BRITISH COUNCIL

KHÔNG GIAN SÁNG TẠO

Kinh nghiệm từ Châu Âu: Những bài học cho Việt Nam

NỘI DUNG

TÓM TẮT 3

TỔNG QUAN 4

PHẦN 1
LĨNH VỰC KINH TẾ SÁNG TẠO 5

KHÔNG GIAN SÁNG TẠO: CÁC ĐỊNH NGHĨA 6

SỰ PHÁT TRIỂN CỦA NỀN KINH TẾ SÁNG TẠO 7

THÁCH THỨC CỦA NỀN KINH TẾ SÁNG TẠO VÀ SỰ TƯƠNG QUAN VỚI CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO 8

NHỮNG ĐẶC THÙ CỦA NỀN KINH TẾ SÁNG TẠO: CƠ CẤU TỔ CHỨC 9

NHỮNG THÁCH THỨC VỀ THỂ CHẾ / CẤU TRÚC TẠI VIỆT NAM 10

PHẦN 2
CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO 13

CÁC ĐỊNH NGHĨA 13

CHỨC NĂNG CỦA CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO 17

NHỮNG THÁCH THỨC ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA CÁC KHÔNG GIAN TẠI VIỆT NAM 18

PHẦN 3
ĐƯA CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO VÀO HOẠT ĐỘNG, XÂY DỰNG CÁC CỘNG ĐỒNG SÁNG TẠO ĐỊA PHƯƠNG 21

NHỮNG THÁCH THỨC MANG TÍNH CHIẾN LƯỢC 23

TÀI LIỆU THAM KHẢO 25

TÓM TẮT

1 Nền kinh tế sáng tạo là một câu chuyện thành công trên toàn cầu trong thế kỷ 21. Việt Nam có thể nắm bắt và kích thích sự tăng trưởng này như thế nào? Câu trả lời có thể được tìm thấy từ các không gian sáng tạo.

2 Các không gian sáng tạo là một hình thức phát triển riêng biệt, giao thoa giữa lĩnh vực văn hoá và nền kinh tế sáng tạo. Tại Anh và Châu Âu có rất nhiều không gian sáng tạo khác nhau và không có một mô hình nào là nổi trội hơn cả.

3 Học tập kinh nghiệm từ các không gian sáng tạo tại Anh và Châu Âu là một việc không dễ dàng vì đặc điểm chính của các không gian sáng tạo là chúng được lồng ghép vào môi trường xã hội, văn hoá và kinh tế địa phương. Các không gian sáng tạo phản ánh các cộng đồng sáng tạo mà chúng là một phần trong cộng đồng đó.

4 Báo cáo đưa ra một góc nhìn dựa trên việc xác định những chức năng mà các không gian sáng tạo có thể thực hiện tại Việt Nam. Hình thức của các không gian này có thể khác nhau. Vấn đề quan trọng nhất là việc huy động cộng đồng sáng tạo địa phương; họ là nền tảng của các không gian sáng tạo.

5 Bài học quan trọng được rút ra là các không gian sáng tạo tại Việt Nam cần được hỗ trợ bởi một chương trình xây dựng năng lực địa phương. Quá trình này đòi hỏi phải xác định được các điểm mạnh và điểm yếu đang tồn tại của địa phương, và phân tích cách thức mà một không gian sáng tạo có thể hỗ trợ quá trình xây dựng năng lực cho địa phương.

6 Báo cáo nêu bật một số lĩnh vực mà các định nghĩa pháp luật và chính sách chung chung không phân biệt được rõ các ngành công nghiệp sáng tạo hoặc các không gian sáng tạo; và do đó chúng có thể bị bỏ qua hoặc không nhận được những sự hỗ trợ đầy đủ từ các chính sách nhà nước.

7 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 và chính quyền địa phương. Tìm hiểu nhiều hơn về nhu cầu và mối quan tâm của nhau, và tổ chức các cuộc họp thảo luận thường xuyên sẽ giúp phát triển chương trình nghị sự về các không gian sáng tạo và nền kinh tế sáng tạo ở Việt Nam.

8 Một bản đồ cơ bản của các không sáng tạo nên được thực hiện sao cho các không gian sáng tạo, những nhà hoạch định chính sách, các chính trị gia và cộng đồng có thể hiểu không gian sáng tạo là gì và chúng có thể đóng góp những gì cho xã hội và nền kinh tế. Lý tưởng nhất là các không gian sáng tạo có thể thực hiện việc này bằng cách sử dụng một biểu mẫu thông tin chung cho các không gian sáng tạo.

TỔNG QUAN

Phần tóm lược của báo cáo này nhằm xem xét vai trò và sự đóng góp của các không gian đối với nền kinh tế sáng tạo, và sự hỗ trợ của các chính sách/chính phủ đối với sự phát triển của các không gian sáng tạo được minh hoạ bằng các ví dụ chủ yếu đến từ Anh và Châu Âu.

Cách tiếp cận sử dụng trong báo cáo này được đề cập sau phần tóm tắt. Phần đầu tiên của báo cáo xác định vai trò của các không gian sáng tạo đối với sự phát triển của nền kinh tế sáng tạo. Nội dung tập trung phân tích tính đặc thù của nền kinh tế sáng tạo và sự khác biệt của nó với "văn hoá" và "nền kinh tế". Phần này cũng mô tả một số đặc điểm chính của nền kinh tế sáng tạo.

Phần thứ hai của báo cáo tập trung xem xét thế nào là một không gian sáng tạo, định nghĩa và chức năng của nó theo cách nhìn của các nước Châu Âu. Các không gian sáng tạo được xem là nền tảng của việc xây dựng năng lực trong nền kinh tế sáng tạo.

Phần thứ ba trả lời câu hỏi về chính sách. Vấn đề chuyển đổi chính sách liên quan đến chuyển giao tri thức, điều này lại phụ thuộc vào bối cảnh, và trong đó bản thân *"đối tượng"* chuyển giao phải trải qua quá trình chuyển đổi, từ đó tạo ra sự sáng tạo hoặc đổi mới.

Học hỏi từ kinh nghiệm của châu Âu, báo cáo nhấn mạnh sự cần thiết phải phát triển các chiến lược xây dựng năng lực địa phương với những cộng đồng sáng tạo để xác định được nguồn lực cũng như những mặt hạn chế; điều này khác với việc áp đặt từ trên xuống một hình thức và định dạng chung chung về một không gian sáng tạo. Báo cáo cho thấy chiến lược của một không gian sáng tạo nên là một quá trình bồi dưỡng kiến thức và xây dựng năng lực.

Báo cáo này mở đầu cho một quá trình tìm hiểu. Những buổi hội thảo và phỏng vấn với những người quản lý không gian sáng tạo cho phép thử nghiệm cơ cấu tổ chức và tìm hiểu thêm về những thách thức của địa phương đối với việc hình thành các không gian sáng tạo.

PHẦN 1 LĨNH VỰC KINH TẾ SÁNG TẠO

Trên thế giới, các không gian sáng tạo là một ý tưởng mới, hầu hết được thành lập từ những năm đầu của thế kỷ 21. Các không gian đã cùng nhau phát triển như là một phần của hệ sinh thái thuộc nền kinh tế sáng tạo mới nổi. Kinh tế sáng tạo trùng lặp, nhưng không đồng nhất, với lĩnh vực văn hoá, di sản và du lịch. Trên thế giới, kinh tế sáng tạo phát triển mạnh về sản lượng kinh tế và số lượng việc làm; điều này đặc biệt đúng với những nền kinh tế mới nổi. Các không gian sáng tạo là một phần của cơ sở hạ tầng xã hội, văn hoá và kinh tế của nền kinh tế sáng tạo; chúng có thể đóng vài trò đòn bẩy. Tuy nhiên, tính chất cụ thể của vai trò này là khác nhau, tùy thuộc vào bối cảnh địa phương.

Mục tiêu của báo cáo này là xem xét và nhận biết sự tăng trưởng và tính đa dạng của các không gian sáng tạo ở Việt Nam, và để hiểu rõ hơn về cách thức và lý do chúng hoạt động; cũng như những thách thức và cơ hội đang tồn tại. Chúng tôi chia sẻ nhiều kinh nghiệm từ Anh và Châu Âu về cách thức các không gian sáng tạo đã được phát triển và các hình thức hoạt động của chúng. Một mặt, điều này có thể giúp chúng ta hiểu thế nào là một không gian sáng tạo và chức năng của chúng. Mặt khác, chúng ta có thể thấy được sự khác biệt của các không gian sáng tạo và bối cảnh tại Việt Nam. Bài học đầu tiên và hiển nhiên đó là hầu hết các không gian sáng tạo ở châu Âu đều được tài trợ bởi chính phủ; ở Việt Nam thì không phải như vậy. Do đó, chúng ta phải thận trọng khi áp dụng các "bài học" hay các mô hình "thực hành tốt nhất" từ môi trường này vào một môi trường khác.

Nghiên cứu này dựa trên các chuyến thực địa và phỏng vấn nhiều không gian sáng tạo khác nhau, cũng như hai phiên họp tập thể; một được tổ chức với các nhà quản lý / tổ chức không gian sáng tạo, một phiên họp khác cũng với đại diện các không gian sáng tạo và các quan chức Chính phủ. Báo cáo này dựa trên các cuộc phỏng vấn và thảo luận cũng như những kinh nghiệm và chi tiết thu được từ các báo cáo toàn diện về Không gian Sáng tạo Việt Nam do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UNESCO và Hội đồng Anh thực hiện cùng các chuyên gia tư vấn trong nước [1, 2]. Các tài liệu này cung cấp một "bản đồ lãnh thổ" cần thiết, quy mô và phạm vi của các không gian và các nhà tài trợ; và kinh nghiệm của những người làm việc trong lĩnh vực này. Mục tiêu của báo cáo hiện tại không nhằm lặp lại các nghiên cứu đó, hoặc chỉ đơn giản đề xuất các mô hình thực tiễn tốt nhất của Châu Âu; mà thay vào đó là học hỏi từ kinh nghiệm và từ các cuộc thảo luận đã được tổ chức.

Mục đích của báo cáo này là để tìm hiểu cách thức tiếp cận của một tổ hợp sáng tạo để có thể giúp vận động nền kinh tế sáng tạo ở Việt Nam. Cách tiếp cận này là nhằm học hỏi kinh nghiệm, đặc biệt là từ Châu Âu, và từ đó tránh được một số những khó khăn và xây dựng nền kinh tế sáng tạo dựa trên những hiểu biết sâu sắc hơn. Cần nhấn mạnh rằng những gì được đề cập trong báo cáo này không phải là một giải pháp "sẵn có", mà nên được xem là một quá trình. Quá trình này phải bắt nguồn từ những thực tiễn của Việt Nam: sự sắp đặt thể chế, lịch sử và văn hoá, cũng như tình trạng của nền kinh tế sáng tạo mới nổi.

Để làm được điều này, điều cần thiết là phải phản ánh được những nhận thức về xã hội và chính trị một cách khái quát hơn và sự hiểu biết về nền kinh tế sáng tạo. Đây là một lĩnh vực thay đổi nhanh, và nhận thức có xu hướng nhanh tụt hậu hoặc dựa trên một sự hiểu biết đã lỗi thời. Sự thiếu hiểu biết, cũng như việc thiếu những dữ liệu và thông tin đáng tin cậy, cũng cần phải được xem xét trong quá trình đưa ra một chính sách thành công. Liên quan đến tình hình thực nghiệm và nội dung được phản ánh trong các tài liệu đã được công khai, chính phủ vừa mới khởi động một chiến lược cho các ngành công nghiệp văn hoá. Việc kết nối các tổ hợp văn hóa với chiến lược này, và ngược lại, sẽ là một thách thức cũng như cơ hội quan trọng. Báo cáo này nhằm thúc đẩy việc thảo luận song phương này.

