



## Đầu tư và tài trợ cho văn hóa ở Hàn Quốc:

### Kinh nghiệm và gợi mở cho Việt Nam

Nguyễn Thị Thu Trang\*, Nguyễn Thị Lan Hương\*\*

\* Viện Văn hóa, Nghệ thuật, Thể thao và Du lịch Việt Nam, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

\*\* Ban Tuyên giáo và Dân vận Trung ương

\*\* Email: [nguyenlanhuongvicas@gmail.com](mailto:nguyenlanhuongvicas@gmail.com)

#### Tóm tắt

*Hàn Quốc có thể xem là một hình mẫu rất thành công trong việc chuyển hóa văn hóa thành “quyền lực mềm” và động lực kinh tế thông qua các chính sách đầu tư văn hóa chiến lược, trong đó chính phủ đóng vai trò kiến tạo thể chế, chính sách, cơ sở hạ tầng, đầu tư ngân sách... Những bài học kinh nghiệm của Hàn Quốc có giá trị gợi ý cho Việt Nam về sự cần thiết của cách tiếp cận đa chiều, kết hợp hiệu quả nguồn lực nhà nước và khu vực tư nhân trong phát triển văn hóa, thành lập các quỹ phát triển văn hóa linh hoạt, đầu tư có trọng điểm vào các ngành công nghiệp văn hóa tiềm năng...*

**Từ khóa:** Chuyển hóa văn hóa, Công nghiệp văn hóa, Làn sóng Hàn Quốc.

#### Abstract

*Korea is regarded as a highly successful model in transforming culture into 'soft power' and an economic driver through strategic cultural investment policies, where the government plays a constructive role in establishing institutions, policies, infrastructure, and budget allocation. Korea's lessons offer valuable insights for Vietnam on the necessity of a multi-dimensional approach, effectively combining state and private sector resources in cultural development, establishing flexible cultural development funds, making focused investment in potential cultural industries...*

**Keywords:** Cultural Transformation, cultural industry, Korean wave.

#### Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, văn hóa không chỉ là biểu tượng của bản sắc dân tộc mà còn trở thành một ngành công nghiệp chiến lược, đóng góp lớn vào tăng trưởng kinh tế và nâng cao vị thế quốc gia. Đầu tư và tài trợ cho văn hóa vì thế không còn đơn thuần là một trách nhiệm xã hội, mà đã được nhiều quốc gia coi là yếu tố cốt lõi để phát triển bền vững. Trong số đó, Hàn Quốc nổi bật như một hình mẫu thành công nhờ các chính sách đầu tư văn hóa chiến lược từ thập niên 1990, kết hợp huy động khu vực tư nhân, hợp tác quốc tế và ứng dụng công nghệ số. Các quỹ nghệ thuật, ưu đãi thuế và phát triển công nghiệp văn hóa như âm nhạc, điện ảnh, thời trang đã giúp lan tỏa mạnh mẽ “làn sóng Hàn Quốc” (Hallyu) toàn cầu, mang lại lợi ích kinh tế lớn. Ở Việt Nam, quan điểm về phát triển công nghiệp văn hóa đã được hình thành từ năm 1986, theo đó vai trò kinh tế của văn hóa, của các ngành công nghiệp văn hóa ngày càng được nhận thức rõ, triển khai trong thực tế và đạt được một số thành tựu nhất định về xây dựng chính sách, những bước tiến mới thị trường công nghiệp văn hóa và đóng góp tích cực vào tăng trưởng GDP của cả

\* Viện Văn hóa, Nghệ thuật, Thể thao và Du lịch Việt Nam, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

\*\* Ban Tuyên giáo và Dân vận Trung ương



nước... Tuy nhiên, các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam hiện vẫn đang đối mặt với những thách thức, nút thắt trong quá trình phát triển, như chính sách chưa đồng bộ, thiếu các cơ chế thích hợp, hạn chế trong hợp tác công - tư... Trong bối cảnh đó, nghiên cứu mô hình đầu tư và tài trợ cho văn hóa của Hàn Quốc, qua đó rút ra một số bài học, kinh nghiệm thực tiễn trong xây dựng chiến lược đầu tư, phát triển văn hóa hiệu quả, phù hợp với tình hình và mục tiêu phát triển của Việt Nam để công nghiệp văn hóa có thể “cất cánh” được trong tương lai không xa, đóng góp quan trọng vào sự phát triển bền vững của đất nước thực sự là vấn đề cấp thiết trong xu hướng chung của thế giới.

