

CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TOÀN CẦU TRONG KỶ NGUYÊN SỐ VÀ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO: CƠ HỘI, THÁCH THỨC VÀ HÀNH ĐỘNG CHÍNH SÁCH

HÀ THÚY MAI*

Tóm tắt: Bài viết phân tích sự tác động sâu rộng của công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI) đến công nghiệp văn hóa toàn cầu. Sự bùng nổ của các công nghệ sáng tạo như AI sinh ngữ, AI thị giác, các nền tảng số và không gian ảo đang tái cấu trúc từ quy trình sáng tạo, cách thức phân phối đến mô hình tiêu dùng văn hóa. Bên cạnh các cơ hội thúc đẩy sáng tạo, mở rộng khả năng tiếp cận và bảo tồn di sản, bài viết làm rõ các thách thức về bản quyền, đạo đức, định danh nghệ sĩ và bất bình đẳng công nghệ. Từ đó, tác giả đề xuất các hướng đi chính sách và chiến lược phát triển văn hóa bền vững, bảo đảm tính đa dạng, bản sắc và nhân văn trong thời đại số.

Từ khóa: công nghiệp văn hóa, trí tuệ nhân tạo, chuyển đổi số, sáng tạo nội dung, bảo tồn di sản.

Abstract: The article analyzes the profound impact of digital technology and artificial intelligence (AI) on the global cultural industry. The explosion of creative technologies such as generative AI, visual AI, digital platforms and virtual spaces is restructuring the creative process, distribution methods and cultural consumption models. In addition to opportunities to promote creativity, expand access and preserve heritage, the article clarifies challenges regarding copyright, ethics, artist identification and technological inequality. From there, the author proposes policy directions and strategies for sustainable cultural development, ensuring diversity, identity and humanity in the digital age.

Keywords: cultural industry, artificial intelligence, digital transformation, content creation, heritage preservation.

Công nghiệp văn hóa (CNVH) là một trong những lĩnh vực chịu ảnh hưởng rõ nét và toàn diện nhất từ làn sóng chuyển đổi số và sự phát triển của AI. Theo báo cáo của UNESCO (2022), ngành CNVH và sáng tạo đóng góp khoảng 3,1% GDP toàn cầu và tạo ra hơn 30 triệu việc làm. Tuy nhiên, từ sau đại dịch COVID-19 và với sự trỗi dậy của các công nghệ như ChatGPT, Midjourney, Stable Diffusion... hay các nền tảng metaverse, ngành này đang chứng kiến sự chuyển đổi nhanh chưa từng có.

Không còn là công cụ hỗ trợ đơn thuần, AI đã tham gia trực tiếp vào quá trình sáng tạo văn hóa như từ viết nhạc, vẽ tranh, làm phim đến cá nhân hóa trải nghiệm người dùng. Vấn đề không chỉ nằm ở công nghệ, mà AI còn là thách thức về bản quyền, giá trị nghệ thuật, định danh sáng tạo, vai trò của con người và sự cân bằng trong quyền truy cập và sở hữu nội dung.

Năm 2023, bài hát *Heart on My Sleeve (Trái tim trên tay áo)* được AI tạo ra với giọng hát mô phỏng Drake và The Weeknd đã gây tranh cãi toàn cầu. Mặc dù được phổ biến mạnh mẽ trên mạng xã hội, ca khúc bị gỡ bỏ khỏi các nền tảng chính thức vì vi phạm bản quyền. Đây là một minh chứng cho thấy Luật Sở hữu trí tuệ hiện tại của thế giới và mỗi quốc gia chưa theo kịp với sự phát triển của công nghệ.