KHÔNG GIAN SÁNG TẠO: CÁC ĐỊNH NGHĨA

Các không gian sáng tạo từ những ngày đầu nhỏ lẻ đã phát triển thành một hiện tượng quốc tế cho Việt Nam; bây giờ chính là thời điểm để đánh giá một cách toàn diện và chiến lược về tương lai của các không gian sáng tạo và mối quan hệ của chúng với nền kinh tế sáng tạo. Việc định nghĩa thế nào là một không gian sáng tạo là rất khó; có rất nhiều khái niệm khác nhau trên thế giới và ở Việt Nam cũng như vậy: điều này sẽ được đề cập đến trong phần sau của báo cáo. Tuy nhiên, sẽ dễ dàng hơn nếu bắt đầu với những hiểu biết "thường ngày" về không gian sáng tạo là gì và các hoạt động của chúng. Đơn giản, chúng ta có thể nói rằng không gian sáng tạo là *"một tập hợp các doanh nghiệp sáng tạo, được bố trí trong cùng tòa nhà, chia sẻ các nguồn lực chung"*. Một giả định quan trọng hơn nữa làm nền tảng cho tất cả các không gian sáng tạo là việc hình thành các nhóm làm việc phản biện sẽ thúc đẩy sự đổi mới và chuyển giao kiến thức.

Khuyến cáo: Trước tiên, sự hiện diện của các hoạt động sáng tạo giúp phân biệt không gian sáng tạo này với các loại hình không gian khác và nhấn mạnh rằng đó là nơi những doanh nghiệp sáng tạo cùng chia sẻ một số quy trình, kỹ năng, thị trường/khán giả chung. Trong mối tương quan này, chúng ta phân biệt sự khác nhau giữa "không gian thực làm" (makerspace) và các không gian làm việc chung đơn thuần. Những không gian làm việc chung này là một ví dụ về mô hình hiệu quả để tiếp thị bất động sản, với mục tiêu là tạo ra lợi nhuận từ việc cho thuê địa điểm. Thứ hai, việc làm việc chung sẽ tạo ra các cơ hội (tuy kết quả không phải luôn luôn đạt được) học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau, giảm thiểu chi phí và chuyển giao kiến thức, từ đó mang lại lợi ích cho các thành viên của không gian sáng tạo, nếu được cung cấp các tài nguyên chung (công nghệ, dịch vụ, hoặc không gian).

Thứ ba, chuyên môn về quản lý, tư vấn và phát triển kinh doanh có thể được cung cấp như một dịch vụ hỗ trợ hoặc tư vấn để đảm bảo rằng các bài học được tiếp thu. Thứ tư, các doanh nghiệp sáng tạo có xu hướng vận hành với quy mô nhỏ (một người vận hành duy nhất, hoặc với năm nhân viên hoặc ít hơn: mô hình doanh nghiệp nhỏ), họ hoạt động ở các thị trường rất rủi ro, nơi mà việc tăng trưởng nhanh và suy giảm định kỳ là bình thường (thường được gọi là doanh nghiệp dự án). Các công ty riêng lẻ, và theo nhóm, thường xuyên hỗ trợ lẫn nhau trong những giai đoạn thuận lợi cũng như khó khăn. Các doanh nghiệp sáng tạo không chỉ hoạt động trong lĩnh vực có lợi nhuận, hay phi lợi nhuận; mà cả hai; hoặc, lĩnh vực văn hoá và kinh tế; mà họ còn có thể tham gia vào các hoạt động không chính thức và những hoạt động cộng đồng cũng như (một phần) các hoạt động vì lợi nhuận của họ.

Danh sách các khuyến cáo và 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. 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 tưởng 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: việc hiểu rõ những điều này đóng vai trò quan trọng đối với những thách thức và cơ hội của các không gian sáng tạo. Quý vị nên lưu ý điều này khi đọc báo cáo.

SỰ PHÁT TRIỂN CỦA NỀN KINH TẾ SÁNG TẠO

Một xu hướng quan trọng đã được ghi nhận ở quy mô toàn cầu trong thập kỷ qua là sự phát triển của nền kinh tế sáng tạo. Không phải là "nền kinh tế sáng tạo", hay "sự tăng trưởng", trước đây không tồn tại; đơn giản là cuối cùng các định nghĩa và việc thu thập dữ liệu đã được thống nhất và được thực hiện trên thế giới. Theo nghĩa này thì "năm khởi điểm", được tính khi ấn bản năm 2008 của báo cáo kinh tế sáng tạo của UNCTAD [3], đã đi tiên phong trong việc đo lường thương mại văn hoá trên toàn cầu; và báo cáo của UNESCO năm 2009 [4] đã phát triển cả định nghĩa và khung thống kê việc làm trong lĩnh vực văn hóa. Về nguyên tắc, tài liệu thứ hai đã giúp các quốc gia chuẩn bị những phương pháp đo lường riêng của họ về tình hình việc làm; văn bản thứ nhất sử dụng cơ sở dữ liệu thương mại hiện tại của UNCTAD.

Bên cạnh việc thiết lập một tiêu chuẩn đánh giá, báo cáo của UNCTAD, và bản được cập nhật năm 2010 [5] cho thấy một xu hướng gia tăng chưa được biết đến trước đó, đó là các mô hình thương mại văn hoá phát triển nhanh hơn các mô hình kinh tế truyền thống. Hơn nữa, báo cáo còn nhấn mạnh rằng các quốc gia thuộc khu vực Nam Âu, dù họ không thống trị tuyệt đối lĩnh vực thương mại văn hoá, nhưng họ đã vượt xa các nước Bắc Âu về tốc độ tăng trưởng

Câu hỏi mà nhiều quốc gia đặt ra, đặc biệt là những quốc gia như Việt Nam, là làm thế nào để tham gia vào sự tăng trưởng này và sắp xếp ngành công nghiệp văn hoá trong nước vào sự chuyển đổi này. Báo cáo đặc biệt của UNESCO (2013) [6] đã thiết lập một nền tảng bằng cách đưa ra các phương pháp tiếp cận chính sách (và những thách thức). Thông điệp trọng tâm của báo cáo này là nhu cầu xây dựng năng lực địa phương.

Song song đó, UNESCO đã và đang theo đuổi việc thực hiện Công ước đa dạng văn hoá (năm 2015). Điểm mấu chốt của sáng kiến này và sự giao thoa của nó với quá trình phát triển của nền kinh tế sáng tạo là đã nhấn mạnh các giá trị kinh tế, xã hội và văn hoá trong sự đa dạng văn hóa. Theo nghĩa này, các quốc gia như Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh đáng kể dựa trên sự giàu có của các giá trị di sản văn hoá của đất nước. Rõ ràng, các nguồn lực như vậy không phải là không có các mối đe dọa.

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. Vì chúng ta sẽ giới thiệu sơ lược, nên phạm vi đề cập sẽ có thể rất rộng, và đối với nhiều nhà quan sát, điều này không được lường trước. Hơn nữa, bài học quan trọng mà các chuyên gia trong ngành đã học được đó là nền kinh tế sáng tạo không phải là một phần của "bước tiếp theo" trong sự phát triển kinh tế. Nền kinh tế sáng tạo cũng có tính chuyển đổi, nó là cốt lõi của việc tái cấu trúc nền kinh tế quốc dân dựa trên bản chất lai tạo mới của sự phát triển kinh tế, nơi nhiều định nghĩa và các phạm trù cũ đã không còn phù hợp. Như các nhà hoạch định chính sách trên thế giới đều đang tìm kiếm, điều này thể hiện một thách thức đối với các mô hình quản trị được phát triển để quản lý và phù hợp với các nền kinh tế công nghiệp của thế kỷ 20.

Lời kêu gọi của các nhà hoạch định chính sách và các chính trị gia nhằm nắm bắt được những khả năng đổi mới và sáng tạo: đây là thông điệp được truyền tải trong thế kỷ 21. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu đang nhanh chóng nhận ra rằng những yếu tố tạo nên sự đổi mới và sáng tạo trong "thời đại máy móc" không áp dụng được trong "thời đại thông tin".

THÁCH THỨC CỦA NỀN KINH TẾ SÁNG TẠO VÀ MỐI TƯƠNG QUAN VỚI CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO

Nền kinh tế sáng tạo, giống như tất cả những ý tưởng hay khác đều có sự tồn tại song song giữa rủi ro và cơ hội. Do đó, những phản hồi từ các chính sách trong nước rất quan trọng trong việc tạo ra một kết quả như mong muốn. Đối với nhiều người, kinh tế sáng tạo vẫn là điều mới mẻ, nên nền kinh tế sáng tạo thường được hiểu nhầm hoặc hiểu không đúng. Điều quan trọng là phải nhận ra những thách thức này, cũng như đưa ra những phản hồi rõ ràng đối với những ý nghĩ sai lệch. Vì các không gian sáng tạo là một phần của nền kinh tế sáng tạo, nên những vấn đề này ảnh hưởng trực tiếp đến chúng. Chúng ta có thể xác định bốn thách thức; mỗi thách thức đều có sự công hưởng mạnh mẽ đối với các không gian sáng tạo tại Việt Nam.

Thử thách đầu tiên 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. Bài học đã được biết đến ở đây đó là nền kinh tế sáng tạo có những sự tương đồng, nhưng cũng có một số khác biệt quan trọng so với "nền kinh tế". Do đó, cần phải thận trọng trong việc lập bản đồ những chính sách hiện có cho lĩnh vực mới này. Hơn nữa, trong các lĩnh vực truyền thống, công tác quản lý chủ yếu dựa trên các mục tiêu và kế hoạch (kế thừa), chứ không phải là quá trình.

Thứ hai, mối quan hệ giữa nền kinh tế sáng tạo và chính sách văn hoá khá phức tạp. Nhiều chính sách kinh tế sáng tạo dường như là một sự gia tăng của các dự án du lịch và di sản [7]. Điều này đúng với thực tế, nhưng là một quan niệm bị hạn chế và mang tính công cụ về những đóng góp của nền kinh tế sáng tạo. Hơn nữa, theo cách làm này, vai trò của nền kinh tế sáng tạo là thúc đẩy tiêu dùng (doanh thu từ việc "bùng phát" các chuyến tham quan du lịch). Đáng buồn thay, điều này quy chụp lên nền kinh tế sáng tạo với vai trò phụ thuộc, chứ không phải vai trò chủ đạo đã được xác định là có tiềm năng thực sự. Chính sách văn hoá truyền thống được cấu trúc trong mô hình kinh tế phúc lợi / thất bại thị trường. Người ta giả định là thông qua các nguồn viện trợ không hoàn lại. Thông điệp của các bản báo cáo về nền kinh tế sáng tạo đó là văn hoá là một động lực kinh tế; nhưng lại có mối quan hệ phức tạp với các hoạt động trong lĩnh vực văn hóa.

