và sức mạnh mềm văn hóa quốc gia, đồng thời chống lại nguy cơ xâm lăng văn hóa, góp phần vào sự đa dạng văn hóa của nhân loại.

Với chức năng nhận thức và giáo dục, thông qua những hình tượng nghệ thuật đặc sắc, VHNT phản ánh chân thực, sinh động thế giới tâm hồn, tình cảm phong phú, tốt đẹp của con người, đồng thời phê phán những thói hư, tật xấu, những biểu hiện phản giá trị tốt đẹp trong xã hội. Qua đó, VHNT gửi gắm những thông điệp sâu sắc, những bài học nhân sinh giàu ý nghĩa, góp phần bồi đắp tinh thần, trí tuệ, xúc cảm, cảm hóa con người, định hình và phát triển nhân cách, để con người ngày càng phát triển toàn diện, xã hội ngày càng tiến bộ, nhân văn.

Thứ ba, vai trò của văn học nghệ thuật đối với sự phát triển kinh tế và công nghiệp

* Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

văn hóa.

Văn học, nghệ thuật không chỉ có ý nghĩa đối với đời sống tinh thần mà còn góp phần quan trọng vào phát triển kinh tế, đặc biệt trong việc hình thành và thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa (CNVH). Nhiều quốc gia trên thế giới đã chứng minh VHNT là động lực tăng trưởng, nhất là những nước biết khai thác thế mạnh VHNT như Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản...

Ở Việt Nam, VHNT khẳng định vai trò vừa là bộ phận cấu thành, vừa là động lực quan trọng của CNVH. “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” đã xác định 12 ngành CNVH, trong đó nhiều ngành gắn trực tiếp với nghệ thuật, như kiến trúc, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm. Thực tiễn cho thấy, các lĩnh vực này đã đạt nhiều thành tựu, đóng góp đáng kể cho phát triển CNVH. Âm nhạc và điện ảnh là hai lĩnh vực tiêu biểu: năm 2024, doanh thu âm nhạc Việt Nam đạt 4.379 tỷ đồng (theo Box Office Vietnam, có sai số từ 5% đến 10%⁽¹⁾; điện ảnh liên tục lập kỷ lục doanh thu, từ *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* (2015) đạt 78 tỷ đồng sau một tháng công chiếu⁽²⁾, đến *Mưa đỏ* (2025) đạt hơn 400 tỷ đồng sau 12 ngày chiếu, trở thành một trong những phim Việt có tốc độ bán vé nhanh nhất từ trước tới nay⁽³⁾.

Nguồn lợi từ VHNT đối với CNVH có tính lâu dài, tái sinh nhiều lần. Những tác phẩm kinh điển, như *Don Quixote* (Miguel de Cervantes) đã bán hơn 500 triệu bản từ năm 1605 đến nay; *Harry Potter* (J.K. Rowling) trở thành hiện tượng toàn cầu với hàng trăm triệu bản sách, doanh thu điện ảnh, công viên giải trí và sản phẩm phái sinh khổng lồ; hay di sản âm nhạc của Michael Jackson vẫn tiếp tục tạo nguồn thu lớn sau khi ông qua đời. Những ví dụ này cho thấy sức sống, giá trị bền vững của VHNT trong nền kinh tế.

Văn học, nghệ thuật cũng là nguồn ý tưởng sáng tạo vô tận cho CNVH. Sản phẩm VHNT cung cấp chất liệu phong phú cho du lịch, thiết kế, thời trang, thủ công mỹ nghệ, xuất bản. Các tác phẩm văn học, âm nhạc, nghệ thuật dân gian trở thành chất liệu cho liveshow, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn đương đại; nhiều tác phẩm được chuyển thể, chuyển ngữ, xuất bản ở nước ngoài, góp phần mở rộng thị trường. Các yếu tố liên quan, như nhạc phim, phim trường, không gian nghệ thuật trở thành điểm đến du lịch; đồ lưu niệm, thương hiệu, hình ảnh trong tác phẩm nghệ thuật trở thành sản phẩm tiêu dùng hấp dẫn. Khi biết khai thác nhạy bén và hiệu quả giá trị VHNT, sản phẩm CNVH sẽ gia tăng sức hấp dẫn, tính lan tỏa và giá trị kinh tế.

