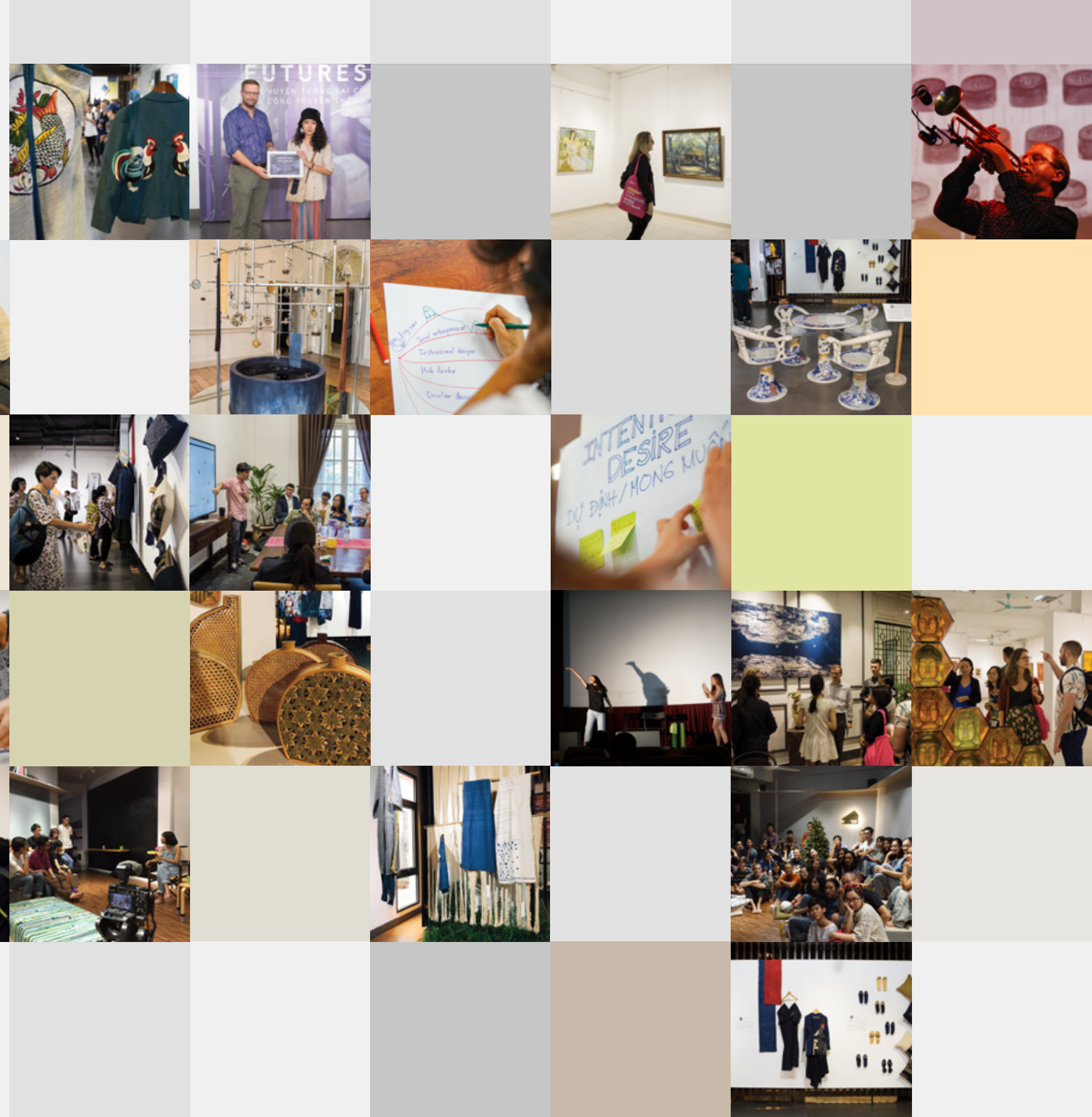


BÁO CÁO NGHIÊN CỨU

Vai trò của Không gian Văn hóa Sáng tạo trong nền kinh tế sáng tạo và những đóng góp tiềm năng vào việc thực thi Chiến lược Quốc gia về Phát triển ngành Công nghiệp Văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn 2030.





Hội đồng Anh tại Việt Nam thông qua sự tài trợ của Liên minh Châu Âu triển khai dự án mang tên “**Không gian Văn hóa Sáng tạo Việt Nam**” trong ba năm từ 2018 tới 2021.

Trong khuôn khổ dự án, trong tháng 11/2018, dự án sẽ tổ chức một buổi hội thảo quốc gia về Vai trò của Không gian Văn hóa Sáng tạo trong nền kinh tế sáng tạo và những đóng góp tiềm năng vào việc thực thi Chiến lược Quốc gia về Phát triển ngành Công nghiệp Văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn 2030. Báo cáo này ra đời như một tài liệu tham gia vào nội dung thảo luận tại hội thảo trên.

Báo cáo này được thực hiện bởi nhóm nghiên cứu độc lập với 6 hợp phần công việc:

- 1/ Rà soát nội dung các nghiên cứu của Hội đồng Anh đã thực hiện gần đây về các KGVHST tại Việt Nam để thu thập những hiểu biết và thông tin cập nhật nhất về tình hình hoạt động của các KGVHST tại Việt Nam;
- 2/ Rà soát nội dung các chính sách, báo cáo và xuất bản có liên quan đến các không gian văn hóa sáng tạo và nền kinh tế sáng tạo của các bên có liên quan khác;
- 3/ Phỏng vấn và trao đổi cụ thể với nhà báo và tư vấn truyền thông độc lập

Trương Uyên Ly về đóng góp của các KGVHST vào nền kinh tế sáng tạo;

4/ Tham vấn và trao đổi cụ thể với các ban, ngành, cơ quan quản lý nhà nước có liên quan về việc triển khai thực hiện Chiến lược quốc gia phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, cụ thể là về tiến độ và kết quả triển khai các nhiệm vụ đề ra trong chiến lược;

5/ Trao đổi với các trường hợp “tiêu điểm” nằm trong danh mục các không gian văn hóa sáng tạo được nhắc đến trong “Báo cáo về các không gian sáng tạo ở Việt Nam” của Trương Uyên Ly thực hiện năm 2018’;

6/ So sánh với nền tảng hiểu biết về ngành công nghiệp sáng tạo các nước cũng như ngành công nghiệp đối mới sáng tạo tại Việt Nam để đưa ra một số khuyến nghị ban đầu.

Báo cáo được thực hiện bởi nhà nghiên cứu độc lập Trần Vũ Nguyên và trợ lý nghiên cứu Ngô Lê Uyên Ly trong tháng 10.2018. Báo cáo này dựa trên các cuộc phỏng vấn và thảo luận cũng như những nghiên cứu, thống kê và đúc kết thu được từ các báo cáo toàn diện về Không gian Sáng tạo Việt Nam do UNESCO và Hội đồng Anh thực hiện cùng các chuyên gia tư vấn trong nước.



©Nhà Nam

NHỮNG ĐIỂM CHÍNH CỦA BÁO CÁO: SỰ TRƯỞNG THÀNH CỦA HỆ SINH THÁI KHÔNG GIAN VĂN HÓA SÁNG TẠO TẠI VIỆT NAM

Điểm nổi bật, là sự phát triển của các không gian văn hóa sáng tạo tại Việt Nam ở thời điểm năm 2018 đã trưởng thành hơn rất nhiều so với thời điểm so sánh là năm 2014. Sự trưởng thành này có thể được đo đếm bằng số lượng lẫn chất lượng. Số lượng bao gồm sự xuất hiện của các không gian mới, sự tham gia của các bên liên quan, bao gồm các tổ chức nhà nước, các cơ quan phát triển quốc tế, các thành tố doanh nghiệp tư nhân và các cá nhân ở nhiều lĩnh vực khác nhau. Chất lượng bao gồm sự thay thế các mô hình không gian văn hóa sáng tạo kiểu cũ đã thoái trào bằng các mô hình mới hơn, đáp ứng đúng nhu cầu xã hội hơn cũng như chất lượng của mối liên kết giữa các không gian này, tạo ra sự chuyển dịch từ chỗ chỉ “điểm danh” các không gian này vào năm 2014 chuyển thành việc “tìm kiếm các mối liên hệ trong hệ sinh thái không gian văn hóa sáng tạo tại Việt Nam”.

Đóng góp của các không gian này, cũng được ghi nhận một cách tương đối đầy đủ trong các báo cáo của nhà nghiên cứu độc lập Trương Uyên Ly, cả về ngắn hạn lẫn dài hạn. Về ngắn hạn, có thể làm thay đổi diện mạo của một thành phố (như Đà Nẵng), một cộng đồng vật lý (như Hanoi Creative city) hoặc một cộng đồng trực tuyến (như Hanoi Grapevine). Về dài hạn, có thể nâng cao văn hóa đọc của xã hội nói chung (các đường sách, phố sách), xây dựng một thể hệ nghệ sĩ mới chuyên nghiệp và bán chuyên nghiệp (như trung tâm điện ảnh TPD hoặc không gian đào tạo nghệ thuật Tỷ Toáy).

Sự trưởng thành cả về chất và lượng này chứng tỏ những nỗ lực và tác động của “Chiến lược quốc gia phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030” lẫn những nỗ lực của nhiều bên khác nhau, trong đó có Hội đồng Anh tại Việt Nam và Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam (VICAS). Tuy nhiên, trên thực tế, văn bản này còn mang nặng ảnh hưởng của ngành văn hoá, văn nghệ, nên ít nhiều chưa làm nổi bật đặc tính kinh tế của công nghiệp văn hoá – công nghiệp sáng tạo. Mặc dù vậy, đây là những nỗ lực ban đầu để công nhận và làm tiền đề cho hệ thống pháp lý hỗ trợ cho công nghiệp sáng tạo. Đây mới là một chiến lược chung, chưa phản ánh đầy đủ hệ thống hoạt động và giải pháp cho từng ngành công nghiệp sáng tạo.

Để có tính thực tiễn cao hơn, cần có những đề án mang tầm quốc gia một cách cụ thể cho từng ngành, từng nghề trong lĩnh vực văn hóa sáng tạo nói chung mà các không gian văn hóa sáng tạo chính là điểm tựa của các hoạt động này với sự tham vấn của các chuyên gia thực hành. Sự liên kết giữa các bên liên quan trong hệ sinh thái văn hóa sáng tạo có thể tham khảo cách phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, vốn đang phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam.



© The Painter Studio

PHẦN I: TOÀN CẢNH



© Work Room Tour

1. ĐỊNH NGHĨA

Tại Việt Nam, ‘công nghiệp sáng tạo’ hay nền kinh tế sáng tạo là một khái niệm mới chưa được sử dụng chính thức trong các văn bản hành chính của Nhà nước. Khái niệm về không gian sáng tạo gắn liền với công nghiệp sáng tạo thậm chí còn mới hơn.

Có lẽ, thuật ngữ “không gian sáng tạo” xuất hiện lần đầu tiên là tại chương trình toàn cầu “Kinh tế Sáng tạo” của Hội đồng Anh, được triển khai tại Việt Nam vào năm 2014. Theo đó, không gian 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.” (Định nghĩa không gian sáng tạo, Bộ công cụ không gian sáng tạo Hubkit, Hội đồng Anh),

Mặc dù khái niệm ‘Không gian văn hóa sáng tạo’ (viết tắt là KGVHST) chưa được chấp nhận và sử dụng một cách chính thức trong các văn bản hành chính, pháp luật, nhưng nhận thức về các không gian sáng tạo và kinh tế sáng tạo đã bắt đầu xuất hiện nhiều hơn. Các phương tiện thông tin đã bắt đầu dùng khái niệm này để mô tả các địa điểm hoạt động văn hóa, sáng tạo.

2. BỐI CẢNH CỦA THẾ GIỚI

Việc xây dựng và vận hành những KGVHST là một ý tưởng mới, hầu hết được thành lập từ những năm đầu của thế kỷ 21.