Cuối cùng, chúng ta có thể thấy rằng điều này tạo ra một "sự lộn xộn" phức tạp về mối quan hệ giữa nền kinh tế, xã hội và

nền kinh tế sáng tạo. Các hoạt động của nền kinh tế sáng tạo là các hoạt động mang tính kết nối. Về mặt khái niệm, điều này làm cho chúng ta khó xác định vị trí của nó giữa những "chiếc hộp" quen thuộc của các cuộc đối thoại kinh tế, văn hoá và quản trị. Trong một mô hình kinh tế phúc lợi xã hội truyền thống, đây là một sự thất bại thị trường và chỉ được hỗ trợ bởi các nguồn trợ cấp. Do đó, một chương trình hoạch định chính sách và phân bổ nguồn lực cần được xây dựng để đảm bảo cho các hoạt động văn hoá. Nếu văn hoá, hoặc một phần của nó, có nguồn thu nhập, thì cần phải có một cách tiếp cận khác đối với công tác quản trị, và các quy tắc đảm bảo các giá trị văn hoá. Những vấn đề này không chỉ gây khó khăn cho Chính phủ cũng như các nhà hoạt định chính sách mà nó còn tăng gấp bội trong lĩnh vực công. Do đó, một yếu tố quan trọng của việc hoạch định chính sách đó là giáo dục và nâng cao nhận thức về bản chất của lĩnh vực kinh tế sáng tạo.

NHỮNG ĐẶC THÙ CỦA NỀN KINH TẾ SÁNG TẠO: CƠ CẤU TỔ CHỨC

Phần lớn những điều trên được đưa ra dựa trên lý luận rằng nền kinh tế sáng tạo không chỉ là mặt khác của đời sống kinh tế, cũng không phải là sự phát triển của lĩnh vực văn hoá mà nó bao gồm cả hai. Trong thực tế, điều này có nghĩa là hành động và vận hành, tổ chức và quy trình của nó vẫn còn ở mức độ khá mới. Hơn nữa, không chỉ có một ngành "công nghiệp văn hoá", mà có nhiều ngành công nghiệp văn hóa khác nhau và giữa chúng có những sự khác biệt quan trọng (chúng ta có thể gọi là các lĩnh vực văn hoá, hoặc các định dạng văn hoá). Việc đánh giá những điểm tương đồng và khác biệt là chìa khóa để xây dựng một nền tảng hiệu quả cho việc hoạch định chính sách.

Tóm lại, chúng ta có thể xác định ba điểm đặc thù của nền kinh tế sáng tạo [8]. Đầu tiên là cách thức tổ chức, các doanh nghiệp trong lĩnh vực kinh tế sáng tạo thường có quy mô nhỏ (dưới năm người). Thông thường, định nghĩa về kinh tế quy mô nhỏ được hiểu với quy mô khoảng 100-200 người. Hơn thế nữa, "hệ sinh thái" của nền kinh tế sáng tạo bắt nguồn từ các cá nhân và lao động tự do, thông qua các doanh nghiệp nhỏ, cho đến các doanh nghiệp lớn đa quốc gia. Ngành văn hoá, về mặt tổ chức, "thiếu doanh nghiệp tầm trung". Đây là một vấn đề quan trọng vì nhìn chung trong các nền kinh tế các chức năng điều phối của ngành thường xuất hiện trong không gian "trung" này. Kết quả của sự thiếu hụt này đó là cán cân quyền lực nghiêng tuyệt đối về các cá nhân.

Thứ hai, chúng ta cần nhấn mạnh tính quy trình trong nền kinh tế sáng tạo; đặc tính này được thể hiện ở sự thay đổi rất nhanh chóng các ý tưởng và sản phẩm (và kết quả là tỷ lệ đổi mới cao), nhưng đồng thời mức độ rủi ro cũng rất cao đối với một sản phẩm duy nhất. Đổi mới bền vững và việc không chỉ đầu tư vào một sản phẩm rủi ro và duy nhất, là một thách thức đối với các nhà hoạch định chính sách và các tổ chức tài chính.

Quy trình và tổ chức vận hành thường nhật của ngành này đã và đang thích ứng để quản lý các rủi ro như vậy và được thực hiện theo nhiều cách khác nhau; đó là lý do tại sao điều này lại "đặc biệt" đối với một người ngoài ngành quen với các sản phẩm duy nhất và các hệ thống không tiên tiến (hầu hết là dây chuyền sản xuất đồng loạt). Các dự án ngắn hạn là một đặc điểm của doanh nghiệp trong lĩnh vực này, đây là nơi các cá nhân thành lập một ban dự án hay công ty phục vụ cho sự tồn tại của một sản phẩm, kết hợp các kỹ năng đặc thù để đạt được một mục tiêu. Vào cuối dự án (có thể là ngắn hạn khoảng sáu tháng), ban dự án / công ty bị giải thể. Quản lý trong môi trường như vậy đòi hỏi kỹ năng chuyên biệt, và điều kiện làm việc khá bấp bênh. Hơn nữa, về mặt logic kinh tế từ góc nhìn bên ngoài thì tính lâu dài và bền vững của một công ty là điều quan trọng. Trong nền kinh tế sáng tạo doanh thu và giải thể là thước đo sự thành công.

Thứ ba, ngoài các kỹ thuật quản lý chuyên biệt để đối phó với rủi ro và doanh thu, một chiến lược bổ trợ song song đó là cùng chia sẻ không gian. Việc cùng chia sẻ địa điểm tạo điều kiện cho việc hình thành số lượng lớn người sản xuất và người tiêu dùng, duy trì một khu vực làm việc với quy mô lớn. Điều này có thể là cần thiết, nhưng nó không đủ để sản xuất ra "nhiên liệu tên lửa" cho nền kinh tế sáng tạo đó là: các cộng đồng tri thức. Sự vắng mặt của các công ty và tổ chức có thể duy trì, hoặc tạo ra một cơ cấu trao đổi tri thức và áp dụng chúng vào thực tiễn là một sự rủi ro (vì rất khó), nhưng cũng là một thế mạnh (nếu làm được). Do đó, sự quan tâm của các nhà hoạch định chính sách và những người trong ngành đối với các "tổ hợp sáng tạo" hoặc "các không gian sáng tạo" dường như không những mang lại giải pháp cho vấn đề này, mà còn là phương tiện "giữ vững vị trí" trong dòng chảy toàn cầu.

NHỮNG THÁCH THỨC VỀ THỂ CHẾ / CẤU TRÚC TẠI VIỆT NAM

Tất cả các vấn đề nêu trên đều áp dụng cho các doanh nghiệp sáng tạo hoạt động trong các không gian sáng tạo ở Việt Nam. Hơn nữa, tùy thuộc vào khung pháp lý trong nước và chính sách hiện tại, cũng như mô hình phát triển của các không gian hiện tại, sẽ có nhiều vấn đề mà chúng ta cần lưu ý. Một thách thức mà ngành công nghiệp sáng tạo đang phải đối mặt đó là sự vắng bóng của các doanh nghiệp có "quy mô bậc trung" trong cơ cấu tổ chức của ngành: xu hướng hiện tại là có một số ít doanh nghiệp quy mô lớn và rất nhiều công ty quy mô siêu nhỏ; nhưng lại có rất ít các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Điều này tạo ra một sự khó khăn khi kết nối hoặc điều phối; đặc biệt là đối với việc hợp tác, trao đổi kiến thức và kỹ năng. Ở Châu Âu, vấn đề này được ghi nhận và thường được giải quyết bằng cách thông qua các "tổ chức trung gian" để phát triển và hỗ trợ lẫn nhau. Những công ty này gồm các tổ chức và mạng lưới liên kết giữa các công ty và cá nhân. Thông thường, chức năng này được thực hiện thông qua một công ty môi giới công nghiệp văn hoá, hoặc công ty hỗ trợ cho các tổ hợp. Chức năng này cũng tồn tại trong nhiều không gian sáng tạo. Hiện tượng này không được thảo luận nhiều, và thường xuyên bị bỏ qua với giả định rằng việc cùng chia sẻ một không gian hoạt động sẽ tự động đem lại cho các không gian sáng tạo các lợi ích. Điều này là hoàn toàn không đúng.

Một thách thức không tồn tại ở Châu Âu mà ngành công nghiệp sáng tạo Việt Nam phải đối mặt là: xin cấp phép cho các dự án sáng tạo và luật kiểm duyệt. Các doanh nghiệp nhận xét rằng khung pháp lý dành cho các doanh nghiệp văn hoá và sáng tạo có thể nói là phức tạp và không thống nhất. Điểm chung là dường như không có sự phân loại rõ ràng đối với các doanh nghiệp sáng tạo (đặc biệt là những loại hình nghệ thuật mang tính thử nghiệm, đổi mới và đương đại), hơn nữa chúng phải được cấp phép như các dự án văn hoá hoặc sáng tạo cũng giống như việc xin phép cho các cuộc triển lãm có tính nhạy cảm về mặt chính trị và văn hoá và các sự kiện thảo luận công khai. Việc xin giấy phép có thể nói là không chắn chắn vì quyết định thường mang tính chủ quan và không phải lúc nào cũng đúng thời gian[1]. Đối với việc xin phép cho các hoạt động nghệ thuật mang tính đương đại và các hoạt động nghệ thuật mà phải tuân theo luật kiểm duyệt vì tính nhạy cảm về mặt pháp lý thì tình hình càng phức tạp hơn[2].

Ngoài ra, mức độ đón nhận của công chúng với các loại hình nghệ thuật đương đại phải tính đến sự công nhận của nhà 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 kiềm 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: những yếu tố này tác động trực tiếp đến sự phát triển của các hoạt động nghệ thuật, và các không gian sáng tạo.

Thử thách đối với các doanh nghiệp, và những người hoạt động trong lĩnh vực văn hoá đó là đạt được một sự chắc chắn hơn trong một môi trường vốn có tính rủi ro cao. Đối với tất cả những người làm việc trong các ngành công nghiệp văn hoá trên thế giới, họ phải đối mặt với những rủi ro cao về mặt khán giả, và liệu khán giả có đánh giá cao những hình thức nghệ thuật và văn hoá được cải cách và làm mới. Một trong các cách giải quyết là xây dựng các cuộc thảo luận mở về những vấn đề này và biến nó trở thành một phần cơ bản của chương trình giáo dục. Mức độ rủi ro trong việc cấp phép là một khó khăn đối với nhiều người. Hơn nữa thách thức này không giống nhau giữa các địa phương. Những đơn vị tại Hà Nội, với nhiều kinh nghiệm tổ chức các lễ hội và sự kiện, dường như khá dễ dàng trong việc xin cấp phép. Điều này hoàn toàn khác đối với những đơn vị tại TP. HCM. Thông qua các kinh nghiệm xử lý những loại hình nghệ thuật mới và làm việc với các doanh nghiệp văn hoá, chính quyền địa phương cũng đã nắm rõ vấn đề hơn; tuy nhiên, đối với những công việc liên quan đến sáng tạo và đổi mới luôn luôn phải đối mặt với những sự không chắc chắn. Vì lĩnh vực văn hoá và sáng tạo đều liên quan đến việc đổi mới nên luôn luôn tồn tại những hạn chế nhất định.