1. Cơ sở lý luận và phương pháp phân tích sự biến đổi của CNVH trong bối cảnh công nghệ số và trí tuệ nhân tạo

Theodor Adorno và Max Horkheimer trong tác phẩm *Dialectic of Enlightenment (Biện chứng của khai sáng)* (1) đã đặt nền móng cho khái niệm “công nghiệp văn hóa”, chỉ trích việc sản xuất hàng loạt sản phẩm văn hóa như một hình thức tiêu chuẩn hóa, thương mại hóa và điều kiện hóa xã hội. Theo đó, văn hóa trong xã hội tư bản không còn là phương

tiện giải phóng, mà trở thành công cụ duy trì trật tự xã hội và kiểm soát ý thức.

Tuy lý thuyết này ra đời trong bối cảnh tiền kỹ thuật số, song nó vẫn mang giá trị tham chiếu quan trọng trong phân tích vai trò của các nền tảng AI ngày nay nơi các sản phẩm văn hóa số cũng dễ dàng bị đồng nhất hóa bởi thuật toán và mục tiêu lợi nhuận.

Trong cuốn *Convergence Culture: Where Old and new media (Văn hóa hội tụ: Nơi phương tiện truyền thông mới và cũ gặp nhau)* (2), Jenkins đưa ra khái niệm “văn hóa tham dự” (*participatory culture*), nhấn mạnh vai trò chủ động của công chúng trong việc sáng tạo và tái tạo nội dung thông qua các nền tảng số. Trong môi trường số, ranh giới giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng bị xóa nhòa, tạo nên các cộng đồng sáng tạo, nơi mỗi cá nhân có thể vừa là khán giả, vừa là tác giả.

Khi AI trở thành công cụ tạo nội dung dễ tiếp cận, lý thuyết này càng được mở rộng: AI không chỉ là công cụ cho nhà sáng tạo chuyên nghiệp mà còn là “trợ lý sáng tạo” cho người dùng phổ thông. Tuy nhiên, điều này cũng dẫn đến câu hỏi: Ai là tác giả đích thực, người sử dụng công cụ hay thuật toán?

Lawrence Lessig trong tác phẩm *Code and Other Laws of Cyberspace (Mã và các luật khác của không gian mạng)* cho rằng, trong thế giới kỹ thuật số, “code là luật”, tức là cách mà phần mềm được lập trình sẽ điều khiển hành vi của người dùng tương tự như luật pháp trong xã hội.

Áp dụng vào bối cảnh CNVH hiện nay, các thuật toán AI từ đề xuất nội dung trên YouTube, TikTok đến hệ thống lọc nội dung không chỉ là công cụ kỹ thuật, mà đang đóng vai trò như “kiến trúc sư” của quyền truy cập, của trải nghiệm văn hóa và của các hình thức kiểm duyệt ngầm.

Gillespie cho rằng, các thuật toán không chỉ là công cụ trung lập mà có khả năng kiến tạo thực tại văn hóa. Khi AI được dùng để gợi ý, lọc, xếp hạng nội dung, nó cũng đang xác định cái gì được thấy và cái gì bị loại trừ từ đó ảnh hưởng đến thị hiếu, khuôn mẫu thẩm mỹ và nhận thức xã hội.

Trong bối cảnh CNVH bị điều hướng mạnh bởi các hệ thống đề xuất tự động, lý thuyết của Gillespie giúp nhận diện các rào cản vô hình do công nghệ tạo ra, đặc biệt trong việc duy trì sự đa dạng văn hóa và quyền tiếp cận công bằng.

Trong *The Age of Surveillance Capitalism (Thời đại của chủ nghĩa tư bản giám sát)*, Zuboff cảnh báo về “chủ nghĩa tư bản giám sát” nơi dữ liệu hành vi của người dùng bị khai thác để điều khiển hành vi tiêu dùng. Trong CNVH, điều này dẫn đến việc người dùng bị cá nhân hóa quá mức, khiến họ chỉ

được tiếp cận nội dung giống nhau, củng cố “bong bóng văn hóa” và làm nghèo đi không gian sáng tạo.