Đặc điểm chính của các không gian sáng tạo ở các nước châu Âu là chúng có mối liên hệ chặt chẽ với thực tiễn xã hội, văn hóa và kinh tế địa phương, phản ánh các cộng đồng sáng tạo mà chúng là một phần trong cộng đồng đó (Andy, P., 2017).

Theo báo cáo của Giáo sư Andy Pratt (2017), phần lớn các không gian sáng tạo ở châu Âu đều được tài trợ bởi chính phủ. Ở những nước này, ngoài sự thành lập, đầu tư trực tiếp,



© Hand Rock City

chính phủ cũng quan tâm đến việc quy hoạch và phân bổ không gian làm việc, các studio cho các nghệ sĩ và các doanh nghiệp sáng tạo.

Tại Việt Nam, bức tranh về không gian sáng tạo có sự tương phản với sự đầu tư, tham gia hay hỗ trợ ít ỏi từ nhà nước. Vai trò này phần lớn được đảm nhiệm bởi các tổ chức phi chính phủ nước ngoài (NGO), các cá nhân định cư ở nước ngoài, và những người làm việc trong lĩnh vực bất động sản, hoặc tự thân các cá nhân hoạt động trong lĩnh vực văn hóa sáng tạo. Vì những khác biệt mang tính bản chất này, cần thận trọng khi áp dụng các bài học hay các mô hình tiêu biểu từ môi trường này vào một môi trường khác.



© Hanoi Rock City

3. BỐI CẢNH Ở VIỆT NAM

Vào những năm 1990 hay đầu năm 2000, rất nhiều không gian và sự kiện về sáng tạo và thể nghiệm nghệ thuật mới được tài trợ và phụ thuộc vào các tổ chức văn hóa như Trung tâm văn hóa Pháp, Viện Goethe, Hội đồng Anh, hay Quỹ Ford. Bối cảnh này đang thay đổi và các không gian trở nên độc lập hơn (Ly, T. U., 2014). Hiện nay, phần lớn các KGVHST đều hoạt động độc lập, thường được sáng lập, vận hành hoặc dẫn dắt bởi các cá nhân nghệ sỹ hoặc người thực hành nghệ thuật và sáng tạo. Ngoài các không gian sáng tạo phụ thuộc một phần như Life Art/ Black Box (hoạt động như một doanh nghiệp xã hội, nhận tài trợ từ một số tổ chức NGO) cho một số dự án sân khấu, còn lại hầu hết các khóa học được tổ chức từ các ngân sách của Life Arts với sự đóng góp từ người tham dự và các tình nguyện viên trẻ). Một số không gian khác hoạt động độc lập bằng 100% vốn của chủ sở hữu người Việt Nam, như Manzi Art Space and café, Heritage Space tại Hà Nội và Nhà Ga 3A thành phố Hồ Chí Minh (tham khảo thêm các báo cáo của nhà báo, chuyên gia tư vấn truyền thông Trương Uyên Ly thực hiện vào năm 2014 và 2018).

Các trung tâm sáng tạo tại Việt Nam và cộng đồng xung quanh đang phát triển ngày một lớn mạnh hơn trong một phong trào rất mạnh mẽ. Theo các báo cáo của Trương Uyên Ly (2014, 2018), từ 40 không gian được định vị vào năm 2014, đến năm 2018 con số này đã tăng lên hơn 140 không gian sáng tạo, với tổng số hơn 2 triệu lượt “Like” trên các trang Facebook của họ. Tuy nhiên, vấn đề liên quan đến số lượng chính xác người tham gia chưa đề cập đến sản lượng kinh tế của họ, do đó, cần tìm hiểu thêm thông tin về vấn đề

này để có cơ sở dữ liệu làm căn cứ, định hướng chính xác để phát triển những quyết sách có ảnh hưởng sâu rộng hơn. So với năm 2014, các không gian cũng đa dạng hơn về lĩnh vực và lan rộng hơn về địa lý.

Một đặc điểm nổi bật khác của các KGVHST ở Việt Nam được đề cập trong hầu hết các báo cáo là sự đa dạng. Các không gian này không chỉ cố định là các địa điểm thực hay/và trực tuyến. Những không gian này có thể là một tổ hợp/nhóm hoặc một chương trình/lễ hội với đặc điểm linh hoạt, không cố định tại một địa điểm cụ thể, mà tùy chủ đề, điều kiện mà thường xuyên thuê hoặc mượn chỗ để tổ chức sự kiện. Một số không gian sáng tạo có thể dịch chuyển từ nơi này sang nơi khác, ví dụ như Về Kế chuyện, The Onion Cellar, Bảo tàng thấu cảm, Dự án Gieo, Quest Festival, Gingerwork...

Người nghiên cứu nhận ra rằng việc mô tả một cách chi tiết bức tranh toàn cảnh của KGVHST ở Việt Nam ngắn gọn trong các báo cáo này là không thể vì tính chất phức tạp cũng như sự đa dạng của bối cảnh sáng tạo. Mỗi không gian là một tổ chức độc lập có cá tính riêng trong lĩnh vực mà không gian hoạt động, với nhiều đặc điểm và nền tảng riêng biệt (cá tính của người sáng lập, thời gian, địa điểm, thành lập như thế nào, nguồn thu nhập từ đâu, được vận hành như thế nào, cộng đồng tham gia là ai).

Sự đa dạng về chức năng, chủ đề, cách tổ chức của mỗi không gian cùng với sự độc đáo đặc thù riêng khiến việc phân loại, định nghĩa rõ ràng các không gian sáng tạo rất khó. Những không gian này có thể là một văn phòng làm việc chung và kết nối những người cùng sở thích – Up, The Start Centre, Work Saigon; cơ sở đào tạo - Học viện ADC; quỹ đầu

tư và văn phòng làm việc chung - Saigon Co-working, Danang Co-working Space; nơi dành cho tất cả những ý tưởng sáng tạo mới -Saigon Outcast, Hanoi Rock City; diễn đàn về thông tin văn hóa sáng tạo trực tuyến – All About Art and Artist, Soi, Hanoi Grapevine; hay địa điểm gặp gỡ chia sẻ về những chủ đề liên quan đến văn hóa nghệ thuật sáng tạo của tất cả những ai yêu mến các lĩnh vực này – Cà phê thứ bảy.

Đặc điểm, hoạt động chính và sự phân bố của các KGVHST tại Việt Nam cũng thay đổi theo không gian, tùy theo đặc thù địa phương, phù hợp với tính chất của bối cảnh văn hóa nghệ thuật và cộng đồng sáng tạo tại địa phương đó. Theo báo cáo của Trương Uyên Ly (2018), đa phần các không gian ở những thành phố lớn đóng vai trò là các hub về kinh tế-xã hội (Hà Nội, tp.HCM, Hải Phòng, Huế, Đà Nẵng) thực hiện chủ yếu những hoạt động liên quan đến nghệ thuật đương đại và các dịch vụ sáng tạo như không gian làm việc chung, vườn ươm doanh nghiệp, công nghệ. Trong khi đó, các không gian ở những địa phương như Quảng Nam, Hòa Bình, Gia Lai, Buôn Ma Thuột lại thiên hơn vào việc bảo tồn văn hóa dân tộc, di sản bản địa, phát triển nền công nghiệp văn hóa gắn liền với du lịch và nuôi dưỡng văn hóa cộng đồng.

Theo đặc điểm phân tách trong hệ thống quản lý tại Việt Nam (các Bộ quản lý các ngành riêng biệt), các KGVHST có thể được chia thành hai loại chính: loại 1: đa số là các không gian văn hóa và nghệ thuật, loại 2: các không gian dành cho những ngành khác (thiết kế trò chơi, ứng dụng, phần mềm, công nghệ,..., đặc biệt là dành cho cộng đồng khởi nghiệp và một nhóm đối tượng mới được định danh là du mục kỹ thuật số (dịch từ tiếng Anh: digital nomads – những người di chuyển và làm việc trên nền tảng internet).

Điểm sáng rõ rệt của bức tranh toàn cảnh này, là từ những bước ban đầu chỉ là nỗ lực xác định sự tồn tại của các không gian này, thì đến nay đã từng bước hình thành các kết nối liên quan giữa các bên, tạo ra sự giao thoa của cộng đồng những người chủ trì các không gian văn hóa sáng tạo cũng như các thành tố khác được gọi là hệ sinh thái không gian văn hóa sáng tạo Việt Nam. Điểm nhấn của hệ sinh thái này, là Sáng kiến Liên minh Không gian văn hóa Sáng tạo Việt Nam (Vietnam Creative Hubs Initiative) đã chính thức được giới thiệu tại hội thảo ngày 10.08.2018 vừa qua với nhóm sáng lập bao gồm VICAS Art Studio, Trung tâm hỗ trợ tài năng điện ảnh TPD, Hanoi Grapevine, Heritage Space, Vườn ươm doanh nghiệp Đà Nẵng DNES.

Sự tham gia bằng nhiều cách khác nhau của những tổ chức nhà nước, cơ quan quốc tế và các tổ chức xã hội vào bức tranh chung của KGVHST cũng tạo ra những chuyển động tích cực. Ví dụ: Ủy ban nhân dân tỉnh Daklak và tỉnh Đồng Tháp cho mượn không gian công sản để làm không gian sáng tạo; đại sứ quán Israel cung cấp các khóa tập huấn ngắn ngày tại Israel cho lãnh đạo các KGVHST, chính phủ Thụy Sĩ thông qua chương trình Swiss EP cử chuyên gia quốc tế đến hỗ trợ công tác vận hành cũng như xây dựng cộng đồng ở các KGVHST khắp ba miền hoặc Ngân hàng Phát triển Châu Á ADB cũng cung cấp hỗ trợ trực tiếp và gián tiếp thông qua việc tài trợ các hoạt động phát triển cộng đồng. Ngoài ra, nhiều trường đại học cũng từng bước xây dựng – hoặc liên kết xây dựng không gian văn hóa sáng tạo của riêng mình, chẳng hạn đại học Bách khoa Hà Nội với BK-UP.

Một khía cạnh khác, là việc các KGVHST chủ động tìm kiếm mô hình pháp lý để vận hành không gian của mình cũng khá thú vị: mô hình hợp tác công tư, mô hình doanh nghiệp xã hội, công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn hoặc doanh nghiệp tư nhân...

Điểm để nhận ra cuối cùng, là nhiều KGVHST sau một thời gian vận hành tích cực với các tài trợ hoặc vốn tự có của các thành viên sáng lập thì không có điều kiện phát triển bền vững và từng bước biến mất khỏi bản đồ KGVHST: Toa Tàu, nhà ga 3A... nhường chỗ cho những không gian mới khác.



© British Council

PHẦN II: CHỨC NĂNG, VAI TRÒ CỦA CÁC KGVHST

TRONG VIỆC ĐÓNG GÓP VÀO SỰ PHÁT TRIỂN CỦA NỀN KINH TẾ SÁNG TẠO TẠI VIỆT NAM VÀ CÁC THÁCH THỨC

1. CHỨC NĂNG

Các KGVHST tại Việt Nam bao gồm nhiều mô hình kinh doanh khác nhau, nhưng tập trung chủ yếu vào chức năng cung cấp không gian làm việc thuận lợi với giá cả hợp lý, hoặc là ưu tiên cho việc kết nối và gặp gỡ của những cá nhân quan tâm đến hoặc hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo. Chức năng này gần giống với định nghĩa của một co-working space (không gian làm việc chung), nghĩa là bao gồm một không gian làm việc vật lý và một cộng đồng có nhiều hoạt động tương tác với nhau. Đối với các không gian này, dù là mô hình kinh doanh quản lý tài sản, hay ưu tiên cho việc quản lý các hoạt động và đào tạo, nhằm tạo ra lợi nhuận hoặc ít nhất không bị thua lỗ để duy trì hoạt động thì mục tiêu chính vẫn là nhằm phát triển một hình thức nghệ thuật, duy trì sức sống của một loại hình văn hóa, mở ra một diễn đàn để thảo luận và phát triển cộng đồng sáng tạo /khán giả tiềm năng thông qua giáo dục và chia sẻ. Một chức năng khác thường gặp, là nơi tổ chức các cuộc triển lãm, giới thiệu tác phẩm mới, biểu diễn tác phẩm nghệ thuật và có thể kiêm luôn chức năng bày bán, tư vấn và kiểm định tác phẩm nghệ thuật.