Đồng thời, VHNT còn góp phần tạo cầu nối giữa các nền văn hóa, thúc đẩy giao lưu, hợp tác quốc tế, nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế. Sự lan tỏa này không chỉ làm giàu có đời sống tinh thần mà còn thúc đẩy tiêu dùng, mở rộng thị trường, góp phần quan trọng vào sự phát triển bền vững của CNVH Việt Nam.

Những yêu cầu đặt ra của bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa đối với văn học, nghệ thuật

Là một bộ phận quan trọng của CNVH, đồng thời cũng chịu sự tác động mạnh mẽ từ CNVH, VHNT hiện nay đang đứng trước nhiều yêu cầu mới.

Trong đó, nổi bật *trước hết là yêu cầu về sự sáng tạo.*

Nói đến CNVH là nói đến sáng tạo. Công nghiệp văn hóa không chỉ khơi mở mà còn thúc đẩy mạnh mẽ sự đa dạng trong sáng tạo, đem lại nhiều cơ hội mới cho văn nghệ sĩ, giúp họ có điều kiện phát huy tự do sáng tạo, thể hiện cá tính nghệ thuật, thử nghiệm và kết hợp các thể loại, phong cách khác nhau. Đặc biệt, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, nhất là sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số, đã làm thay đổi căn bản tư duy, phương thức sáng tạo, lưu trữ, giới thiệu, phát hành, quảng bá và tiếp nhận sản phẩm VHNT, thậm chí tác động đến cơ cấu vận hành đời sống VHNT.

Trong bối cảnh xã hội số, văn hóa số, sự lan tỏa của VHNT trên không gian mạng ảnh hưởng nhanh chóng và sâu sắc đến nếp nghĩ, lối sống của công chúng. Công chúng nghệ thuật ngày càng có yêu cầu cao, đa dạng và không ít khắt khe; sự cạnh tranh giữa các tài năng, sản phẩm và công nghệ ngày càng quyết liệt. Điều đó đòi hỏi nghệ sĩ phải không ngừng sáng tạo, đổi mới chính mình; nếu không sẽ dễ bị lạc hậu, tụt lại phía sau, thậm chí bị công chúng quay lưng.

Thứ hai, yêu cầu về chất lượng của tác phẩm văn học, nghệ thuật.

Trước đây, khi chưa có CNVH, tác phẩm VHNT, dù có giá trị nổi bật, chủ yếu được lưu truyền qua dân gian hoặc các hình thức cổ truyền, phạm vi phổ biến còn hạn hẹp. Nhưng từ khi có sự hỗ trợ của CNVH, các tác phẩm được sản xuất hàng loạt, số lượng nhiều hơn, phạm vi và tốc độ lan tỏa rộng lớn hơn gấp nhiều lần. Nhờ hệ thống xuất bản, quảng cáo, kỹ năng kinh doanh, thị trường văn hóa phẩm và dịch vụ văn hóa ngày càng phát triển, nhiều tác phẩm VHNT có điều kiện tái bản nhiều lần, đến được với đông đảo công chúng.

Tuy nhiên, chính sự truyền dẫn sâu rộng và nhanh nhạy ấy cũng đặt ra thách thức lớn về giá trị và chất lượng tác phẩm. Thực tế cho thấy, đời sống sáng tác và phê bình văn học, nghệ thuật ở nước ta hiện nay rất sôi động; nhiều tác phẩm đạt chất lượng tốt, chứa đựng thông điệp sâu sắc, ý tưởng độc đáo, giàu sáng tạo và được trau chuốt về nghệ thuật. Song bên cạnh đó, vẫn còn không ít tác phẩm non yếu về nội dung, nghèo nàn về hình thức, thiếu sức hấp dẫn.

Trong CNVH, sản phẩm VHNT muốn tồn tại và phát triển tất yếu phải trải qua các khâu lưu thông, tiêu dùng. Do vậy, chất lượng nghệ thuật trở thành yêu cầu hàng đầu, vừa để đáp ứng nhu cầu công chúng ngày càng cao, vừa để bảo đảm giá trị bền vững của tác phẩm, không làm phai mờ mục tiêu Chân - Thiện - Mỹ mà VHNT chân chính luôn hướng tới.

Thứ ba, yêu cầu về bản lĩnh của người nghệ sĩ trong quá trình giao lưu và hội nhập.