### **1. Một số chính sách đầu tư và tài trợ cho văn hóa tại Hàn Quốc**

Từ thập niên 1990, Hàn Quốc định hướng văn hóa thành ngành công nghiệp mũi nhọn, đóng vai trò quan trọng trong kinh tế và ngoại giao. Cột mốc đáng chú ý là ngày 18/5/1994, Bộ trưởng Khoa học kỹ thuật Hàn Quốc Lee Sang Hee đã báo cáo với Tổng thống Kim Young Sam về hiện tượng bộ phim “Jurassic Park”: “Chỉ trong một năm, lợi nhuận từ Jurassic Park đã lên tới 850 triệu USD. Con số này tương đương với lợi nhuận thu được khi xuất khẩu 1,5 triệu chiếc xe ô tô”... Phép so sánh này đã khiến cho hơn 20 doanh nghiệp lớn của Hàn Quốc bao gồm cả Daewoo, SKC, Saehan... tiến quân sang lĩnh vực điện ảnh [1] ... Kể từ đó, chính phủ Hàn Quốc đã đẩy mạnh hỗ trợ thông qua việc ban hành luật pháp, gia tăng ngân sách và xây dựng cơ sở hạ tầng.

Năm 1998, Chính quyền của Tổng thống Kim Dae-jung đã công bố Kế hoạch Phát triển Hỗ trợ ngành Công nghiệp Hallyu, nhằm mục đích tăng giá trị của ngành công nghiệp văn hóa Hàn Quốc. Vào thời điểm đó, chính phủ Hàn Quốc đã mở rộng ngân sách cho ngành công nghiệp văn hóa từ 14 triệu đô la Mỹ năm 1998 lên 84 triệu đô la Mỹ năm 2001 [2]. Chính quyền Roh Moo-hyun tiếp tục hỗ trợ các công ty khởi nghiệp văn hóa, đầu tư vào sáng kiến cải thiện ngành và ban hành luật bảo vệ thị trường nội địa.

Dưới thời Tổng thống Lee Myung-bak (2008–2013), Hàn Quốc thúc đẩy kinh tế sáng tạo qua chiến lược xây dựng thương hiệu quốc gia, tích hợp các yếu tố kinh tế, chính trị và văn hóa để khẳng định bản sắc dân tộc trong môi trường toàn cầu hóa. Khái niệm “Hàn Quốc toàn cầu” không chỉ nhấn mạnh vị thế quốc gia mà còn tận dụng sức mạnh mềm như một công cụ chiến lược. Sách Trắng Ngoại giao năm 2010 khẳng định văn hóa là yếu tố cốt lõi trong khả năng cạnh tranh và tạo giá trị gia tăng cho nền kinh tế.

Chính phủ Hàn Quốc đã thúc đẩy Hallyu như một nguồn thu nhập chủ lực, mở rộng từ âm nhạc, phim ảnh đến nghệ thuật và công nghệ, kết hợp chặt chẽ với ngành du lịch. Các chính sách như “Hàn Quốc sáng tạo” (2004) và “C-Korea 2010” thể hiện tầm nhìn văn hóa là động lực phát triển xã hội, nâng cao chất lượng sống. Theo báo cáo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc, giá trị xuất khẩu của các nội dung văn hóa đã tăng ấn tượng, đạt hơn 4,6 tỷ USD vào năm 2011, phản ánh sự thành công của chính sách ngoại giao văn hóa trong việc tận dụng sức mạnh mềm để tạo dựng vị thế quốc gia [3].

Đến tháng 6/2013, Chính phủ Hàn Quốc chính thức vào cuộc, nắm vai trò “nhạc trưởng” chỉ huy màn trình diễn ngoạn mục của làn sóng Hallyu với Kế hoạch hành động để xây dựng một hệ sinh thái công nghiệp sáng tạo, “mở ra kỷ nguyên hạnh phúc cho mỗi người



dân Hàn Quốc thông qua nền kinh tế sáng tạo" [4]. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc đã chi khoảng 319 tỷ won (tương đương 280 triệu đô la Mỹ) cho quảng bá văn hóa, du lịch ra nước ngoài [5]<sup>1</sup>. Kế hoạch hành động đặt ra 3 mục tiêu:

1. Tạo việc làm mới và thị trường mới thông qua sáng tạo và đổi mới.
2. Khẳng định sức mạnh mềm Hàn Quốc trong vai trò lãnh đạo, dẫn dắt xu thế phát triển toàn cầu với sức ảnh hưởng của những thành tựu kinh tế sáng tạo.
3. Xây dựng một xã hội ưu việt nơi sáng tạo được tôn vinh và là động lực phát triển.

Hơn 20 hiệp hội, liên đoàn các ngành công nghiệp sáng tạo, trung tâm sáng tạo và bản quyền là các cơ quan kết nối, xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, thúc đẩy hợp tác quốc tế phục vụ sự phát triển của các ngành công nghiệp sáng tạo liên tiếp được thành lập sau đó. Tiêu biểu là Trung tâm Sáng tạo nội dung Hàn Quốc (Korea Creative Content Agency KOCCA). Đây là cơ quan chuyên hỗ trợ và thúc đẩy tất cả các hoạt động cho ngành công nghiệp sáng tạo nội dung bao gồm hoạt hình, phim điện ảnh và truyền hình, K-pop, trò chơi giải trí bằng cách thiết lập một hệ thống doanh nghiệp, hệ thống các chỉ số thống kê, đánh giá hiệu quả hoạt động và mạng lưới hỗ trợ doanh nghiệp với các khoản đầu tư, cho vay ưu đãi [6].