Zuboff giúp chúng ta nhìn thấy mối quan hệ giữa AI dữ liệu quyền lực trong CNVH toàn cầu: ai kiểm soát dữ liệu, người đó kiểm soát khả năng sáng tạo và phổ biến văn hóa.

Tiến hành phân tích nội dung từ các văn bản chính sách quốc tế (UNESCO, WIPO, UNCTAD), các công trình học thuật, báo cáo ngành công nghiệp sáng tạo và các nghiên cứu tình huống về ứng dụng AI trong lĩnh vực văn hóa. Nội dung được mã hóa theo chủ đề (sáng tạo, bản quyền, đạo đức, tiêu dùng, chính sách), từ đó xác lập các chiều hướng tác động chính của AI đối với CNVH.

Việc chọn lọc các trường hợp cụ thể giúp nhận diện các xu hướng định hình lại môi trường sáng tạo, thể chế hóa bản quyền số và hình thành các chuẩn mực đạo đức mới trong sản xuất văn hóa.

Tổng hợp lý luận và thực tiễn giúp liên kết khung lý thuyết với các biểu hiện cụ thể trong thực tiễn: Từ cách AI làm thay đổi chuỗi giá trị sản phẩm văn hóa, đến các tranh chấp bản quyền phát sinh và chuyển dịch chính sách toàn cầu. Việc tổng hợp đa chiều tạo điều kiện đề xuất các hướng đi chính sách vừa đảm bảo đổi mới sáng tạo, vừa bảo vệ lợi ích văn hóa cộng đồng.

2. Bối cảnh toàn cầu và những chuyển động chính sách văn hóa

Trong vòng một thập kỷ trở lại đây, sự bùng nổ của công nghệ số và AI đã tạo ra một cuộc tái cấu trúc toàn diện hệ sinh thái CNVH toàn cầu. Trên quy mô thế giới, các tập đoàn công nghệ lớn như Google, Meta, Amazon, ByteDance và Tencent đang dần đóng vai trò như những “siêu thực thể văn hóa”, kiểm soát không gian sáng tạo, thị trường tiêu thụ, lẫn hệ thống phân phối nội dung số xuyên biên giới.

Một nghiên cứu của UNESCO (2021) cho thấy rằng, hơn 80% nội dung kỹ thuật số được sản xuất và phân phối bởi các công ty có trụ sở tại chưa tới 10 quốc gia, chủ yếu thuộc Bắc Mỹ và Đông Á. Điều này dẫn đến nguy cơ mất cân bằng trong luồng thông tin văn hóa toàn cầu, làm suy yếu tính đa dạng văn hóa một trong những nguyên lý cốt lõi của Công ước UNESCO 2005 về bảo vệ và thúc đẩy sự đa dạng các biểu đạt văn hóa.

Bên cạnh đó, sự hiện diện của các công nghệ sinh nội dung tự động (*generative AI*) như ChatGPT, Midjourney, DALL·E, Stable Diffusion... đang tạo ra cuộc cạnh tranh trực tiếp với lực lượng lao động sáng tạo. Theo báo cáo của PwC (2023), có khoảng 28% doanh nghiệp trong ngành truyền thông giải trí tại châu Âu và Mỹ đã thử nghiệm AI để sản xuất nội dung thay thế đội ngũ sáng tạo truyền thống.

Trường hợp bài hát *Heart on My Sleeve (Trái tim trên tay áo)* do AI tạo ra, mô phỏng hai nghệ sĩ nổi tiếng Drake và The Weeknd (2023), đã buộc Universal Music Group phải can thiệp pháp lý. Vụ việc đặt ra vấn đề phức tạp về bản quyền giọng nói, hình ảnh, phong cách biểu diễn những yếu tố vốn chưa được luật pháp hiện hành định nghĩa rõ ràng dưới góc độ quyền tác giả trong kỷ nguyên số.

Trước những chuyển biến nhanh chóng của công nghệ, các tổ chức quốc tế như UNESCO, WIPO, UNCTAD và OECD đã bắt đầu đưa ra các khuyến nghị và khuôn khổ chính sách nhằm quản lý sự phát triển của CNVH số.