CNVH vận động và phát triển trên cơ sở tuân thủ những quy luật của kinh tế và văn hóa, trong đó có quy luật kinh tế thị trường, quy luật kế thừa và quy luật giao lưu - tiếp biến. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay, các quy luật này tác động mạnh mẽ đến văn hóa nói chung, CNVH nói riêng, đặt ra những yêu cầu ngày càng cao đối với VHNT.

Cơ chế thị trường vừa tạo thêm nguồn lực, vừa đặt VHNT trước nguy cơ thương mại hóa, hạ thấp chuẩn mực giá trị nghệ thuật. Do đó, đòi hỏi người nghệ sĩ phải nhạy bén nắm bắt quy luật cung - cầu, biết thích ứng để sáng tác nhanh nhạy, đáp ứng nhu cầu công chúng, tạo ra giá trị kinh tế chính đáng cho sản phẩm tinh thần của mình. Đồng thời, nghệ sĩ phải giữ vững bản lĩnh, đạo đức nghề nghiệp và phẩm giá, không chạy theo thị hiếu tầm thường, không đánh đổi giá trị nghệ thuật lấy lợi ích vật chất.

Trong xu thế giao lưu, hội nhập, sự tiếp xúc giữa các nền văn hóa, đặc biệt trong lĩnh vực VHNT, diễn ra thường xuyên và ngày càng sâu rộng. Thực tiễn những năm gần đây cho thấy, VHNT ở Việt Nam xuất hiện nhiều xu hướng, trào lưu sáng tác mới, đồng thời tiếp nhận nhanh chóng các giá trị văn hóa, nghệ thuật từ thế giới. Đây là cơ hội để người sáng tạo và công chúng mở rộng tầm nhìn, tiếp thu tinh hoa nhân loại. Tuy nhiên, cùng với cơ hội là thách thức lớn: nghệ sĩ phải có bản lĩnh để tiếp thu có chọn lọc, đồng thời giữ vững và phát huy bản sắc dân tộc trong sáng tạo. Chỉ khi đó, giao lưu và tiếp biến mới không làm mất đi giá trị cốt lõi, mà còn khẳng định, lan tỏa những tinh hoa văn hóa, nghệ thuật Việt Nam ra thế giới.

Phát huy vai trò của văn học, nghệ thuật trong bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa hiện nay

Trong thời kỳ đổi mới, nền VHNT Việt Nam đã có những bước phát triển quan trọng, đạt nhiều thành tựu đáng ghi nhận. Thị trường sản phẩm và dịch vụ VHNT ở một số lĩnh vực phát triển nhanh, bước đầu đóng góp vào tăng trưởng của CNVH. Tuy vậy, thực tiễn cho thấy VHNT vẫn chưa phát huy hết tiềm năng, thế mạnh để xứng tầm với vai trò, vị trí đặc biệt của mình trong phát triển văn hóa, con người nói chung và trong thúc đẩy CNVH nói riêng.

Số lượng tác phẩm VHNT của Việt Nam có sức lan tỏa quốc tế, đủ khả năng chinh phục công chúng thế giới còn ít; thương hiệu, tên tuổi của văn nghệ sĩ, nhà sáng tạo Việt Nam chưa thực sự định hình rõ trong khu vực và trên thế giới. Hoạt động sáng tạo còn phân tán, nhiều sản phẩm nghệ thuật ra đời nhưng chưa tạo thành dòng chảy, trào lưu mạnh mẽ; các sự kiện văn hóa chưa được tổ chức thường xuyên, thiếu tính chuyên nghiệp; nhiều không gian sáng tạo xuất hiện nhưng nhanh chóng “biến mất”. Nhìn chung, việc khai thác giá trị văn hóa để tạo nguồn lợi kinh tế trong VHNT còn manh mún, thiếu đồng bộ, hoạt động kinh tế của lĩnh vực VHNT chưa rõ nét.

Trong bối cảnh CNVH toàn cầu đang phát triển sôi động, để VHNT phát huy đầy đủ vai trò và thế mạnh, cần tập trung triển khai một số giải pháp cơ bản sau:

Thứ nhất, cần có sự thay đổi sâu sắc trong nhận thức.

