

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA – GÓC NHÌN CỦA NGƯỜI NHẠC SỸ

Nhạc sỹ Quốc Trung

Đã có rất nhiều chương trình, đề án phát triển công nghiệp văn hóa (CNVH) của từng địa phương, cũng như cả nước, rất nhiều thành phố tỉnh thành đã xây dựng đề án và tham gia vào các mạng lưới các thành phố sáng tạo. Cụ thể như Hà Nội, Đà Lạt, Hội An... và sắp tới sẽ còn nhiều hơn nữa. Chúng ta cũng nhận thấy từ Hà hội cũng như các tỉnh thành cả nước đã xuất hiện nhiều hơn các lễ hội văn hoá mà trong đó có khá nhiều đã tìm được những bản sắc riêng về văn hoá hay các lĩnh vực CNVH của riêng địa phương mình.

Tuy nhiên để đánh giá về hiệu quả từ quảng bá, xây dựng nền CNVH, thu hút du khách hay mang lại cảm hứng cũng như xây dựng thói quen và nhu cầu thưởng thức văn hoá của công chúng thì dường như chưa có. Để đánh giá hiệu quả cần có những đơn vị độc lập thay vì báo cáo của các đơn vị thực hiện và đặc biệt cần có những tiêu chí đánh giá tiên tiến dựa trên những mục tiêu chiến lược cụ thể của đề án.

Tôi là người hoạt động nghệ thuật độc lập nên không mạn phép có ý đánh giá vì không đủ thông tin hay hiểu biết tường tận về các đề án phát triển CNVH nhưng xin mạn phép đóng góp một số sáng kiến cho sự phát triển CNVH của đất nước bằng những kinh nghiệm thực tế trong suốt thời gian hơn 30 năm hoạt động.

Trước tiên khi xây dựng đề án hay một chiến lược phát triển chúng ta cần những đánh giá khách quan về thực tại môi trường sáng tạo, tiềm năng và năng lực của đội ngũ sáng tạo, nền móng di sản và truyền thống văn hoá dân gian... để từ đó đưa ra chiến lược phù hợp. Đây là tiền đề mấu chốt cho sự thành công của đề án. Trong suốt quá trình tham gia nhiều hội thảo tôi nhận thấy một điều là chúng ta đang liệt kê rất nhiều tiềm năng, những kho tàng văn hoá dân gian, lịch sử, truyền thống một cách lạc quan nhưng lại chưa liệt kê những hạn chế trong quá trình vận dụng và khai thác những kho tàng trên. Đã khá lâu, chưa có vở diễn nghệ thuật dân gian nào của chúng ta có đời sống lâu dài và thu hút được công chúng, cũng chưa có dự án nào như vậy đi tour biểu diễn bên ngoài. Trước đây 30 năm, rồi nước đã mang đến sự mới lạ cho các sân khấu của nước ngoài, nhưng sau 30 năm thì nó vẫn nguyên như vậy và lâu lắm rồi cũng không còn có đoàn nào được mời đi diễn và các nhà hát rồi nước của Thủ đô thì vẫn như vậy và lượng khách du lịch nếu có thì cũng thường là nằm trong gói tour của các công ty lữ hành, chưa phải là nhu cầu thật sự của du khách. Điều tôi muốn nói là cần nhìn vào thực tế là sức sống của các nhà hát nghệ thuật truyền thống, các dự án hay vở diễn, kể cả rất nhiều huy chương vàng hội diễn, thì gần như hay lâu lắm rồi chưa có một dự án nào trở nên hấp dẫn và có đời sống bền vững. Tất cả những dự án đó cũng chưa bao giờ có cơ hội để lấy lại được kinh phí đầu tư du nó khá ẻo lả, phải chăng đây là một sự lãng phí và nó có đúng nó là CNVH hay có tiềm năng trở thành một nền kinh tế mũi nhọn!

Theo kinh nghiệm các nhân thì tất cả đều có chung một lý do là chúng ta chưa có ý thức hướng tới một dự án nghệ thuật đỉnh cao mà ở đó đòi hỏi được thực hiện một cách chuyên nghiệp nhất, từ khâu chuẩn bị, ngân sách và các kế hoạch đòi hỏi sự

tập trung, chính xác và kỷ luật. Bên cạnh việc các nghệ sĩ và nhà sản xuất thiếu kiến thức cũng như ý thức thì sự bất cập từ các quy trình, thủ tục cũng là rào cản tạo nên qua nhiều phát sinh nằm ngoài dự kiến khiến cho giá thành sản xuất bị đội lên so với dự toán khiến cho đa phần các dự án đều thiếu kinh phí, thiếu thời gian chuẩn bị. Điều đó khiến cho chất lượng không đạt, tạo nên sự thờ ơ của khán giả và năng lực cạnh tranh với quốc tế gần như không có. Nếu so sánh với các dự án quốc tế thì các dự án ở Việt Nam có giá thành sản xuất cao hơn (so với chất lượng) nhưng tuổi đời ngắn hơn và giá vé bán ra cũng cao hơn dẫn tới khó khăn cho việc tiếp cận của khán giả phổ thông.

