

KHAI THÁC CÁC NỀN TẢNG SỐ CHO VIỆC KẾT NỐI VÀ PHÁT TRIỂN CÔNG CHỨNG NGHỆ THUẬT TRONG BỐI CẢNH PHÒNG, CHỐNG COVID-19 Ở VIỆT NAM

NGUYỄN THỊ THU HÀ*

1. Bối cảnh chung

Tại Việt Nam, bối cảnh văn hóa, nghệ thuật và sáng tạo của cả nước trong những năm gần đây chủ yếu được định hình bởi sự nở rộ của các chương trình, sự kiện văn hóa nghệ thuật đa dạng, phong phú về loại hình, cấp độ của các đơn vị văn hóa nghệ thuật công lập và bởi sự tăng trưởng ngày càng nhanh của các tổ chức văn hóa nghệ thuật (TCVHNT) ngoài công lập mà hiện nay thường được biết tới với tên gọi là các không gian sáng tạo (*creative hubs*).

Về phía khu vực Nhà nước, cả nước hiện nay có 115 đơn vị văn hóa nghệ thuật công lập, trong đó có 12 đơn vị trực thuộc Bộ VH-TT-DL, 103 tổ chức nghệ thuật thuộc các Sở VH-TT-DL, Sở Văn hóa Thể thao các tỉnh, thành phố và 108 cơ sở đào tạo tham gia đào tạo văn hóa - nghệ thuật... (1).

Trong khi đó, ở khu vực ngoài nhà nước, theo nghiên cứu cập nhật của *Mạng lưới sáng kiến không gian văn hóa sáng tạo Việt Nam (Vietnam Creative Hubs Initiative - ViCHI)*, tính tới tháng 6-2021, Việt Nam hiện có khoảng 198 tổ chức hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật và sáng tạo với quy mô nhỏ và siêu nhỏ (2). Cụ thể được phân bổ dưới hai nhóm: theo lĩnh vực (âm nhạc, nghệ thuật thị giác, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, TV/Radio, nhiếp ảnh, thiết kế thời trang, thiết kế đồ họa, thiết kế nội thất, kiến trúc, thủ công mỹ nghệ, quảng cáo và marketing, công nghệ thông tin, dịch vụ phần mềm máy tính, xuất bản, du lịch, không gian làm việc chung, thực phẩm, đồ uống và theo địa lý (Hà Nội, TP.HCM, Lâm Đồng, Đắk Lắk, Gia Lai, Quảng Nam, Đà Nẵng, Thừa Thiên Huế, Thái Nguyên, Hòa Bình, Vĩnh Phúc, Hải Phòng, toàn quốc, quốc tế).

Trong khi các đơn vị sự nghiệp Nhà nước về văn hóa nghệ thuật ở các cấp đảm trách nhiều nhiệm vụ về chính trị - xã hội, nâng cao dân trí, nhận thức xã hội, giáo dục và đào tạo, nâng cao chất lượng đời sống tinh thần, thẩm mỹ cho công chúng và người dân, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, các giá trị di sản văn hóa... thông qua các hoạt động văn hóa, nghệ thuật hằng năm thì các doanh nghiệp hoạt động ngành công nghiệp văn hóa, các TCVHNT ngoài công lập, các không gian sáng tạo ngày càng gia tăng về số lượng và đa dạng về loại hình nghệ thuật hoạt động có vai trò quan trọng trong việc tạo dựng thương hiệu, bản sắc và sức hấp dẫn đương đại cho từng đô thị nói riêng, cả nước nói chung trong khu vực và quốc tế. Một số không gian với chủ đích làm sống lại các giá trị văn hóa truyền thống như: Ở Kia Hà Nội, mang lại sức sống đương đại cho các nghệ thuật truyền thống như: Cheo48h với xẩm và chèo, Tired City với rối nước, CAB Hoian với tuồng hay Cội Việt (TP.HCM) với đờn ca tài tử... đã dần thu hút được sự quan tâm của đông đảo công chúng nhiều thành phần thời gian qua.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hầu hết các không gian sáng tạo đều đang hoạt động với quy mô siêu nhỏ, nhỏ, nguồn thu chủ yếu từ xin tài trợ dự án, kinh doanh các sản phẩm và dịch vụ bổ trợ như tư vấn chuyên môn, bán quán cà phê, cho thuê mặt bằng làm sự kiện văn hóa nghệ thuật... nguồn lực của họ còn hạn chế, dễ bị tổn thương bởi những biến chuyển lớn từ bên ngoài như bối cảnh đại dịch COVID-19 hiện nay. Về cơ bản, hiện chưa có một chính sách, chương trình nào hỗ trợ, ưu đãi dành riêng cho họ như việc ưu đãi thuế kinh doanh, xuất khẩu sản phẩm và dịch vụ sáng tạo, thuê địa điểm/nhà xưởng, ưu đãi vay vốn kinh doanh, tiếp cận với các nguồn tài trợ từ Nhà

nước, thành phố... Các không gian những đặc tính như vậy, là những nhóm chịu ảnh hưởng nặng nề bởi tác động của đại dịch khi nguồn tài trợ từ các TCVHNT, nhà tài trợ, doanh nghiệp bị cắt giảm, gián cách xã hội khiến các dịch vụ tạo nguồn thu của họ bị dừng, theo đó có thể không còn tiền để trả tiền thuê nhà, thù lao cho nhân sự... Một số không gian đã phải đóng cửa, thu hẹp phạm vi hoạt động, chuyển đổi hình thức hoạt động sang trực tuyến...

