

HUY ĐỘNG VỐN CỘNG ĐỒNG CHO SẢN XUẤT TRUYỀN THÔNG



TS. MẠCH LÊ THU
Viện Thông tin Khoa học,
Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh



Huy động vốn cộng đồng (crowdfunding) là gì? Chúng ta đã có đủ cơ sở pháp lý để thực hiện huy động vốn cộng đồng cho báo chí, truyền thông hay chưa? Cần có những kỹ năng gì để thực hiện huy động vốn cộng đồng cho báo chí trong bối cảnh hiện nay?

Khái niệm huy động vốn cộng đồng

Huy động vốn cộng đồng (crowdfunding) là sự đóng góp tài chính của rất nhiều người để có đủ số tiền cần thiết nhằm thực hiện ý tưởng hoặc phát triển sản phẩm. Đóng góp tài chính trong crowdfunding thường là những khoản tiền nhỏ, và thường được thực hiện thông qua các công cụ số, các nền tảng trên mạng Internet, cho phép rất nhiều người cùng tham gia.

Huy động vốn cộng đồng đã được áp dụng rất phổ biến trong lĩnh vực báo chí, truyền thông và nền công nghiệp văn hóa sáng tạo. Dự án huy động vốn cộng đồng đầu tiên trong lĩnh vực này được các nhà làm phim của Úc triển khai năm 1985 để sản xuất "Cá sấu Dundee" (Crocodile Dundee), bộ phim thương mại thành công nhất mọi thời đại của Úc, đồng thời là phim nước ngoài thành công nhất trong hệ thống rạp chiếu phim của Mỹ. Số vốn huy động để sản xuất phim năm 1985 là 7 triệu USD, trong khi số tiền thu về từ các phòng vé trong năm 1986 là 300 triệu USD.

Năm 1997, ban nhạc rock Marillion của Anh cần khoản tiền 60 nghìn USD để thực hiện chuyến đi biểu diễn ở Mỹ. Ban nhạc gửi thư điện tử tới 1000 người hâm mộ, trình bày kế hoạch lưu diễn và sự khó khăn tài chính. Ngay lập tức, người hâm mộ đã có sáng kiến quyên góp giúp ban nhạc có đủ số tiền cần thiết chỉ trong thời gian ngắn.

Thành công của sáng kiến này là tiền đề cho dự án xây dựng trang web ArtistShare tại Mỹ, năm 2001, để giúp các nhạc sĩ, ca sĩ gây quỹ cho các dự án sản xuất âm nhạc. Tiếp đó, các mô hình huy động vốn cộng đồng qua các trang web và nền tảng số phát triển nở rộ, tiêu biểu là các trang IndieGoGo, Kickstarter, hay GoFundMe.

Không phải chỉ những tổ chức nhỏ, nghèo, thiếu vốn mới huy động vốn cộng đồng. Năm 2012, Công ty Oculus Rift kêu gọi cộng đồng góp 250 nghìn USD để sản xuất kính thực tế ảo. Cộng đồng đã góp 2,4 triệu USD, gần gấp 10 lần số vốn cần thiết. Sau một số thành công, Oculus Rift được Facebook (nay là Meta) đầu tư để mở Reality Labs, công ty nghiên cứu và phát triển các sản phẩm thực tế ảo và thực tế tăng cường.

Tại Úc, nhà báo và giảng viên báo chí Wendy Bacon, dù đã ở tuổi nghỉ hưu, vẫn liên tục huy động vốn cộng đồng để thực hiện các tuyến bài báo chí điều tra. Ví dụ, năm 2015, bà Wendy Bacon đã huy động số vốn 20 nghìn đô la Úc (AUD) qua nền tảng GoFundMe để viết bài về điều kiện sống của người tị nạn xin vào Úc đang sống trong trại tập trung trên quốc đảo Nauru. Đã có 401 người đóng góp, mỗi khoản góp tối thiểu 50 AUD để đủ tiền cho một nhóm nhà báo đi cùng bà Wendy Bacon tới Nauru thực hiện tuyến bài.

Tại Việt Nam, giới báo chí thường thành công trong huy động đóng góp tài chính cho mục đích quyên góp từ thiện, giúp đỡ những hoàn cảnh khó khăn đã được nhà báo phát hiện và xác minh. Nhưng có rất ít ví dụ áp dụng huy động vốn cho sản xuất báo chí, truyền thông. Trong tháng 3/2022, Tạp chí Lao động và Công đoàn đưa ra thử nghiệm "Độc cà phê tối, tặng cà phê", trong đó bạn đọc dùng ví Momo để tặng 23 nghìn đồng cho tác giả bài viết. Hình thức tặng cà phê như trên là cách làm sáng tạo trong huy động nguồn lực tài chính, nhưng tiềm ẩn nhiều xung đột do chưa minh bạch hóa mục đích sử dụng tiền do bạn đọc quyên tặng.

Có được huy động vốn cộng đồng cho báo chí tại Việt Nam?