UNESCO, với vai trò là cơ quan của Liên Hợp quốc về văn hóa, đã ban hành nhiều báo cáo cảnh báo về sự mất cân đối trong quyền tiếp cận và sáng tạo nội dung. Báo cáo *ReShaping Policies for Creativity (2022)* nhấn mạnh: “Mặc dù công nghệ tạo ra những không gian sáng tạo mới, song nếu không có chính sách hỗ trợ phù hợp, AI và thuật toán có thể củng cố sự thống trị của một vài hệ sinh thái văn hóa, làm suy yếu bản sắc địa phương”.

UNESCO kêu gọi các quốc gia xây dựng chính sách số có tính bao trùm, ưu tiên phát triển năng lực sáng tạo nội địa và thiết lập quy định nhằm tăng tính minh bạch của các nền tảng AI trong việc phân phối nội dung.

WIPO hiện đang thúc đẩy quá trình tham vấn toàn cầu để cập nhật luật bản quyền, trong đó nhấn mạnh đến 3 thách thức chính: tác quyền của sản phẩm do AI tạo ra; quyền đối với dữ liệu dùng để huấn luyện AI; quyền nhân thân trong môi trường kỹ thuật số.

Tại phiên họp WIPO Conversation on IP and AI (tháng 9-2023), nhiều quốc gia đã bày tỏ quan ngại về việc các công cụ AI đang sử dụng tác phẩm văn hóa mà không có sự cho phép từ chủ sở hữu quyền. Câu hỏi then chốt được đặt ra là: AI có thể là tác giả không? Nếu không, thì ai sở hữu sản phẩm được tạo ra bởi AI?

OECD đã ban hành nguyên tắc về AI có trách nhiệm một bộ khuyến nghị mang tính định hướng toàn cầu, trong đó nhấn mạnh rằng AI phải “minh bạch, có thể giải trình, lấy con người làm trung tâm và đảm bảo tính công bằng xã hội”.

Trong lĩnh vực CNVH, điều này đồng nghĩa với việc cần thiết lập các quy chuẩn đạo đức đối với việc sử dụng AI trong sáng tạo và phân phối nội dung, bao gồm: minh bạch nguồn gốc nội dung, chống thao túng cảm xúc, bảo vệ nhóm yếu thế và hỗ trợ các nhà sáng tạo nhỏ lẻ.

Liên minh châu Âu (EU) là khu vực đi đầu trong xây dựng hành lang pháp lý cho AI và văn hóa. Đạo

luật AI Act (2024) của EU đã phân loại các hệ thống AI theo cấp độ rủi ro, trong đó các hệ thống AI tạo nội dung được yêu cầu phải công khai việc sử dụng dữ liệu huấn luyện, và gắn nhãn các sản phẩm do AI tạo ra (*AI-generated content*).

Bên cạnh đó, EU tiếp tục thúc đẩy chương trình *Europe Creative* nhằm hỗ trợ tài chính cho các nhà sáng tạo bản địa, nhất là những người hoạt động ngoài hệ sinh thái công nghệ lớn.

Ở Mỹ, chính sách vẫn chủ yếu dựa vào cơ chế thị trường, song có những chuyển động mạnh trong lĩnh vực pháp lý. Văn phòng Bản quyền Hoa Kỳ (US Copyright Office) đã tổ chức các phiên điều trần để lấy ý kiến cộng đồng sáng tạo về AI và bản quyền.

Tại thời điểm năm 2024, Mỹ chưa công nhận AI là tác giả hợp pháp của bất kỳ tác phẩm nào và sản phẩm do AI tạo ra hoàn toàn (không có sự can thiệp sáng tạo của con người) không được cấp bản quyền.