Các KGVHST là một phần của cơ sở hạ tầng xã hội, hạ tầng văn hóa và đóng vai trò nền tảng của nền kinh tế sáng tạo. Tuy nhiên, tính chất cụ thể của vai trò này là khác nhau, tùy thuộc vào bối cảnh địa phương mà các KGVHST có các chức năng riêng.

Thứ nhất, KGVHST đóng vai trò như một địa điểm cung cấp một môi trường thuận lợi, giàu tính khuyến khích để các

cá nhân sáng tạo hoặc nghệ sĩ có thể thực hiện các hoạt động. Các không gian này có diện tích và quy mô hoạt động rất khác nhau, phụ thuộc cộng đồng văn hóa sáng tạo và lượng khán giả tiềm năng. Nhu cầu của những người trong ngành cũng thường thay đổi nhanh chóng, và tùy thuộc vào từng dự án cụ thể. Do đó, xây dựng một không gian có tính linh hoạt, có khả năng mở rộng về mặt quy mô, thay đổi công năng và khả thi về mặt kinh tế là một bài toán đầy thách thức đối với các nhà quản lý không gian sáng tạo.

Để giải quyết bài toán trên, việc quan trọng đầu tiên là các doanh nghiệp sáng tạo cần được đảm bảo về quyền sở hữu và luôn có không gian để hoạt động ở những địa điểm phù hợp. Tuy nhiên, chính quyền địa phương và các nhà hoạch định chính sách thường bỏ qua nhu cầu tiên quyết này và phân bổ các hoạt động sáng tạo trong các khu vực có không gian hạn chế hoặc mang tính tạm thời; đôi khi, buộc họ phải di dời khi giá mặt bằng tăng cao, hoặc sử dụng sự sáng tạo vào những công việc chân tay nặng nhọc nhằm cải tạo các tòa nhà, và không đem lại bất kỳ lợi ích nào.

Một điểm thú vị là sự giao thoa giữa không gian làm việc chung và không gian văn hóa sáng tạo. Với nền tảng là những người thực sự biết làm kinh doanh và luôn muốn xây dựng cộng đồng, nên các không gian làm việc chung này có sự tự chủ tài chính và cách điều hành có phần “it nghệ sĩ” hơn các không gian được tạo ra bởi những nghệ sĩ thực thụ.

Chẳng hạn, Không gian làm việc chung của Vườn ươm Doanh nghiệp Đà Nẵng DNES – một doanh nghiệp hợp tác công tư - không chỉ là văn phòng làm việc, mà nói như cách

nhà nghiên cứu Trương Uyên Ly, là đã góp phần “thay đổi danh tính của thành phố Đà Nẵng”, chuyển mình thành một thành phố khởi nghiệp sáng tạo. Không gian này, được ông Phạm Đức Nam Trung – giám đốc DNES, nói vui là “phòng tiếp khách quốc tế của thành phố”, bởi hầu hết các đoàn đại biểu cấp cao đến Đà Nẵng đều muốn ghé tham quan, gặp gỡ cộng đồng sáng tạo trẻ và thậm chí, như chủ tịch toàn cầu của Ngân hàng Phát triển Châu Á ADB hoặc bộ trưởng Ngoại giao và Thương mại Úc còn dành hẳn một buổi để giao lưu chia sẻ với hơn 300 người trẻ ở không gian này. Những ấn tượng này kéo theo nhiều hỗ trợ đặc biệt khác của các tổ chức quốc tế, các chương trình hợp tác của các nước dành cho đối mới sáng tạo của Đà Nẵng.

Thứ hai, KGVHST có chức năng kết nối giữa những người trong ngành và là một địa điểm phù hợp cho các dịch vụ cộng đồng. Chính vì vậy, người quản lý không gian thường có xu hướng cẩn thận trong việc lựa chọn những đơn vị thuê mặt bằng mới, quản lý những đơn vị đang sử dụng mặt bằng, phát triển các hoạt động như hội thảo, khóa tập huấn, các cuộc triển lãm, và thu hút khán giả, cũng như kết nối với các cộng đồng trong nước và mở rộng các mối quan hệ hợp tác khác. Nhưng họ luôn ý thức rằng linh hồn của một KGVHST phải là một cộng đồng, nên việc thường xuyên tổ chức các hoạt động cộng đồng, tìm kiếm cộng đồng từ xa đến kết nối luôn là công việc của những người vận hành không gian.

Một ví dụ khác là không gian Gofish (Hội An). Với nền tảng của hai thành viên sáng lập rất khác nhau: một nghệ sĩ theo loại hình sắp đặt là Bùi Công Khánh và một nhà hoạt động xã hội theo đuổi các hoạt động hướng về giáo dục cộng đồng Đặng

Hương Giang, cách tiếp cận của họ đa chiều, kết hợp với những nền tảng / chương trình hoạt động khác nhau để tạo ra một sân chơi thú vị, đa màu sắc cho Hội An. Chẳng hạn, ngoài các buổi nói chuyện chuyên đề của các khách mời – như nhà nghiên cứu Huỳnh Ngọc Trảng nói về tập tục văn hóa ngày tết – thì họ cũng tự tổ chức trưng bày các tác phẩm nghệ thuật của mình và bạn bè, để mọi người dân Hội An cũng như du khách có thể ghé tham quan và thưởng lãm. Gofish lại kết hợp với Đại học Không gian đường - một dự án về service learning (day học thông qua các công việc cùng làm với cộng đồng và hướng đến cộng đồng) để mang các thanh niên trẻ từ mọi miền đất nước về đây, vừa được học về nghệ thuật, vừa tương tác với những người dân có tuổi đời cao tại địa phương để có những tương tác khác nhau. Đến giờ, Gofish đã trở thành một “điểm dừng chân” của giới nghệ sĩ trong và ngoài nước khi đến Hội An.

Thứ ba, KGVHST có chức năng tạo kết nối giữa những người với những chuyên môn khác nhau để tạo ra những sản phẩm mới theo hướng liên kết đa ngành. Chẳng hạn, UP coworking space nổi dài là UP creative hub (Hà Nội) tạo môi trường cho các nghệ sĩ gặp gỡ những kỹ sư phần mềm, những doanh nhân khởi nghiệp. Ba nhóm đối tượng này đã từng kết hợp thành công trong việc tạo ra những sản phẩm rất sáng tạo gồm cả ba thành tố của nghệ thuật, công nghệ và kinh tế. Doanh nghiệp đồng hồ Curnon là một ví dụ điển hình.



Tỷ Toáy bắt đầu với một xưởng dạy “nghịch với màu” cho trẻ em phát triển các kỹ năng mỹ thuật khác nhau do một cặp vợ chồng nghệ sĩ mở ra. Sau dần, mô hình này được xã hội chấp nhận (thông qua một chỉ số là lương phụ huynh sẵn sàng trả tiền cho các lớp học) đã phát triển thành một chuỗi, liên kết với nhiều nghệ sĩ hướng dẫn hơn và dần mở rộng ra các loại hình trị liệu nghệ thuật khác nhau dành cho các đối tượng khác nhau. Tỷ Toáy không đo đếm, nhưng tác động xã hội của các lớp học này hẳn là không nhỏ đối với việc phát triển của một thế hệ học sinh – nghệ sĩ mới.

2. VAI TRÒ

Các KGVHST đang ngày càng phát triển một cách mạnh mẽ và đóng vai trò tích cực trong việc xây dựng hệ sinh thái sáng tạo bằng cách tạo ra một môi trường thân thiện và an toàn, khuyến khích tương tác giữa con người để mọi người có thể gặp gỡ, trao đổi ý tưởng, và thách thức những giới hạn tồn tại trong chính mình. Những không gian này đã chứng tỏ tiềm năng trong việc tham gia và hỗ trợ biểu đạt nghệ thuật cũng như phát triển các cơ hội để khán giả và các nghệ sĩ tiếp cận với đời sống văn hóa. Văn hóa, nghệ thuật không còn giới hạn trong những khái niệm nặng tính “hàn lâm”. Khán giả được tiếp cận nhiều hơn với các hoạt động văn hóa nghệ thuật, từ đó tạo ra những cộng đồng thông qua các sự kiện công cộng. Như vậy các không gian này tạo ra sự kết nối giữa những người làm trong lĩnh vực sáng tạo và những người quan tâm đến hoặc sử dụng sự sáng tạo, kể cả sự kết nối với chính quyền.

Qua trao đổi chính thức với người nghiên cứu, ông Lê Quốc Vinh - chuyên gia truyền thông, Chủ tịch CLB Doanh nhân Sáng tạo Việt Nam, các không gian này đã tạo ra “một bức tranh rõ ràng hơn cho cộng đồng, các nhà quản lý và các bên liên quan nhìn thấy rõ nét hơn hình hài và triển vọng của ngành công nghiệp sáng tạo”.

Ngoài việc tạo ra nhiều việc làm, một trong những đóng góp nổi bật của các KGVHST thể hiện ở việc cải thiện những giá trị văn hoá và tên tuổi, danh tính của thành phố trên thị trường trong nước và quốc tế.

Về vai trò trên, qua trao đổi chính thức với nhà báo, chuyên gia tư vấn truyền thông Trương Uyên Ly – người đã thực hiện nhiều báo cáo liên quan đến KGVHST, cô cho rằng “một ví dụ điển hình là Zone 9 được sáng lập năm 2011. Trước Zone 9, đây là khu nhà bỏ hoang cũ kỹ. Khi có zone 9, địa điểm này trở thành nơi tập trung hơn 60 công việc kinh doanh, với hơn 1000 việc làm. Mỗi sự kiện thu hút hàng ngàn bạn trẻ. Hay như Nhà ga 3A, trước đây khu đất chỉ có nhà hàng, không có gì nổi bật hay đáng nhớ, nhưng Nhà ga 3A đã biến nơi đây thành một cụm các cửa hàng và gallery giới thiệu sản phẩm và thiết kế Việt Nam, trở thành một điểm đến của đông đảo các bạn trẻ, giới nghệ sĩ, khách du lịch. Tác động của cụm không gian này có thể mô tả là “lột xác” về mặt hình thức. Về mặt giá trị thì tăng lên gấp nhiều lần, địa chỉ 3A Tôn Đức Thắng không phải là quán cà phê, mà là tổ hợp phức tạp và tinh tế kết nối nhiều giá trị, bán được nhiều sản phẩm mang thương hiệu “made in Vietnam” hơn.

Điều đó tạo nên đẳng cấp, tạo dựng “thương hiệu” không



© British Council

chỉ cho nơi chốn đó, mà rộng lớn hơn là cho thành phố. Hay như Đà Nẵng, với DNES và các không gian sáng tạo đang tiếp tục xuất hiện, đang trở thành một điểm đến mới đầy hấp dẫn về khởi nghiệp sáng tạo của khu vực, không chỉ còn là một thành phố du lịch, một thành phố thịnh vượng ở miền Trung Việt Nam một cách chung chung nữa”.

Ý tưởng về một không gian nuôi dưỡng sự sáng tạo, nâng đỡ sự sáng tạo, kết nối sự sáng tạo ngày càng lôi cuốn được nhiều người quan tâm. Điều này đã trở thành đòn bẩy cho việc mạng lưới những người hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo và kinh doanh lĩnh vực này ngày một phát triển lớn hơn, và góp phần quan trọng vào sự phát triển chung của xã hội.