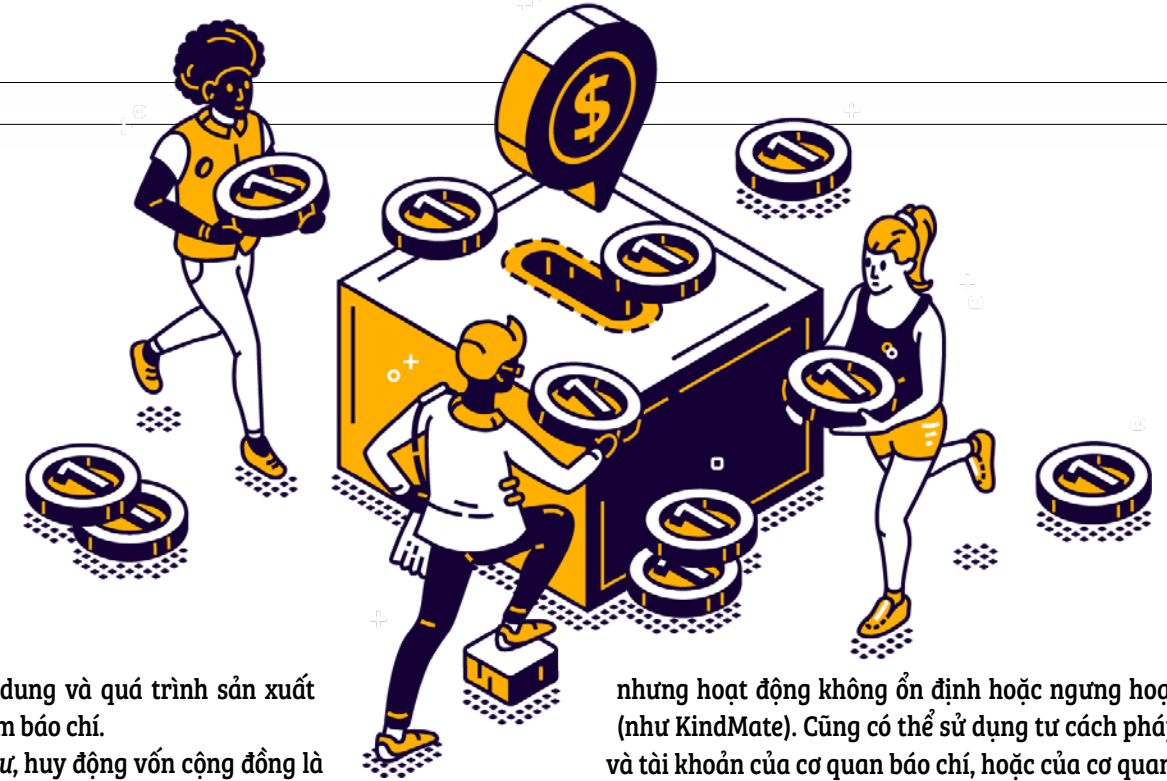
Luật Báo chí Việt Nam từ trước tới nay nhất quán khẳng định quyền sở hữu, chỉ đạo và giám sát tuyệt đối của Đảng và Nhà nước trong lĩnh vực báo chí. Do đó, cũng có thể hiểu được sự dè dặt của các cơ quan báo chí khi cân nhắc liệu có nên thực hiện huy động sự tham gia đóng góp của công chúng cho việc làm báo.

Tuy nhiên, có một số cơ sở vững chắc đảm bảo việc thực hiện huy động vốn cộng đồng cho báo chí nói riêng, và cho báo chí, truyền thông và nền công nghiệp văn hóa sáng tạo nói chung.

Thứ nhất, chủ trương của Đảng ta khuyến khích "Thu hút tối đa nguồn lực đầu tư, đa dạng hoá các hình thức huy động và sử dụng nguồn lực, nhất là các nguồn lực đầu tư ngoài nhà nước" (Trích Báo cáo Đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016-2020 và Phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021-2022 tại Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng).

Thứ hai, Luật Báo chí hiện hành (Luật Báo chí 2016) có những điều khoản cho phép người dân đóng góp tài chính cho báo chí. Cụ thể là, khoản 5 Điều 10, cho phép công dân thực hiện quyền tự do báo chí và tự do ngôn luận trên báo chí bằng hình thức "Liên kết với cơ quan báo chí thực hiện sản phẩm báo chí"; và khoản 1d, Điều 21, coi "Nguồn thu từ tài trợ hợp pháp của tổ chức, cá nhân trong nước và ngoài nước" là một trong những nguồn thu hợp pháp của cơ quan báo chí.

Thứ ba, trong gọi vốn cộng đồng, nhà báo và cơ quan báo chí có ý tưởng rõ ràng về sản phẩm báo chí, có kế hoạch chi tiết về việc sử dụng tiền như thế nào cho sản xuất. Do đó, nhà báo và cơ quan báo chí được chủ động về ý tưởng, nội dung, hình thức thể hiện, kế hoạch triển khai, tổ chức sản xuất sản phẩm báo chí trước khi huy động vốn. Công dân góp vốn theo hình thức quyên góp một khoản nhỏ, không can thiệp



vào nội dung và quá trình sản xuất sản phẩm báo chí.