Mặc dù chúng ta đã thấy rõ chức năng, vai trò của VHNT trong quá trình xây dựng và bảo vệ, phát triển đất nước, nhưng nhận thức ấy còn thiếu đồng bộ, chưa thấu đáo. Giá trị của VHNT chủ yếu mới được nhìn nhận ở phương diện tinh thần, văn hóa, xã hội, trong khi khía cạnh kinh tế chưa được đánh giá đầy đủ. Các lĩnh vực nghệ thuật, như điện ảnh, mỹ thuật, sân khấu, âm nhạc,... chưa thực sự được coi là những yếu tố quan trọng của nền kinh tế. Trong khi đó, ở nhiều quốc gia, các lĩnh vực này đã sớm tham gia mạnh mẽ vào

guồng quay của CNVH, trở thành hàng hóa đặc thù mang lại lợi nhuận khổng lồ, đóng góp lớn vào GDP quốc gia. Ở nước ta, mặc dù cơ chế thị trường đã thấm sâu vào nhiều lĩnh vực đời sống xã hội, song giá trị hàng hóa của VHNT vẫn chưa được nhận diện và định vị một cách rõ ràng.

Do đó, thay đổi tư duy và nhận thức về vai trò của VHNT là yêu cầu cấp thiết. Cùng với việc khẳng định giá trị tinh thần cao đẹp không thể thay thế của VHNT, cần nhìn nhận tác phẩm nghệ thuật như một loại hàng hóa đặc biệt, có thể lưu thông, tiêu dùng trên thị trường văn hóa phẩm, tạo ra giá trị kinh tế. Sự thay đổi nhận thức này không chỉ là yêu cầu đối với văn nghệ sĩ - chủ thể sáng tạo ra sản phẩm VHNT - mà còn cần được lan tỏa tới tất cả các chủ thể tham gia chuỗi giá trị của CNVH, cũng như toàn xã hội, trong đó có cả công chúng - những người trực tiếp thụ hưởng và tiêu dùng sản phẩm VHNT.

Thứ hai, tạo cơ chế, môi trường thuận lợi cho sáng tạo.

Trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo, cần quán triệt đặc thù của VHNT, trong đó việc tôn trọng và bảo đảm quyền tự do sáng tạo, khơi dậy khát vọng cống hiến, phát huy năng lực sáng tạo của văn nghệ sĩ phải được đặt lên hàng đầu. Xây dựng cơ chế, chính sách khuyến khích sáng tạo cá nhân, thúc đẩy nghệ sĩ và các chủ thể liên quan liên tục đổi mới, tạo ra những tác phẩm có giá trị, mang tính đột phá, phản ánh tinh thần thời đại đáp ứng nhu cầu xã hội.

Chú trọng đào tạo, bồi dưỡng và phát triển tài năng trẻ. Phải có các chương trình đào tạo VHNT từ cơ bản đến chuyên sâu, gắn với cơ hội học tập, thực hành và trải nghiệm sáng tạo cho nghệ sĩ trẻ. Nâng cao chất lượng giáo dục nghệ thuật trong hệ thống đào tạo, đặc biệt chú trọng việc giảng dạy, rèn luyện các kỹ năng nghệ thuật. Phát triển tài năng trẻ phải đi đôi với trau dồi bản lĩnh chính trị, lập trường tư tưởng, kỹ năng nghề nghiệp; bảo đảm quyền dân chủ, tự do sáng tạo luôn gắn liền với trách nhiệm công dân và đạo đức nghề nghiệp.

Đồng thời, có chính sách bảo vệ, hỗ trợ tài năng. Trước hết, cần xây dựng cơ chế pháp lý chặt chẽ để bảo vệ quyền tác giả, quyền liên quan, bảo đảm lợi ích chính đáng cho văn nghệ sĩ. Việc bảo vệ bản quyền không chỉ là vấn đề pháp lý, mà còn là động lực khuyến khích sự sáng tạo, nâng cao chất lượng sản phẩm văn hóa - nghệ thuật.

Bên cạnh đó, môi trường sáng tạo còn phụ thuộc nhiều vào chất lượng công tác lý luận, phê bình, giới thiệu và quảng bá tác phẩm VHNT. Hiện nay, công tác này vẫn còn yếu và thiếu nhân lực, nhất là những nhà phê bình có tâm, có tầm. Vì vậy, cần chú trọng phát triển nghiên cứu lý luận, phê bình VHNT, kiên trì thực hiện nguyên tắc tự do sáng tạo gắn với tự do phê bình. Xây dựng và củng cố các diễn đàn học thuật, tạo không khí đối thoại, tranh luận dân chủ, bình đẳng, nghiêm túc về những vấn đề VHNT, nhằm nâng cao tính khoa học, tính thuyết phục của phê bình, đồng thời định hướng dư luận, bồi dưỡng thị hiếu thẩm mỹ, góp phần nâng cao chất lượng sáng tác và phát triển VHNT.