## **2. Thực trạng đầu tư và tài trợ cho văn hóa tại Hàn Quốc**

### **2.1. Đầu tư công từ chính phủ**

Ngay từ những năm 1990, Hàn Quốc đã nhận thức rõ vai trò chiến lược của văn hóa trong phát triển kinh tế và nâng cao vị thế quốc gia. Vì thế, trong năm 1997, Hàn Quốc đã đầu tư 108 tỉ won (113,4 triệu đô la) cho công tác bảo tồn các di sản văn hóa và 73.3 triệu đô la cho hoạt động của các bảo tàng quốc gia và 26,1 triệu đô la để duy trì các bảo tàng dân tộc [7]... Ngân sách quốc gia cho văn hóa nghệ thuật tăng đáng kể từ 0,6% năm 1998 lên 1,05% năm 2005. Trong năm 2005, chỉ tính riêng lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn đã nhận được khoản ngân sách 168,2 tỉ won (tương đương với 172,3 triệu đô la Mỹ). Chính phủ cũng đã xây dựng cơ sở hạ tầng, hình thành nhiều quỹ cho văn hóa nghệ thuật, cải tạo và nâng cấp nhiều trung tâm biểu diễn văn hóa nhỏ, đảm bảo điều kiện vật chất cho các địa điểm biểu diễn và quảng bá, thúc đẩy văn hóa nghệ thuật thông qua nhiều hoạt động, sự kiện [8].

Ngoài ra, Chính phủ Hàn Quốc cũng đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng hiện đại như: trung tâm nghệ thuật, bảo tàng quốc gia, hỗ trợ xây dựng các trung tâm văn hóa đa chức năng như Seoul Arts Center và Korea Manhwa Museum... cùng với việc tài trợ cho các sự kiện văn hóa quốc tế, giúp Hàn Quốc khẳng định vị thế trên trường quốc tế. Các chương trình đào tạo nghệ sĩ và hỗ trợ cộng đồng sáng tạo cũng nhận được nguồn kinh phí đáng kể, tạo ra một hệ sinh thái bền vững cho ngành văn hóa

Tỷ lệ tăng ngân sách còn cho thấy chính phủ xem trọng văn hóa không chỉ là một ngành kinh tế mà còn như một công cụ ngoại giao mềm. Việc đẩy mạnh các chương trình hợp tác quốc tế và xuất khẩu văn hóa đã mang lại những hiệu quả to lớn, minh chứng qua làn sóng Hallyu, đưa văn hóa Hàn Quốc trở thành hiện tượng toàn cầu.



## ***2.2. Các quỹ hỗ trợ nghệ thuật tại Hàn Quốc***

Quỹ Nghệ thuật Hàn Quốc (Arts Council Korea - ARKO) đóng vai trò quan trọng trong việc tài trợ và phát triển ngành nghệ thuật ở Hàn Quốc. Được thành lập vào năm 1961, ARKO nỗ lực thúc đẩy năng lực của nghệ thuật Hàn Quốc và nâng cao khả năng cạnh tranh quốc tế bằng cách hỗ trợ các dự án và chương trình trao đổi văn hóa và nghệ thuật quốc tế trong và ngoài nước trong khu vực tư nhân, bao gồm các dự án nghiên cứu, hợp tác trao đổi và mời các nghệ sĩ trong lĩnh vực văn học, nghệ thuật thị giác và nghệ thuật biểu diễn (khiêu vũ, sân khấu, âm nhạc và nghệ thuật truyền thống). ARKO đã ký kết thỏa thuận với các tổ chức như Maison des Cultures du Monde và European Broadcasting Union để phát triển một nền tảng không dễ tiếp cận đối với các nghệ sĩ cá nhân nhằm cung cấp nhiều cơ hội trao đổi quốc tế khác nhau [9]. ARKO quản lý các quỹ trực tiếp dành cho nghệ sĩ và các tổ chức, đồng thời hỗ trợ các sáng kiến quốc tế nhằm thúc đẩy văn hóa Hàn Quốc ra thế giới. Một trong những dự án nổi bật mà ARKO hỗ trợ là Quỹ Sáng tạo Nghệ thuật, được thiết kế để hỗ trợ nghệ sĩ ở nhiều lĩnh vực từ nghệ thuật thị giác đến nghệ thuật biểu diễn. Các quỹ này không chỉ giúp nghệ sĩ có thêm nguồn tài chính để thực hiện các dự án cá nhân mà còn cung cấp cơ hội tham gia các hoạt động đào tạo và hợp tác quốc tế. Thông qua những chương trình tài trợ như vậy, ARKO đóng góp vào việc hình thành một hệ sinh thái nghệ thuật bền vững tại Hàn Quốc, đồng thời tạo ra cơ hội để nghệ sĩ và các tổ chức văn hóa của Hàn Quốc phát triển và lan tỏa văn hóa quốc gia ra toàn cầu.