Thứ tư, huy động vốn cộng đồng là xu thế chung của thế giới và Việt Nam khó có thể đứng ngoài dòng chảy đó. Tài liệu của Đại học Middlesex (chương trình đào tạo liên kết với Học viện Báo chí và Tuyên truyền) công bố con số thống kê số tiền huy động theo hình thức Crowdfunding trên các nền tảng trên toàn cầu đã tăng hơn 42 lần trong vòng gần một thập kỷ qua, từ 2,7 tỷ USD trong năm 2012 lên 114 tỷ USD trong năm 2021.

Như vậy có thể thấy cùng với chủ trương của Đảng và những điều khoản của Luật Báo chí hiện hành, cũng như bản chất việc huy động vốn không cho phép người góp vốn tác động đến nội dung, tư tưởng, cách thức sản xuất sản phẩm truyền thông, và do đây là xu thế chung ngày càng trở nên phổ biến, việc huy động vốn cộng đồng là hoạt động cần khuyến khích để đa dạng hóa nguồn thu trong bối cảnh báo chí đang sụt giảm nguồn thu từ phát hành và quảng cáo.

Nhà báo cần kỹ năng gì để thực hiện huy động vốn cộng đồng?

Để thực hiện huy động vốn cộng đồng, bên cạnh kỹ năng tác nghiệp báo chí, nhà báo cần trang bị thêm các kỹ năng gây quỹ và quảng bá dự án.

Trong gây quỹ, nhà báo cần tìm hiểu các yếu tố sau.

Một là, cân nhắc việc sử dụng các nền tảng số (platform) cho phép huy động vốn. Điểm mạnh của việc sử dụng các nền tảng số là, đây là bên thứ ba trung gian, khách quan và thực hiện nghĩa vụ tài chính như giải trình (sao kê), cung cấp biên lai thu tiền, nghĩa vụ thuế, và nghĩa vụ pháp lý. Điểm yếu của nền tảng số là thu tiền phí cao (từ 5% số tiền đóng góp, như IndieGoGo); nền tảng nước ngoài khó truy cập tại Việt Nam (như GoFundMe); nền tảng trong nước

nhưng hoạt động không ổn định hoặc ngưng hoạt động (như KindMate). Cũng có thể sử dụng tư cách pháp nhân và tài khoản của cơ quan báo chí, hoặc của cơ quan trung gian như Hội Nhà báo, để làm giải pháp thay thế cho nền tảng số huy động vốn nhỏ từ cộng đồng.

Hai là, các yếu tố cấu thành của hoạt động gây quỹ chuyên nghiệp. Cần có kế hoạch thật cụ thể để lập dự toán sản xuất, làm cơ sở cho việc xác định số tiền cần thiết để thực hiện dự án. Xác định rõ số tiền, giới hạn thời gian gây quỹ. Có thể thực hiện kỹ thuật hoàn tiền cho người góp vốn nếu trong khoảng thời gian nhất định không huy động đủ số vốn cần thiết để thực hiện dự án.

Ba là, cam kết rõ "phần thưởng" (rewards) cho người góp vốn, dựa trên độ lớn của số vốn họ góp. Phần thưởng có thể tăng dần, từ thư cảm ơn, đến những mặt hàng lưu niệm có logo của báo, hay cam kết cho người góp vốn được xem trước phim khi sản xuất xong, được tặng báo có loạt phóng sự được thực hiện nhờ có vốn cộng đồng, hoặc được mời tham dự sự kiện giao lưu với cơ quan báo chí.

Trong quảng bá dự án, nhà báo cần rèn luyện kỹ năng thuyết minh (pitching) để gọi vốn. Nhà báo cần nhấn mạnh mục tiêu cao đẹp và ý nghĩa của dự án để thu hút sự quan tâm, ủng hộ của đông đảo công chúng. Kỹ năng thuyết minh nhanh (thuyết minh trong thang máy), thuyết minh bằng video, hay thuyết minh bằng tiếng nước ngoài cũng là những kỹ năng mới mà nhà báo cần rèn luyện nếu muốn huy động vốn từ cộng đồng.

Nói tóm lại, huy động vốn cộng đồng (crowdfunding), một phần của huy động nguồn lực cộng đồng (crowdsourcing), là hoạt động cần thiết đối với cơ quan báo chí truyền thông trong bối cảnh cần chủ động đa dạng hóa nguồn thu. Hiện nay chúng ta có tương đối đủ hành lang pháp lý và kỹ thuật để thực hiện huy động vốn cộng đồng cho hoạt động sản xuất sản phẩm báo chí truyền thông. ■ TRUYỀN THÔNG & TRUYỀN THÔNG