Manzi là một trong những không gian nghệ thuật đa dạng và trưởng thành nhất tại Hà Nội. Với các hoạt động như triển lãm thị giác, tọa đàm, workshop, giới thiệu sách, chiếu phim, trình diễn âm nhạc, múa, Manzi mong muốn hỗ trợ, giới thiệu nghệ thuật đương đại tới công chúng Việt Nam, thúc đẩy các đối thoại về văn hóa - nghệ thuật. Các hoạt động của **Manzi** mang tính tiếp cận mở, kết hợp với các nghệ sĩ, trí thức sở tại, cũng như các tổ chức văn hóa - nghệ thuật tại Việt Nam. Tổ chức này tự vận hành nhờ nguồn thu nhập từ bar, café, shop nghệ thuật và chương trình Hội chợ nghệ thuật giá hợp lý *Art For You* thường niên. Tuy nhiên, từ đầu năm 2020 tới nay, **Manzi** thường xuyên phải đóng cửa do các yêu cầu về phòng, chống dịch COVID-19 trên địa bàn Hà Nội, vì vậy nguồn thu từ bán quán và bán các tác phẩm nghệ thuật có chất lượng, giá hợp lý bị sụt giảm nghiêm trọng.

Một không gian sáng tạo độc lập khác là **Không gian sáng tạo Cửa Biển**, mới được thành lập ở thành phố Hải Phòng. Theo kế hoạch, trung tuần tháng 5-2021, tổ chức này ra mắt công chúng yêu văn hóa, nghệ thuật thành phố Cảng một chuỗi các hoạt động nghệ thuật về văn học, nhiếp ảnh, workshop, triển lãm mỹ thuật, hội thoại và tọa đàm về văn học, viết sáng tạo, làm phim, về vai trò của không gian sáng tạo đối với các đô thị... *Tuần lễ Văn hóa Sáng tạo Hải Phòng* được kỳ vọng là cú hích khai mở nhận thức của cộng đồng hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật và sáng tạo cũng như công chúng thuộc nhiều nhóm đa dạng ở Hải Phòng. Tuy nhiên, do tình hình dịch khiến cho các hoạt động này phải hủy, hoãn hoặc chuyển đổi trực tuyến, thu hẹp phạm vi tiếp cận khán giả và công chúng của mình ngay ở giai đoạn đầu của tổ chức.

Ở phía khu vực công lập, tình hình cũng không khả quan hơn, trong vòng hai năm qua, tính từ thời điểm đại dịch COVID-19 bùng phát ở Việt Nam. Các

tổ chức sự nghiệp về văn hóa, nghệ thuật ở nhiều tỉnh, thành trong cả nước đã phải đối mặt với sự cắt giảm về ngân sách chi thường xuyên, hủy hoặc hoãn nhiều chương trình, sự kiện, dự án chủ chốt và tạo nguồn thu định kỳ của đơn vị, nguồn thu từ tài trợ tư nhân, từ dịch vụ, vé tham quan, vé chương trình... không còn đều do ảnh hưởng của dịch.

Vở nhạc kịch **Những người khôn khổ** của Nhà hát Nhạc Vũ Kịch Việt Nam (VNOB) thực hiện có tổng mức đầu tư nhiều tỷ đồng với hơn 6 tháng luyện tập và dàn dựng đã được công chiếu thành công tại Hà Nội trong vòng 8 buổi tại Nhà hát Lớn Hà Nội. Tháng 4-2021, VNOB tiếp tục mang tới cho công chúng Hà Nội cơ hội thưởng thức tác phẩm nghệ thuật đặc sắc này qua ba buổi diễn bổ sung. Theo kế hoạch, vở **Những người khôn khổ** sẽ được lưu diễn tại Đắk Lắk vào tháng 5-2021 và tại Nhà hát Hòa Bình TP.HCM trong 4 đêm vào tháng 6-2021. Tuy nhiên do dịch nên đã bị hủy bỏ, VNOB phải hoàn vé cho khán giả, gây ảnh hưởng nặng nề đối với ngân sách hoạt động của VNOB thời gian qua. Bên cạnh đó, từ đầu năm 2020 tới nay, rất nhiều chương trình nghệ thuật của Nhà hát phải hủy bỏ hoặc hoãn lại, trong đó phải kể đến chương trình lưu diễn vở ballet **Hồ Thiên Nga** mà Nhà hát đã rất thành công từ năm 2019.