## ***2.3. Huy động đầu tư tư nhân***

Hàn Quốc đã thành công trong việc huy động sự tham gia của khu vực tư nhân vào việc tài trợ cho các hoạt động văn hóa thông qua sự đóng góp của các tập đoàn lớn như Samsung, LG, Hyundai, và các công ty đa quốc gia khác. Các tập đoàn này không chỉ đóng góp tài chính cho các sự kiện văn hóa lớn mà còn tài trợ cho các bảo tàng, triển lãm, và các hoạt động nghệ thuật đương đại. Chẳng hạn, Samsung đã tài trợ cho các triển lãm nghệ thuật tại Bảo tàng Nghệ thuật Samsung, trong khi Hyundai hỗ trợ các dự án nghệ thuật đương đại và các sự kiện văn hóa quốc tế, tạo điều kiện cho nền văn hóa Hàn Quốc tiếp cận với công chúng toàn cầu. Ngoài các hoạt động tài trợ trực tiếp, các doanh nghiệp lớn tại Hàn Quốc còn tham gia vào việc phát triển các cơ sở văn hóa như: xây dựng các khu tổ hợp nghệ thuật, rạp chiếu phim và trung tâm biểu diễn. Việc tham gia của các Tập đoàn này không chỉ giúp thúc đẩy nền văn hóa mà còn tạo ra mối liên kết bền vững giữa văn hóa và kinh tế, góp phần phát triển hình ảnh Hàn Quốc trên trường quốc tế.

Bên cạnh đó, chính phủ Hàn Quốc cũng áp dụng chính sách ưu đãi thuế để khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực văn hóa. Ngoài ra, các doanh nghiệp đóng góp tài chính cho các dự án văn hóa có thể được giảm thuế, điều này giúp họ có thêm động lực để tiếp tục hỗ trợ và tham gia vào các sáng kiến văn hóa. Chính sách ưu đãi thuế này không chỉ làm tăng số lượng các dự án được tài trợ mà còn tạo ra sự tương tác tích cực giữa khu vực công và tư trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Những chính sách này đã giúp Hàn Quốc thu hút đầu tư mạnh mẽ vào ngành văn hóa, đồng thời nâng cao sức mạnh mềm và giá trị thương hiệu quốc gia trên thị trường toàn cầu.



Nhờ vào sự hỗ trợ từ khu vực tư nhân và các chính sách ưu đãi, Hàn Quốc đã xây dựng được một mô hình phát triển văn hóa toàn diện, nơi mà các doanh nghiệp đóng vai trò không thể thiếu trong việc bảo tồn và phát triển nghệ thuật cũng như nâng cao giá trị văn hóa quốc gia.

#### ***2.4. Ứng dụng công nghệ và truyền thông số***

Hàn Quốc là một trong những quốc gia tiên phong trong việc áp dụng công nghệ số vào việc phát triển văn hóa. Đặc biệt, việc sử dụng các nền tảng trực tuyến như YouTube, Netflix và Spotify đã đóng vai trò quan trọng trong việc đưa văn hóa Hàn Quốc ra thế giới. Theo tài liệu từ KOFICE, sự gia tăng sử dụng dịch vụ OTT (Over-the-Top) toàn cầu đã làm thay đổi bối cảnh truyền thông, đặc biệt là đối với các sản phẩm video ngắn và các chiến lược video trên YouTube. Năm 2019, các studio kỹ thuật số nổi bật như 72 Seconds và WHYNOT MEDIA đã tạo ra những sản phẩm video ngắn chất lượng, thu hút sự chú ý trong và ngoài nước. 72 Seconds, chẳng hạn, đã được đề cử giải Emmy trong hạng mục phim ngắn trong hai năm liên tiếp, 2018 và 2019 [10]. Mặc dù không giành giải thưởng song sự chú ý này vẫn cho thấy rõ tiềm năng và sự phát triển mạnh mẽ của ngành công nghiệp phim ngắn tại Hàn Quốc, được thúc đẩy bởi các nền tảng trực tuyến như YouTube.

Việc Hàn Quốc tích cực đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật số và các nền tảng trực tuyến cũng tạo ra cơ hội lớn để các sản phẩm văn hóa như phim ảnh, âm nhạc và chương trình truyền hình được phân phối rộng rãi và tiếp cận công chúng toàn cầu. Các đài truyền hình lớn ở Hàn Quốc đã bắt đầu tận dụng YouTube như một công cụ quan trọng để xây dựng lượng người hâm mộ cho các video phát sóng, thay vì dựa vào các đối tác truyền thống như SMR (Smart Media Rep). Việc này không chỉ tạo ra cơ hội cho các sản phẩm văn hóa được quảng bá một cách nhanh chóng, mà còn tạo ra một hệ sinh thái kỹ thuật số hiện đại giúp gia tăng sự hiện diện của văn hóa Hàn Quốc trên toàn cầu.