[1]Nghị định số 113/2013/ND-CP, Mục 14 và 15

[2]Nghị định số 79/2012/ND-CP và số 15/2016/ND-DP11/

Việc cấp phép cho các dự án sáng tạo rõ ràng đã được "đo ni đóng giày" cho việc quản lý các sự kiện và hoạt động văn hoá; tuy nhiên, sự mở rộng và đổi mới của ngành công nghiệp sáng tạo có nghĩa là với việc trở thành một doanh nghiệp sáng tạo họ có thể được xếp vào loại hình này. Rõ ràng, mục tiêu cốt lõi đó là để kiểm soát một số khía cạnh của biểu đạt văn hóa, và đó là vấn đề do nhà nước quyết định. Điều này liên quan đến một thực tế ngày càng rõ ràng đó là các doanh nghiệp sáng tạo luôn phát triển và thay đổi nhanh chóng và họ sẽ liên đới đến những quy định luật pháp nào. Chúng tôi được biết 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.

Việc tham gia của những nhà đầu tư nước ngoài là một vấn đề nhạy cảm khác. 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. Tuy nhiên, 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. Xin nhắc lại, thách thức đối với các doanh nghiệp sáng tạo đó là sự không chắc chắn trong việc xin cấp phép cho các sự kiện hoặc hoạt động; hoặc không được phép quảng bá cho một sự kiện sắp diễn ra.

Đây rõ ràng là vấn đề chính trị và cần được thảo luận sâu rộng hơn, nhưng hiện tại nó cản trở sự phát triển của các không gian sáng tạo; chủ yếu là do sự thiếu đầu tư của chính phủ Việt Nam vào các không gian sáng tạo. 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. Một giải pháp cho các không gian sáng tạo đó là hợp tác với các chủ đầu tư bất động sản quan tâm đến một hướng phát triển mới có liên quan đến yếu tố văn hóa. Tuy nhiên, việc này cũng dẫn đến những khó khăn tương tự như ở Châu Âu, đó là cuối cùng giấy phép kinh doanh sẽ được cấp cho các hoạt động liên quan đến bất động sản, chứ không phải là dành cho không gian sáng tạo. Vì vậy, đây chỉ là giải pháp hỗ trợ tạm thời của các nhà đầu tư. Việc phụ thuộc vào các nhà đầu tư bên ngoài có thể dẫn đến những vấn đề mang tính nhạy cảm về mặt chính trị nếu các nhà đầu tư không nhận được sự quan tâm của chính phủ, hoặc chỉ đơn giản là mở cửa cho vốn đầu tư từ nước ngoài vào Việt Nam. Ví dụ, chúng tôi nghe nói đến các tổ chức phi chính phủ đang đánh giá lại các kế hoạch đầu tư của họ và điều này có thể dẫn đến việc rút lại hỗ trợ cho các chương trình ở Việt Nam. Rõ ràng, điều này làm cho các hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo của Việt Nam dễ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài.

Thách thức tiếp theo đối với các hoạt động cụ thể liên quan đến yếu tố văn hoá trong ngành công nghiệp sáng tạo tại Việt Nam cũng là những khó khăn mà các không gian và doanh nghiệp sáng tạo tại Châu Âu thường gặp: vấn đề ưu đãi thuế và đầu tư. Tại Việt Nam, không có một chính sách ưu đãi cụ thể nào nhằm hỗ trợ hoặc quảng bá doanh nghiệp sáng tạo giống như ở Châu Âu. Trong lĩnh vực kinh doanh và kinh tế, các ưu đãi thường dành cho các hoạt động nghiên cứu và đổi mới, và nhằm đầu tư vào việc phát triển cơ sở vật chất, hoặc tập trung vào đào tạo đội ngũ nhân viên[3]. Việc cân nhắc những chính sách ưu đãi, mà ta thường

thấy trong các lĩnh vực sản xuất và công nghệ cao của nền kinh tế thị trường, có thể đáng để chúng ta tìm hiểu nhằm tạo ra nguồn vốn đầu tư trong ngành công nghiệp sáng tạo[4]. Cuối cùng, mối quan hệ hợp tác giữa doanh nghiệp nhà nước và tư nhân vẫn còn ở giai đoạn đầu của sự phát triển.

Việc đầu tư phụ thuộc vào việc đánh giá tài sản và triển vọng phát triển của một doanh nghiệp. Ngành kinh tế sáng tạo gặp nhiều trở ngại trong vấn đề này, và nó thường liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ: đây là tài sản và là giá trị trong tương lai.

[3] Vấn đề được thảo luận liên quan đến Quyết định số 1466 / QĐ-TTg, nhưng vẫn chưa rõ ràng trong việc xác định chính xác các hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo.

[4] Hệ thống khuyến khích đầu tư (Điều 15) áp dụng cho một số ngành công nghiệp cụ thể, nhưng không áp dụng cho các ngành khác. Vấn đề này thuộc trách nhiệm của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch và Bộ Thông tin và Truyền thông

Đây cũng là một vấn đề mang tính quốc tế khi mà quyền sở hữu trí tuệ (IPR) chưa được đảm bảo một cách đầy đủ trong các ngành công nghiệp sáng tạo. Rõ ràng rằng, 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. Đối với các doanh nghiệp sáng tạo tại Châu Âu, những điều này luôn có sẵn để hỗ trợ các doanh nghiệp, và ở một chừng mực nào đó, việc tư vấn của các chuyên gia trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ ngày càng tập trung vào ngành công nghiệp sáng tạo. Một khó khăn khác đó là sự hỗ trợ dành cho "các đơn vị quản lý bản quyền" nhằm quản lý việc phân bổ "thu nhập tác quyền" thuộc về những người làm công tác sáng tạo. 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 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.

PHẦN 2 CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO

Phần này sẽ bắt đầu với định nghĩa về một không gian sáng tạo nhưng cũng khẳng định rằng tính đa dạng của các loại hình khiến việc đưa ra một mô hình chung là không hữu ích. Phần thứ hai sẽ tìm hiểu vấn đề ở một góc độ khác, làm nổi bật các chức năng mà một không gian sáng tạo có thể thực hiện. Phần thứ ba đưa ra những quan điểm trái chiều về việc các nguồn lực và các tài năng trong nền kinh tế sáng tạo cần được huy động, các không gian sáng tạo có thể đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện quá trình xây dựng năng lực địa phương. Tuy nhiên, kết quả là hình thức hoạt động của các không gian sáng tạo rất đa dạng.

CÁC ĐỊNH NGHĨA

Có nhiều cách hiểu khác nhau về định nghĩa, mục tiêu và vai trò của các không gian sáng tạo. Ý tưởng chung đó là với việc thay đổi nhanh chóng của các ý tưởng mới, công nghệ và sự sáng tạo thì việc hợp tác cùng nhau và cùng trao đổi các ý tưởng sẽ đem lại rất nhiều lợi ích. Theo đó, việc cho ra đời những tòa nhà làm những không gian sáng tạo/đổi mới/kinh doanh dường như là một bước đi hợp lý tiếp theo. Tuy nhiên, các không gian hoạt động hiệu quả cần có những ý tưởng và cách vận hành cụ thể. Nếu chúng ta chỉ tính đến các trang thiết bị và cơ sở hạ tầng cho các tòa nhà này là không đủ, vì các hoạt động văn hoá khác nhau đòi hỏi nhiều không gian, trang thiết bị và công nghệ khác nhau. Hơn nữa, các không gian hoạt động thành công nhất là những nơi có sự kết hợp giữa các hoạt động sản xuất, tiêu dùng và kết nối. Cuối cùng, việc quản lý mối quan hệ giữa các nguồn nhân lực, các hoạt động và nguồn lực vật chất đóng một vai trò quan trọng, có lẽ là vai trò quan trọng nhất trong một không gian sáng tạo [9].

Dựa vào các thành phần này, Bộ Công cụ Không gian Sáng tạo của Hội đồng Anh [10] xác định sáu mô hình của không gian sáng tạo như sau:

STUDIO Một tập thể các cá nhân và/hoặc các doanh nghiệp nhỏ cùng làm việc trong một không gian

TRUNG TÂM Một tòa nhà lớn có thể bao gồm những tài sản khác nhau như quán cà phê, quán bar, rạp chiếu phim, xưởng sản xuất, cửa hàng, không gian triển lãm

MẠNG LƯỚI Các cá nhân và/hoặc doanh nghiệp phân tán ở các nơi thường bao gồm các ngành hoặc địa điểm cụ thể

CỤM/ TỔ HỢP Là nơi tập trung các cá nhân và doanh nghiệp sáng tạo trong một khu vực địa lý

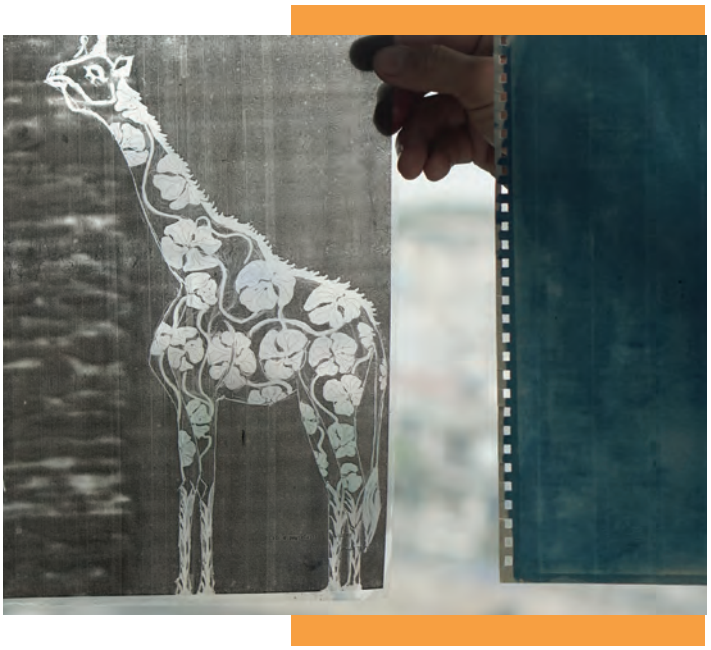
KHÔNG GIAN TRỰC TUYẾN Loại hình này chỉ hoạt động theo hình thức trực tuyến như các trang web, mạng xã hội để kết nối với những đối tượng công chúng rải rác

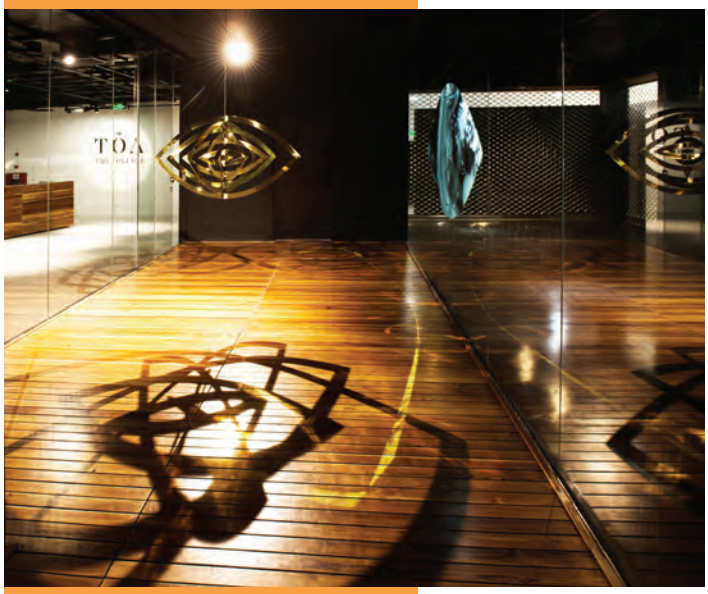
THỂ NGHIỆM Là loại hình tập trung thử nghiệm với cộng đồng mới, nghành nghề mới và mô hình tài chính mới

Thoạt nhìn, phạm vi của các mô hình không gian sáng tạo có thể gây ra sự nhầm lẫn; tuy nhiên, nếu phân tích kỹ hơn ta có thể thấy các mô hình không gian sáng tạo đang đáp ứng sự khác biệt của từng địa phương. Do đó, câu hỏi lớn dành cho bất kỳ một cộng đồng sáng tạo nào đó là "loại hình không gian nào phù hợp với chúng ta?". Các định nghĩa về không gian sáng tạo rất hữu ích trong việc phân loại những nguồn lực. Rõ ràng việc đánh giá nhu cầu của địa phương nên là một phần của quá trình lập kế hoạch. Một chiến lược với những yếu tố phức tạp và không rõ ràng sẽ ảnh hưởng đến mối quan hệ tương tác giữa các nguồn nhân lực và các giá trị liên quan.