Bảng 1: Hoạt động văn hóa - nghệ thuật tại một số thành phố trước và sau dịch COVID-19 (2019-2020)

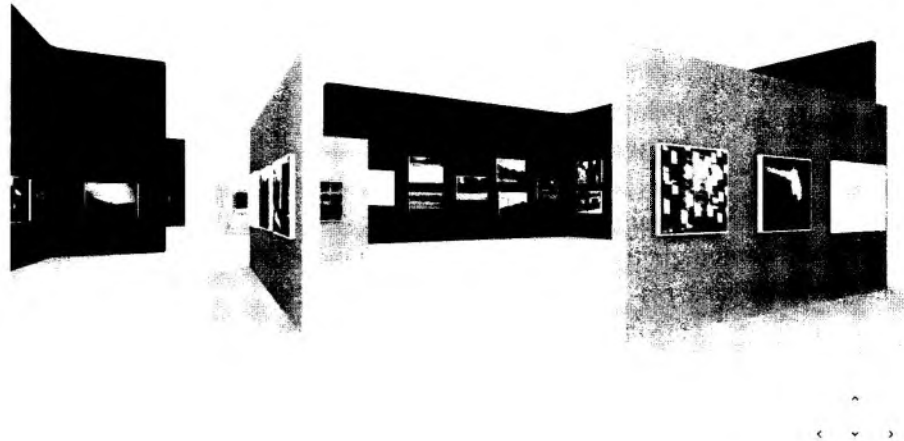
Hoạt động	Hà Nội (3)		Hội An (4)		Huế (5)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Công lập						
Buổi biểu diễn nghệ thuật	2.200	400			237	35
Liên hoan nghệ thuật quần chúng	03	-	1.337	390	-	-
Buổi chiếu phim	5.256	300			492	-
Các sự kiện văn hóa nghệ thuật khác	100				47	23
Lượt người tham dự			1.570.700	595.500	280.000	7.000
Ngoài công lập						
Các sự kiện văn hóa nghệ thuật (lễ hội, các chương trình nghệ thuật, triển lãm, trình diễn thời trang...)	150				628	-

Trong bối cảnh khó khăn này, các TCVHNT ở Việt Nam cần làm gì để có thể thích ứng, trụ vững và tiếp tục phát triển, đảm bảo các nhiệm vụ cốt lõi mà mình đã đặt ra suốt quá trình hình thành và phát triển?

2. Khai thác các nền tảng kỹ thuật số nhằm tiếp tục kết nối, phát triển công chúng và khán giả nghệ thuật trong bối cảnh đại dịch COVID-19 (2020-2021)

Những năm vừa qua, trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã trở thành một xu hướng phổ quát toàn cầu và các quốc gia đang tích cực theo đuổi các mục tiêu phát triển bền vững toàn cầu (Sustainable Development Goals) thông qua việc thúc đẩy sự phát triển, ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số như là chất xúc tác trên cả ba trụ cột phát triển bền vững là xã hội, môi trường, kinh tế, Đảng và Chính phủ Việt Nam đã có những định hướng, chính sách, văn bản chỉ đạo nhằm tăng cường, thúc đẩy sự tiếp cận cách mạng công nghiệp lần thứ tư ở nước ta như Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 4-5-2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường năng lực tiếp cận cách mạng công nghiệp lần thứ 4, Quyết định số 749/QĐ-Ttg ngày 2-6-2020 của Thủ tướng chính phủ phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27-9-2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư... Trong bối cảnh thuận lợi về chủ trương và chính sách đó, ứng dụng công nghệ số là những xu hướng đang trở nên phổ biến ở Việt Nam những năm gần đây nhằm giúp các tổ chức, doanh nghiệp mọi lĩnh vực thay đổi toàn diện mô hình và tổ chức của mình, tối ưu hóa hiệu suất và hiệu quả hoạt động cũng như kinh doanh (6).

Ứng dụng công nghệ số là việc sử dụng công nghệ thông tin vào các phương diện của các hoạt động thuộc lĩnh vực kinh tế - xã hội, đối ngoại, quốc phòng, an ninh và các hoạt động khác, trong đó có văn hóa, nghệ thuật, nhằm nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả của các hoạt động này. Trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, ứng dụng công nghệ số được một số đơn vị, tổ chức áp dụng như lĩnh vực bảo tàng, thư viện, lưu trữ di sản văn hóa, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, triển lãm mỹ thuật, giáo dục và



Hình ảnh của Triển lãm ảnh trực tuyến NÓI=ÁNH do Không gian sáng tạo Cửa Biển tổ chức trên nền tảng Kunstmatrix.com - Ảnh: Vũ Thanh Bình cung cấp

đào tạo văn hóa nghệ thuật (7)... Tuy nhiên, các hoạt động áp dụng công nghệ số này hiện vẫn đang dừng ở việc nghiên cứu áp dụng hoặc áp dụng thí điểm, chưa thực sự áp dụng có hệ thống trong từng ngành, từng tổ chức hoặc từng kế hoạch phát triển dài hạn. Việc áp dụng công nghệ số hiện nay ở khu vực văn hóa, nghệ thuật hiện còn nhiều thách thức về tư duy, nhận thức của các nhà quản lý và người hoạt động trong công tác văn hóa nghệ thuật, về cơ sở vật chất cho hoạt động ứng dụng công nghệ số, nguồn lực tài chính..., thể hiện ở sự thiếu vắng của các chương trình, kế hoạch, chính sách quản lý nhà nước trong lĩnh vực này ở nước ta những năm qua.