Chính phủ Hàn Quốc và các tập đoàn lớn như Samsung và Naver đã và đang đầu tư mạnh vào các nền tảng kỹ thuật số, củng cố nền tảng phân phối các sản phẩm văn hóa của họ. Điều này không chỉ thúc đẩy sự phát triển của các sản phẩm văn hóa trong nước, mà còn giúp các sản phẩm này dễ dàng tiếp cận khán giả quốc tế, góp phần vào việc xây dựng hình ảnh và ảnh hưởng toàn cầu của văn hóa Hàn Quốc.

Ngoài việc xây dựng hạ tầng kỹ thuật số, Hàn Quốc cũng chú trọng đến việc hỗ trợ các sáng kiến sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa thông qua các quỹ đầu tư mạo hiểm. Các quỹ này cung cấp tài chính và nguồn lực cho các startup sáng tạo trong ngành công nghiệp văn hóa, đặc biệt là những doanh nghiệp có ý tưởng đổi mới trong việc áp dụng công nghệ vào sản phẩm văn hóa. Các startup này có thể nhận tài trợ để phát triển các sản phẩm văn hóa số như ứng dụng di động về nghệ thuật, trò chơi điện tử kết hợp với các yếu tố văn hóa truyền thống, hoặc các dự án kỹ thuật số giúp bảo tồn và giới thiệu di sản văn hóa. Chính phủ Hàn Quốc cùng với các quỹ đầu tư tư nhân đã xây dựng một hệ sinh thái hỗ trợ đổi mới sáng tạo trong ngành công nghiệp văn hóa, qua đó thúc đẩy sự phát triển của các ngành nghề sáng tạo và gia tăng giá trị văn hóa quốc gia.



Nhờ vào việc ứng dụng công nghệ số và hỗ trợ các startup sáng tạo, Hàn Quốc không chỉ mở rộng khả năng tiếp cận văn hóa mà còn tạo ra một môi trường năng động và sáng tạo, giúp văn hóa Hàn Quốc phát triển mạnh mẽ và trở thành một yếu tố quan trọng trong nền kinh tế sáng tạo toàn cầu.

### **3. Một vài gợi mở cho Việt Nam**

#### ***3.1. Tăng cường đầu tư công trong phát triển văn hóa***

Một trong những kinh nghiệm quan trọng mà Việt Nam có thể tham khảo từ Hàn Quốc là việc gia tăng vai trò của đầu tư công trong lĩnh vực văn hóa. Hàn Quốc đã chứng minh rằng, việc tăng ngân sách cho văn hóa không chỉ giúp bảo tồn di sản mà còn thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp sáng tạo và nghệ thuật đương đại. Chính phủ Hàn Quốc đã liên tục nâng tỷ lệ ngân sách dành cho văn hóa qua các năm, với mục tiêu phát triển bền vững các giá trị văn hóa quốc gia.

Từ năm 2010, Chính phủ Hàn Quốc đã dành khoảng 1% tổng ngân sách quốc gia cho lĩnh vực văn hóa, một con số đáng kể so với nhiều quốc gia khác. Cụ thể, vào năm 2011, ngân sách của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chiếm 1,09% trong tổng ngân sách quốc gia, đạt mức 3,37 nghìn tỷ won (tương đương 2,95 tỷ đô la Mỹ). Khoản ngân sách này không chỉ phục vụ cho công tác bảo tồn mà còn cho các hoạt động phát triển nghệ thuật đương đại và quảng bá văn hóa Hàn Quốc ra thế giới [11]. Trong năm 2022, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã phân bổ hơn 7 nghìn tỷ won cho các dự án văn hóa, trong đó bao gồm 2,4 nghìn tỷ won dành cho hỗ trợ sản xuất nội dung văn hóa và đẩy mạnh sự phát triển của Hallyu. Chính phủ Hàn Quốc còn đầu tư mạnh mẽ vào các sáng kiến mới, như sản xuất nội dung cho metaverse và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong lĩnh vực văn hóa, cho thấy tầm quan trọng của việc đầu tư công vào văn hóa đối với sự phát triển toàn diện của quốc gia [12].

Một bước đi quan trọng nữa là việc thành lập các quỹ hỗ trợ nghệ thuật như Arts Council Korea, tổ chức tài trợ chính thức cho các dự án nghệ thuật, chương trình biểu diễn và sáng kiến sáng tạo. Việt Nam có thể học hỏi mô hình này để thành lập một quỹ tương tự, giúp hỗ trợ nghệ sĩ và các tổ chức văn hóa trong việc thực hiện các sáng kiến sáng tạo, bảo tồn di sản, và phát triển các hình thức nghệ thuật đương đại. Một quỹ hỗ trợ như vậy sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc khuyến khích sự sáng tạo và đổi mới, đồng thời đảm bảo rằng các sản phẩm văn hóa Việt Nam có thể phát triển bền vững trong tương lai.