Trong báo cáo thực hiện năm 2014 của nhà báo Trương Uyên Ly, đa số những người sáng lập của các không gian sáng tạo rơi vào độ tuổi từ 20 - 50 tuổi. Jason Khải Hoàng - người đồng sáng lập Sài Gòn Hub mới chỉ ở độ tuổi 20. Ba trong số bốn người sáng lập của chương trình HATCH! đều dưới 25 tuổi (khi sáng lập chương trình này). Một trong số những người sáng lập của Saigon Co-working cũng chỉ dưới

25 tuổi. Được hưởng lợi từ sự phát triển nhanh chóng của internet và những nền tảng kết nối toàn cầu, trong thời điểm ngày càng có nhiều những luồng văn hóa mới đi vào Việt Nam, song song với việc văn hóa Việt Nam được giới thiệu ra thế giới, thế hệ này đã có cơ hội học hỏi về những nền văn hóa mới và những sáng tạo không có giới hạn của thế giới. Ở họ có sự tự tin và niềm đam mê đã trở thành một nguồn cảm hứng, khích lệ nhiều người trẻ tuổi khác theo đuổi giấc mơ, nỗ lực thực hiện ý tưởng nghệ thuật, kinh doanh một cách tự tin hơn và ít phụ thuộc vào cha mẹ mình hay những nguồn trợ giúp khác.

Nếu như HanoiGrapevine – một cổng thông tin điện tử theo đuổi việc cung cấp thông tin, bình luận nghệ thuật nhằm hỗ trợ các cộng đồng nghệ sĩ độc lập đến được với đông công chúng hơn, thì những dự án đường sách, phố sách của Le Media group cũng từng bước xây dựng văn hóa đọc và không gian văn hóa chung của xã hội. Những vai trò này, từng bước được xã hội và chính quyền nhìn nhận như những nỗ lực chung làm gia tăng hàm lượng văn hóa chung của đất nước.

Nhóm nghiên cứu nhận thấy những nỗ lực không ngừng nghỉ trên không gian trực tuyến để quảng bá cho những sự kiện của Heritage Space hay VICAS arts studio, Sàn Art... để mang khán giả đến tham dự các hoạt động nhằm động viên các nghệ sĩ. Họ cũng sử dụng các quan hệ cá nhân, những nhà đánh giá nghệ thuật danh tiếng để thúc đẩy thị trường nghệ thuật trong nước mà ở đó các nghệ sĩ trẻ bán được nhiều tác phẩm hơn, giá trị thị trường và nghệ thuật của các nghệ sĩ cũng tăng tốt hơn... VICAS arts studio, vốn không có kinh phí và biên chế hoạt động, đã thực sự “sống được” nhờ việc tìm kiếm nghệ sĩ trẻ có năng lực, thẩm định tranh và trở thành trung gian giới thiệu các tác phẩm này đến công chúng và cả giới sưu tập trong và ngoài nước. Trung bình một một tháng trung tâm này tổ chức một triển lãm, trung bình mỗi triển lãm bán được 1/5 tổng số tranh được trưng bày, các biệt có triển lãm bán được 1/3 số lượng tranh với đối tượng mua đa dạng không chỉ giới hạn là những nhà sưu tập trong và ngoài nước (Nguồn: VICAS Art Studio). Họ cũng dựa vào những mạng lưới quốc tế của mình để tạo ra các buổi giao lưu, học hỏi kinh nghiệm lẫn biểu diễn chung với các nghệ sĩ trong nước và quốc tế... Đây vốn là việc mà các tổ chức chính quy thuộc nhà nước chưa thực sự chú trọng thực hiện, hoặc không muốn thực hiện do đòi hỏi nhiều nỗ lực về cả tài chính và nhân sự. Các không gian makerspace như Fablab hay Creative lab by UP tạo điều kiện về mặt không gian, công cụ, máy móc và thiết bị để những “maker” – những nhà sáng chế có thể thử nghiệm ý tưởng - mà hiện nay không phải cơ sở nào trong hệ thống giáo dục chính thống có thể cung cấp được, kể cả một số trường đại học về kỹ thuật...

VICAS arts studio có một thống kê chưa đầy đủ về lượng khán giả mà mình đã trực tiếp mang đến, lên đến gần chục nghìn người; trong vòng 1 năm đi vào hoạt động, trung tâm có gần 2000 người theo dõi, trung bình mỗi sự kiện khai mạc (triển lãm, biểu diễn nghệ thuật) thu hút 80 – 150 người tới dự. Điểm thú vị, là khách thường làm ở đây không chỉ có người sành điệu, mà còn có cả học sinh, sinh viên và các đoàn hội khác nhau. Điều này làm thay đổi dần khái niệm “thường thức” văn hóa nghệ thuật đôi khi vẫn là “cao sang”, dành cho người “biết thưởng thức” hoặc có điều kiện kinh tế ổn định. Các KGVHST hiện nay mở cửa với tất cả các khán giả, thay đổi nhận thức cũng như lôi kéo sự tham gia của họ và

của cộng đồng để tạo ra những chương trình và ý tưởng gần gũi và thiết thực, cũng như cho cộng đồng có tiếng nói.

Việt Nam cũng đang chứng kiến một sự phát triển mới đầy hứng khởi là sự bùng nổ của các doanh nghiệp khởi nghiệp (startups), dẫn đến sự gia tăng các không gian làm việc chung và những người thúc đẩy, hỗ trợ khởi nghiệp. Các không gian này hỗ trợ các startups tìm kiếm những giải pháp cho những dự án kinh doanh và duy trì nguồn tài chính từ việc cung cấp các dịch vụ kế toán và quản lý, cũng như tư vấn về marketing, làm thương hiệu, và tư vấn đầu tư. Các hoạt động khởi nghiệp chính là dấu hiệu tích cực nhất cho công nghiệp sáng tạo tại Việt Nam, được chính phủ gần đây đánh giá là động lực của nền kinh tế chung, cơ sở quan trọng để tiến đến nền công nghiệp 4.0.

Nếu đặt những đóng góp của những KGVHST này vào trong chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa của quốc gia, sẽ dễ dàng nhận ra rằng cách phát triển theo mô hình “bottom up” – hướng từ dưới lên của cộng đồng, đang dẫn hướng cho các chính sách từ phía “head down” – hướng từ trên xuống của nhà nước.



© Xine House

PHẦN III: THÁCH THỨC VÀ TÍNH BỀN VỮNG

1. THÁCH THỨC

a) Thách thức chính đối với các không gian sáng tạo là **việc xây dựng lòng tin và sự hiểu biết giữa các nhà lãnh đạo chính phủ, chính quyền địa phương và các không gian này**. Đây là một lĩnh vực mới phát triển, thay đổi nhanh. Sự thiếu hiểu biết, cũng như việc thiếu cập nhật những dữ liệu và thông tin đáng tin cậy, dẫn đến tình trạng nhận thức có xu hướng nhanh tụt hậu hoặc dựa trên một sự hiểu biết đã lỗi thời, khiến quá trình đưa ra một chính sách thành công, có giá trị lâu dài, có tác động nhanh chóng là rất khó khăn. Thách thức đối với các chính trị gia, các nhà hoạch định chính sách, những người trong ngành và công chúng là phải hiểu rõ nền kinh tế sáng tạo và những tiềm năng của nó.

Thử thách này liên quan đến **việc định dạng của nền kinh tế sáng tạo**. Nhiều nhà hoạch định chính sách cho rằng các chính sách công nghiệp hiện tại và các chính sách văn hoá sẽ là đầy đủ. Tuy có sự tương đồng, nhưng những đặc điểm của nền kinh tế sáng tạo này không đồng nhất với chính sách công nghiệp và văn hoá của Chính phủ cũng như cách phân loại của các nhà nghiên cứu. Một mặt, điều này làm cho một số hoạt động **không được phân loại khi chúng rơi vào khoảng giữa** của các nhóm thống kê hoặc khái niệm; mặt khác, việc phân loại không hợp lý sẽ dẫn đến **tình trạng một số các hoạt động không nhận được sự hỗ trợ đầy đủ và phù hợp** từ các chính sách (Andy, 2017). Các nhà hoạch định chính sách và chính trị gia cần chú ý đến những nguy cơ này, và những hậu quả của chúng, bởi nếu không thì sẽ nảy sinh những vấn đề tương chừng như đơn giản và thông thường trong việc hỗ trợ và thúc đẩy sự đổi mới trong các chính sách công nghiệp hoặc văn hóa (Andy, 2017).

Do những không gian sáng tạo vẫn còn mới tại Việt Nam, không có tư cách pháp lý đặc thù nào dành cho những không gian này. Theo luật, tất cả các không gian này đều phải đăng ký hoạt động kinh doanh và đóng thuế theo nghĩa vụ. Các không gian vừa cố gắng để có thể tồn tại vừa theo đuổi những mục tiêu phát triển cộng đồng sáng tạo. Rất nhiều không gian sáng tạo gặp khó khăn trong việc hoàn thành nhiệm vụ của một doanh nghiệp và của cộng đồng, và họ thường mang những danh nghĩa khác nhau để phù hợp với những vai trò khác nhau tùy thuộc vào bối cảnh. Dưới hệ thống thuế và luật doanh nghiệp, họ có thể là “hộ kinh doanh gia đình”, “công ty trách nhiệm hữu hạn”, “công ty cổ phần” trong khi với cộng đồng, họ quảng bá cho mình như một tổ chức phi lợi nhuận, một tổ chức giáo dục, một tập hợp các nghệ sĩ, một không gian làm việc chung, hay chỉ đơn giản là một “không gian sáng tạo”. Việc đóng nhiều vai cùng một lúc đối với các không gian sáng tạo không phải là một việc dễ dàng.

Trước tiên, các không gian này đều là những doanh nghiệp rất nhỏ. Trong hoàn cảnh hiện tại, họ không thể cạnh tranh được với những công ty nhà nước để có được những đầu tư từ chính phủ. Thứ hai, những không gian này phải đóng thuế giống như các dạng doanh nghiệp khác, nhưng không phải không gian sáng tạo nào cũng hướng tới việc thu được lợi nhuận, và bởi rất nhiều không gian còn mới với thị trường, rất khó để có được thu nhập với số lượng nhỏ khách hàng/nhà cung cấp. Thứ ba, với danh nghĩa là một doanh nghiệp đôi khi bạn sẽ bị hạn chế khả năng làm việc. Các doanh nghiệp sáng tạo thường lựa chọn đăng ký với các hoạt động dịch vụ là chủ yếu (như quán cà phê) để có được giấy phép (sau đó họ có thể tổ chức một số hoạt động văn hoá như là các hoạt động bên lề hoặc mang tính tạm thời). Đây không phải là mục đích pháp lý ban đầu, cũng như là mục tiêu chính của các doanh nghiệp; kết quả là nền kinh tế sáng tạo bị kìm hãm. Đơn cử như trường hợp của Cà phê thú Bầy.

Ngoài ra, theo Giáo sư Andy Pratt trong báo cáo năm 2017, mức độ đón nhận của công chúng với các loại hình nghệ thuật đương đại phải tính đến sự công nhận của nhà



© British Council

nước, hoặc sự nhận biết thông qua các hình thức quảng bá và sự hỗ trợ của chính phủ đối với các giải thưởng dành cho các loại hình nghệ thuật và những nghệ sĩ chuyên nghiệp. Sự thừa nhận này rất quan trọng, nhưng vẫn có ý kiến cho rằng việc công nhận này còn nhiều hạn chế, và do đó nó sẽ kìm hãm việc cân nhắc và chấp nhận các loại hình nghệ thuật mới. Nhiều lĩnh vực sản xuất thủ công đã nhận được sự công nhận này. Việc các ngành công nghiệp sáng tạo được công nhận vẫn còn là một thách thức dù những yếu tố này tác động trực tiếp đến sự phát triển của các hoạt động nghệ thuật, và các không gian sáng tạo.