Đáng tiếc là phần lớn nội dung trong buổi thảo luận về các không gian sáng tạo chỉ xoay quanh vấn đề cơ sở vật chất và đầu tư vốn. Đây chỉ là phần nổi của vấn đề. Trong khi điều quan trọng ở đây là cơ sở hạ tầng cứng phụ thuộc vào việc đầu tư dài hạn vào cơ sở hạ tầng mềm (thường là nguồn nhân lực và kiến thức). Các nghiên cứu ở Châu Âu đã chỉ ra rằng khái niệm về các không gian sáng tạo đã được kết hợp với nhiều ý tưởng khác như là thành lập các phố văn hóa, cụm văn hóa và các quận /huyện. Ý tưởng về việc cùng chia sẻ không gian làm việc được hình thành dựa trên quan điểm rằng khoảng cách càng xa thì tương tác giữa người với người càng ít, đặc biệt là việc trao đổi kiến thức. Do đó, khi làm việc gần nhau sẽ giúp ích cho việc duy trì trao đổi kiến thức, các hoạt động kinh tế, và đẩy mạnh cán cân kinh tế.

Định nghĩa các không gian sáng tạo, mà chủ yếu tập trung vào những yếu tố vật chất bên ngoài, cũng như khái niệm làm thế nào vận hành và có nguồn thu nhập từ các hoạt động kinh tế và sáng tạo vẫn còn nhiều hạn chế. Vấn đề là có giả định cho rằng sự đổi mới, chuyển giao tri thức, và sự sáng tạo giống như sự lây lan của một loại vi rút lây nhiễm. Tuy nhiên, đó chính là sự phát triển quan trọng giúp chúng ta hiểu rõ sự đổi mới một cách tổng quát hơn, và đặc biệt là đối với những người làm việc liên quan đến sự phát triển của các không gian sáng tạo rằng các ý tưởng không chỉ đơn giản "truyền nhiễm" cho những người mà họ tiếp cận; mà để mở rộng sự lan truyền của vi-rút, một số người sẽ có "kháng khuẩn", và một số 'tự động lây nhiễm', và một số khác thì tạo ra biến thể mới. Điều đơn giản đó là kiến thức và sự sáng tạo không giống như một băng chuyền: một quy trình tuyến tính và bổ sung nhau. 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. Việc nắm bắt, củng cố, học hỏi và mở rộng các ý tưởng là một quá trình xã hội: điều cốt lõi là chúng ta sẽ nói gì về quá trình hoạt động của một không gian sáng tạo. Trước khi chúng ta tiếp tục xem xét các không gian sáng tạo một cách chi tiết hơn, chúng ta cần hiểu tại sao mô hình "tòa nhà" lại chiếm ưu thế trong bối cảnh của các nước Châu Âu; và tại sao điều này không phải là một phần cần thiết để các khu vực khác học hỏi theo.





Các thành phố ở Châu Âu đã trải qua một sự chuyển đổi kinh tế quy mô lớn và vô cùng khó khăn vào cuối thế kỷ 20. Điều này được thể hiện rõ ở sự suy giảm trong các hoạt động sản xuất và sự gia tăng số lượng việc làm trong lĩnh vực dịch vụ. Điều này dẫn đến tình trạng hỗn loạn trong thị trường lao động và cơ cấu xã hội, khi tỷ lệ thất nghiệp gia tăng. Đồng thời, ở cùng một khu vực, đôi khi nhu cầu về nhân sự gia tăng nhưng chỉ dành cho các hoạt động thuộc khối văn phòng, dịch vụ và tài chính. Các khu đô thị cấp thành phố đã phải đối mặt với tình trạng dư thừa các cơ sở sản xuất và thực trạng thất nghiệp; trong khi ở những nơi khác có nhiều việc làm mới được tạo ra trong các khu văn phòng mới xây. Một cuộc khủng hoảng kép diễn ra khi các tòa nhà và thị trường lao động không khớp với nhau, nhiều người mất việc và nhiều tòa nhà trở nên dư thừa.

Đồng thời, mặc dù không được công nhận rộng rãi vào thời điểm đó, nền kinh tế sáng tạo đã bắt đầu phát triển. Một số chính quyền ở các thành phố mới đã nhận ra điều này và đã tìm cách kết hợp tận dụng các cơ sở hạ tầng vật chất dôi dư và các công việc mới được tạo ra, với hy vọng việc này có thể làm cho nền kinh tế tái sinh. Đây là thời điểm xuất hiện của "các khu phố công nghiệp văn hoá". Điều này phần nào giải thích lý do tại sao những cuộc tranh luận giữa các không gian sáng tạo tại Châu Âu thường liên quan đến các tòa nhà, sự chuyển đổi và không gian giá rẻ.

Ở một chừng mực nào đó các không gian sáng tạo (thường bị nhầm lẫn hoặc trùng lặp với các trung tâm kỹ thuật số, hoặc các phòng thí nghiệm, và các không gian sản xuất) đã một lần nữa khẳng định lại sự thật rằng sức mạnh kỳ diệu của "thiết bị" và "công nghệ" đã tạo ra sự đổi mới và sự phát triển trong lĩnh vực sáng tạo. Chúng ta có thể chắc chắn một điều rằng ngành công nghệ cao và nền kinh tế sáng tạo đã và đang tạo ra sự tăng trưởng kinh tế và việc làm. Điều chưa rõ ràng ở đây đó là các tòa nhà, những kỹ năng của thị trường lao động và mối quan hệ mật thiết giữa chúng đóng vai trò gì, như thế nào và tại sao. Chủ đề này đã tạo ra 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. Có thể nói rằng sự hiểu biết ít ỏi của chúng ta về những câu hỏi này có lẽ là mối đe dọa lớn nhất đối với nền kinh tế sáng tạo và kỹ thuật số, và đối với cả phần còn lại của nền kinh tế ở một mức độ nào đó.

Thông điệp rút ra từ phần này là các cuộc tranh luận ở Châu Âu về các không gian sáng tạo đã được đưa vào trong lịch sử kinh tế Châu Âu và những khủng hoảng của nền kinh tế gần đây (điều này là hợp lý, nhưng chúng ta cần hiểu rằng thông điệp này chỉ được 'gói gọn' trong những hoàn cảnh này). 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. Việc xem xét lại những quan điểm hiện tại về các không gian sáng tạo do Hội đồng Anh ủy nhiệm [11] đã nhấn mạnh điều này một cách rõ ràng và giúp chúng ta hiểu được 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; và 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. Vì những lý do này mà các mô hình không gian sáng tạo của Châu Âu không phải là nơi tốt nhất để tìm kiếm nguồn cảm hứng. Hoặc, người ta phải xem xét một cách kỹ càng để có thể ứng dụng những bài học kinh nghiệm phù hợp, chứ không chỉ đơn thuần đưa ra một giả định dựa trên những điều kiện của địa phương. Với sự thận trọng này, và cái nhìn sâu sắc, chúng ta tiếp tục xem xét lại tiềm năng của các mô hình không gian sáng tạo có thể được chuyển giao.

Quang và cộng sự. Nghiên cứu [1] sử dụng giản đồ của Hội đồng Anh và áp dụng nó vào các không gian sáng tạo của Việt Nam; dưới đây là trích dẫn đầy đủ những gì họ kết luận.

"Theo phân loại của Hội đồng Anh, với mẫu nghiên cứu trên, chúng ta có hai tổ hợp/cụm không gian sáng tạo, với ba không gian thử nghiệm, tám trung tâm trong lĩnh vực nghệ thuật, quản lý sự kiện, nghệ thuật đương đại, du lịch văn hoá, bảo tồn di sản; Không gian trực tuyến không được chọn do tính chất đặc biệt của loại hình này là chủ yếu nhắm vào các lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông. Đây là một cộng đồng với khả năng kết nối mạng rất cao do nhu cầu nghề nghiệp, quy tụ các không gian sáng tạo chuyên nghiệp. Hiện tại, chính sách xây dựng một quốc gia về tinh thần kinh doanh và công nghệ thông tin được coi là một ưu tiên, về cơ bản họ không cần sự trợ giúp của các chính sách hỗ trợ sáng tạo hoặc tạo dựng doanh nghiệp vì luôn có thị trường cho các sản phẩm của họ. Điều này rất khác so với các không gian sáng tạo bên ngoài lĩnh vực công nghệ thông tin, đặc biệt là các không gian hướng tới các hoạt động nghệ thuật, có những vấn đề về thiết lập thị trường, khả năng kinh doanh và sự hỗ trợ của nhà nước và xã hội ".

Kết luận này cho thấy tầm quan trọng của chức năng thiết lập mạng lưới của các không gian sáng tạo tại Việt Nam.

CHỨC NĂNG CỦA CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO

Từ những phân tích ở phần trước, chúng ta có thể kết luận rằng chính các hoạt động và sự năng động của các không gian sáng tạo sẽ mang lại cho các nhà hoạch định chính sách và những người hoạt động trong ngành, những người luôn tìm tòi và học hỏi các bài học kinh nghiệm từ Châu Âu, những giá trị và cái nhìn sâu sắc nhất. Theo đó, chúng ta có thể đưa ra một số nguyên tắc nhằm mô tả các chức năng của một không gian sáng tạo (mà không đơn thuần mô tả không gian của một tòa nhà).

Thứ nhất, không gian sáng tạo là một địa điểm cụ thể. Nó đem lại một không gian phù hợp cho các nghệ sĩ có thể thực hiện các hoạt động mang tính sáng tạo (và đặc điểm của các không gian là có diện tích và quy mô hoạt động rất khác nhau, phụ thuộc vào yếu tố con người; hơn nữa, nhu cầu của những người trong ngành thường thay đổi nhanh chóng, và gia giảm tùy thuộc vào từng dự án cụ thể). Cơ sở vật chất mang tính linh hoạt, có khả năng mở rộng về mặt quy mô và khả thi về mặt kinh tế là một thách thức quan trọng đối với các nhà quản lý không gian sáng tạo.Trên hết, giống như mọi hoạt động khác, 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. Cần lưu ý rằng các nhà hoạch định chính sách thường bỏ qua những nhu cầu này và phân bổ các hoạt động sáng tạo trong các khu vực có không gian hạn chế và mang tính tạm thời; hoặc, 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. Nhìn chung, đây là một cách "hỗ trợ" khác lạ đối với một trong những lĩnh vực phát triển nhanh nhất của nền kinh tế trong nước.