Thứ ba, chú trọng đầu tư nguồn lực.

Để phát huy đầy đủ vai trò của VHNT, đặc biệt theo hướng gắn với phát triển CNVH, việc đầu tư nguồn lực là yếu tố then chốt. Tăng cường nguồn vốn nhà nước dành

cho phát triển VHNT, đồng thời rà soát, hoàn thiện cơ chế xã hội hóa các hoạt động VHNT, hợp tác công - tư. Có chính sách tài chính phù hợp, vừa bảo đảm sự đầu tư từ ngân sách nhà nước, vừa khuyến khích các tổ chức xã hội, doanh nghiệp, cá nhân tham gia tài trợ, đầu tư vào những dự án, sản phẩm VHNT có giá trị, qua đó tạo môi trường thuận lợi cho văn nghệ sĩ sáng tạo và giới thiệu tác phẩm chất lượng đến công chúng.

Chú trọng đầu tư xây dựng, nâng cấp hệ thống thiết chế VHNT hiện đại, đồng bộ và chuyên nghiệp. Các rạp chiếu phim, sân khấu biểu diễn, nhà hát, phòng triển lãm, thư viện, không gian sáng tạo,... phải được quan tâm đúng mức, trở thành nơi nuôi dưỡng, thử nghiệm và lan tỏa sáng tạo, đồng thời là cầu nối đưa tác phẩm VHNT đến với đông đảo công chúng.

Khuyến khích sự tham gia tích cực của cộng đồng doanh nghiệp. Doanh nghiệp không chỉ tài trợ cho các dự án nghệ thuật, mà còn gắn kết chặt chẽ với quá trình phát triển CNVH và các ngành kinh tế khác. Có cơ chế hỗ trợ, khuyến khích các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực công nghiệp văn hóa, dịch vụ sáng tạo khởi nghiệp và phát triển bền vững, từng bước hình thành một số doanh nghiệp mạnh, xây dựng thương hiệu quốc gia trong lĩnh vực VHNT, đủ sức cạnh tranh trên thị trường khu vực và quốc tế.

Thứ tư, tạo dựng thị trường văn hóa lành mạnh, rộng mở và đa dạng sản phẩm văn học, nghệ thuật.

CNVH luôn gắn liền với thị trường văn hóa. Trong bối cảnh phát triển CNVH hiện nay, có tác phẩm VHNT hay, hấp dẫn thôi chưa đủ; văn nghệ sĩ không chỉ dồn tâm huyết sáng tạo mà còn cần quan tâm đến nhu cầu công chúng, đồng thời tham gia vào toàn bộ chuỗi giá trị CNVH.

Muốn vậy, phải phát triển mạnh mẽ thị trường xuất bản và tiêu thụ tác phẩm VHNT; xây dựng hệ thống phân phối và tiêu thụ chuyên nghiệp, hiệu quả, từ xuất bản sách, sản xuất phim đến quảng bá, mua bán tác phẩm nghệ thuật. Có chiến lược phát triển thị trường rõ ràng, gắn với xu thế hội nhập, bảo đảm tính cạnh tranh và sức lan tỏa. Đồng thời, Nhà nước cần kiến tạo hành lang pháp lý vững chắc để quản lý, định hướng thị trường văn hóa theo định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo đảm thị trường phát triển lành mạnh, bền vững.

Thúc đẩy văn hóa đọc và thói quen thưởng thức nghệ thuật trong cộng đồng. Phát động các phong trào khuyến khích đọc sách, xem phim, tham gia triển lãm, thưởng thức nghệ thuật biểu diễn,... nhằm hình thành thói quen văn hóa tốt đẹp, góp phần nâng cao đời sống tinh thần của nhân dân. Đặc biệt, cần quan tâm định hướng, bồi dưỡng năng lực cảm thụ thẩm mỹ của công chúng, nhất là thế hệ trẻ. Đây vừa là cách nâng cao “sức đề kháng” văn hóa, vừa tạo dựng thị trường tiêu thụ rộng lớn, bền vững cho các sản phẩm VHNT, qua đó thúc đẩy CNVH phát triển mạnh mẽ.