Tuy nhiên, mức độ ảnh hưởng này khác nhau tùy theo từng địa phương và các điều kiện, nguồn lực, bối cảnh phát triển của nền kinh tế sáng tạo tại địa phương đó. Theo thông tin được cung cấp bởi nhà báo Trương Uyên Ly, ở một số nơi mà điều kiện kinh tế còn khó khăn, ít được tiếp cận với các nguồn lực thì sự công nhận như giải thưởng thậm chí mang tính đối đãi, như anh Y Thái Ê Ban người Ê-đê sống ở Ban Mê Thuột được thành phố trao giải nhất cuộc thi tạc tượng, từ đó được biết tới, có thêm nguồn thu nhập đáng kể so với mức thu nhập của một người nông dân trồng cà phê quy mô nhỏ. Còn ở những thành phố lớn như Hà Nội hay thành phố Hồ Chí



© British Council

Minh, nơi tập trung nhiều nguồn lực hơn, đa dạng hơn thì có những giải thưởng/sự công nhận nếu không được quảng bá, truyền thông về giá trị thì cũng khó mà thuyết phục hoặc gây được sự chú ý của khán giả/khách hàng. Chẳng hạn như một họa sỹ có tranh tham gia rất nhiều triển lãm trong nước, ngoài nước, với người ngoài, khi tìm hiểu về anh ta, nếu không có sự truyền thông hay giao tiếp, sẽ khó mà biết trong số nhiều triển lãm ấy thì đâu là triển lãm chứng tỏ đẳng cấp và tay nghề của họa sỹ đó.

b) Hầu hết các báo cáo đều đưa ra một trong những thách thức lớn nhất đối với các KGVHST là **quy trình kiểm duyệt, cấp phép tổ chức sự kiện** gần như hoàn toàn chủ quan, không chắc chắn và phụ thuộc vào các mối quan hệ cá nhân hiện nay. Điều này giúp ích khá nhiều cho một số không gian, nhưng lại là một vật cản lớn với hầu hết các không gian sáng tạo. Trong khi các không gian làm việc chung, vườn ươm, các không gian công nghệ thông tin không coi việc kiểm duyệt hay giấy phép là thách thức thì đây lại là quy trình gây khó khăn nhất đối với các không gian nghệ thuật và văn hóa.

Theo báo cáo của nhà nghiên cứu Trương Uyên Ly năm 2018, trong số 10 không gian nghệ thuật và văn hóa được phỏng vấn cho nghiên cứu của cô, 7 không gian gặp phải khó khăn với việc cấp phép hoặc kiểm duyệt. Theo cô, các vấn đề liên quan có thể là: thời gian xin giấy phép, tính chất “nhạy cảm” của các tác phẩm nghệ thuật, và lý lịch “nhạy cảm” của chính các nghệ sỹ, liệu dự án có “yếu tố nước ngoài” hay không.

Những không gian sáng tạo thường tổ chức rất nhiều sự kiện để tạo ra mạng lưới và kết nối. Sự kiện là hoạt động thiết yếu của các không gian này. Chính vì thế mà việc cấp phép và kiểm duyệt sự kiện là một trong những công tác có ảnh hưởng nhất, cũng quan trọng như nguồn oxy với sự sống còn của các không gian sáng tạo vậy. Các doanh nghiệp nhận xét rằng khung pháp lý dành cho các doanh nghiệp văn hoá và sáng tạo là phức tạp và không thống nhất. Quy trình nhận hồ sơ và xử lý của cơ quan chức năng có thể là khác nhau với các không gian sáng tạo khác nhau, các trường hợp khác nhau, tùy thuộc vào nhiều yếu tố, ví dụ: không gian sáng tạo loại gì và hoạt động trong lĩnh vực nào, địa điểm ở đâu, lý lịch của chủ không gian sáng tạo, quan hệ của chủ không gian với chính quyền địa phương, và có thể là cả quan điểm cá nhân của người chịu trách nhiệm xử lý hồ sơ. Đặc biệt là những việc có tính thử nghiệm, đối mới dường như luôn luôn phải đối mặt với sự không chắc chắn.

Nhiều khái niệm quan trọng trong việc đánh giá, đưa ra quyết định chưa được nhắc tới trong luật hoặc nhắc tới mà không có định nghĩa rõ dẫn đến những cách hiểu mang tính chủ quan. Các khái niệm mang tính quyết định như “nội bộ”, “công cộng”... không được định nghĩa rõ ràng và vì thế giữa người nộp hồ sơ và cơ quan chức năng có thể có cách hiểu khác nhau về luật.

Nhà báo Trương Uyên Ly đã ghi nhận về thách thức này trong báo cáo năm 2014 của mình thông qua phản ánh của người sáng lập Saigon Outcast - chị Đoàn Phương Hà. Chị cho biết việc làm các thủ tục xin phép cho các sự kiện văn hóa rất mất thời gian và tốn kém. Quá trình xin giấy phép khá phức tạp bởi vì chị thường không biết phải làm thế nào cho đúng, chị thường nhận được những hướng dẫn không nhất quán từ các nhà chức trách. Chỉ cho một sự kiện, mà chị thường phải nộp rất nhiều giấy tờ, làm nhiều thủ tục khác nhau để có thể thực hiện được công việc, và còn thường phải trả cho họ “tiền bôi trơn”.

“Các nhà quản lý trong lĩnh vực văn hóa văn nhìn nhận văn hóa là một lĩnh vực thuộc về tư tưởng. Họ không nhìn văn hóa như một sản phẩm của thị trường. Chính vì lý do đó khi các không gian sáng tạo tổ chức sự kiện, các cơ quan quản lý lại trở nên cần trọng”. Ông Lê Quốc Vinh, chuyên gia truyền thông, Chủ tịch CLB Doanh nhân Sáng tạo Việt Nam

Thêm vào đó, sự không chắc chắn và có thể kéo dài thời gian này tạo ra cơ chế “tự kiểm duyệt” của các KGVHST, được đúc kết từ kinh nghiệm xin cấp phép hay bị kiểm duyệt nhiều lần trước đây. Điều này trực tiếp kiềm hãm tính sáng tạo, đi ngược lại với động lực của những không gian sáng tạo và tinh thần sáng tạo.

c) Vấn đề ưu đãi thuế và đầu tư.

Tại Việt Nam, chưa có một chính sách ưu đãi cụ thể nào nhằm hỗ trợ hoặc quảng bá doanh nghiệp sáng tạo, các không gian sáng tạo giống như ở Châu Âu. Do đó, các hoạt động mang tính đổi mới của nền kinh tế sáng tạo này phải dựa vào các nguồn hỗ trợ tài chính khác. Tuy nhiên, việc tham gia của những nhà đầu tư nước ngoài là một vấn đề nhạy cảm. Các cơ quan chính phủ lo ngại về những ảnh hưởng và sự kiểm soát đến từ những nhà đầu tư nước ngoài đối với các hoạt động của nền kinh tế sáng tạo. Điều này gây ra nhiều trở ngại khi các tổ chức phi chính phủ nước ngoài hoặc các tổ chức tư nhân nước ngoài muốn tham gia vào những hoạt động có liên quan đến hệ tư tưởng. Mặc dù pháp luật vẫn cho phép nhưng sự trì hoãn và không chắc chắn trong việc cấp phép thật sự là một trở ngại.

d) Vấn đề về loại hình kinh doanh

Do vấn chưa nằm cụ thể trong một văn bản pháp quy chính thức nào, nên mỗi KGVHST tự xoay sở bằng một loại hình giấy phép hoạt động khác nhau. Những không gian thiên về hướng không gian làm việc chung (coworking space) thường chọn mô hình doanh nghiệp bất động sản để dễ thực hiện các vấn đề về cho thuê lại văn phòng. Những doanh nghiệp không đủ vốn (tối thiểu là 20 tỷ đồng Việt Nam) để đăng ký trở thành doanh nghiệp bất động sản sẽ gặp khó khi ký các hợp đồng cho các doanh nghiệp sáng tạo khác thuê và phải tùy biến bằng nhiều hướng: kinh doanh nhà hàng, kinh doanh sự kiện...

TPD và sự dịch chuyển mô hình kinh doanh

Đóng góp của TPD – một tổ chức điện ảnh phi lợi nhuận hỗ trợ cho các hoạt động phát triển điện ảnh trẻ. TPD tài trợ làm phim ngắn, tạo môi trường cho các nhà làm phim trẻ sáng tạo; Phổ cập nghệ thuật nghe nhìn cho thanh thiếu niên và tư hào có thư viện phim kinh điển đầu tiên của Việt Nam. TPD cũng đã xây dựng được một cộng đồng đồng đạo các nhà làm phim trẻ lớn nhất Việt Nam

Năm 2013 - trong điều kiện không còn bất kỳ một nguồn tài trợ nào, những người trực tiếp điều hành trung tâm TPD là ông Bùi Thạc Chuyên và Nguyễn Hoàng Phương đã liều mạng thành lập Công ty cổ phần phát triển điện ảnh (CDJ) để duy trì tài chính cho các hoạt động của trung tâm TPD. Công ty này cũng được sự bảo trợ hết lòng của Hội Điện ảnh Việt Nam. Sau khi thay đổi mô hình, TPD đã: Xây dựng cộng đồng với hơn 2500 nhà làm phim không chuyên và chuyên nghiệp; triển khai hơn 250 lớp điện ảnh; học hiện hơn 800 phim tài liệu, phim

truyện ngắn; tổ chức 12 mùa làm phim truyện, 6 mùa làm phim tài liệu cho 80% người tham gia thuộc lứa tuổi từ 10-24 tuổi. Các học viên của cộng đồng TPD cũng tham gia và nhận được nhiều giải thưởng của các liên hoan điện ảnh trong và ngoài nước: Yxineff, Cánh điều vàng, Dự án làm phim 48 giờ, Docfest, HaniffGặp gỡ mùa thu...

f) **Quy định về quyền sở hữu trí tuệ**, nếu được chính phủ hỗ trợ và được xã hội hưởng ứng rộng rãi, sẽ là một nền tảng phát triển vững chắc. Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp trong nền công nghiệp sáng tạo, thách thức chính là việc hiểu rõ thế nào là quyền sở hữu trí tuệ đối với các hoạt động của họ, và làm thế nào để trao quyền hoặc giữ quyền tác giả đối với những tài sản của họ. Việc trang bị kiến thức và tư vấn pháp lý về những vấn đề phức tạp liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ trong nền kinh tế sáng tạo rõ ràng là rất quan trọng. Hệ thống quản lý quyền sở hữu trí tuệ hiện vẫn còn thiếu những yếu tố thiết yếu như hệ thống khen thưởng, quy định và sự hưởng ứng của xã hội. Nếu không có một hệ



© British Council



© TPD

thống quản lý đầy đủ, thì việc kêu gọi đầu tư sẽ rất khó vì nguồn thu nhập trong tương lai sẽ không được đảm bảo nếu hệ thống quản lý quyền sở hữu trí tuệ không hiệu quả và không làm đúng chức năng.

2. TÍNH BỀN VỮNG

Tính bền vững là mục tiêu của tất cả các không gian sáng tạo. Những người sáng lập không gian sáng tạo trẻ rất chú tâm vào việc làm thế nào để giữ cho “ước mơ” của họ bền vững. Đối với hầu hết các không gian sáng tạo, vấn đề về nguồn lực hạn chế và thiếu kĩ năng quản lý, kinh doanh luôn là một thách thức lớn.