Thứ hai, không gian sáng tạo có chức năng kết nối giữa những người trong ngành và là một địa điểm phù hợp cho các dịch vụ cộng đồng, đôi khi được gọi là "các dịch vụ thực sự" [12]. Một trong số đó là những hoạt động dịch vụ và công việc quản trị mà các công ty lớn hưởng lợi được từ nền kinh tế quy mô; tuy nhiên, đây lại là một bất lợi cho những công ty có quy mô nhỏ luôn dành thời gian để đưa ra ý tưởng mới. Các dịch vụ quản lý chung như kế toán và tiền lương, cũng như dịch vụ tư vấn kinh doanh có thể hiệu quả vì những dịch vụ này luôn được cung cấp một cách kịp thời khi các doanh nghiệp có nhu cầu, nhưng cũng đóng vai trò

quan trọng về mặt chiến lược. Thông thường các dịch vụ quản lý có thể dẫn đến "các dịch vụ ở cấp độ cao hơn" mà một công ty riêng lẻ thường không có đủ khả năng để thực hiện. Các dịch vụ quản lý có thể được chuyên môn hóa; các dịch vụ tiền lương, hoặc các khóa tập huấn, hoặc dịch vụ tư vấn về sở hữu trí tuệ và pháp lý có thể được điều chỉnh cho phù hợp với khách hàng thuê mặt bằng. Thực tế, các dịch vụ này trở thành những yếu tố hấp dẫn mạnh mẽ đối với các doanh nghiệp sáng tạo khi họ tìm kiếm địa điểm cho các không gian sáng tạo.

Gắn liền với những dịch vụ nêu trên là vai trò quản lý của những nhà quản lý không gian sáng tạo có kỹ năng cao, và chắc chắn không phải là những người quản lý tòa nhà; họ đóng vai trò là những người trung gian chuyên nghiệp và đáng tin cậy, là những

nhà cố vấn luôn tạo điều kiện tương tác tốt nhất cho các tập thể và cá nhân cùng làm việc trong một không gian sáng tạo. Điều này thường được thể hiện ở cách quản lý và lựa chọn cẩn thận những đơn vị thuê mặt bằng mới, và quản lý những đơn vị đang sử dụng mặt bằng. Điều này cũng ảnh hưởng trực tiếp đến việc 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.

Thứ ba, liên quan đến không gian của các mạng lưới/cộng đồng, đối lập với nhóm văn phòng và phòng riêng biệt, đó chính là sự thúc đẩy việc học tập cùng nhau và chia sẻ các ý tưởng và kinh nghiệm. Giá trị lớn về mặt kinh tế và xã hội của việc chia sẻ nằm ở bản chất của các khái niệm về hệ thống "đổi mới mở" [13]. Những khái niệm này là một ý tưởng mới trong nền kinh tế kỹ thuật cao (đối lập với những hệ thống đóng và các doanh nghiệp luôn bảo mật thông tin); tuy nhiên, đây là hệ thống làm việc truyền thống và lâu đời trong lĩnh vực nghệ thuật và văn hóa. Quả vậy, những người làm việc trong lĩnh vực này hiểu rằng sự cởi mở với những ý tưởng mới và sự thay đổi là huyết mạch của việc tiếp tục hình thành nên các ý tưởng và tiên phong trong việc đổi mới. Nghiên cứu chỉ ra rằng sự "đổi mới mở", hoặc thường được biết đến như là "tương lai" của lĩnh vực nghệ thuật và văn hóa, đã thật sự thúc đẩy việc chia sẻ không gian trở thành một nhu cầu để có thể cập nhật được các ý tưởng mới và có thể kết hợp với các cộng đồng khác có chung một mối quan tâm. Theo đó, các không gian sáng tạo tự hình thành nên một "hệ tư tưởng" riêng để thu hút được nhiều sự quan tâm.

NHỮNG THÁCH THỨC ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO TẠI VIỆT NAM

Các nghiên cứu trước đây đã cho chúng ta thấy một bức tranh rõ nét về thực trạng và sự phân bổ của các không gian sáng tạo tại Việt Nam. Báo cáo của Trương Uyên Ly [2, 14] thực hiện theo yêu cầu của Hội đồng Anh liệt kê 24 không gian sáng tạo tại Việt Nam: 10 không gian tại TP. Hồ Chí Minh và 10 không gian tại Hà Nội và một số khác ở Huế, Hải Phòng và Hòa Bình; Báo cáo của Lương Hồng Quang cùng cộng sự [1] liệt kê 13 không gian; Một báo cáo khác ước tính khoảng 40 không gian sáng tạo. Ly [14] đưa ra một ước tính về quy mô tiềm năng của "cộng đồng khởi nghiệp" bằng cách ước tính số lượng "likes" ("thích") trên Facebook. Ly ước tính rằng cộng đồng chủ chốt có thể đạt đến số lượng 8-100,000 người; và con số này có thể tăng lên 10 lần khi một trong số họ có liên kết với mạng lưới những người ủng hộ và quan tâm đến lĩnh vực này. Vấn đề liên quan đến số lượng chính xác người tham gia chưa đề cập đến sản lượng kinh tế của họ, cũng như các sản phẩm văn hóa chưa được biết đến; do đó, cần tìm hiểu thêm thông tin về vấn đề này. Số lượng chính xác các không gian sáng tạo phụ thuộc vào định nghĩa được sử dụng. Chúng ta có thể chắc chắn rằng không gian sáng tạo lớn nhất và nổi tiếng nhất là Hanoi Creative City. Điểm quan trọng cần lưu ý đó là các không gian sáng tạo đang hoạt động không có cùng một loại hình giống nhau: sự đa dạng là một yếu tố quan trọng, về quy mô, cơ cấu tổ chức, mục tiêu và trọng tâm hoạt động. Rất ít các không gian sáng tạo được "thành danh", và thậm chí những không gian có quy mô lớn nhất cũng đang trải qua sự thay đổi và chuyển đổi nhanh chóng. Những không gian mới như The Factory tại TP. Hồ Chí Minh, và các không gian mỹ thuật tại Huế cho thấy được phạm vi rộng và đặc thù luôn luôn thay đổi trong lĩnh vực này. Rõ ràng rằng các không gian sáng tạo đang tăng trưởng, phát triển và đang dần trở nên phổ biến.

So với Việt Nam, các không gian sáng tạo tại Châu Âu có xu hướng theo một tiêu chuẩn nhất định; thông thường các tòa nhà công nghiệp cũ được nhà nước hỗ trợ hoàn toàn hoặc một phần nhằm cung cấp không gian hoạt động cho các doanh nghiệp sáng tạo, các studio của nghệ sĩ hoặc các xưởng đào tạo. Bức tranh về Việt Nam có sự tương phản thú vị với vai trò ít ỏi của nhà nước; thay vào đó là 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 đóng vào trò tiên phong. Tại Châu Âu, chính phủ quan tâm đến việc phân bổ không gian làm việc, các studio cho các nghệ sĩ và các doanh nghiệp sáng tạo; điều này dường như không được ưu tiên tại Việt Nam. Nhiều không gian sáng tạo đặt ưu tiên hoặc là cung cấp không gian làm việc dễ dàng và giá cả hợp lý, hoặc là ưu tiên cho việc kết nối và gặp gỡ của những cá nhân làm việc trong lĩnh vực sáng tạo. Do đó, điều quan trọng là thấy được sự khác biệt giữa không gian làm việc chung,

chủ yếu là mô hình kinh doanh quản lý tài sản, và các không gian sáng tạo mang tính kết nối, là những nơi ưu tiên cho việc quản lý các hoạt động và đào tạo. Sự phân biệt giữa hai loại hình này hiện chưa rõ ràng và có thể vẫn tiếp tục thay đổi.

Cần lưu ý rằng các không gian sáng tạo tại Việt Nam, cũng như ở châu Âu, bao gồm nhiều mô hình kinh doanh khác nhau. Cụ thể, trong khi "mục tiêu chính" luôn là tạo ra lợi nhuận hoặc ít nhất là không bị thua lỗ, thì mục tiêu phụ lại thường quan trọng hơn; đó là nhằm phát triển một hình thức nghệ thuật, mở ra một diễn đàn để thảo luận về văn hoá và phát triển khán giả tiềm năng thông qua giáo dục, chia sẻ kỹ năng, hay hoạt động bán lẻ, dưới hình thức một quán cà phê, nhà hàng, hoặc như là một không gian làm việc chung, hoặc là cơ sở cho các doanh nghiệp mới thành lập. Tất cả những điều này có thể được tìm thấy tại Hanoi Creative City; tuy nhiên, hầu hết các không gian khác đều có mục tiêu chuyên biệt (mặc dù mục tiêu này có thể thay đổi theo thời gian). Như đã đề cập ở trên, sự đa dạng về mục tiêu; một mặt khiến mô hình kinh doanh chuyển đổi và phát triển nhanh; nhưng mặt khác nó là sự đối phó với chế độ quản lý và cấp phép tại Việt Nam.

Đối với các nhà hoạch định chính sách, các chính trị gia và công chúng, điều này có thể gây nhầm lẫn; nhưng đây chính là đặc điểm của một ngành công nghiệp sáng tạo đang phát triển nhanh chóng. Thật vậy, đây là một trong những thách thức mà Hội đồng Anh đã đề cập trong bản báo cáo về các không gian sáng tạo, đó là sự đa dạng của các mục tiêu và sự cần thiết phải tập trung và kiểm soát công tác quản lý các không gian, và có thể đưa ra một chiến lược nhằm thay đổi mục tiêu theo từng giai đoạn. 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.

Thách thức đối với các không gian sáng tạo là sự bền vững và sức bật trong tương lai. Như đã đề cập ở trên, các nguồn tài trợ quốc tế đang thay đổi và nhiều tổ chức phi chính phủ đang cắt giảm các nguồn tài trợ do các chính sách thắt chặt ngân sách. Đồng thời, nền kinh tế sáng tạo Việt Nam đang phát triển nhanh chóng và tự chủ về tài chính. Câu hỏi đặt ra là liệu nguồn kinh phí từ các nhà đầu tư trong nước có cứu vãn được tình hình giảm sút tạm thời, và liệu một mô hình phát triển bất động sản có tiếp tục mang lại những lợi ích tốt nhất cho những người làm việc trong lĩnh vực sáng tạo. Giải pháp tiềm năng dễ 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.

Ở một mức độ nhất định, các không gian sáng tạo và cơ quan quản lý và cấp phép chưa có sự tin tưởng lẫn nhau; các doanh nghiệp sáng tạo chắc chắn sẽ cảnh giác với các không gian sáng tạo do nhà nước quản lý. Mô hình tài trợ cho lĩnh vực văn hóa và nghệ thuật được phát triển tại Châu Âu và đã được mở rộng ra trên thế giới có thể là một giải pháp khả thi. Mô hình này là "nguyên tắc cách một cánh tay" (arms-length principle). Đơn giản chỉ cần có một tổ chức trung gian giữa nhà nước và các đơn vị được tài trợ (các không gian sáng tạo) nhằm cố gắng tránh việc kiểm soát trực tiếp đến các quyết định mang tính nhạy cảm trong lĩnh vực văn hoá và nghệ thuật. Một mô hình tương tự khác hiện đang được áp dụng tại Việt Nam, đó là việc đầu tư cho các không gian sáng tạo do "bên thứ ba" thực hiện (không vì lợi nhuận).