Điều tôi muốn nhấn mạnh ở đây, CNVH là công nghiệp sáng tạo, ở đó đề cao nhất sự sáng tạo trong nghệ thuật. Mọi yếu tố về chất liệu, dân gian đều phải được thông qua sáng tạo trở thành những tác phẩm đỉnh cao chứ không phải chỉ bê nguyên chất liệu đó lên sân khấu hay mang tính bảo tồn di sản. Những sự mới lạ sẽ mau chóng qua đi vì dân tộc hay quốc gia nào cũng đều có những nét đặc trưng độc đáo riêng, đọng lại trong đời sống và thuyết phục được khán giả sẽ là những sáng tạo nghệ thuật. Vậy câu hỏi ở đây là những tác phẩm của chúng ta có phải là những sản phẩm văn hoá, nghệ thuật đỉnh cao để thu hút và có sức hấp dẫn với công chúng trong và ngoài nước không, có đủ sức cạnh tranh và tạo ra những thị trường và nhu cầu thưởng thức lớn hay chưa? Để đánh giá được việc này không phải là đơn giản vì trong nhiều năm qua chúng ta chưa ý thức và làm quen với khái niệm đó và cũng không có cơ hội kiểm chiếu từ những góc nhìn tiên tiến khi nền CNVH của chúng ta chưa hình thành và đời sống nghệ thuật hoàn toàn tách biệt với bên ngoài.

Chúng ta đều biết trước đây và trong gần 2 thập kỷ từ 1985, các đoàn múa rối nước của Việt Nam như Nhà hát Múa rối Trung ương, Nhà hát Múa rối Thăng Long và các địa phương khác đã được chào đón và trở thành một chương trình không thể thiếu của các festival hay tour diễn khắp nơi trên thế giới. Sau những sự mới lạ từ một bộ môn nghệ thuật dân gian có hàng ngàn năm với những sự trình diễn hồn nhiên thì cho đến nay các vở diễn của chúng ta không hề có sự đổi mới, nâng cấp hay thay đổi nào, sau sự tò mò thú vị chúng ta không còn gì khác để hấp dẫn và kéo khán giả quay lại điều đó dẫn tới mất đi sự cạnh tranh và duy trì được sức hấp dẫn với nền công nghiệp tổ chức biểu diễn quốc tế, thậm chí nó cũng không còn là sự lựa chọn (tự nhiên) ưu tiên của du khách khi tới Việt Nam. Không có ý so sánh nhưng tạm lấy một ví dụ là Đoàn Xiếc Cirque Du Soleil của Canada: ngoài những show biểu diễn được đầu tư hàng chục triệu Dolar thì hàng năm họ đều xây dựng các vở diễn mới để thực hiện các tour diễn toàn cầu. Điều đặc biệt là họ cũng khai thác và sáng tạo từ các chất liệu nghệ thuật dân gian của các vùng miền trên toàn thế giới để mang đến những vở diễn nghệ thuật đỉnh cao có sức cuốn hút mê hoặc với mọi đối tượng khán giả. Ngoài việc tuyển chọn các nghệ sĩ tài năng trên toàn thế giới, đầu tư mỗi vở diễn tới hàng triệu Dolar thì quy trình và kế hoạch sản xuất của họ cũng hết sức chuyên nghiệp và tỷ mỉ kéo dài hàng năm. Điều này hoàn toàn bất khả thi tại Việt Nam và vì vậy việc có những dự án và vở diễn đỉnh cao cũng sẽ chỉ là mơ ước.

Điều tôi muốn nói là thay vì liệt kê những kho tàng truyền thống, lịch sử lâu đời, chúng ta cần liệt kê ra những bất cập trong chính sách quản lý để tạo nên những môi trường mới hậu thuẫn cho các nhà sản xuất, các nghệ sĩ có điều kiện (không phải

chỉ là kinh phí) làm việc sáng tạo tốt hơn, có điều kiện xây dựng những kế hoạch dài lâu, bền vững để từ đó hướng tới và tạo nên những dự án và tác phẩm đỉnh cao, tiên phong cho nền CNVH, công nghiệp sáng tạo.