Trung Quốc ban hành quy định “Hướng dẫn nội dung tổng hợp do AI tạo ra”, yêu cầu các sản phẩm AI phải được gắn nhãn rõ ràng và không được xuyên tạc sự thật. Chính phủ nước này đồng thời đầu tư mạnh vào các nền tảng sáng tạo nội địa như Baidu ERNIE, iFlyTek, nhằm thúc đẩy chủ quyền công nghệ và văn hóa.

3. Tác động của trí tuệ nhân tạo đến chuỗi giá trị CNVH toàn cầu

Chuỗi giá trị CNVH truyền thống bao gồm các khâu: sáng tạo, sản xuất, phân phối, tiêu dùng, lưu trữ và bảo tồn. Trong bối cảnh AI phát triển nhanh chóng, từng mắt xích trong chuỗi này đang bị tái cấu trúc sâu sắc, tạo ra cả cơ hội và rủi ro cho hệ sinh thái văn hóa toàn cầu.

AI đã xâm nhập sâu vào giai đoạn sáng tạo vốn được coi là “linh hồn” của CNVH. Các mô hình AI nội dung như GPT-4, Claude, Midjourney, DALL·E 3, Stable Diffusion, Suno.ai có thể tạo ra văn bản, hình ảnh, nhạc, phim hoạt hình với độ chi tiết cao và tốc độ tức thời.

Trong âm nhạc, Suno.ai cho phép người dùng sáng tác ca khúc chỉ bằng vài dòng mô tả, từ nhạc cổ điển đến rap hiện đại. Trong hội họa, Midjourney giúp tạo ra những tác phẩm đồ họa mang phong cách Van Gogh hay Cyberpunk, với chất lượng gần như chuyên nghiệp. Trong văn học, ChatGPT đã hỗ trợ biên tập sách, viết nội dung tạp chí, thậm chí cả thơ ca bằng đa ngôn ngữ.

AI không chỉ là công cụ phụ trợ, mà dần trở thành “đồng tác giả”. Điều này buộc giới học thuật và chính sách phải đặt lại vấn đề về tính nguyên bản, tính sáng tạo và vai trò con người trong nghệ thuật. Nhiều nhà nghiên cứu như Marcus du Sautoy cảnh báo rằng:

“Nếu sự sáng tạo là kết quả của thuật toán, liệu nghệ thuật có còn là biểu hiện sâu sắc của con người?” (3).

Trong quá trình sản xuất, AI giúp giảm mạnh chi phí và thời gian thông qua: Dựng phim bằng AI (*AI video editing*), với công cụ như Runway, Pika Labs; lồng tiếng và dịch tự động (Papercup, ElevenLabs có thể giả lập giọng nói nổi tiếng bằng nhiều ngôn ngữ); thiết kế layout, poster, trailer (Canva AI, Adobe Firefly AI hỗ trợ cả đơn vị nhỏ lẻ trong thiết kế chuyên nghiệp).

Hãng truyền thông BuzzFeed từng tuyên bố năm 2023 sẽ dùng AI để tạo hàng loạt quiz, bài báo theo mô hình “siêu cá nhân hóa” (*hyper-personalized content*), giảm 40% chi phí sản xuất nội dung. Tuy nhiên, điều này cũng làm gia tăng sự “đồng dạng hóa” nội dung khi sản phẩm văn hóa được tạo ra theo mẫu định sẵn, giảm đi tính sáng tạo và khác biệt văn hóa bản địa.

Thuật toán AI chính là “người gác cổng” (*gatekeeper*) mới trong hệ thống phân phối nội dung. Trên các nền tảng như YouTube, TikTok, Spotify, Netflix... thuật toán quyết định phần lớn những gì người dùng được xem dựa trên hành vi, dữ liệu cá nhân và tương tác mạng.