Từ kinh nghiệm, mô hình của Hàn Quốc, thời gian tới, Việt Nam cần nâng cao hơn nữa vai trò của chính phủ trong việc định hướng và hỗ trợ đầu tư văn hóa, thông qua việc gia tăng ngân sách, xây dựng các quỹ hỗ trợ nghệ thuật và tạo môi trường pháp lý thuận lợi để thúc đẩy sự tham gia của khu vực tư nhân.

#### ***3.2. Thúc đẩy hợp tác công - tư trong phát triển văn hóa***

Một trong những bài học từ mô hình thành công của Hàn Quốc là khuyến khích đầu tư tư nhân vào các dự án văn hóa thông qua chính sách ưu đãi thuế. Các doanh nghiệp lớn tại Hàn Quốc như Samsung, LG, và Hyundai đã đóng góp tài chính không chỉ cho các hoạt động văn hóa mà còn tham gia vào việc phát triển các cơ sở văn hóa, bảo tàng và sự kiện nghệ

thuật. Nhiều sự kiện văn hóa lớn như Liên hoan phim Quốc tế Busan và các chương trình nghệ thuật khác của Hàn Quốc do Samsung là đối tác tài trợ chính. Tương tự như vậy, LG cũng tham gia tài trợ cho các triển lãm nghệ thuật và hỗ trợ các sáng kiến văn hóa cộng đồng. Theo đó, Việt Nam có thể áp dụng chính sách ưu đãi thuế tương tự để khuyến khích các doanh nghiệp đóng góp cho sự phát triển văn hóa. Việc giảm thuế cho các doanh nghiệp tài trợ cho nghệ thuật sẽ tạo động lực cho họ tham gia vào các sáng kiến văn hóa, từ đó giúp mở rộng nguồn tài trợ và hỗ trợ các dự án nghệ thuật sáng tạo trong nước.

Bên cạnh việc xây dựng các chính sách ưu đãi thuế, việc hình thành cơ chế hợp tác công - tư cũng là một giải pháp quan trọng. Tại Hàn Quốc, Chính phủ hỗ trợ doanh nghiệp bằng chính sách ưu đãi, trong khi doanh nghiệp đóng góp tài chính và tài nguyên, tạo nên mô hình hợp tác bền vững, nâng cao chất lượng và tầm ảnh hưởng của sản phẩm văn hóa. Việt Nam có thể học hỏi mô hình này để triển khai dự án văn hóa, thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa phát triển bền vững, đồng thời nâng cao giá trị văn hóa quốc gia và tạo cơ hội mới cho doanh nghiệp, nghệ sĩ... đóng góp vào kinh tế và văn hóa đất nước.

Trong thời gian tới, Việt Nam cần khuyến khích hợp tác công - tư một cách mạnh mẽ và sáng tạo, học hỏi từ các cơ chế tài trợ linh hoạt của Hàn Quốc như: ưu đãi thuế và liên kết doanh nghiệp. Điều này không chỉ giúp giảm áp lực lên ngân sách nhà nước mà còn mở rộng nguồn lực cho văn hóa.

### ***3.3. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và quảng bá quốc tế***

Để phát triển văn hóa bền vững và nâng cao giá trị văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế, việc đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật số là yếu tố quan trọng không thể thiếu. Hạ tầng kỹ thuật số, bao gồm các nền tảng truyền thông xã hội, dịch vụ phát trực tuyến, và các ứng dụng di động. Các dự án số hóa di sản văn hóa, bảo tàng trực tuyến và ứng dụng di động về văn hóa sẽ giúp mở rộng phạm vi tiếp cận và nâng cao sự hiểu biết về văn hóa Việt Nam.

Việt Nam cũng cần đẩy mạnh đầu tư vào các công nghệ số để đưa các sản phẩm văn hóa như phim ảnh, âm nhạc và các chương trình truyền hình đến với khán giả toàn cầu, qua đó nâng cao giá trị văn hóa và tăng cường sự hiện diện của văn hóa Việt Nam trên các nền tảng quốc tế như Netflix, YouTube, và Spotify... Các sáng kiến kỹ thuật số có thể bao gồm việc phát triển các ứng dụng văn hóa, các kênh truyền thông trực tuyến và việc xây dựng các nền tảng riêng để giới thiệu các sản phẩm nghệ thuật Việt Nam.