Trong khi đó, những tác động của đại dịch COVID-19 từ năm 2020 tới nay đã, đang đặt ra những yêu cầu cấp thiết đối với các TCVHNT ở Việt Nam, cả ở khu vực công lập và ngoài công lập. Cần nhanh chóng áp dụng các thành tựu của công nghệ số vào hoạt động của mình nhằm thích ứng với điều kiện thực tiễn mới này.

Kinh nghiệm của nhiều TCVHNT quốc tế cho thấy, việc áp dụng công nghệ số vào hoạt động đã nhanh chóng giảm thiểu những thiệt hại do những khó khăn của đại dịch gây ra, ít nhất trong việc giữ kết nối với cộng đồng sáng tạo văn hóa nghệ thuật của tổ chức mình, kết nối với khán giả và công chúng, tìm kiếm nguồn thu từ các hoạt động chuyên đổi trực tuyến.

Ở khu vực có lợi nhuận, trong lĩnh vực giải trí âm nhạc, phim ảnh..., các tên tuổi kinh doanh lớn như YouTube, Netflix, Tiktok, Amazon's Prime Video,

Apple TV Plus, Google Play... đã có những giải pháp nhằm tiếp tục tồn tại và phát triển trong bối cảnh giãn cách xã hội ở khắp nơi trên toàn thế giới, gây sụt giảm nguồn doanh thu từ kinh doanh trực tiếp như tập trung khai thác các nền tảng số thông qua việc giảm chất lượng truyền phát để giữ ổn định cho đường truyền internet, tăng cường nội dung, bao gồm các sản phẩm mới được ra mắt, trên các nền tảng số và bổ sung giá trị cho các dịch vụ cung cấp trải nghiệm trên các nền tảng số của mình những ưu đãi hay miễn phí, khuyến mại (8).

Lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn (*performing arts*) ở mọi tổ chức, mọi nơi, mọi quốc gia trên toàn thế giới có lẽ là khu vực chịu ảnh hưởng nặng nề nhất, không kém so khu vực chiếu phim (*cinema*). Nhiều sân khấu lớn nhỏ, từ gạo cội tới non trẻ, trong hai năm qua gần như phải dừng hoạt động do dịch. Một nghiên cứu sơ bộ vào tháng 3-2020 của IETM - Mạng lưới quốc tế nghệ thuật biểu diễn đương đại (*International network for contemporary performing arts*) với 80 đơn vị biểu diễn đến từ 23 quốc gia đã cho thấy tình trạng hầu hết các chương trình biểu diễn, lễ hội, hội thảo, tour công diễn, hợp tác sản xuất quốc tế trong lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn đã bị hủy hoặc hoãn ở toàn châu Âu, châu Á, Mỹ, Úc..., nhiều công việc đã bị hủy hợp đồng, nguồn thu nhập bị cắt đứt... Bên cạnh đó, những nhà quản lý làm việc lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn lo ngại rằng, khủng hoảng do dịch bệnh đã khiến công chúng và khán giả e dè với việc tập trung đông người tại các nhà hát, trung tâm biểu diễn. Nếu tình hình này tiếp tục kéo dài, sẽ cần tới nhiều nỗ lực và thời gian hơn nữa để có thể khôi phục lại thói quen tới rạp hát của công chúng sau khi dịch bệnh qua đi.

“Hậu quả tiêu cực nhất mà chúng tôi phải đối mặt là sự thiếu giao tiếp giữa nghệ sĩ và khán giả. Giá trị của sự trao đổi này lớn hơn rất nhiều so với giá trị về kinh tế” - chia sẻ của một thành viên từ Đan Mạch của Mạng lưới quốc tế nghệ thuật biểu diễn đương đại (9).

Theo đó, một số tổ chức đã chuyển trọng tâm của họ từ phương thức biểu diễn thuần túy sang loại hình nghệ thuật có hàm chứa các yếu tố kỹ thuật số, ví dụ như rạp chiếu phim từ xa (*telematic theatre*, rạp hát kết nối các không gian khác nhau thông qua hội nghị truyền hình) và truyền phát trực tiếp (*livestreaming*). Họ cũng đang xem xét sản xuất các khóa học hoặc bài thuyết trình trực tuyến về các chủ đề khác nhau

(đặc biệt là cho khán giả trẻ). Truyền phát trực tiếp và tạo sản phẩm thay thế ảo cho các buổi biểu diễn tại chỗ được xem xét một cách rộng rãi trong mạng lưới các đơn vị nghệ thuật biểu diễn của IETM như những giải pháp duy nhất để tiếp tục sản xuất nội dung cho khán giả. Pacific Northwest Ballet với vở nhạc kịch nổi tiếng toàn thế giới *Kẹp hạt dẻ* (*Nutcrackers*) có tuổi đời hơn 50 năm đã giúp lan tỏa tình yêu múa ba lê cho nhiều thế hệ trên toàn thế giới. Mỗi năm, khoảng 100.000 khán giả đến rạp của Pacific Northwest Ballet để xem *Kẹp hạt dẻ*, tạo doanh thu gần 6 triệu USD, chiếm khoảng một nửa doanh thu của công ty từ các buổi biểu diễn trong cùng mùa. Năm 2020, Pacific Northwest Ballet đã phát trực tuyến các cảnh quay lưu trữ về *Kẹp hạt dẻ* của George Balanchine với hy vọng rằng trải nghiệm ảo sẽ mang lại khoảng 200.000 USD cho đơn vị (10).

