TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU
PHẬT HỌC
CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA TRUNG ƯƠNG GIÁO HỘI PHẬT GIÁO VIỆT NAM
ISSN: 2734-9195

Công nghiệp văn hóa nâng tầm cơ hội tiếp cận, phát huy giá trị di sản

ISSN: 2734-9195 11:08 17/11/2026

Khi được tổ chức hiệu quả, giá trị văn hóa không dừng lại ở việc được bảo tồn hay truyền tải, mà có thêm khả năng được phát huy, mở rộng và tạo ra những giá trị mới cho xã hội.

Công nghiệp văn hóa không chỉ phát huy nguồn lực văn hóa và năng lực sáng tạo, mà còn tạo và gia tăng giá trị. Cơ hội tiếp cận của công chúng có ý nghĩa đối với việc hiện thực hóa giá trị của hoạt động văn hóa.

Từ nguồn lực văn hóa tới khả năng tạo giá trị

Một nền văn hóa giàu di sản, tri thức, nghệ thuật, không gian văn hóa và bản sắc chưa tự động hình thành một ngành công nghiệp văn hóa phát triển. Mà ở khả năng chuyển hóa các nguồn lực đó thành những giá trị mới, đồng thời hình thành năng lực sáng tạo, tổ chức.



(Ảnh: Internet)

Bảo tồn và lan tỏa giá trị văn hóa là nền tảng; nhưng đòi hỏi khả năng tổ chức các nguồn lực đó thành một hệ sinh thái có năng lực sáng tạo. Công nghệ, nhân lực, hạ tầng, và phương thức tiếp cận công chúng vì vậy trở thành những điều kiện quan trọng của quá trình này.

Từ đó, câu hỏi đặt ra không chỉ là Việt Nam đang sở hữu những nguồn lực văn hóa nào, mà là làm thế nào để những nguồn lực đó được chuyển hóa thành các giá trị mới và tiếp tục tạo ra giá trị trong một hệ sinh thái vận hành hiệu quả.

Từ nhu cầu xã hội tới hệ sinh thái tạo giá trị

Khi cơ hội tiếp cận được mở rộng, nhu cầu văn hóa trong xã hội có thêm điều kiện được nhận diện. Đây là một nguồn thông tin quan trọng đối với hệ sinh thái công nghiệp văn hóa, bởi nhu cầu của công chúng có thể gợi mở hướng sáng tạo, cách thức tổ chức và phương thức đưa giá trị văn hóa di sản tới công chúng.

Giữa nhu cầu và giá trị được tạo ra luôn cần một năng lực chuyển hóa. Đó là năng lực của các chủ thể sáng tạo, tổ chức văn hóa, và các đơn vị liên quan trong việc nhận diện nhu cầu, phát triển ý tưởng, và tổ chức.

Vì vậy, phát triển công nghiệp văn hóa cần được nhìn như quá trình xây dựng một hệ sinh thái có khả năng kết nối các chủ thể và nguồn lực khác nhau, để gia tăng hoạt động văn hóa.

Công nghiệp văn hóa tạo giá trị và đóng góp như thế nào?

Tạo ra giá trị là điều kiện để công nghiệp văn hóa có thể trở thành một khu vực đóng góp cho tăng trưởng. Nhưng giá trị đó không chỉ nằm ở kết quả của từng hoạt động văn hóa riêng lẻ. Mà là khả năng tạo ra giá trị gia tăng và duy trì quá trình tạo giá trị trong toàn bộ hệ sinh thái.



(Ảnh: Internet)

Khi được tổ chức hiệu quả, các hoạt động này tạo ra việc làm, thu nhập, đầu tư. Rộng hơn, còn tạo ra nhu cầu đối với nhiều ngành và lãnh vực liên quan như công nghệ, truyền thông, thiết kế, du lịch, giáo dục, dịch vụ và hạ tầng.

Một di sản văn hóa có thể tạo thêm giá trị cho nhiều chủ thể cùng tham gia, đồng thời hình thành thêm tài sản trí tuệ, kinh nghiệm, năng lực nhân lực và năng lực tổ chức cho những hoạt động tiếp theo.

Một hệ sinh thái phát triển không chỉ có giá trị tại một thời điểm, mà còn có khả năng tích lũy nguồn lực, tái đầu tư, nâng cao năng lực sáng tạo và mở rộng các liên kết kinh tế - xã hội.

Vì vậy, mục tiêu đưa công nghiệp văn hóa trở thành một động lực tăng trưởng, hình thành được một hệ sinh thái có khả năng tạo giá trị mới, giữ lại và gia tăng giá trị trong nền kinh tế, đồng thời củng cố các nguồn lực cho quá trình sáng tạo và phát triển lâu dài.

Từ cơ chế tạo giá trị tới chính sách phát triển

Quy trình, tiêu chí sử dụng, đầu mối giải quyết, dữ liệu, tư liệu, quyền sở hữu trí tuệ, yêu cầu kỹ thuật, trách nhiệm của các bên cần chi tiết và đầy đủ.

Đối với những nguồn lực cần bảo tồn, đặc biệt là di sản, trong đó có các di tích, không gian văn hóa và di sản gắn với chùa, tự viện, khai thác và phát triển càng cần được gắn với khả năng duy trì nguồn lực. Không phải mọi giá trị văn hóa đều có cùng khả năng và phương thức khai thác. Chính sách vì vậy cần tránh khai thác thiếu kiểm soát hoặc bảo tồn theo cách hạn chế khả năng hiện diện của giá trị văn hóa trong đời sống. Mục tiêu là tạo điều kiện để hoạt động sáng tạo diễn ra trong những giới hạn phù hợp, đồng thời góp phần duy trì tính toàn vẹn và sức sống của nguồn lực.