Tự lực về nguồn vốn đang trở thành lựa chọn duy nhất cho rất nhiều không gian sáng tạo. Không giống như những năm 1990 hay 2000 khi những không gian sáng tạo và dự án nghệ thuật được hưởng lợi từ viện trợ và hỗ trợ nước ngoài, từ năm 2010 có ngày càng ít những không gian sáng tạo có cơ hội nhận tài trợ từ những viện văn hóa nước ngoài bởi một thực tế là nhiều nguồn vốn đã ngừng hoạt động do khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Cùng lúc đó sự tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam tạo điều kiện cho nhiều không gian sáng tạo phát triển và những nhà tài trợ nước ngoài quyết định đây cũng là thời điểm thích hợp để ngừng viện trợ cho Việt Nam. Sự thay đổi này đồng nghĩa với việc không gian sáng tạo phải tìm kiếm những cách thức mới để tồn tại. Giải pháp tiềm năng để nhận thấy đó là trường hợp nhà nước đóng vai trò đầu tư và hỗ trợ nền kinh tế sáng tạo. Tuy nhiên, với công tác cấp phép và điều hành hiện tại thì việc này không dễ dàng. Những không gian sáng tạo được thành lập từ những năm 2010 đều hầu hết đang tự lo về tài chính. Một vài không gian phi lợi nhuận dựa vào nguồn tài trợ hoặc nguồn đóng góp tự nguyện (Doclab, TPD, Together Higher, Nhà San studio, Ga 0, Dom Dom, CUCA). Một vài không gian khác thì phần nào mang định hướng kinh doanh (Hanoi Rock City, CAMA ATK, The Onion Cellar, Life Art, Heritage Space, Nhà Ga 3A), và nhiều trung tâm được xây dựng từ nguồn vốn tự có (Hanoi Design Center, Work Room Four, HubIT, Hatch!, 5Desire). Nhưng câu hỏi về sự bền vững thì vẫn còn nguyên: Họ có thể tiếp tục như vậy trong bao lâu? Họ cần những kĩ năng cũng như mô hình kinh doanh nào để có thể tiếp tục tự lực tồn tại như vậy?

Rất nhiều không gian sáng tạo khởi nguồn từ giấc mơ của một cá nhân hay một nhóm nhỏ như Manzi, Hanoi Rock City, Saigon Outcast. Hầu hết những người sáng lập đã tự học được kinh nghiệm khá hữu ích từ thực tế. Tuy nhiên so với những người được đào tạo những kỹ năng này một cách bài bản, thì nhiều khả năng là họ đã phải trả giá nhiều hơn cho những kiến thức này bằng thời gian và công sức của riêng mình.

“Cần phải xây dựng một thế hệ những nhà quản lý nghệ thuật có kinh nghiệm kinh doanh các tác phẩm nghệ thuật và các công việc hành chính bao gồm việc xin giấy phép cũng như làm việc với những cơ quan chức năng về nghệ thuật. Cần phải biết cách thức làm việc với nhiều người khác nhau, có kỹ năng nhận định tác phẩm, giám tuyển, cũng như mô tả và giải thích các tác phẩm nghệ thuật. Nhà quản lý nghệ thuật phải có nhiều kĩ năng khác nhau thì mới có thể thay đổi môi trường nghệ thuật ở Việt Nam và giúp cho nền nghệ thuật phát triển



© Work Room Four

đúng hướng.” (chị Đỗ Thị Tuyết Mai, nhà ga 3A, Ly. T.U (2014))

“Trong quá trình nghiên cứu tôi thấy các hubs “chết” vì một số lý do, từ việc giá thuê nhà cao quá, cho đến sự can thiệp của chính quyền làm chủ hubs nản chí. Nhưng lý do nội tại chủ yếu là do người lãnh đạo có kiên trì theo đuổi và thích ứng với điều kiện môi trường hay không. Yếu tố bên ngoài thì có lẽ quan trọng nhất là nhu cầu của thị trường. Việt Nam cũng phải ở một giai đoạn phát triển kinh tế nhất định và có sự kết nối với quốc tế thì KGST mới thành hình. Xuất phát từ nhu cầu thôi. Còn lại thì bối cảnh Việt Nam cho thấy hành động của nhà nước và luật pháp thường đi sau thực tế phát triển, các KGST hình thành từ nội lực và quy luật thị trường là chủ yếu.” (nhà báo Trương Uyên Ly).

Giáo sư Andy Pratt (2017) trong nghiên cứu của mình cho rằng các doanh nghiệp hay các KGVHST không bền vững vì chúng được thiết lập dựa trên là các nhu cầu được xác định quá cứng nhắc và ngắn hạn. Theo ông, việc thành lập một không gian sáng tạo chính là hình thành ‘nền tảng’ và phát triển các thể chế; cũng như kết nối nó với cộng đồng xã hội, các nhà hoạch định chính sách và cộng đồng sáng tạo mở rộng.

Theo giáo sư Andy (2017), một trong những đặc điểm nổi bật từ những nghiên cứu về các không gian sáng tạo tại Châu Âu đó là những ví dụ điển hình về vai trò của đội ngũ quản lý trong các không gian đang hoạt động thành công trở thành bộ kỹ năng quan trọng và mang tính đặc thù, là sự kết hợp các kỹ năng về nghệ thuật, văn hoá cũng như kinh tế và quản lý; khả năng kết nối với các chính trị gia và các nhà hoạch định chính sách, cũng như các cơ quan tài trợ và công chúng. Tại Anh, các không gian sáng tạo đã hoạt động được trên 25 năm và họ đã có thể tự lực trong việc đào tạo đội ngũ quản lý các không gian sáng tạo; yêu cầu về những kỹ năng này có thể là một thách thức cho Việt Nam khi các không gian sáng tạo phát triển mạnh hơn. Do đó, nhu cầu đào tạo và tư vấn hỗ trợ cho đội ngũ quản lý các không gian sáng tạo đang và sẽ rất cần thiết.

PHẦN IV:

KHUNG PHÁP LÝ

VÀ TỔNG QUAN QUÁ TRÌNH TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC QUỐC GIA PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN 2030

Quan điểm về Văn hóa là một phần của Kinh tế lần đầu tiên được phản ánh trong chủ trương của Đảng cộng sản Việt Nam năm 1998 - Nghị quyết số 03-NQ/TW của Đại hội lần thứ 8. Mười lăm năm sau, Văn hóa là một phần của Kinh tế được chính thức công nhận là 'công nghiệp văn hóa' trong Nghị quyết 33/NQ-TW của Đại hội lần thứ 11. Năm 2014, lần đầu tiên, Đảng cộng sản Việt Nam chính thức sử dụng thuật ngữ "công nghiệp văn hóa" trong Nghị quyết 33-NQ/TW của Đại hội Đảng lần thứ 11. Theo Nghị quyết, một trong sáu nhiệm vụ phát triển văn hóa và con người Việt Nam bền vững là phát triển các ngành công nghiệp văn hóa và xây dựng thị trường văn hóa. Cuối năm 2014, chính phủ Việt Nam đã ban hành Nghị quyết 102-NQ-CP - Kế hoạch hành động thực hiện Nghị quyết số 33 của Đại hội Đảng về phát triển văn hóa và con người. Kế hoạch hành động chỉ ra rằng cho đến năm 2020, thị trường văn hóa cần phải được xây dựng và một số ngành công nghiệp văn hóa với khả năng cạnh tranh cần được phát triển. Văn hóa Việt Nam nên có vị thế trên trường quốc tế. Một nhiệm vụ quan trọng là tiếp tục xây dựng khung pháp lý và cải cách hệ thống thể chế. Đến năm 2030, Chính phủ đặt mục tiêu hoàn thành việc xây dựng một thị trường văn hóa, nâng cao khả năng cạnh tranh của văn hóa Việt Nam trong khu vực và trên thế giới; cải cách pháp lý và thể chế về phát triển văn hóa con người cũng cần hoàn thiện. Nghị quyết 102 của Chính phủ yêu cầu các Bộ phải có trách nhiệm và nghĩa vụ đã liệt kê trong Kế hoạch hành động. Với sự chấp nhận từ cấp cao nhất, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Bộ VH-TT-DL) đã được phân công soạn thảo 'Chiến lược quốc gia phát triển Công nghiệp văn hóa ở Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020 với tầm nhìn tới năm 2030'. Hiện nay, chiến lược này hiện đã được Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016.

Kết quả triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg của các Bộ, ngành liên quan: Đến nay, đã có 4/7 Bộ, ngành xây dựng Kế hoạch và báo cáo kết quả triển khai, thực hiện. Cụ thể: (1) 04 Bộ đã có Kế hoạch: Bộ Nội vụ, Bộ Thông tin và

Truyền thông, Bộ Công thương, Bộ Tài chính; (2) 03 Bộ chưa có Kế hoạch: Bộ Xây dựng, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Ngoại giao.

Kết quả triển khai, thực hiện Quyết định số 1755/QĐ-TTg của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: Giao Cục Bản quyền tác giả chủ trì, phối hợp với các đơn vị thuộc Bộ triển khai, thực hiện 05 ngành: điện ảnh; nghệ thuật biểu diễn; mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; du lịch văn hóa; quảng cáo đúng với các nhiệm vụ được ban hành kèm theo Quyết định số 1755/QĐ-TTg: Xây dựng cơ sở dữ liệu về các ngành công nghiệp văn hóa; Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực trong các ngành công nghiệp văn hóa. Riêng 02 nhiệm vụ: Xây dựng "Đề án truyền thông nâng cao nhận thức xã hội, phát triển công chúng đối với các ngành công nghiệp văn hóa" và "Xây dựng Đề án xây dựng thương hiệu quốc gia cho các ngành công nghiệp văn hóa" Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã có văn bản gửi Văn phòng Chính phủ đề nghị rút khỏi Chương trình công tác năm 2017 của Chính phủ với lý do cần nhắc, đánh giá kỹ và đăng ký vào thời điểm thích hợp.

Qua nghiên cứu khung pháp lý, người nghiên cứu nhận thấy rằng mặc dù nhà nước đã nhìn nhận vai trò của nền công nghiệp văn hóa đối với nền kinh tế, khái niệm về công nghiệp văn hóa và những ngành của nó vẫn chưa rõ ràng. Hệ thống quản lý hiện nay (các ngành được quản lý theo các bộ khác nhau), việc giám sát (kiểm duyệt) hoạt động của các không gian sáng tạo, sự quan liêu và nhận thức còn chưa đồng bộ giữa các bộ ngành và chính quyền địa phương là các khó khăn lớn nhất. Theo các báo cáo nghiên cứu, vẫn có một khoảng cách giữa những gì được nói ra và những việc cần được thực hiện để khai thác và nuôi dưỡng đầy đủ sự phát triển của những không gian sáng tạo tại Việt Nam.

Qua trao đổi về Chiến lược này với ông Lê Quốc Vinh (chuyên gia truyền thông, Chủ tịch CLB Doanh nhân Sáng tạo Việt Nam), ông cho rằng "đây là những nỗ lực ban đầu để



© British Council

công nhận và làm tiền đề cho hệ thống pháp lý hỗ trợ cho công nghiệp sáng tạo. [Nhưng] Đây mới là một chiến lược chung, chưa phản ánh đầy đủ hệ thống hoạt động và giải pháp cho từng ngành công nghiệp sáng tạo. Tôi nghĩ rằng, để có tính thực tiễn cao hơn, cần có những đề án cụ thể cho từng ngành, từng nghề, với sự tham vấn của các chuyên gia thực hành." Ông chia sẻ thêm, "trong những năm gần đây, chính quyền đã có những cái nhìn thiện cảm hơn và tạo điều kiện cho các không gian sáng tạo ngày càng nhiều hơn. Có những dự án xây dựng không gian sáng tạo do các cơ quan quản lý nhà nước hoặc tổ chức chính trị - xã hội trực tiếp xây dựng. Ví dụ như các phòng triển lãm nghệ thuật của thành phố Hà Nội, Viện Nghiên cứu Văn hoá - Nghệ thuật, các tuyến phố đi bộ với không gian thủ công, mỹ nghệ, các phố sách... Hội Liên hiệp Thanh niên còn trực tiếp tham gia mở và điều hành không gian sáng tạo, hỗ trợ khởi nghiệp ở Hà Nội. Các trung tâm hỗ trợ nghệ thuật thể nghiệm mở ra nhiều hơn, và việc cấp phép trình diễn không còn quá khó khăn nữa, thậm chí đã có những chương trình nghệ thuật thuộc diện nhạy cảm trước đây cũng đã được cấp phép tổ chức. Tôi cho rằng đã có những chuyển động tích cực. Tuy vậy, không phải là chúng ta đã có một không gian sáng tạo đủ rộng rãi và tự do như những gì người làm nghề kỳ vọng. Giờ đây nó không còn là vấn đề nhận thức nữa, mà là vấn đề thiếu các chương trình hành động cụ thể, những hỗ trợ cụ thể cho các không gian sáng tạo. Ví dụ như các không gian biểu diễn, trưng bày công cộng vẫn thiếu.