Để xây dựng nên CNVH và công nghiệp sáng tạo thì đối tượng quan trọng nhất chính là đội ngũ sáng tạo. Phải tập hợp và huy động được sức sáng tạo và tạo nên cảm hứng cho đội ngũ sáng tạo thì mới xây dựng được một nền công nghiệp sáng tạo. Cần xác định đội ngũ sáng tạo tiềm năng và tiên phong, nhưng người đang có khát vọng và khả năng dẫn lối và định hướng cho sự phát triển ngành. Hiện nay đa phần đội ngũ này nằm ngoài các đơn vị nghệ thuật nhà nước vì vậy cần xoá bỏ ranh giới trong và ngoài nhà nước, tạo ra các sự kết nối để huy động sự tham gia sâu rộng. Phải có nhiều các đơn vị mới tạo nên được những tinh hoa, đa dạng cho đời sống văn hoá.

Khoảng cách và sự đồng cảm giữa cơ quan quản lý và nghệ sĩ sáng tạo hiện nay là rất lớn, nó tạo nên một rào cản có thể nói là kìm hãm cho sự phát triển. Điều này xuất phát từ sự nghi kỵ, dè dặt của người làm quản lý với nghệ sĩ, công thêm bệnh sợ trách nhiệm và chọn giải pháp an toàn không quản được thì cấm, suy diễn và quy chụp những vấn đề tư tưởng mơ hồ, quản lý không dựa vào những điều luật cụ thể mà quản lý theo cảm tính cá nhân, tư tưởng ban phát xin cho.

Phía nghệ sĩ bên ngoài nhà nước thì không tạo được niềm tin với nhà quản lý, tư tưởng chộp giật, cơm áo gạo tiền. Nghệ sĩ thuộc các đơn vị nhà nước thì thường hoạt động theo kiểu công chức, thiếu đi khát vọng nghệ thuật, cổ hủ, bảo thủ, thiếu tính cạnh tranh lành mạnh ...mất đi năng lực tiên phong định hướng. Chính vì vậy tôi đề xuất có nhiều cải cách hơn trong hình thức hợp tác công tư, không chỉ là cơ sở vật chất mà còn là sự hợp tác về tính sáng tạo, giao cho nhiều tổ chức xã hội được tham gia nhiều hơn; cải cách nhiều hơn về thể chế và quy trình quản lý để tạo thêm nhiều động lực và nhiều thành phần tham gia đóng góp, tạo nên sự cạnh tranh lành mạnh công bằng cho các đơn vị nghệ thuật trong và ngoài nhà nước. Điều này sẽ mang lại lợi ích chung cho sự phát triển của đất nước.

Trong nhiều năm dưới thời bao cấp rồi chuyển đổi qua kinh tế thị trường rồi gần đây chúng ta bắt đầu làm quen với khái niệm CNVH, tuy nhiên để hiểu đúng về CNVH thì còn khá hạn chế. Chúng ta vẫn coi văn hoá là kênh tuyên truyền chứ chưa nghĩ là một nền công nghiệp mang tính sáng tạo. Một nền kinh tế mang lại sự thụ hưởng về đời sống tinh thần cho cộng đồng, cho người dân và từ đó mang lại những lợi ích sâu rộng cả về vật chất, kinh tế và tinh thần trong đời sống. Tôi đồng ý là mọi tác phẩm nghệ thuật đều phải truyền tải những thông điệp nhân văn trong cuộc sống, hướng tới chân thiện mỹ nhưng nếu một thông điệp dù cao đẹp đến thế nào nhưng nằm trong một tác phẩm tồi thì khó có ai có thể cảm nhận và hiểu được nó thậm chí nó còn không tới được người dân bởi sự thờ ơ của công chúng. Trong suốt những năm qua chúng ta đã bỏ rất nhiều tiền cho những bộ phim được nhà nước đặt hàng, nó được làm với tinh thần định hướng, những câu chuyện nhân văn, lịch sử được kể với một tinh thần áp đặt mà không hiểu hay không muốn hiểu người xem đón nhận như thế nào. Rồi biết bao nhiêu những lễ hội được tổ chức vội vã, được trả rất nhiều tiền để lên sóng truyền hình giờ vàng, những chương trình nghệ thuật với những tác phẩm có tuổi đời 50 năm với những ca sĩ có tuổi đời hơn thế, được dàn dựng (thu âm

trước) một cách vội vàng, rồi tất cả các ca sĩ đều hát nhép. Mọi sáng tạo được diễn giải bằng lời bình hay phim minh hoạ, âm thanh ánh sáng không được lập trình thâm chí còn nhấp nháy sai nhịp. Với phương châm “nhanh, nhiều, rẻ” thì làm sao chúng ta xây dựng được những chương trình, những tác phẩm có chất lượng, làm sao xây dựng được thói quen thưởng thức của khán giả, làm sao tạo ra nhu cầu về thưởng thức nghệ thuật, nhu cầu về đời sống tinh thần của người dân.