Một yêu cầu khác là tạo được mối liên hệ giữa giá trị được tạo ra và khả năng tái tạo nguồn lực. Khi nguồn lực văn hóa, bao gồm cả những di sản, không gian và giá trị văn hóa được lưu giữ trong các chùa, tự viện, cơ chế chính sách cần tính tới trách nhiệm và nguồn lực dành cho bảo tồn, duy tu, và phát triển năng lực của các chủ thể liên quan. Khi đó, khai thác không chỉ tạo ra giá trị tại một thời điểm mà còn góp phần tạo điều kiện cho chu kỳ sáng tạo tiếp theo.

Hiệu quả chính sách cần được đánh giá bằng khả năng tạo và duy trì giá trị. Việc đánh giá này giúp chính sách từ việc theo dõi mức độ sử dụng nguồn lực sang nhận diện khả năng tạo giá trị của toàn hệ sinh thái.

Thẻ Văn hóa Quốc gia và giá trị của cơ hội tiếp cận văn hóa

Đề xuất Thẻ Văn hóa Quốc gia (TVHQG) có thể được coi như một chính sách mở rộng cơ hội để người dân tham gia và hưởng thụ đời sống văn hóa. Tại thời điểm hiện nay, TVHQG vẫn nằm trong quá trình xây dựng chính sách của dự luật; dự luật vừa được trình Ủy ban Thường vụ Quốc hội và còn tiếp tục được xem xét, hoàn thiện.

Giá trị trước hết của TVHQG ở cơ hội tiếp cận văn hóa. Khi đó, phạm vi các hoạt động, sản phẩm và dịch vụ văn hóa có thể được mở rộng nhu cầu tham gia của công chúng.

Một số quốc gia đã triển khai những chính sách có định hướng tương tự. Pháp có Pass Culture, tạo điều kiện để thanh thiếu niên tiếp cận và đa dạng hóa thực hành văn hóa; Singapore triển khai SG Culture Pass để công dân khám phá, tham gia và hưởng thụ các trải nghiệm nghệ thuật, di sản. Những kinh nghiệm này cho thấy mở rộng cơ hội tiếp cận có thể được đặt trong một chính sách văn hóa rộng hơn, trong đó giá trị nhân văn của việc tham gia đời sống văn hóa là một mục tiêu quan trọng của chính sách.

Giá trị bắt đầu từ khả năng được tiếp cận

Phát triển công nghiệp văn hóa là quá trình biến nguồn lực văn hóa và năng lực sáng tạo thành những giá trị có khả năng lan tỏa trong đời sống xã hội.

Cơ hội tiếp cận không chỉ là vấn đề của khả năng hưởng thụ văn hóa. Mà còn mở ra khả năng kết nối nhu cầu xã hội với hoạt động sáng tạo, qua đó tạo thêm điều kiện để các giá trị văn hóa được phát huy và tiếp tục phát triển.

Khi được tổ chức hiệu quả, giá trị văn hóa không dừng lại ở việc được bảo tồn hay truyền tải, mà có thêm khả năng được phát huy, mở rộng và tạo ra những giá trị mới cho xã hội.

Tác giả: **Hữu Nguyễn**

***

Nguồn tài liệu tham khảo:

1] UB TV Quốc hội/Tuổi Trẻ Online (24/9/2026), *Bộ trưởng Lâm Thị Phương Thanh trình dự Luật Phát triển công nghiệp văn hóa*

https://tuoitre.vn/bo-truong-lam-thi-phuong-thanh-trinh-du-luat-phat-trien-cong-nghiep-van-hoa-100260924150719342.htm

2] Bộ VHTT&DL (30/7/2026), *Hoàn thiện dự thảo Luật Phát triển công nghiệp văn hóa: Đảm bảo rõ ràng, minh bạch*

https://bvhttdl.gov.vn/Pages/chi-tiet.aspx?url=%2Fhoan-thien-du-thao-luat-phat-trien-cong-nghiep-van-hoa-dam-bao-ro-rang-minh-bach.htm

3] Bộ VHTT&DL (08/9/2026), *Tạo đột phá thể chế, khơi thông nguồn lực phát triển công nghiệp văn hóa*

https://bvhttdl.gov.vn/tao-dot-pha-the-che-khoi-thong-nguon-luc-phat-trien-cong-nghiep-van-hoa.htm

4] Bộ VHTT&DL, *Dự thảo Luật Phát triển công nghiệp văn hóa: Tạo hành lang pháp lý cho một lĩnh vực giàu tiềm năng*

https://bvhttdl.gov.vn/Pages/chi-tiet.aspx?url=%2Fdu-thao-luat-phat-trien-cong-nghiep-van-hoa-tao-hanh-lang-phap-ly-cho-mot-linh-vuc-giau-tiem-nang.htm

5] Bộ Văn hóa Pháp, *Pass Culture*

https://journeesdupatrimoine.culture.gouv.fr/nos-partenaires/2026/pass-culture

6] Ministry of Culture, Community & Youth, Singapore, *SG Culture Pass*

https://www.mccy.gov.sg/sectors/arts-and-heritage/sg-culture-pass/