Những cải cách về mặt thể chế này cần được áp dụng ở Việt Nam một cách cẩn trọng. Như những người tham gia buổi thảo luận đã đề cập, các nhà hoạch định chính sách thường không hài lòng với sự không rõ ràng giữa hoạt động vì lợi nhuận và phi lợi nhuận; giữa chính thức và phi chính thức; giữa văn hóa và kinh tế. Rõ ràng, những vấn đề này đã tạo ra sự nhầm lẫn về trách nhiệm của các bên và dẫn đến những cuộc tranh luận phức tạp. Vì đây chính là những thách thức mà các doanh nghiệp sáng tạo nêu ra, nên cần có một cuộc tranh luận rộng hơn về những vấn đề này giữa các nhà hoạch định chính sách, các doanh nghiệp trong ngành, các cơ quan quản lý nhà nước và người dân.

Chính những thách thức này đã khuyến khích một số các nhà quản lý không gian sáng tạo tại Việt Nam tổ chức một cuộc đối thoại với các nhà hoạch định chính sách nhằm trao đổi thông tin và hiểu biết về những mối quan tâm và mục tiêu của cả hai bên. Tuy nhiên, mặc dù đây là rõ ràng là một cách tiếp cận tích cực nhưng vẫn mang tính bộ phận và cần có sự xem xét và rà soát lại toàn bộ các quy định về lập pháp và cấp phép liên quan.

Sau cùng, vấn đề cân bằng giữa nền kinh tế sáng tạo và ngành văn hóa du lịch vẫn trong tình trạng tiến thoái lưỡng nan. Hai lĩnh vực này có quá nhiều sự tương đồng và chồng chéo nhau, nhưng chúng cũng có những điểm khác biệt và khó khăn riêng.

Lệ thuộc vào lịch sử và truyền thống, quan điểm chuẩn mực được hình thành dựa vào sự hiểu biết về văn hóa truyền thống và các hoạt động liên quan đến du lịch. Nền kinh tế sáng tạo mới nổi tạo ra nhu cầu cần xem xét lại mối quan hệ này và làm rõ những điểm tương đồng và khác biệt, cũng như những sự hỗ trợ phù hợp về mặt pháp lý. Tuy nhiên, điều này cần được thảo luận sâu rộng hơn.

Mối quan tâm sau cùng của các không gian sáng tạo đó là môi trường bên ngoài; cụ thể là đối tượng khán giả. Nhiều không gian sáng tạo đã chủ động tìm kiếm và mời khán giả đến các không gian, hoặc xây dựng lượng khán giả riêng cho các hoạt động của họ thông qua công tác bồi dưỡng và đạo tạo. Một số không gian sáng tạo bày tỏ sự quan tâm đến việc phát triển lượng khán giả và thị trường cho các hoạt động nghệ thuật đương đại tại Việt Nam. Một mối quan tâm khác liên quan đến sự thiếu kết nối về mặt xã hội giữa các không gian sáng tạo và cộng đồng khán giả. Trong hầu hết các trường hợp, mục tiêu của họ 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). Xin nhắc lại, đây là một lĩnh vực nhạy cảm (và là vấn đề liên quan đến việc được pháp luật công nhận đã được đề cập ở trên). 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, đây là một lĩnh vực khác cần được thảo luận bao gồm chính sách kinh tế, văn hóa và giáo dục.

PHẦN 3
ĐƯA CÁC KHÔNG GIAN SÁNG TẠO VÀO HOẠT ĐỘNG, XÂY DỰNG CÁC CỘNG ĐỒNG SÁNG TẠO ĐỊA PHƯƠNG

Phần trước của báo cáo này đã đề cập đến những vấn đề và một số trở ngại nhất định đối với công tác hoạch định chính sách và các hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo. Nó xác định một số nguyên tắc, bài học kinh nghiệm và các quy trình mà chúng ta cần quan tâm. Tuy nhiên, nó cũng cho thấy sự cần thiết của các giải pháp phù hợp với tình hình thực tế trong nước, những điều kiện về vật chất, hoặc các hoạt động nghệ thuật, và mối quan hệ với những sản xuất trong lĩnh vực văn hóa và người tiêu dùng hoặc khán giả. Hơn nữa, chúng ta cần hiểu rằng điều này liên quan đến các điều kiện thực tế, nhu cầu và những căng thẳng giữa "nền kinh tế sáng tạo" và các lĩnh vực văn hóa (không vì lợi nhuận), di sản văn hóa cũng như các lĩnh vực liên quan khác như du lịch. Tăng cường hiểu biết và nhận thức về những vấn đề này là bước đầu tiên của một quá trình thu thập kiến thức, phân tích và nỗ lực vận dụng nó theo các nguyên tắc nêu trên, sao cho phù hợp với những nguyện vọng của địa phương.

Nói chung, chúng ta gọi quá trình này là "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. Phần tiếp theo đề cập đến những nhu cầu này, cũng như các quá trình cần thiết để xác định chúng (nhằm đưa ra một quy trình phù hợp và khả thi). Trường hợp phổ biến của các không gian sáng tạo tại Châu Âu đó là đặc tính luôn đổi mới và phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp sáng tạo đã và đang cản trở việc thiết lập nên một hệ thống cơ sở dữ liệu và thông tin chung: đây là một trở ngại lớn đối với việc phát triển chính sách, hoặc thậm chí còn kìm hãm sự phát triển của cở sở hạ tầng (cứng và mềm) và điều này hoàn toàn không phù hợp với nhu cầu thực tế. Theo đó, ưu tiên hàng đầu là khắc phục những hạn chế này trước khi chúng trở nên nghiêm trọng hơn.

Lĩnh vực cần xem xét trước tiên đó là xác định các cộng đồng sáng tạo, và các không gian hoạt động của họ (từ phạm vi trong nước đến phạm vi toàn cầu). 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 lắp và những hoạt động còn thiếu hụt. Hơn nữa, nó cũng có thể xác định phạm vi của những mạng lưới khác mà các thành viên trong ngành hiện đang tận dụng; đây là những nguồn lực hiếm khi "được nhìn thấy" đối với những người ngoài ngành.

Vấn đề thứ hai trong việc lập bản đồ cộng đồng văn hóa đó là cơ sở hạ tầng mềm: đào tạo và giáo dục, một vấn đề quan trọng của các không gian sáng tạo Việt Nam. Một lần nữa, chúng ta cần biết rằng vấn đề này thường không được đề cập hoặc đề cập khá hạn chế trong các chương trình giảng dạy trong nhà trường. Điều quan trọng là phải tìm hiểu được nhu cầu bồi dưỡng của những người hoạt động trong lĩnh vực sáng tạo. Tuy nhiên, xin nhấn mạnh rằng để có thể lập nên bản đồ cộng đồng sáng tạo, những người trong ngành sẽ cần phải ngồi lại đối thoại với những nhà đào tạo và tư vấn hỗ trợ. Nếu nhu cầu đào tạo là tập trung phát triển các kỹ năng và ứng dụng thực tế, người học cần được thử thách và hướng dẫn.

Do đó, nhu cầu cần có những đơn vị trung gian, những chuyên gia giàu kỹ năng có thể dẫn dắt cuộc đối thoại giữa những người trong nghành, và những nhà làm luật, công chúng và những nhà kinh tế. Thông thường, những nội dung cần được trang bị ở đây chính là kiến thức chiến lược về ngành, khán giả và thị trường. Ngoài ra, những câu hỏi về cách tiếp cận thị trường và mạng lưới trong khu vực và quốc tế cũng cần được đề cập. Việc phát triển các đơn vị trung gian trong lĩnh vực văn hóa là một mặt của vấn đề, mặt còn lại đó là chính là 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. Một vấn đề đã được xác định tại Châu Âu đó là nguồn gốc của những đơn vị trung gian được trang bị đầy đủ kỹ năng trong lĩnh vực văn hóa. Một số chương trình giáo dục đại học đã bắt đầu đưa vào giảng dạy nội dung này và thường dựa trên kinh nghiệm thực tế. Tại Châu Âu, các không gian văn hóa đã có lịch sử gần 20 năm. Những quốc gia khác sẽ đối mặt với nhiều thách thức hơn và những vấn đề về thiếu nguồn nhân lực nếu công tác bồi dưỡng các cán bộ đào tạo và tư vấn không được phát triển. Cuối cùng, một vấn đề rất quan trọng liên quan đến chức năng của các đơn vị trung gian không chỉ là kỹ năng mà còn liên quan đến những vấn đề nhạy cảm ở cấp độ cá nhân. Từng cán bộ đào tạo phải có được sự tin tưởng của các học viên, của các nhà hoạt định chính sách và công chúng. Đây là một phần trong việc xây dựng sự tín nhiệm và cũng để chứng minh kinh nghiệm trong việc ứng dụng thực tế và cố vấn đào tạo. Những vấn đề này chính là nền tảng của một cộng đồng sáng tạo phát triển mạnh mẽ và bền vững trong tương lai.

Song song với việc xây dựng các đơn vị trung gian văn hoá trong nền kinh tế sáng tạo, các nhà hoạch định chính sách cũng cần tăng cường hiểu biết về mặt kiến thức và kỹ năng trong lĩnh vực này. Một vấn đề phổ biến ở Châu Âu đó là những nhà hoạch định chính sách chưa hiểu được các hoạt động sáng tạo, những thách thức trong việc quản lý các tổ chức văn hóa, hoặc các mô hình tài chính phức tạp hiện hành. Như đã lưu ý ở phần đầu của báo cáo này 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. Những chính sách này không phù hợp khi áp dụng cho nền kinh tế sáng tạo. Bên cạnh sự hiểu biết khác nhau giữa các bên, sự thiếu tin tưởng, một trở ngại tìm ẩn tại Châu Âu, đang là một vấn đề của công tác đánh giá.

Công tác đánh giá là một giai đoạn quan trọng của bất kỳ quy trình quản trị nào, và việc phát triển chính sách sử dụng công quỹ là một ví dụ. Trách nhiệm và sự tín nhiệm là rất quan trọng để việc vận hành được diễn ra suôn sẻ. Tuy nhiên, việc áp dụng lợi nhuận kinh tế hà khắc vào các quyết định đầu tư có thể gây tổn hại cho nền kinh tế sáng tạo vì hiệu quả của việc đầu tư không chỉ giới hạn ở giá trị kinh tế mà còn bao gồm các giá trị văn hóa và xã hội. Hơn nữa, giá trị kinh tế trong lĩnh vực này thường được khấu hao trong thời gian dài hơn với hàng tiêu dùng thông thường.

NHỮNG THÁCH THỨC MANG TÍNH CHIẾN LƯỢC

Tóm lại, chúng ta có thể nhận thấy rằng có nhiều yếu tố chủ chốt trong việc xây dựng cộng đồng, các nhu cầu về đào tạo và phát triển kỹ năng, và quan trọng hơn là những nhận định về "các giá trị". Những không gian sáng tạo không tham gia vào các quy trình phản ánh nội bộ như vậy thường hoạt động yếu kém hơn và có xu hướng thất bại. Chúng không bền vững vì chúng được thiết lập dựa trên cơ sở "các nhu cầu sai lệch", hoặc các nhu cầu được xác định quá cứng nhắc và ngắn hạn. 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.