Để khai thác được hết tiềm năng của mình, những không gian sáng tạo cần sự hỗ trợ của nhà nước với những chính sách mang tính thực tiễn ví dụ như ưu đãi thuế, hỗ trợ địa điểm hoạt động, hỗ trợ chính sách về cấp phép, kiểm duyệt, cùng như những hành động và quyết định nhất quán từ chính quyền các cấp từ trung ương đến địa phương, từ mỗi người lãnh đạo cho tới từng nhân viên nhà nước làm việc trong lĩnh vực liên quan. Nó phụ thuộc vào người đưa ra quyết định hành động kịp thời cho lợi ích của tất cả và tạo ra thay đổi nếu cần thiết

Một thách thức lớn bao trùm lên các không gian sáng tạo và công nghiệp sáng tạo ở Việt Nam là **hệ thống quản lý phân tách** điều mà sẽ không mang lại một phương thức tiếp cận tổng thể cũng như hiểu biết công bằng cho tất cả các ngành sáng tạo. Ví dụ: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quản lý nghệ thuật thị giác, nhiếp ảnh, âm nhạc, sân khấu, bản quyền; Bộ Khoa học và Công nghệ quản lý công nghệ, khoa học, và tài sản trí tuệ; Bộ Thông tin và Truyền thông quản lý báo chí, truyền hình, phát thanh, xuất bản, công nghệ thông tin; Bộ Xây dựng quản lý kiến trúc; Bộ Giáo dục và Đào tạo quản lý giáo dục và đào tạo liên quan đến tất cả các ngành. Một thực tế quan trọng khác tách các ngành văn hóa ra khỏi các ngành sáng tạo khác là **bản thân văn hóa (và truyền thông) được xem như là một đại diện của Hệ tư tưởng của Đảng Cộng sản trong xã hội**. Các hoạt động văn hóa đều được theo dõi và kiểm soát kỹ lưỡng bởi Đảng và Chính quyền các cấp.



© ITD

“Văn hóa là bộ phận trọng yếu của cách mạng tư tưởng và văn hóa, là một động lực mạnh mẽ, đồng thời là mục tiêu lớn trong sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội”. (Nghị quyết 05 Bộ Chính trị, năm 1987). “Xây dựng và phát triển văn hoá là sự nghiệp của toàn dân do Đảng lãnh đạo, trong đó đội ngũ trí thức giữ vai trò quan trọng”. (Nghị quyết 03-NQ/TW, Ban Chấp hành Trung ương 1998).

Rất nhiều không gian đang vật lộn để duy trì hoạt động trong khi đối phó với các thách thức hạn chế tiếp cận với các nguồn tài nguyên. Những thách thức lớn bao gồm thị trường còn non trẻ cho các sản phẩm văn hóa nghệ thuật, thiếu sự hỗ trợ từ chính phủ và sự thiếu đồng nhất giữa việc quản lý ở các cấp. Một số các không gian sáng tạo ngò vuc về việc chính phủ có thể tạo ra thay đổi tích cực nào đó trong bối cảnh hiện nay. Một số không gian khác tách mình ra khỏi chính phủ, hoặc rất ít quan tâm tới vấn đề hoạch định chính sách. Nếu xét trên khía cạnh sự quan tâm của các cộng đồng sáng tạo tới việc hoạch định chính sách, có một sự khác biệt giữa các các không gian sáng tạo loại 1 và loại 2 (đã được phân loại ở phần I của báo cáo này). Cộng đồng các không gian sáng tạo loại 1 tương đối tách biệt với nhau, và chưa thể hiện tinh thần liên kết và hợp tác, trong khi các không gian sáng tạo loại 2 lại năng động hơn. Hoạt động gần đây nhất của các không gian sáng tạo loại 2 là một kiến nghị hủy bỏ Điều 292 Bộ Luật Hình sự 2015 (có hiệu lực từ 01/07/2016). Kiến nghị thu thập được 6000 chữ ký của các cá nhân trong lĩnh vực khởi nghiệp, và đã được gửi đến các Lãnh đạo của chính phủ, cũng như các Bộ, góp phần vào việc tạm ngừng thi hành Bộ Luật hình sự (Ly, 2018).

Một thực tế khác, là trong danh sách 56 học viên là cán bộ quản lý của các cơ quan khác nhau trực thuộc bộ Văn Hoá mà người nghiên cứu có cơ hội trực tiếp đứng lớp với vai trò giảng viên chuyên đề “mô hình hợp tác công tư trong xây dựng không gian văn hoá sáng tạo” được tổ chức vào tháng 9.2018 tại Đà Nẵng, hầu hết đều từ chối trả lời hoặc bình luận về các vấn đề liên quan đến Chiến lược này. Chỉ có 6 người đồng ý trả lời với yêu cầu không nêu đích danh tên và cơ

quan công tác. Lý do được nêu ra, là họ không có đủ thông tin và cũng không có những tương tác gì trực tiếp với chiến lược. “Đơn giản là không có đầu tàu, không có ngân sách, phân bổ thành nhiệm vụ cộng thêm của các tổ chức nhỏ nên kết quả bị phân mảnh và không sử dụng được” - một cán bộ của cơ quan thuộc Bộ Văn hoá Thể thao và Du lịch cho biết.

Các mô hình/dự án hợp tác công tư cũng là một giải pháp hiệu quả để trở thành một kênh khai thác sự hỗ trợ, đầu tư trực tiếp của Chính phủ. Dự án hợp tác công tư mang tên Hệ sinh thái thung lũng Silicon tại Việt Nam (VSV). Với tham vọng áp dụng những thực nghiệm tốt nhất từ Thung lũng Silicon của Mỹ vào Việt Nam, VSV là dự án tiên phong nuôi dưỡng một số doanh nghiệp khởi nghiệp tiềm năng thông qua các chương trình huấn luyện cung cấp kiến thức kỹ năng, cũng như kết nối họ với các nhà đầu tư. Bộ Khoa học và Công nghệ và công ty ATV là những đơn vị triển khai dự án, cùng với sự ghi nhận và hỗ trợ từ chính phủ. Mô hình VSV là ví dụ điển hình của quan hệ hợp tác công tư trong các ngành công nghiệp sáng tạo, trực tiếp liên quan tới “kinh doanh thực sự” (Ly, 2014). Hay như Vườn ươm doanh nghiệp Đà Nẵng (DNES) với các không gian làm việc chung, chương trình ươm tạo, các dịch vụ hỗ trợ startups cũng là một mô hình thành công của hình thức đối tác công tư. Việc tranh thủ được sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương, DNES đã thực sự tạo dựng được thương hiệu “hub khởi nghiệp” hàng đầu tại khu vực.



© Toong



© TPD

PHẦN V: NHỮNG KHUYẾN NGHỊ VỀ PHÁT TRIỂN CHÍNH SÁCH BỔ TRỢ VÀ NHỮNG KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG CỤ THỂ ĐỂ ĐẨY MẠNH SỰ PHÁT TRIỂN CỦA CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA, VÀ ĐỂ KHUYẾN KHÍCH SỰ ĐÓNG GÓP CỦA CÁC KGVHST VÀO SỰ PHÁT TRIỂN CHUNG NÀY CŨNG NHƯ VIỆC ĐẠT ĐƯỢC CÁC MỤC TIÊU ĐỀ RA CỦA CHIẾN LƯỢC QUỐC GIA PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN 2030.



1. MỘT MÔI TRƯỜNG THUẬN LỢI, VÀ CÁCH NHÌN THEO HƯỚNG LIÊN NGÀNH

Sự hợp tác công - tư là rất cần thiết để phát triển thành công ngành công nghiệp văn hoá. Công nghiệp văn hoá không giống với những ngành công nghiệp khác bởi thành công và giá trị của nó không thể được đo lường giống như những lĩnh vực khác. Đó là loại hình kinh doanh không hoạt động chỉ vì lợi nhuận, mà nó truyền cảm hứng cho những ngành công nghiệp khác. Những không gian sáng tạo cần thêm thời gian và hỗ trợ ban đầu để phát triển. Chính phủ không nên để các không gian sáng tạo loay hoay một mình mà cần hỗ trợ bằng cách cung cấp không gian (cho thuê hoặc áp giá thuê rẻ - chẳng hạn mô hình Vietnam Silicon Valley sử dụng trụ sở của bộ Khoa học Công nghệ hoặc Vườn ươm Doanh nghiệp Đà Nẵng thuê lại nhà công sản theo giá nhà nước). Chính quyền không nên can thiệp quá nhiều và thường xuyên. Chính phủ có thể hỗ trợ ngành công nghiệp sáng tạo bằng cách đầu tư vào hạ tầng (internet, cung cấp

điện, nước) cho các không gian sáng tạo, bởi vì chi phí cho hạ tầng rất cao.

Ngoài ra, cách tiếp cận liên ngành có vai trò vô cùng quan trọng. Chiến lược quốc gia phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 chỉ có thể đạt được hiệu quả thực tiễn khi có sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ ngành và thực sự được thực hiện đồng bộ, thống nhất với chương trình, kế hoạch liên tục từ cấp trung ương đến địa phương, và cần bố trí kinh phí theo từng giai đoạn cụ thể để thực hiện. Trao đổi với người nghiên cứu, chị Nguyễn Thị Thu Hà (VICAS Art Studio) cho rằng “*chiến lược là khung quốc gia, vậy nên các chương trình và hành động nên được làm ở cấp độ đó, liên Bộ là phải liên Bộ thực*”. Theo chị, một số nhiệm vụ không thể tách làm nhiệm vụ riêng của một Bộ duy nhất, mà cần có sự phối hợp, như Bộ Văn hóa – Thể thao và Du lịch không thể tự mình xây dựng hệ thống dữ liệu nếu không có sự tham gia của Bộ Công thương, Bộ Khoa học Công nghệ, Bộ Thông tin Truyền thông,... để có thể dựng

khung dữ liệu quốc gia cho các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, thống kê số liệu hoạt động của các doanh nghiệp sáng tạo, xuất nhập khẩu sản phẩm và dịch vụ văn hóa.

Từ góc nhìn của chính phủ, việc cân nhắc đặt không gian sáng tạo vào vị trí nào trong nền kinh tế xã hội là rất quan trọng. Nếu chỉ đặt vào “lĩnh vực văn hoá và xã hội” thì không đủ, các không gian này cần được nhìn nhận như một lĩnh vực đa-chiều với cách tiếp cận đa ngành.

2. CẦN CÓ SỰ XEM XÉT VÀ RÀ SOÁT LẠI TOÀN BỘ CÁC QUY ĐỊNH VỀ LẬP PHÁP VÀ CẤP PHÉP LIÊN QUAN

Cần tái cơ cấu quy trình cấp phép và kiểm duyệt, đảm bảo quy trình này đủ dễ dàng và đơn giản để các không gian có thể làm theo, hoặc thay đổi hoàn toàn quy trình này, từ “xin giấy phép tổ chức sự kiện” thành “thông báo về sự kiện sắp diễn ra”.

Ngoài ra, các không gian này nên được công nhận và xác lập vị trí độc đáo trong hệ thống luật pháp như các hoạt động kinh doanh phát triển cộng đồng. Các không gian sáng tạo cần phải được đề cập đến trong các thể chế đang được cải cách của chính phủ. Vấn đề đó là các thể chế hiện nay chủ yếu được tạo ra nhằm đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế và xã hội công nghiệp; tuy nhiên, những thể chế này không phù hợp với những thách thức của nền kinh tế sáng tạo/thông tin/hậu công nghiệp.

Các không gian nghệ thuật không thể là doanh nghiệp vì những hoạt động riêng biệt của nó vì chúng mang tới giá trị tinh thần cho xã hội, chứ không chỉ giá trị vật chất. Rất nhiều chủ không gian nói rằng họ mong muốn được phân loại là không gian sáng tạo - một loại hình kinh doanh/tổ chức khác biệt. Với tư cách chính thức này, các không gian nghệ thuật sẽ có sân chơi riêng để chia sẻ và tương tác với nhiều đối tác khác nhau như các cơ quan nhà nước, các công ty, tổ chức.