Theo MIT Technology Review, hơn 70% nội dung mà người dùng tiếp cận trên YouTube là do thuật toán đề xuất. Điều này đặt ra hai vấn đề chính: *Một là*, hiệu ứng buồng dội (*echo chamber*): người dùng chỉ tiếp cận những nội dung cùng cố quan điểm cá nhân, làm gia tăng phân cực văn hóa và nhận thức. *Hai là*, thiên vị thuật toán (*algorithmic bias*): các nội dung phi phương Tây, ít phổ biến hoặc mang ngôn ngữ thiểu số có thể bị loại khỏi hệ sinh thái hiển thị.

Để ứng phó, EU yêu cầu các nền tảng số lớn phải công khai cách hoạt động thuật toán phân phối nội dung, thông qua Đạo luật Dịch vụ Kỹ thuật số.

Người tiêu dùng văn hóa ngày nay không còn tiếp cận nội dung một cách tập thể (xem phim ở rạp, nghe nhạc ở quán café...) mà chuyển sang tiêu dùng cá nhân hóa, mọi lúc, mọi nơi trên mọi thiết bị.

Trợ lý đề xuất văn hóa như Netflix hay Spotify có hệ thống AI phân tích hành vi người dùng để gợi ý phim, sách, nhạc. Người dùng có thể “yêu cầu” một câu chuyện cổ tích cho trẻ em được viết riêng theo tên nhân vật con họ (ứng dụng AI storytelling). Thực tế ảo cộng với AI tạo ra “bảo tàng ảo”, nơi người xem được “dẫn tour” bởi các nhân vật AI giống người thật.

Viện Bảo tàng Louvre đã hợp tác với startup French Touch để dựng lại một tour trải nghiệm Leonardo da Vinci với hướng dẫn viên AI dựa trên giọng nói thật của sử gia. Tuy nhiên, điều này cũng

làm xói mòn “trải nghiệm văn hóa tập thể” một giá trị nền tảng của nghệ thuật và truyền thống.

AI đang được ứng dụng để bảo tồn và tái hiện các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể. Ví dụ, AI phục dựng kiến trúc cổ: Trường hợp Notre-Dame (Paris) được số hóa 3D bằng AI sau trận hỏa hoạn năm 2019; tái tạo giọng nói danh nhân: Dự án Project Revoice giúp phục dựng giọng nói của nhà hoạt động Stephen Hawking; bảo tồn ngôn ngữ bản địa: Google AI hỗ trợ lưu trữ, dịch và huấn luyện mô hình ngôn ngữ cho các ngôn ngữ thiểu số như Quechua, Ainu, Maori... Tuy nhiên, sự can thiệp AI vào di sản cũng gây tranh cãi về tính xác thực. Có ý kiến cho rằng: “AI có thể dựng lại những gì đã mất, nhưng liệu đó có còn là ký ức thật?”.

4. Những thách thức và hàm ý chính sách đối với phát triển CNVH hiện nay

AI và chuyển đổi số đang tái định hình toàn bộ hệ sinh thái CNVH toàn cầu. Bên cạnh những tiềm năng to lớn về năng suất, hiệu quả và sáng tạo, làn sóng công nghệ này cũng đặt ra nhiều thách thức mới về mặt pháp lý, đạo đức, xã hội và bản sắc văn hóa. Do đó, việc định hình chính sách, thể chế quản trị và chiến lược phát triển CNVH trong kỷ nguyên AI là cấp thiết.

Một trong những vấn đề nổi bật nhất là câu hỏi: Ai sở hữu các tác phẩm do AI tạo ra? Nếu một bức tranh được sinh ra từ Midjourney hay một bài hát được tạo bởi Suno.ai, liệu người “nhập lệnh” có phải là tác giả? Hay đó là sản phẩm thuộc về nhà phát triển thuật toán?

Năm 2023, Cơ quan Sở hữu Trí tuệ Vương quốc Anh đã ra tuyên bố không công nhận bản quyền cho các tác phẩm do máy hoàn toàn sáng tạo mà không có sự can thiệp đáng kể từ con người. Tương tự, Văn phòng Bản quyền Hoa Kỳ (USCO) từ chối bảo hộ cho truyện tranh *Zarya of the Dawn* (*Zarya của bình minh*) vì hình ảnh trong sách được tạo từ Midjourney.