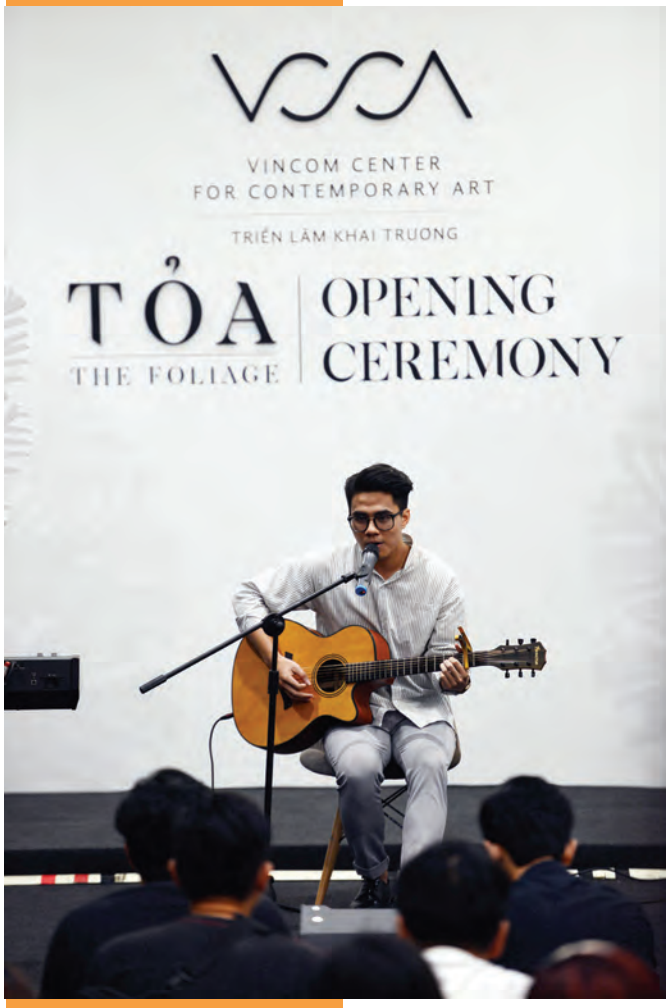
Các không gian sáng tạo cần phải được đề cập đến trong các thể chế đang được đổi mới của chính phủ. Đây là một thách thức quan trọng mang tính toàn cầu. Vấn đề đó là các thể chế chính phủ chủ yếu được tạo ra nhằm đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế và xã hội công nghiệp; tuy nhiên, những thể chế này không phù hợp với những thách thức của nền kinh tế sáng tạo/thông tin/hậu công nghiệp. Trong một thế giới như vậy, vai trò của các chính sách lạc hậu dần mất đi bởi những thay đổi nhanh chóng và vận hành hiệu quả của nền kinh tế tri thức. Các không gian sáng tạo là điển hình của việc quản lý một lĩnh vực kinh tế "khó kiểm soát".

Việt Nam có thể có một lợi thế đó là việc phát triển các chính sách về kinh tế sáng tạo và quy trình đổi mới công tác quản trị vĩ mô còn khá mới mẻ; nó không có bề dày lịch sử mà các quốc gia tại Châu Âu, dù tốt hay xấu, phải kế thừa. Điều đáng chú ý đó là tại hầu hết các nước trên thế giới, nhu cầu về việc đổi mới công tác quản trị đều vì mục đích "đối phó" với nền kinh tế sáng tạo. Các chính phủ Anh, Úc, Canada và các nước khác đã đi tiên phong trong việc tái cấu trúc các bộ phận quan trọng trong bộ máy chính phủ để có thể quan tâm nhiều hơn đến nền kinh tế sáng tạo. Điều này đã cho thấy lĩnh vực này đã đem lại rất nhiều các thách thức cho công tác quản lý của nhà nước. Các báo cáo của UNCTAD cho thấy những lợi ích tiềm năng mà việc này có thể đem lại. Chúng ta đã chỉ ra những thách thức trong việc phân loại các doanh nghiệp văn hóa và sáng tạo: thực tế chúng thường nằm ở khoảng giữa của các quy định về văn hóa và kinh tế.

Ngoài các nhu cầu cấp thiết trong việc xây dựng và phát triển năng lực trong nền kinh tế sáng tạo, chính phủ Việt Nam còn phải đối mặt với một số các thách thức khác. Những thách thức này tập trung vào câu hỏi đó là lĩnh vực văn hóa được quy định như thế nào trong các hệ thống chính sách, và ai sẽ là đối tác chiến lược trong lĩnh vực này? Báo cáo này mở đầu bằng việc đề cập đến sự giao thoa giữa văn hóa (du lịch và di sản), nền kinh tế sáng tạo, và nền kinh tế này là một lĩnh vực mới cần được khai thác. Các mối quan hệ tương quan cũng cần được hỗ trợ và phát triển. Nhiệm vụ

này sẽ tạo ra những thách thức cấp thiết cho các mạng lưới và thể chế ở cấp độ địa phương. Các không gian kinh tế sáng tạo có thể là một ví dụ của việc cải cách thể chế và đó là một cơ hội để tham gia vào những vấn đề này.

Bên cạnh những mối quan ngại về vị trí của nền kinh tế sáng tạo trong hệ thống quản lý nhà nước là một số trong những vấn đề khác cần được quan tâm. Chúng tôi đặc biệt nhấn mạnh những vấn đề liên quan đến đào tạo và giáo dục, và mối quan hệ của chúng với lĩnh vực mới này. Cụ thể, chúng tôi đã chỉ ra sự cần thiết của việc tăng cường hỗ trợ phát triển các cơ quan trung gian văn hóa và đội ngũ quản lý các không gian sáng tạo; đặc biệt khi nền kinh tế sáng tạo phát triển mạnh mẽ.



Ngoài ra, chúng ta còn có thể kể đến những khó khăn khác như làm thế nào để quản lý sự giao thoa giữa các hoạt động vì lợi nhuận và các hoạt động không vì lợi nhuận; và giữa nền kinh tế chính thức và phi chính thức. Như đã khuyến nghị ở phần trên, những hoạt động kép này là một phần không thể thiếu trong cấu trúc và quy trình hoạch định chính sách của nhà nước. Việc đổi mới và tìm kiếm các phương pháp để suy nghĩ vượt qua các ranh giới này sẽ phát triển công tác quản lý hiệu quả hơn trong nền kinh tế sáng tạo và ngày càng phát triển nền kinh tế lớn mạnh hơn.

Cuối cùng là các vấn đề liên quan đến những quy định của chính phủ về mặt nội dung. Nền kinh tế sáng tạo hiện vẫn "được pháp luật bảo vệ" ở mức độ nào và do đó sự hạn chế về nội dung và sự thể hiện vẫn là một câu hỏi mở. Sẽ là một vấn đề khó khăn khi các hoạt động văn hóa chuyển sang các hình thức thể hiện phổ biến hơn, và không chỉ liên quan đến di sản, lịch sử và thương hiệu quốc gia. Các cuộc thảo luận về vấn đề xã hội luôn đề cập đến chủ đề "giá trị và các giá trị", và vai trò của nền kinh tế sáng tạo và các chính sách về kinh tế sáng tạo.

Cách tiếp cận mà báo cáo này đề xuất là đối thoại và học từ thực tiễn. Hơn nữa, việc sử dụng các không gian sáng tạo là "phòng thí nghiệm" cho việc xây dựng năng lực, điều này có thể là nguồn lực cho nền kinh tế sáng tạo tại Việt Nam. Những không gian sáng tạo này có thể là địa điểm hữu ích đầu tiên nhằm cung cấp những hỗ trợ thiết thực cho nền kinh tế sáng tạo. Điều này có nghĩa là các không gian sáng tạo nên được kết nối với nhau để có thể học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau, và mạng lưới liên kết này có thể phản ánh hiệu quả những mong đợi về chính sách quốc gia dành cho nền kinh tế sáng tạo.

BRITISH COUNCIL

Không gian sáng tạo

Kinh nghiệm từ Châu Âu: Những bài học cho Việt Nam

GS Andy C.Pratt

Trung tâm Văn hóa Công nghiệp Sáng tạo, Trường Đại học Thành phố Luân Đôn

Ngày 07 tháng Hai năm 2017

Trong báo cáo có sử dụng các hình ảnh do các không gian sáng tạo cung cấp: ADC Academy, Fablab Saigon, Hanoi Doclab, Toong, Nhà Sàn Collective, Toa Tàu, Trung tâm hỗ trợ Phát triển tài năng Điện ảnh TPD, Salon Saigon, Work Room Four, Trung tâm Nghệ thuật Đương đại Vincom và Heritage Space.

Ảnh tác phẩm:

Trang 12: Nguyễn Mạnh Hùng, Chung sống trên thiên đường, 2009-2011, sắp đặt đa chất liệu.

Trang 18: Trúc-Anh, Câu chuyện ngụ ngôn vàng, 2017, sắp đặt.

Trang 22: Pablo Mercado, Ký ức của Krapp, 2015, sắp đặt video.

www.britishcouncil.vn

Tài liệu tham khảo

1. Lê Hồng Quang và cộng sự, Nghiên cứu về sự phát triển của các không gian sáng tạo tại Việt Nam ngày nay. 2016, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, văn phòng UNESCO tại Việt Nam : Hà Nội.

2. Trương Uyên Ly, Nghiên cứu ban đầu về các không gian sáng tạo tại Việt Nam. 2014. Hội đồng Anh: London.

3. UNCTAD, Báo cáo về kinh tế sáng tạo. Thách thức khi đánh giá ngành kinh tế sáng tạo: hướng tới hoạch định chính sách. 2008, UNCTAD/UNDP: Geneva/New York.

4. UNESCO, Khung thống kê văn hóa UNESCO. 2009, UNESCO: Paris.

5. UNCTAD, Báo cáo về kinh tế sáng tạo. Kinh tế sáng tạo, một sự lựa chọn khả thi. 2010, UNCTAD/UNDP: Geneva/New York.

6. UNESCO, Báo cáo kinh tế sáng tạo năm 2013 phiên bản đặc biệt: mở rộng con đường phát triển ở địa phương. 2013, UNESCO/UNDP: Paris.

7. Pratt, A.C. Các thành phố sáng tạo: Sự căng thẳng trong và giữa sự phát triển về kinh tế, xã hội và văn hóa. Bài học phê bình về kinh nghiệm của Vương quốc Anh, Thành phố, Văn hóa và Xã hội, 2010. 1(1): p. 13-20.

8. Pratt, A.C. P. Jeffcutt và cộng sự, Sáng tạo, đổi mới và nền kinh tế văn hóa. 2009, Routledge: London.

9. Agency, L.D., London sáng tạo: Tầm nhìn và kế hoạch. 2003, LDA: London.

10. Council, B., Sổ tay Không gian sáng tạo. 2015, British Council: London.

11. Pratt, A.C., và cộng sự, Báo cáo về các không gian sáng tạo: 2016. 2016, Hội đồng Anh: London.

12. Best, M.H., Cuộc cạnh tranh mới: các thể chế tái cấu trúc công nghiệp 1990, Cambridge: Polity. 296.

13. Chesbrough, H.W., Đổi mới mở: nhu cầu tạo ra và thu lợi từ công nghệ 2003, Boston, Mass.: Harvard Business School; Maidenhead: McGraw-Hill.

14. Ly, T.U., Nghiên cứu về chính sách và các không gian sáng tạo tại Việt Nam. 2016, Hội đồng Anh: London.