3. ĐỐI THOẠI

Một khuyến nghị khác mà tất cả các tài liệu báo cáo đưa ra là để các chủ KHVHST **trao đổi trực tiếp và cởi mở với những người làm chính sách**. Các nhà nghiên cứu và người vận hành các không gian này tin rằng chỉ từ đối thoại trực tiếp thì mới có được sự hiểu biết lẫn nhau và cơ sở cho những chính sách hợp lý và mang tính thực tiễn mới có thể được hình thành. “Đối thoại trực tiếp” ở đây nghĩa là những cuộc gặp thân mật và cởi mở giữa chủ các không gian và người làm chính sách. Trong khi đó, những hoạt động như “hội thảo” hay “nghiên cứu/báo cáo” quá hình thức, không thực tế và không đủ “trực tiếp”. Các nhà hoạch định chính sách cần tăng cường hiểu biết về mặt kiến thức và kỹ năng trong lĩnh vực này. Một vấn đề phổ biến là các nhà hoạch định chính sách thường bắt đầu từ các chính sách phát triển kinh tế chung hoặc những chính sách về văn hóa hiệu quả trước đó. Tuy nhiên, những chính sách này không phù hợp khi áp dụng cho nền kinh tế sáng tạo.

4. THAY ĐỔI CÁCH THỨC BÀN LUẬN VỀ CÁC KHÔNG GIAN VĂN HÓA SÁNG TẠO

Kiến thức và sự sáng tạo là những quy trình xã hội, xuất hiện trong những cộng đồng và mạng lưới làm việc (thường thông qua những tương tác qua lại), hơn nữa, kiến thức và những quy trình sáng tạo thường tạo ra cái mới, chứ không đơn giản là thêm vào cái đã có. Không gian sáng tạo, mạng lưới hoặc hệ sinh thái mà chúng ta đang thảo luận là nền tảng cho những ý tưởng mới phát triển. Nền tảng này thường bao gồm không gian vật lý, nhưng những không gian này chỉ mới là sự khởi đầu. Điểm dễ nhận thấy nhất trong sự phát triển các không gian sáng tạo mới đó là việc phụ thuộc vào cơ sở hạ tầng. Việc ra đời của các tòa nhà mới và sự khôi phục của các tòa nhà cũ đã vô tình làm chúng ta quên đi những sự biến đổi phi vật thể khác bao gồm việc chuyển giao kiến thức và xây dựng các cộng đồng sáng tạo.

Cần chú trọng một cuộc thảo luận mới về các không gian sáng tạo: những gì đang diễn ra trong các không gian, sự sáng tạo, đổi mới và chuyển giao kiến thức được thực hiện như thế nào, được hỗ trợ bằng cách nào, hoặc thực sự bị cản trở ra sao, sự cần thiết của các quá trình trao đổi kiến thức thực tế, những người liên quan, các hệ thống giá trị và nguyện vọng của họ, cũng như những phương tiện giúp giám sát các hoạt động của các không gian. Việc này nếu được sắp xếp một cách sáng tạo và đổi mới có thể sẽ đem lại hiệu quả lớn cho các không gian sáng tạo so với việc chúng hoạt động riêng lẻ.

5. XÂY DỰNG NĂNG LỰC ĐỊA PHƯƠNG

Theo nghĩa đơn giản, điều này được giải thích là sự thiết lập một cơ sở hạ tầng cứng và các nền tảng thương mại và lập pháp cho các hoạt động của nền kinh tế sáng tạo. Tuy nhiên, điều quan trọng không kém đó là sự phát triển của cơ sở hạ tầng mềm liên quan đến công tác đào tạo và giáo dục cũng như hệ thống các chính sách và năng lực quản lý.

Lĩnh vực cần xem xét trước tiên đó là xác định các cộng đồng sáng tạo, và các không gian hoạt động của họ. Điều này liên quan đến quy trình xác định và xây dựng cộng đồng nhằm nhận biết được đối tượng khách hàng tiềm năng của các không gian sáng tạo. Nó cũng xác định các loại hình nghệ thuật khác nhau, hoặc các hoạt động, các mối quan tâm, những hoạt động trùng lặp và những hoạt động còn thiếu hụt

Chúng ta cũng cần xét đến nhu cầu phát triển và cung cấp cho những người trong ngành các kỹ năng cần thiết. Những kỹ năng này sẽ song hành và giúp đào tạo nên những nhà quản lý không gian sáng tạo. Đây chính là nền tảng của một cộng đồng sáng tạo phát triển mạnh mẽ và bền vững trong tương lai.

6. SỰ LIÊN KẾT VỚI HỆ THỐNG GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

Mục tiêu của các KGVHST là tiếp cận cộng đồng khán giả; nhưng vấn đề là họ không có sự liên kết với hệ thống giáo dục và với các trường đại học. Nhiều không gian sáng tạo quan tâm đến các chương trình bồi dưỡng văn hóa nghệ thuật và phát triển các kỹ năng; hoặc đơn giản là phát triển cộng đồng khán giả. Tuy nhiên, họ gặp khó khăn trong việc thu hút sự quan tâm của các trường đại học trong lĩnh vực sáng tạo, là nơi có chương trình đào tạo truyền thống hơn và có quan điểm khá khác biệt về những gì được xem là nghệ thuật và văn hóa (một phần phụ thuộc vào những quy định của pháp luật). Theo cách hiểu này thì nền kinh tế sáng tạo đang đi trước hệ thống giáo dục và các hệ thống pháp luật và lập pháp. Rõ ràng, điều này gây ra những mâu thuẫn và khó khăn. Tại Châu Âu, các tổ chức giáo dục đại học đôi khi xem việc tham gia hoặc hợp tác với các không gian sáng tạo là một phần quan trọng trong vai trò cộng đồng của họ. Một lần nữa, cần phải có một cách tiếp cận đa ngành bao gồm chính sách kinh tế, văn hóa và giáo dục.

7. ƯU ĐÃI THUẾ, HỖ TRỢ TÀI CHÍNH/CẤP VỐN CHO CÁC KHÔNG GIAN, ĐẶC BIỆT LÀ CÁC KHÔNG GIAN HỖ TRỢ TÀI NĂNG TRẺ, CÁC KHÔNG GIAN Ở VÙNG NÔNG THÔN VÀ CÁC KHÔNG GIAN HỖ TRỢ DÂN TỘC VÀ CÁC NHÓM YẾU THẾ.

Một trong những điểm bất cập nhất của Chiến lược quốc gia phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 là việc không có phần ngân sách đi kèm để có thể thực hiện việc này. Không phân bổ ngân sách, nên những nhiệm vụ được đưa ra trở thành những phần cộng thêm việc cho bộ máy đang phải thực hiện hàng loạt các công việc khác, vì vậy công việc trở nên rất nhỏ lẻ và thiếu liên kết.

Một bài học có thể rút ra được từ kinh nghiệm triển khai đề án 844 – Đề án hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam của bộ Khoa học Công nghệ là việc có phần ngân sách hàng năm dành cho việc thực hiện các nhiệm vụ của đề án này. Theo đó, thì hàng năm, Nhà nước sẽ duyệt chi một khoản ngân sách cho việc triển khai các nhiệm vụ cụ thể với các hoạt động, kết quả cụ thể. Dựa trên danh mục các nhiệm vụ này, Bộ Khoa học Công nghệ mở gói thầu để mời tất cả các tổ chức có năng lực thực hiện nhiệm vụ

đăng ký đấu thầu thực hiện theo hình thức cấp kinh phí đối ứng. Tuy mới là năm thứ ba triển khai các nhiệm vụ này, kết quả thu được là rất khả quan, tạo ra những đột phá mới cho việc phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo quốc gia.

8. HỖ TRỢ TRUYỀN THÔNG THÚC ĐẨY Ý THỨC “CÙNG LÀM VIỆC”.

Theo báo cáo của giáo sư Andy (2017), chủ của những không gian co-working tin rằng đây là cách làm việc hiệu quả và sẽ truyền nhiều cảm hứng cho những người làm tự do. Khi mà trên toàn cầu, số lượng những người làm việc tự do đang tăng dần thì những không gian làm việc chung có nhiều tiềm năng để phát triển thêm.

PR và truyền thông trong bối cảnh này nên được nhìn nhận từ một góc độ rộng hơn. Nó đồng nghĩa với việc thúc đẩy những ngành công nghiệp sáng tạo và phát triển một thị trường những khách hàng tiêu thụ các sản phẩm nghệ thuật và văn hóa cũng như một môi trường xã hội ủng hộ và thấu hiểu được giá trị của sự sáng tạo.

LỜI KẾT

ĐI TÌM SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA KHÔNG GIAN VĂN HÓA SÁNG TẠO

Một trong những điểm quan trọng nhất mà nghiên cứu này tìm thấy, là sự trưởng thành của cộng đồng văn hóa sáng tạo tại Việt Nam. Đó chính là nền tảng tốt cho sự phát triển về dài hạn của ngành công nghiệp sáng tạo, trong đó các không gian văn hóa sáng tạo đã thể hiện rõ vai trò và đóng góp của mình đối với sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa nói riêng và nền kinh tế nói chung của quốc gia.

Một là, các không gian văn hóa sáng tạo này trở thành những trung tâm thu hút các doanh nghiệp tập trung, trao đổi, học hỏi kinh nghiệm và nhất là hợp tác, phát triển sản phẩm sáng tạo, liên kết kinh doanh.

Hai là, nó tạo ra một không khí sôi động, giống như một động lực cho các nghệ sĩ, các doanh nghiệp sáng tạo, các nhà kinh doanh và cả cộng đồng khởi nghiệp.

Thứ ba, nó là một bức tranh rõ ràng hơn cho cộng đồng, các nhà quản lý và các bên liên quan nhìn thấy rõ nét hơn hình hài và triển vọng của ngành công nghiệp sáng tạo.

Chiến lược quốc gia đã xác định được một tầm nhìn rõ cho sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa. Cộng đồng đã sẵn sàng. Vì vậy câu chuyện tiếp theo là những kế hoạch thực thi chi tiết, với những tiêu chí cụ thể và đo lường được để có thể xây dựng sự phát triển bền vững của các không gian văn hóa sáng tạo, góp phần vào sự phát triển bền vững của cả ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

THAM KHẢO

Báo cáo về các không gian sáng tạo Việt Nam, 2018, do nhà báo và tư vấn truyền thông độc lập Trương Uyên Ly thực hiện cho Hội đồng Anh.

Không gian sáng tạo: Kinh nghiệm từ Châu Âu: những bài học cho Việt Nam, 2017, báo cáo nghiên cứu của GS. Andy Pratt, Đại học City London, thực hiện cho Hội đồng Anh.

Khung pháp lý cho các không gian sáng tạo tại Việt Nam, 2017, bản thảo để tham vấn do TS. Nguyễn Thị Thu Hà, VICAS thực hiện cho Hội đồng Anh.

Bản dự thảo Chiến lược quốc gia phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, 2016, do VICAS thực hiện với sự hỗ trợ của Hội đồng Anh và UNESCO.

Nghiên cứu về chính sách và các không gian sáng tạo Việt Nam, 2016, do nhà báo và tư vấn truyền thông độc lập Trương Uyên Ly thực hiện cho Hội đồng Anh.

Nghiên cứu ban đầu về các không gian sáng tạo Việt Nam, 2014, do nhà báo và tư vấn truyền thông độc lập Trương Uyên Ly thực hiện cho Hội đồng Anh.

Báo cáo thực hiện cho dự án :



Không gian Văn hóa và Sáng tạo Việt Nam

với hỗ trợ tài chính từ Liên minh châu Âu, do Hội đồng Anh phối hợp thực hiện cùng VICAS.

Những ý kiến đưa ra trong các báo cáo được nhắc đến trong ấn phẩm này thuộc về tác giả của các báo cáo đó, và không được coi là sự biểu đạt của bất kỳ ý kiến nào từ phía Hội đồng Anh.