Tương tự, ở khu vực phi lợi nhuận, sáng kiến khai thác nền tảng số đã được nhiều TC VHNT trên thế giới áp dụng để tiếp tục theo đuổi sứ mệnh hoạt động mà mình theo đuổi lâu nay, đồng thời, góp phần thúc đẩy sự kiên cường của người dân toàn thế giới khi đối mặt với những khó khăn do dịch bệnh gây ra bằng chính những giá trị tinh thần mà chương trình, tài nguyên văn hóa nghệ thuật họ đang sở hữu.

Liên hoan biểu diễn trực tuyến tái - kết nối (*Re-Connect Online Performance Festival*) là một dự án tập thể về nghệ thuật biểu diễn sử dụng công nghệ truyền thông kỹ thuật số để kết nối lại nghệ sĩ và khán giả trong thời đại giãn cách xã hội. Được thành lập vào tháng 3-2020 để đối phó với đại dịch toàn cầu, các sự kiện lễ hội của dự án này đã mang các nghệ sĩ từ khắp nơi trên thế giới đến với nhau qua một chuỗi các buổi trình diễn, bài giảng, thảo luận truyền trực tuyến với nhiều ngôn ngữ khác nhau từ nhiều quốc gia trên toàn thế giới. Dự án này còn thành lập một mạng lưới trao đổi nghệ sĩ hỗ trợ các sáng kiến như chương trình thực tập sinh viên quản lý nghệ thuật và lưu trú nghệ sĩ ảo (11).

Nghệ thuật & Văn hóa Google (*Google Arts & Culture*) (12) là một sáng kiến phi lợi nhuận của Google hợp tác với các tổ chức văn hóa và nghệ sĩ trên khắp thế giới với sứ mệnh là bảo tồn, đưa nghệ thuật, văn hóa của thế giới lên mạng để mọi người, ở bất kỳ đâu đều có thể truy cập được. Chương trình sử dụng công nghệ hình ảnh có độ phân giải cao cho phép người xem tham quan các bộ sưu tập và phòng trưng bày của tổ chức đối tác và khám phá thông tin

vật lý, ngữ cảnh của tác phẩm nghệ thuật. Dự án được vận hành vào ngày 1-2-2011 thông qua Viện Văn hóa Google, hiện nay, Google Arts & Culture giới thiệu các tác phẩm nghệ thuật từ hơn 2.000 viện bảo tàng và kho lưu trữ hàng đầu thế giới. Dự án phi lợi nhuận này đã giúp khán giả, công chúng yêu nghệ thuật trên toàn thế giới có thể dễ dàng và liên tục được kết nối, theo dõi các hoạt động của các bảo tàng, phòng trưng bày, viện nghiên cứu, đơn vị lưu trữ nghệ thuật trên toàn thế giới thông qua nền tảng công nghệ số tiên tiến nhất hiện nay mà Google phát triển.

Một sáng kiến tương tự ở lĩnh vực phim tài liệu phải kể tới là việc IDFA - Liên hoan Phim tài liệu quốc tế Amsterdam, một trong những liên hoan phim danh giá trên thế giới đã cho chiếu trực tuyến miễn phí hàng ngàn bộ phim tài liệu và dự án truyền thông từ năm 2020 tới nay, giúp cho công chúng yêu phim tài liệu trên toàn thế giới có thể tiếp cận được nguồn tài nguyên khổng lồ của tổ chức này trong bối cảnh giãn cách xã hội kéo dài ở nhiều nơi (13).

Ở Việt Nam, phát triển các sản phẩm và dịch vụ trên các nền tảng số để tiếp tục tạo nguồn doanh thu, marketing, truyền thông, phát triển khán giả và cộng đồng... được đánh giá là cách thức phổ biến, hiệu quả nhất hiện nay trong cộng đồng sáng tạo, đặc biệt là ở khu vực ngoài công lập trong việc thích ứng với đại dịch.

Trong khu vực kinh doanh sáng tạo, do ảnh hưởng dịch COVID-19, các rạp phim đóng cửa nên các trang phim trực tuyến thu phí như Film+, Danet, FPT, Clip TV đã cung cấp nhiều gói thu phí khác nhau, thấp nhất từ 50.000 đồng/tháng để thu hút số lượng khách hàng trực tuyến, đảm bảo nguồn thu cho doanh nghiệp. Khảo sát công bố gần đây của Công ty Dịch vụ nghiên cứu thị trường Q&Me (Việt Nam) cho biết, thực hiện cách ly xã hội, hạn chế đi lại, tỷ lệ xem video tại nhà tăng tới 97%; trong đó xem phim dài tập, phim lẻ là 60%; âm nhạc 50%; xem chương trình giải trí, trò chơi truyền hình, chương trình thực tế 48%. Giám đốc Truyền hình FPT Tô Nam Phương cho biết lượt xem phim truyện trên ứng dụng FPT Play (truyền hình OTT) tăng gấp 5 lần thông thường, cho thấy tiềm năng của việc khai thác các nền tảng số trong phát triển doanh thu từ các ngành sáng tạo, đặc biệt là ngành phim (14).