Thứ năm, ứng dụng hiệu quả thành tựu khoa học, công nghệ và mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế.

Trong tiến trình phát triển CNVH, khoa học, công nghệ giữ vai trò then chốt, không thể thay thế. Để VHNT tham gia hiệu quả hơn vào CNVH, cần đẩy mạnh ứng dụng thành

tự khoa học, công nghệ vào tất cả các khâu, từ sáng tạo, sản xuất, lưu thông đến tiêu dùng sản phẩm. Việc triển khai các chương trình, dự án trong Chương trình mục tiêu quốc gia về văn hóa, như phổ biến tác phẩm văn hóa, VHNT thông qua sản phẩm vui chơi, giải trí trên môi trường số hay xây dựng bảo tàng số về VHNT, cần được thực hiện quyết liệt, đồng bộ và hiệu quả.

Tích cực ứng dụng công nghệ số trong phân phối sản phẩm VHNT (sách điện tử, phim trực tuyến, triển lãm ảo...), vừa tiết kiệm chi phí, vừa mở rộng phạm vi công chúng, qua đó thúc đẩy CNVH phát triển bền vững. Bên cạnh đó, cần phát huy vai trò của truyền thông mới và các nền tảng văn hóa số nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của nhân dân trong tiếp cận thông tin và thụ hưởng văn hóa - nghệ thuật.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, để VHNT thực sự phát huy vai trò trong phát triển CNVH, cần đặc biệt chú trọng mở rộng và nâng cao hiệu quả giao lưu, hợp tác quốc tế trên cả phương diện sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng sản phẩm. Cần tạo điều kiện để văn nghệ sĩ tham gia các sự kiện văn hóa quốc tế, hội thảo, triển lãm, liên hoan nghệ thuật, các dự án hợp tác đa phương; đồng thời, xây dựng chiến lược quảng bá VHNT Việt Nam ra thế giới thông qua hội sách quốc tế, liên hoan phim, chương trình giao lưu nghệ thuật và các nền tảng truyền thông toàn cầu. Điều này vừa quảng bá VHNT Việt Nam với bạn bè quốc tế, vừa là cơ hội để tiếp thu tinh hoa nhân loại, làm giàu cho bản sắc văn hóa dân tộc.

Trong bối cảnh CNVH phát triển mạnh mẽ, VHNT đứng trước nhiều thời cơ nhưng cũng không ít thách thức. Để phát huy hiệu quả vai trò của VHNT trong phát triển CNVH, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa Nhà nước, doanh nghiệp, đội ngũ văn nghệ sĩ và cộng đồng xã hội. Trọng tâm là đổi mới tư duy, nhận thức; hoàn thiện cơ chế, chính sách; nâng cao hiệu quả đầu tư; ứng dụng thành tựu khoa học, công nghệ; mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế, qua đó khai mở tối đa tiềm năng sáng tạo, hướng tới hình thành nhiều tác phẩm có giá trị cao về tư tưởng và nghệ thuật, xứng đáng với truyền thống lịch sử, văn hóa của dân tộc và đóng góp ngày càng thiết thực vào sự nghiệp xây dựng, phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới./.

(1) Hương Hồ: “Điện ảnh Việt 2024: Bùng nổ doanh thu với các phim hơn 500 tỷ đồng”, Báo Dân trí điện tử, ngày 27-01-2025, https://dantri.com.vn/giai-tri/dien-anh-viet-2024-bung-no-doanh-thu-voi-cac-phim-hon-500-ty-dong-20250123110344177.htm?utm_source

(2) Đỗ Quyên: ““Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh” lập kỷ lục doanh thu phòng vé ở Việt Nam”, Báo Nhân Dân điện tử, ngày 05-11-2025, https://nhandan.vn/toi-thay-hoa-vang-tren-co-xanh-lap-ky-luc-doanh-thu-phong-ve-o-viet-nam-post246961.html?utm_source

(3) Linh Khánh: ““Mưa đỏ” trở thành phim chiến tranh cách mạng đầu tiên vượt mốc doanh thu 400 tỷ đồng”, Báo Nhân Dân điện tử, ngày 02-9-2025, <https://nhandan.vn/mua-do-tro-thanh-phim-chien-tranh-cach-mang-dau-tien-vuot-moc-doanh-thu-400-ty-dong-post905505.html>