Ngoài ra, nhiều nghệ sĩ kiện các công ty AI vì dùng dữ liệu của họ để huấn luyện mà không xin phép. Đơn cử, Getty Images kiện Stability AI vì “đào tạo mô hình Stable Diffusion trên hàng triệu ảnh có bản quyền”.

Do đó, cần một khung pháp lý quốc tế và trong nước để phân định rõ vai trò con người trong chuỗi tạo tác nội dung AI. Đồng thời, đảm bảo minh bạch nguồn dữ liệu huấn luyện mô hình và tạo cơ chế chia sẻ lợi nhuận công bằng giữa công nghệ và nghệ sĩ.

Theo báo cáo World Economic Forum 2023, nhóm nghề dễ bị AI thay thế nhất trong lĩnh vực sáng tạo gồm: biên tập viên, nhà báo, người viết nội dung, nhạc sĩ nền tảng, họa sĩ minh họa, diễn viên lồng tiếng...

Sự phát triển của AI tổng hợp đa phương tiện có thể thay thế toàn bộ ê-kíp sản xuất một video từ biên kịch, đạo diễn đến hậu kỳ. Điều này làm dấy lên lo ngại về thất nghiệp quy mô lớn trong ngành công nghiệp sáng tạo.

Ví dụ: Trong cuộc đình công của liên đoàn biên kịch và diễn viên Hollywood (WGA/SAG-AFTRA) năm 2023, một trong các yêu cầu là hạn chế AI sử dụng hình ảnh và giọng nói nghệ sĩ khi chưa được phép.

Do đó, Nhà nước cần có chính sách đào tạo lại và nâng cao kỹ năng số cho lực lượng lao động sáng tạo. Đồng thời, thiết lập quy tắc đạo đức AI trong lĩnh vực nghệ thuật và truyền thông, đảm bảo AI hỗ trợ chứ không thay thế con người.

AI hiện có khả năng tạo nội dung giả mạo cực kỳ tinh vi, đặc biệt là deepfake video, giọng nói nhân tạo, hình ảnh giả mạo mang tính xuyên tạc lịch sử, văn hóa hoặc thông tin chính trị. Điều này dẫn đến khủng hoảng niềm tin đối với truyền thông và tác phẩm văn hóa cũng như lan truyền nhanh chóng thông tin sai lệch trên nền tảng số. Một ví dụ điển hình, trong chiến dịch tranh cử Tổng thống Mỹ 2024, hàng loạt đoạn âm thanh giả mạo giọng Joe Biden được lan truyền nhằm định hướng dư luận dù sau đó bị xác minh là do AI tạo ra.

Ngoài ra, thuật toán đề xuất của các nền tảng số (TikTok, YouTube...) cũng có thể gây phân cực tư tưởng, thúc đẩy “văn hóa tiêu dùng số nhanh, nông và gây nghiện”. Do đó, cần có cơ chế bình duyệt AI minh bạch, kiểm chứng sự thật bằng AI. Đồng thời, thiết lập hệ thống dán nhãn nội dung do AI tạo ra như đang được thử nghiệm tại châu Âu. Bên cạnh đó, cần áp dụng luật trách nhiệm nền tảng với các mạng xã hội.

AI toàn cầu được huấn luyện chủ yếu trên dữ liệu tiếng Anh và phương Tây, dẫn đến nguy cơ “đồng hóa nội dung” theo tiêu chuẩn của các nền văn hóa chi phối. Trong khi đó, nhiều nền văn hóa bản địa, ngôn ngữ thiểu số, tín ngưỡng truyền thống chưa được số hóa hoặc dữ liệu huấn luyện còn hạn chế. Điều này dẫn đến văn hóa địa phương có nguy cơ bị “biến mất khỏi không gian số”. Các sản phẩm văn hóa bị AI tạo dựng sai lệch do thiếu hiểu biết ngữ cảnh, chẳng hạn ứng dụng AI dịch lời hát dân ca Tây sang tiếng Anh, nhưng bỏ mất các yếu tố nghi lễ và hình tượng bản địa, dẫn đến sản phẩm sai lệch văn hóa.