Trong lĩnh vực nghệ thuật thị giác, Triển lãm *Không mây Không mưa: Lưu giữ nghệ thuật Việt Nam cho tương lai*, nằm trong khuôn khổ của Liên

hoan Sáng tạo và Thiết kế Việt Nam 2020 do Trường Đại học RMIT Việt Nam, VICAS, UNESCO Hà Nội và Colab Việt Nam đồng tổ chức, là một trường hợp khá tiêu biểu cho việc khai thác các nền tảng số để kết nối với khán giả, tạo cơ hội tiếp cận tốt hơn cho những khán giả gặp khó khăn đi thưởng thức nghệ thuật trực tiếp ở các không gian triển lãm truyền thống. Triển lãm bộ sưu tập nghệ thuật đương đại của Trường Đại học RMIT Việt Nam với 32 tác phẩm của 22 nghệ sĩ đương đại Việt Nam dưới hai nền tảng: trực tiếp tại không gian triển lãm của Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam từ ngày 7 đến 15-11-2020 và trực tuyến từ 20-10-2020 đến 15-11-20, trên nền tảng online Kunstmatrix. Ý tưởng một triển lãm, hai trải nghiệm (trực tiếp và trực tuyến) này của triển lãm xuất phát từ những kết quả nghiên cứu bước đầu của một dự án dài hơi mà hai giám tuyển chính của dự án là TS EMMA DUESTER và chị MICHAL TEAGUE thực hiện nghiên cứu về công tác số hóa các tư liệu và bộ sưu tập của các TC VHNT tại Việt Nam, phản ánh tầm quan trọng của việc có một nền tảng số trong hoạt động văn hóa nghệ thuật của nhiều tổ chức nghệ thuật ở Việt Nam.

“Không mây không mưa” sẽ xuất hiện trên nền tảng số Kunstmatrix - lúc đầu chúng tôi khá lưỡng lự do chưa từng tiếp xúc, nhưng chi phí của nền tảng này hóa ra rất phải chăng, sử dụng cũng không khó. Đây là một điểm sáng của thời đại này: ta có rất nhiều lựa chọn công nghệ nên không cứ phải là một chuyên gia viết “code” ta vẫn có thể có thể sử dụng... Với Kunstmatrix, có khoảng 20 cấu trúc không gian, chúng tôi cố tạo ra một trải nghiệm tương đồng về trưng bày tác phẩm giữa các phiên bản của *Không mây không mưa*, tuy vậy vẫn sẽ có sự khác biệt giữa không gian Bảo tàng Phụ nữ và không gian triển lãm ảo” (15) (Michal Teague, Giảng viên Khoa Thiết kế & Truyền thông, Trường Đại học RMIT Việt Nam, phỏng vấn bởi Trần Duy Hưng cho VFCD 2020).

Với những thay đổi tích cực về hướng tiếp cận trong công tác trưng bày nghệ thuật, thay vì coi hiện vật và tác phẩm là đối tượng trung tâm thì hiện nay, nhiều bảo tàng tại Việt Nam đang coi công chúng là mục tiêu trung tâm cần hướng tới trong hoạt động của mình. Vì vậy, trong bối cảnh dịch bệnh, tham quan trực tiếp bị hạn chế, một số bảo tàng ở Việt Nam như Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam, Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam... đã nhanh chóng áp dụng các công nghệ số để chuyển đổi các không gian trưng bày vật

lý, các tác phẩm nghệ thuật thành các triển lãm, trưng bày trực tuyến cho phép công chúng có thể tham quan từ xa với máy tính hoặc điện thoại thông minh để đảm bảo mối liên hệ chặt chẽ giữa công chúng và bảo tàng được liên tục.

Ngay giai đoạn đầu, ảnh hưởng bởi dịch (2020), **Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam** đã tổ chức sản xuất những sản phẩm truyền thông trên nền tảng số, sản xuất series clip giới thiệu các câu chuyện hiện vật trên kênh YouTube, đẩy mạnh truyền thông qua các trang mạng xã hội, xây dựng tin bài, nội dung ngắn gọn dưới hình thức *infographic*, kể các câu chuyện về lịch sử và di sản về phụ nữ Việt Nam, giúp duy trì sự kết nối và tương tác với công chúng (16). Trong khi đó, Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam cho ra mắt nền tảng *iMuseum VFA*, ứng dụng thuyết minh đa phương tiện, trợ giúp du khách tham quan trực tuyến và trực tiếp tại Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam nhằm thu hút nhiều hơn lượng khán giả, công chúng trẻ, thích ứng với bối cảnh dịch. Mọi tác phẩm, thông tin thuộc các bộ sưu tập của bảo tàng đều được lưu trữ trên nền tảng trực tuyến này, thông qua phần mềm *iMuseum VFA*, công chúng có thể tham quan từ mọi nơi trên thế giới với 8 ngôn ngữ. Số vé tham quan trực tuyến trong vòng 5 tháng kể từ khi ra mắt nền tảng (đầu năm 2021) là khoảng 1.000 vé, chiếm 12% số vé bán tham quan trực tiếp (17).

