



Không gian văn hóa sáng tạo là một địa điểm, có thể là địa điểm thực hoặc địa điểm trực tuyến, là nơi đem những con người sáng tạo đến với nhau.

Đó là nơi tụ họp, chia sẻ không gian và hỗ trợ cho các hoạt động kết nối, phát triển kinh doanh, và thu hút cộng đồng trong các lĩnh vực sáng tạo, văn hóa và công nghệ.

Dự án Không gian Văn hóa Sáng tạo Việt Nam (2018 – 2021) do Liên minh Châu Âu và Hội đồng Anh tài trợ, và do Hội đồng Anh phối hợp với Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam (VICAS) thực hiện.

**CULTURAL
AND
CREATIVE
HUBS
VIETNAM**

Để biết thêm thông tin:

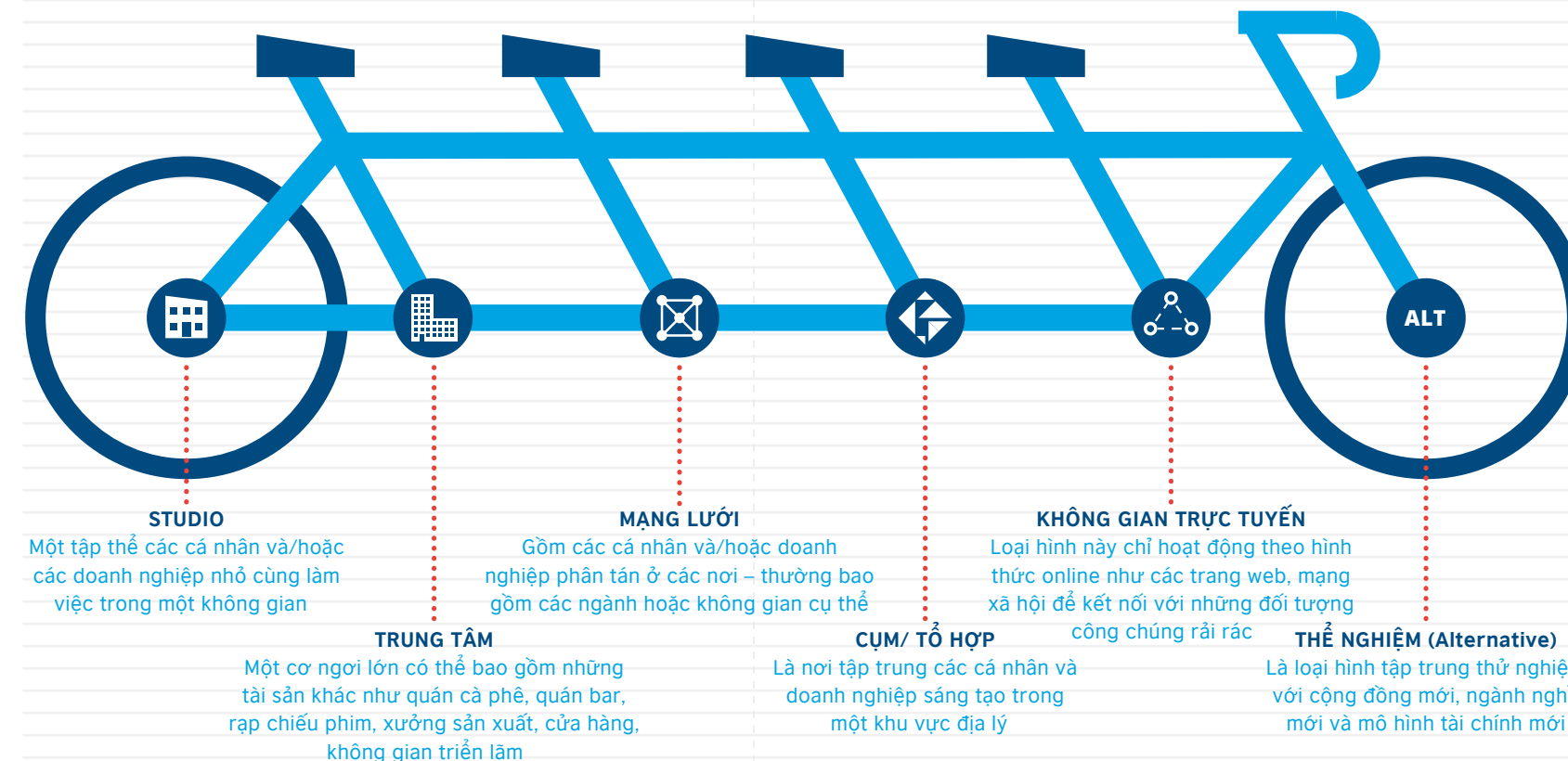
<https://www.britishcouncil.vn/cac-chuong-trinh/nghe-thuat/>

[khong-gian-van-hoa-sang-tao-viet-nam](#)