Bên cạnh đó, việc học hỏi từ chiến lược quảng bá văn hóa toàn cầu của Hàn Quốc thông qua làn sóng Hallyu là một gợi ý quan trọng cho Việt Nam. Hàn Quốc với chiến lược Hallyu (Làn sóng Hàn Quốc) đã thành công trong việc xuất khẩu văn hóa thông qua âm nhạc, phim ảnh và nghệ thuật biểu diễn, khiến Việt Nam phải đối mặt với một đối thủ cạnh tranh mạnh mẽ trong việc quảng bá văn hóa quốc gia. Hallyu không chỉ “làm mưa làm gió” trên thị trường âm nhạc thế giới mà còn là một công cụ chiến lược hiệu quả trong việc tăng cường ảnh hưởng văn hóa của Hàn Quốc toàn cầu. Việt Nam có thể áp dụng những chiến lược tương tự bằng cách xây dựng các chiến dịch quảng bá văn hóa Việt Nam, chú trọng vào những sản phẩm văn hóa đặc trưng như âm nhạc, điện ảnh, ẩm thực, du lịch đồng thời kết hợp với các nền tảng kỹ thuật số để gia tăng khả năng tiếp cận toàn cầu. Các chiến dịch này không chỉ



giúp giới thiệu vẻ đẹp văn hóa Việt mà còn tạo dựng thương hiệu, nâng cao vị thế quốc gia và phát triển bền vững trong nền kinh tế sáng tạo toàn cầu.

Tựu chung, Việt Nam cần tập trung đẩy mạnh đầu tư vào công nghệ số và truyền thông số để quảng bá và phát triển các sản phẩm văn hóa. Việc xây dựng các nền tảng kỹ thuật số không chỉ mở rộng thị trường tiêu thụ mà còn tạo điều kiện thuận lợi để kết nối với cộng đồng quốc tế.

### ***3.4. Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tiềm năng***

Một trong những chiến lược quan trọng để phát triển ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam là cần xác định và tập trung phát triển những lĩnh vực văn hóa có tiềm năng lớn, tiềm năng xuất khẩu và quảng bá văn hóa cao như: điện ảnh, âm nhạc và du lịch văn hóa theo hướng gắn kết với các giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam. Những ngành này không chỉ có khả năng tạo ra giá trị kinh tế đáng kể mà còn góp phần quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh đất nước ra thế giới. Điện ảnh Việt Nam thời gian qua đã có những bước tiến lớn với các bộ phim quốc tế được công nhận, chúng ta có thể học hỏi và phát triển thêm các thể loại phim có chất lượng, đặc biệt là phim tài liệu, phim truyện và phim hoạt hình để phục vụ nhu cầu giải trí quốc tế và phát triển ngành công nghiệp điện ảnh trong nước. Âm nhạc Việt Nam với những giai điệu đặc trưng và sự phát triển mạnh mẽ của dòng nhạc trẻ hiện nay cũng là một ngành có tiềm năng lớn để phát triển thành một phần của nền kinh tế sáng tạo, giúp đưa âm nhạc Việt ra thế giới thông qua các nền tảng trực tuyến và các lễ hội âm nhạc quốc tế. Du lịch văn hóa cũng đóng một vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa bởi Việt Nam sở hữu một kho tàng di sản văn hóa phong phú, từ các di tích lịch sử đến các làng nghề truyền thống, tạo nên những trải nghiệm du lịch đặc biệt; kết hợp du lịch với các yếu tố văn hóa như tham quan di sản, thưởng thức ẩm thực và tham gia vào các lễ hội văn hóa sẽ giúp Việt Nam thu hút du khách quốc tế và phát triển nền kinh tế du lịch bền vững.

Nhìn chung, việc kết hợp giữa giá trị văn hóa truyền thống và sáng tạo hiện đại là yếu tố then chốt trong việc phát triển ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam. Các sản phẩm văn hóa hiện đại có thể được xây dựng từ nền tảng văn hóa truyền thống, chẳng hạn như những sản phẩm âm nhạc, điện ảnh thành công gần đây đều khai thác các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc; hay như việc ứng dụng công nghệ số trong việc bảo tồn và quảng bá di sản văn hóa, hoặc sáng tạo. Những sáng tạo này không chỉ giúp bảo tồn giá trị văn hóa mà còn tạo ra những sản phẩm hấp dẫn cho công chúng hiện đại, đồng thời củng cố, làm giàu bản sắc văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa.

### **Thay lời kết**

Thực trạng đầu tư và tài trợ văn hóa ở Việt Nam hiện vẫn còn gặp nhiều khó khăn và thách thức. Dù đã có những nỗ lực ban đầu trong việc huy động nguồn lực và xây dựng cơ chế hỗ trợ, nhưng sự hạn chế về ngân sách, thiếu sự liên kết giữa các bên liên quan và khoảng trống trong chính sách dài hạn đã khiến tiềm năng văn hóa chưa được khai thác tối ưu. Bên cạnh đó, các mô hình hiện tại chủ yếu tập trung vào bảo tồn thay vì phát triển khiến Việt Nam gặp khó khăn trong việc thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa sáng tạo - một động lực tăng trưởng quan trọng trong thời đại kinh tế số.