“Tôi nghĩ là việc sử dụng *social media* sẽ dễ dàng để tương tác, kết nối với các khán giả đặc biệt là khán giả trẻ hơn. Ngoài việc là một kênh cập nhật thông tin về các hoạt động biểu diễn, VNOB còn tham vọng đưa các kênh mạng xã hội của Nhà hát thành một kênh uy tín về giáo dục nghệ thuật dành cho công chúng ở Việt Nam” (Cao Hoàng Yến Nhi, Chuyên viên phụ trách truyền thông, VNOB).

Việc sử dụng các nền tảng truyền thông số không chỉ phục vụ cho việc đảm bảo tính liên tục trong kết nối và tương tác giữa nghệ sĩ, tác phẩm nghệ thuật với khán giả, công chúng qua các triển lãm trực tuyến, biểu diễn trực tuyến,... mà còn giúp nhiều TCVHNT tiếp tục các chức năng khác như giáo dục nghệ thuật và kết nối mạng lưới. Từ đầu năm 2020, Mạng lưới Sáng kiến Không gian sáng tạo Việt Nam với 198 thành viên là các TCVHNT trên khắp cả nước đã phối hợp cùng với Dự án Không gian văn hóa sáng tạo Việt Nam do EU và Hội đồng Anh tài trợ, Hội đồng Anh Việt Nam phối hợp với VICAS thực hiện từ 2018 đến tháng 6-2021 đã xây dựng 1

chương trình gồm 17 khóa học trực tuyến về văn hóa, nghệ thuật, sáng tạo trên website *creativehubs.vn* nhằm giúp cộng đồng sáng tạo Việt Nam liên tục tiếp nhận hoạt động nâng cao năng lực trong bối cảnh đại dịch COVID-19. Tính từ khi ra mắt vào tháng 6-2020 tới 6-2021, nền tảng giáo dục trực tuyến này đã có 13.406 tài khoản đăng ký và sử dụng (18).

Những sáng kiến trên của nhiều TCVHNT quốc tế và trong nước, ở cả khu vực công lập lẫn ngoài công lập, cho thấy những nỗ lực không ngừng nghỉ của nhiều cá nhân, tổ chức đang không chấp nhận những thách thức của khủng hoảng do đại dịch COVID-19 mang tới. Họ xoay sở không chỉ vì mục đích đảm bảo sự tồn tại của tổ chức, doanh nghiệp mình mà còn vì hiểu rõ ý nghĩa của nghệ thuật đối với đời sống tinh thần và sự kiên cường của con người.

3. Lời kết

Trên thực tế, khủng hoảng không phải lúc nào cũng hoàn toàn là tiêu cực. Trong khủng hoảng cũng có cơ hội để cá nhân, tổ chức chuyển đổi, bứt phá, tăng trưởng bền vững hơn. Bối cảnh này, TCVHNT nào có sự linh hoạt, năng động, sáng tạo trong đổi mới mô hình hoạt động, phương thức vận hành tổ chức của mình, tổ chức đó có khả năng thích ứng, tồn tại và phát triển. Chuyển đổi số, áp dụng công nghệ kỹ thuật số, nâng cao năng lực chuyên môn, quản trị số cho đội ngũ của mình, liên kết mạng lưới... là những việc mà các tổ chức này cần khai thác để vượt qua giai đoạn này.

Tuy nhiên, giải pháp số thích ứng với đại dịch trong khu vực sáng tạo ở Việt Nam cũng có điểm hạn chế như vẫn nạn vi phạm bản quyền trên các nền tảng số khó kiểm soát, cơ chế hỗ trợ việc tạo doanh thu cho các hoạt động sáng tạo trực tuyến và phổ biến các sản phẩm, dịch vụ đó trên các nền tảng số cũng chưa hoàn thiện; năng lực sử dụng công nghệ số của các TCVHNT còn hạn chế, có ít sự hỗ trợ về công nghệ số của các doanh nghiệp và nhà nước dành cho các TCVHNT ngoài nhà nước.

Công chúng và khán giả có vai trò tạo nguồn lực lớn đảm bảo sự sống còn của một TCVHNT nếu tổ chức đó biết cách thức để khai thác nguồn lực đó một cách hiệu quả. Phát triển công chúng nghệ thuật cần đảm bảo: tạo dựng mối quan hệ giữa công chúng với tổ chức của mình, tăng số lượng khán giả và tăng sự trung thành của khán giả đối với mình. Vì thế, việc giữ gìn tính kết nối, phát triển khán giả, công chúng nghệ thuật cần được thực hiện một cách nghiêm túc, thường

xuyên và lâu dài nhằm đảm bảo mối liên kết giữa người sáng tạo, nghệ sĩ với khán giả được liên tục.