**Creative
HubKit**

CÁC MÔ HÌNH KHÔNG GIAN SÁNG TẠO

Các không gian sáng tạo được hình thành dưới nhiều hình thức với quy mô khác nhau, được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau, chẳng hạn như một tập thể, hợp tác xã, phòng thí nghiệm, nơi ươm mầm khởi nghiệp, hoặc có thể là một nơi có địa điểm cố định, hoặc di động, hoặc trực tuyến. Dưới đây là một số các đặc điểm chung của các mô hình không gian sáng tạo:

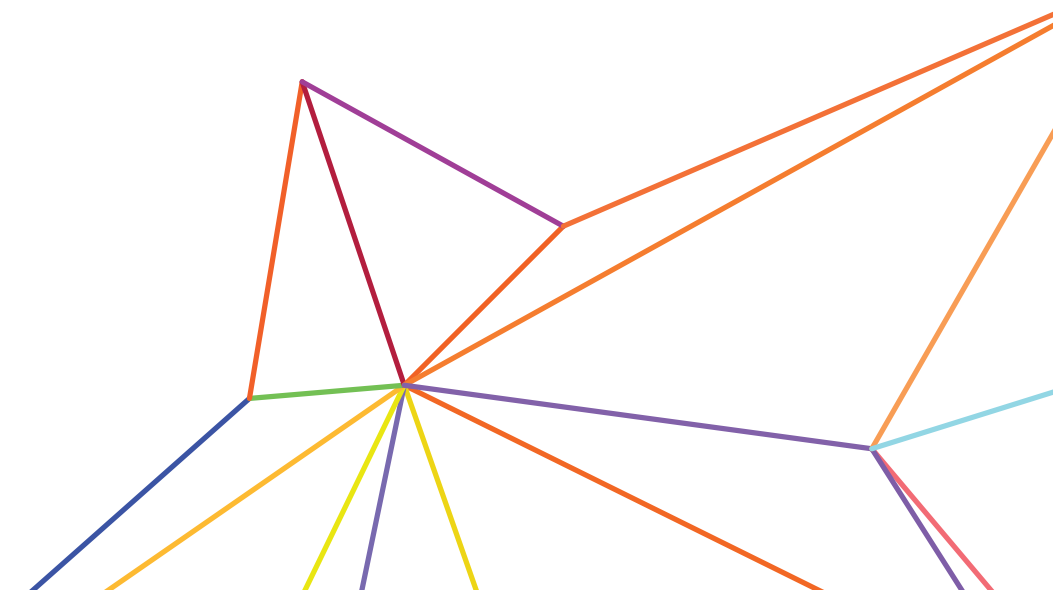


Không gian sáng tạo đóng vai trò to lớn trong việc phát triển nền kinh tế sáng tạo, sử dụng không gian thực và ảo để kết nối và phát triển khâu tổ chức, nhằm hỗ trợ cá nhân, các tổ chức, doanh nghiệp và các dự án trong thời gian ngắn hạn hoặc dài hạn với mục tiêu:

- ✓ Tạo quan hệ hợp tác, kết nối mạng lưới và phát triển kỹ năng
- ✓ Kết nối và hợp tác với các trung tâm nghiên cứu và phát triển, các học viện, các ngành nghề sáng tạo và ngoài sáng tạo
- ✓ Truyền thông và thu hút lượng công chúng rộng hơn, xây dựng cơ hội kết nối số toàn cầu
- ✓ Tôn vinh và hoan nghênh các tài năng mới
- ✓ Nói rộng các giới hạn thực hành hiện có, chấp nhận rủi ro để hướng đến sự đổi mới

CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA LÀ ĐIỂM NHẤN CỦA NỀN KINH TẾ THẾ GIỚI TRONG THẬP KỶ QUA

Chính phủ đã thể hiện quyết tâm phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam qua Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, được Thủ tướng chính phủ phê duyệt qua Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/09/2016.



Phát triển các ngành kinh tế văn hóa Việt Nam bao gồm:



(Theo Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, do Thủ tướng phê duyệt vào tháng 9 năm 2016)



Mục tiêu:

2020:

Tập trung phát triển một số ngành sẵn có lợi thế, tiềm năng, gồm: Điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, quảng cáo, thủ công mỹ nghệ, phần mềm và các trò chơi giải trí, truyền hình và phát thanh, thời trang, du lịch văn hóa.

Định hướng và từng bước phát triển các ngành: Kiến trúc, thiết kế, xuất bản, mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm trở thành những ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, đóng góp tích cực, hiệu quả vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.



2030:

Phát triển đa dạng, đồng bộ và hiện đại tất cả các ngành công nghiệp văn hóa một cách bền vững, được ứng dụng công nghệ tiên tiến; các sản phẩm, dịch vụ văn hóa có thương hiệu uy tín trong khu vực và quốc tế, đạt tiêu chuẩn của các nước phát triển và tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị sản phẩm, dịch vụ văn hóa toàn cầu.



Nhiệm vụ và giải pháp:

- Đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức
- Hoàn thiện cơ chế, chính sách
- Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực
- Tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ
- Thu hút và hỗ trợ đầu tư
- Phát triển thị trường
- Mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế

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