Là người đã từng “suýt” tham dự nhiều chương trình lớn như vậy. Tôi thấy nó đều có một quy luật chung là có rất nhiều cuộc họp, rất nhiều phê duyệt góp ý, góp ý đến cả sát giờ diễn, mọi quy trình này chiếm tới 80-90% thời gian từ khi bắt đầu dự án. Nhưng phần quan trọng nhất dành cho sáng tạo nghệ thuật thì lại luôn luôn không đủ. Những cường quốc về công nghiệp văn hoá với các nghệ sĩ hàng đầu cần 4-5 năm để chuẩn bị và ít nhất 1 năm để tập luyện cho những chương trình lớn như Olympic. Chúng ta bỏ rất nhiều tiền đăng cai những ngày hội thể thao lớn của khu vực để nhằm quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới mà sự chuẩn bị vội vàng thì tôi nghi ngờ hiệu quả của việc này. Cái tôi muốn nói tới ở đây là sự thấu hiểu và đồng cảm cũng của các cơ quan quản lý cần hiểu muốn có CNVH hay công nghiệp sáng tạo thì cần phải có nghệ thuật và sáng tạo đỉnh cao. Điều đầu tiên cần có đó là kế hoạch tỷ mỉ, chuyên nghiệp với thời gian đủ. Sẽ không có phép màu hay đường tắt nào khác dẫn tới thành công

Khi bàn tới CNVH, hay nói tới nền kinh tế từ văn hoá, chúng ta thường nghĩ tới làm dịch vụ từ văn hoá, liệt kê các ngành nghề mà chúng ta nghĩ mang lại lợi ích kinh tế. Nhưng nếu chúng ta chỉ nghĩ và làm dịch vụ (văn hoá) một cách vội vã, xuống xã mà không đi từ gốc là sáng tạo thì sẽ vừa không làm được văn hoá mà dịch vụ đó cũng sẽ không mang lại lợi ích kinh tế. Chỉ có làm văn hoá sáng tạo đỉnh cao, chất lượng thì mới sinh ra nhu cầu, mới có thị trường bền vững và mới tạo nên một nền kinh tế. Muốn như vậy thì cần có những chiến lược bền vững, kế hoạch tỷ mỉ và khoa học. Tránh việc hô hào phong trào và đầu tư dàn trải. Bên cạnh những việc tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển của xã hội nhà nước cần lựa chọn đầu tư và bảo trợ những lĩnh vực có tính dẫn đường, tiên phong và lan toả tinh thần sáng tạo. Những bộ môn nghệ thuật đỉnh cao như như nhạc cổ điển hay nghệ thuật truyền thống cần được bảo trợ bằng một phương thức hiệu quả, huy động được cả sự ủng hộ của doanh nghiệp, doanh nhân. Có nhưng thể chế và quy định cho việc thành lập các quỹ văn hoá, thành lập các trung tâm xúc tiến, kết nối và hỗ trợ cho các nghệ sĩ để có nhiều điều kiện thuận lợi trong việc tiếp xúc, giao lưu và cọ xát với môi trường quốc tế. Từ đó học hỏi các quy trình làm việc văn minh, nâng cao năng lực sáng tạo từng bước hội nhập. Chỉ có như vậy chúng ta mới đủ năng lực gìn giữ bản sắc, khác thác và phát triển các kho tàng văn hoá dân gian.

Có lẽ đến đây quý vị sẽ cho rằng nhận xét của tôi là bi quan, thiếu đóng góp tích cực nhưng với một tinh thần trách nhiệm với sự nghiệp văn hoá, là một người đã hoạt động tích cực trong gần 40 năm, tôi nghĩ bản thân mình có trách nhiệm có tiếng nói một cách thẳng thắn nhất với sự phát triển của CNVH nước nhà. Có lẽ chúng ta đã nói quá nhiều về tiềm năng phát triển về các kho tàng mà cha ông để lại, đã đến lúc chúng ta cần nói một cách chi tiết, tỷ mỉ, cụ thể và thành thật về cách chúng ta sẽ gìn giữ và phát triển nó như thế nào. Thông điệp nhân văn giản dị sẽ được cảm nhận

một cách sâu sắc và tác động sâu mạnh trong đời sống thông qua một tác phẩm nghệ thuật đỉnh cao. Kế hoạch phát triển CNVH sẽ thành công với một chiến lược thực tế và tỷ mỉ./.