Hành trình phát triển của văn hóa Hàn Quốc từ một lĩnh vực ít được chú ý đến một ngành công nghiệp chiến lược là một minh chứng rõ ràng rằng: đầu tư và tài trợ bài bản, hiệu quả không chỉ bảo tồn được bản sắc văn hóa mà còn thúc đẩy sáng tạo, gia tăng giá trị kinh tế và nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế. Sự thành công của Hàn Quốc trong việc xây dựng các mô hình đầu tư văn hóa mang tính toàn diện và bền vững, từ các quỹ nghệ thuật, chính sách ưu đãi thuế, đến sự phối hợp nhịp nhàng giữa công - tư và ứng dụng công nghệ hiện đại đã trở thành nguồn cảm hứng cho nhiều quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam. Khi những gợi mở từ nghiên cứu mô hình đầu tư và tài trợ cho văn hóa của Hàn Quốc được triển khai thực hiện với tầm nhìn chiến lược, có lộ trình và bước đi rõ ràng, Việt Nam hoàn toàn có thể đưa văn hóa trở thành ngành công nghiệp phát triển như nhiều nước trên thế giới, ở đó vừa bảo tồn được bản sắc dân tộc vừa đáp ứng được các yêu cầu của thị trường toàn cầu. Thách thức lớn nhất không nằm ở nguồn lực, mà ở tư duy đổi mới và khả năng phối hợp giữa các bên liên quan. Chỉ khi tất cả các thành phần xã hội - từ chính phủ, doanh nghiệp, đến cộng đồng cùng chung tay thì văn hóa mới thực sự trở thành sức mạnh mềm, góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trên bản đồ thế giới.

Trong tương lai, sự thành công của Việt Nam trong lĩnh vực đầu tư và tài trợ cho văn hóa sẽ không chỉ là kết quả của việc học hỏi kinh nghiệm từ các quốc gia khác mà còn phụ thuộc vào khả năng sáng tạo, linh hoạt và thích nghi với bối cảnh địa phương. Đây là một hành trình dài và khó khăn nhưng hoàn toàn xứng đáng để đầu tư khi văn hóa là một trong những trụ cột quan trọng của sự phát triển bền vững./.

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- [1] Nguyễn Thị Quý Phương (2021); Công nghiệp văn hóa ở Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc: Họ thực hiện ra sao?; <https://tuoitre.vn/cong-nghiep-van-hoa-o-han-quoc-nhat-ban-trung-quoc-ho-thuc-hien-ra-sao-2021112406535868.htm>.
- [2] Sue Mi Terry (2021); "The Korean Invasion: Can Cultural Exports Give South Korea a Geopolitical Boost?" Foreign Affairs; October 14, 2021
- [3] Ministry of Culture, Sports and Tourism (2012). Hallyu and Economic Growth Report.
- [4] Bộ Văn hóa, thể thao và du lịch (2016); Xu hướng phát triển của chính sách văn hóa Hàn Quốc; <https://bvhttdl.gov.vn/xu-huong-phat-trien-cua-chinh-sach-van-hoa-han-quoc-7747.htm>
- [5] Ingyu Oh (2014); K-pop in Korea: How the Pop Music Industry Is Changing a Post-Developmental Society, [https://www.researchgate.net/publication/265835985\\_K-pop\\_in\\_Korea\\_How\\_the\\_Pop\\_Music\\_Industry\\_Is\\_Changing\\_a\\_Post-Developmental\\_Society](https://www.researchgate.net/publication/265835985_K-pop_in_Korea_How_the_Pop_Music_Industry_Is_Changing_a_Post-Developmental_Society)
- [6] Nguyễn Thị Quý Phương (2021); Công nghiệp văn hóa ở Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc: Họ thực hiện ra sao?; tài liệu đã dẫn
- [7] Bộ Văn hóa, thể thao và du lịch (2016); Xu hướng phát triển của chính sách văn hóa Hàn Quốc; <https://bvhttdl.gov.vn/xu-huong-phat-trien-cua-chinh-sach-van-hoa-han-quoc-7747.htm>



- [8] Bộ Văn hóa, thể thao và du lịch (2016); Xu hướng phát triển của chính sách văn hóa Hàn Quốc; <https://bvhttdl.gov.vn/xu-huong-phat-trien-cua-chinh-sach-van-hoa-han-quoc-7747.htm>
- [9] <https://www.arko.or.kr/eng/international/support>
- [10] <http://eng.kofice.or.kr/data>
- [11] Kim Yoon-mi (2011), Culture budget should double: minister; Korea Herald; Published : April 5, 2011 - 18:39; <https://www.koreaherald.com/view>
- [12] Korea Herald (2021); Culture Ministry sets W7tr budget for 2022; Published : Sept. 1, 2021 - 15:28; <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20210901000819>
-