Trong khi chờ có những chương trình hỗ trợ lớn, có hệ thống từ Nhà nước hay đầu tư lớn từ các tập đoàn, doanh nghiệp cho hoạt động chuyển đổi số lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, các TCVHNT ở cả khu vực công và ngoài công lập có thể xem xét tới việc chủ động thực hiện các biện pháp khả dĩ nhất, đòi hỏi ít nguồn lực nhất như việc khai thác các nền tảng số để tiếp tục hoạt động, giữ, phát triển khán giả, công chúng và người tiêu dùng của mình một cách liên tục, ổn định để ngay khi dịch qua đi, họ có thể thuận lợi hơn trong việc trở lại hoạt động bình thường.

Để thực hiện được điều này, các TCVHNT trong và ngoài công lập cần lưu ý tới một số điểm sau: có chiến lược tổng thể để phát triển khán giả/ công chúng trên các nền tảng số; hiểu rõ về hành vi số của khán giả/ công chúng; chọn nền tảng số phù hợp nhất với công chúng/ khán giả của tổ chức mình: Podcast, Facebook, Teams Live Broadcasting, YouTube, và các nền tảng cung cấp dịch vụ triển lãm số như Kunstmatrix, ArtPlacer, Myownartgallery, vfairs...

Lựa chọn 1 kênh chính, chủ chốt, thường xuyên để khán giả không bị phân tâm, nhầm lẫn, khó theo dõi...; cụ thể hóa chiến lược phát triển khán giả trên nền tảng số và cố gắng thực hiện chiến lược này trong phạm vi nguồn lực của mình; xây dựng hệ thống dữ liệu về khán giả/ công chúng của tổ chức mình; kết hợp, cộng tác với các tổ chức, đơn vị mạnh về truyền thông nghệ thuật để tìm kiếm sự hỗ trợ/ tài trợ về chuyên môn và cơ sở hạ tầng của họ.

Đồng thời, các TCVHNT ở Việt Nam cũng cần coi giải pháp này nên là giải pháp lâu dài, chứ không chỉ mang tính tạm thời ứng phó với dịch COVID-19. Sau khi dịch qua đi, áp dụng công nghệ số vẫn nên là một trong những giải pháp chính chạy xuyên suốt và song song với các phương thức hoạt động truyền thống. Dù có đại dịch hay không, áp dụng công nghệ số, cao hơn nữa là chuyển đổi số, cũng đã, đang là xu hướng tất yếu; vì đại dịch, việc khai thác hiệu quả của các nền tảng số, công nghệ kỹ thuật số trong lĩnh vực văn hóa, sáng tạo được thúc đẩy với tốc độ gấp rút hơn mà thôi ■

N.T.T.H

1. Nguyễn Ngọc Thiện, *Phát triển đội ngũ cán bộ văn hóa - nghệ thuật trong điều kiện xã hội hóa*, tapchicongsan.org.vn, 5-6-2019.
2. Mạng lưới Sáng kiến Không gian Sáng tạo Việt Nam (Vietnam Creative Hubs Initiative -ViCHI), creativehubs.vn/hubs.
3. Tổng cục thống kê TP. Hà Nội (2019-2020), *Báo cáo tổng kết tình hình kinh tế- xã hội TP. Hà Nội năm 2019 và 2020*.
4. Trung tâm Văn hóa - Thể thao và Truyền thanh, Truyền hình TP. Hội An, *Báo cáo kết quả hoạt động năm 2019, 2020*.
5. Sở Văn hóa, Thể thao tỉnh Thừa Thiên Huế, *Báo cáo tổng kết hoạt động năm 2019 và 2020*.
6. Microsoft Vietnam Communications, *Văn hóa đổi mới giúp tăng cường khả năng chống chịu của doanh nghiệp và khả năng phục hồi nền kinh tế*, news.microsoft.com, 10-10-2020.
7. Anurag, *Digital transformation in the cultural sector (Chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hóa)*, newgenapps.com, 13-4-2020.
8. Adele Doan, *Tại sao nhiều doanh nghiệp vẫn sống tốt trước COVID-19?*, vietcetera.com, 27-3-2021.
9. Elena Polivtseva, *Performing arts in times of the pandemic - Status quo and the way forward (Nghệ thuật biểu diễn trong thời kỳ đại dịch - Hiện trạng và con đường phía trước)*, ietm.org, 28-3-2020.
10. Crystal Paul, *The show must go online: COVID-19 forces Seattle-area performing arts groups to rethink tradition (Biểu diễn phải chuyển thành trực tuyến: COVID-19 buộc các nhóm nghệ thuật biểu diễn trong khu vực Seattle phải suy nghĩ lại về truyền thống)*, seattletimes.com, 4-12-2020.
11. reconnectfestival.com
12. artsandculture.google.com
13. idfa.nl
14. Mộc Lan, *COVID-19 đưa phim trực tuyến lên ngôi*, suckhoedoisong.vn, 22-5-2020.
15. Trần Duy Hưng, *Chuyện “thời tiết” nghệ thuật - Một hội thoại cùng Michal Teague and Emma Duester*, vfcd.events, 2020.
16. Thái Minh, *Sẵn sàng cho tương lai*, daibieunhandan.vn, 12-3-2021.
17. Theo phỏng sự của Viet Nam News, 16-6-2021, facebook.com/watch/?ref=saved&v=988772428606830
18. Hội đồng Anh Việt Nam và VICAS, *Báo cáo tổng kết Dự án*, tài liệu nội bộ, 6-2021.