Điều này, cần đầu tư số hóa và chuẩn hóa dữ liệu văn hóa dân tộc để đưa vào hệ thống AI; đồng thời, chú trọng phát triển các mô hình ngôn ngữ nhỏ cho tiếng thiểu số; xây dựng tiêu chí đạo đức và tiêu chuẩn AI trong bảo tồn văn hóa.

5. Kết luận

CNVH đang ở ngã rẽ quan trọng trong lịch sử phát triển khi đối mặt với làn sóng chuyên đổi số và sự trỗi dậy mạnh mẽ của AI. Sự xuất hiện của các mô hình AI tạo sinh như ChatGPT, Midjourney, Sora hay Suno... đang tái định hình sâu sắc cách con người sáng tạo, tiêu thụ và gìn giữ các giá trị văn hóa. Trong khi nhiều quốc gia và tổ chức quốc tế đang nỗ lực hình thành thể chế quản lý phù hợp, thì một khoảng trống lớn về chính sách và chiến lược phát triển CNVH trong kỷ nguyên AI vẫn còn tồn tại, đặc biệt ở các nước đang phát triển.

Việt Nam với đặc điểm là một quốc gia giàu bản sắc văn hóa, đồng thời đang tích cực chuyển đổi số, cần xây dựng một chiến lược phát triển CNVH số bền vững. Đó là sự kết hợp hài hòa giữa đổi mới công nghệ và bảo tồn văn hóa, giữa khai thác tài nguyên AI và bảo vệ quyền lợi chính đáng của con người trong hệ sinh thái sáng tạo.

Về phương diện chính sách, cần ưu tiên hoàn thiện khung pháp lý liên quan đến quyền tác giả và AI; đồng thời, đầu tư vào số hóa di sản văn hóa và dữ liệu ngôn ngữ bản địa; xây dựng hệ thống giáo dục đào tạo lực lượng sáng tạo số có kỹ năng số và tư duy đổi mới; thúc đẩy phát triển mô hình AI nội địa gắn với bản sắc văn hóa dân tộc.

Tương lai của CNVH không chỉ phụ thuộc vào công nghệ mà còn ở cách mà con người sử dụng công nghệ để phục vụ con người và gìn giữ các giá trị văn hóa. AI có thể là “bút vẽ mới” cho người nghệ sĩ, là “cây bút mới” cho văn nghệ sĩ, nhưng chính con người với tri thức, cảm xúc và trách nhiệm mới là người viết nên bản sắc văn hóa thời đại ■

H.T.M

1. Max Horkheimer và Theodor W. Adorno, *Dialectic of Enlightenment (Biện chứng của khai sáng)*, Amsterdam, 1947.

2. Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media (Văn hóa hội tụ: Nơi phương tiện truyền thông mới và cũ gặp nhau)*, Nxb NYU, New York, 2006.

3. Marcus du Sautoy, *The Creativity Code: How AI Is Learning to Write, Paint and Think (Mã sáng tạo: Cách trí tuệ nhân tạo học viết, vẽ và suy nghĩ)*, Harper Collins UK, 2020.

Tài liệu tham khảo

1. Mai Hải Oanh, *Toàn cầu hóa văn hóa và mô hình phát triển văn hóa Việt Nam đương đại*, *tapchicongsan.org.vn*, 11-11-2021.

2. Trương Vui, *Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa sáng tạo Việt Nam trong kỷ nguyên số*, *baodantoc.vn*, 23-8-2023.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 25-9-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 10-10-2025; Ngày duyệt bài: 21-10-2025.