

NÂNG CAO GIÁ TRỊ ẢNH NGHỆ THUẬT ĐÁP ỨNG YÊU CẦU CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

◆ TRẦN QUỐC DŨNG

Tóm tắt: Bài viết tập trung làm rõ tầm quan trọng của ảnh nghệ thuật và những nỗ lực của đội ngũ những nghệ sĩ nhiếp ảnh. Từ đó đề xuất một vài biện pháp nhằm nâng cao chất lượng nhiếp ảnh nghệ thuật.

Từ khoá: giá trị ảnh nghệ thuật, công nghiệp văn hóa, nghệ sĩ nhiếp ảnh.

Đối với người nghệ sĩ nhiếp ảnh, việc sáng tác được những tác phẩm nghệ thuật có chất lượng phục vụ xã hội, phục vụ công chúng luôn là khát vọng cao nhất. Để làm được điều này, thật sự không dễ dàng vì ngoài tài năng và nỗ lực cá nhân của người nghệ sĩ còn phải có sự hỗ trợ của Hội Nghệ sĩ Nhiếp ảnh (NSNA) Việt Nam và của xã hội nói chung. Nếu như trước đây chỉ vài chục năm, việc sáng tác một tác phẩm như vậy đã khó thì nay việc này càng khó hơn. Lý do là con người ngày nay gắn kết với xã hội chặt hơn, được xã hội hỗ trợ nhiều hơn, thì ngược lại xã hội cũng yêu cầu ở người nghệ sĩ nhiều hơn, tác động tới người nghệ sĩ rõ rệt hơn, ảnh hưởng tới họ ngày một nhiều hơn. Cụ thể, ngày trước người nghệ sĩ sáng tác chủ yếu theo đam mê, sở thích, sở trường thì nay, tác phẩm của họ phải mang theo cả trách nhiệm trước xã hội. Ví dụ: tác phẩm cần phản ánh quá trình phát triển công nghiệp, nông nghiệp, văn hóa hay sự nghiệp bảo vệ Tổ quốc.

Về phía mình, người NSNA dù có tài năng đến mấy cũng không thể một mình sáng tác tạo ra những tác phẩm có chất lượng cao về đề tài xã hội nếu không có sự hỗ trợ của các cơ quan, tổ chức, đơn vị hay không được tạo điều kiện tiếp cận sự kiện. Chất lượng hay giá trị của tác phẩm ảnh nghệ thuật muốn được nâng cao cần phải có

sự hỗ trợ của xã hội. Theo cảm nhận của chúng tôi, phân định tỷ lệ đóng góp làm nên giá trị của một tác phẩm ảnh nghệ thuật: nếu ta coi tài năng của người cầm máy góp sáu phần thì cơ hội sáng tác góp không dưới bốn phần. Tỷ lệ này có thể tùy theo đánh giá và cảm nhận của từng người nhưng cơ hội cho sáng tác luôn là một yếu tố rất quan trọng, làm nên giá trị của tác phẩm ảnh nghệ thuật.

Được xã hội hỗ trợ nhưng về phía mình, đội ngũ những người nghệ sĩ cũng cần đóng góp xây dựng xã hội bằng tài năng nghệ thuật và sẽ bằng cả vật chất cho ngân sách Nhà nước. Đây là trách nhiệm công dân của người làm nghệ thuật. Nói rõ hơn, người nghệ sĩ ngày nay không chỉ làm nghệ thuật mà còn cần phải làm kinh tế, đóng góp xây dựng đất nước.

Nêu trong Quyết định 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ về Công nghiệp văn hóa, Nhà nước đã ra chỉ tiêu cụ thể yêu cầu các ngành văn hóa, trong đó có nhiếp ảnh phấn đấu tăng doanh thu, đóng góp ngân sách cho Nhà nước. Đây là vấn đề mới đối với các lĩnh vực nghệ thuật - trong khi trước đây vấn đề này chưa đặt ra, hoạt động nghệ thuật vẫn được Nhà nước bao cấp.

Nói về các mục tiêu của công nghiệp văn hóa trong đó có nhiếp ảnh, quyết định thể hiện rõ xu thế kinh tế và văn hóa thấm sâu vào nhau. Theo chiến lược phát triển các

ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt bằng quyết định số 1755/QĐ-TTg nêu rõ mục tiêu chủ yếu đến 2020 (đã qua) phấn đấu doanh thu của ngành Mĩ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm đạt khoảng tám mươi (80) triệu USD. Tuy không có con số chỉ tiêu cụ thể riêng cho ngành nhiếp ảnh nhưng có thể tạm tính doanh thu của ngành Nhiếp ảnh năm 2020 tạm ước “khiêm tốn” với mức là $\frac{1}{4}$ (25%) số trên tức khoảng hai chục (20) triệu USD - khoảng 440 tỷ (theo tỷ giá năm 2020). Đây là số liệu của quá khứ nhưng làm sao để đạt con số này ngay cả hiện nay cũng là điều khó khăn nếu ngành nhiếp ảnh vẫn giữ mô hình hoạt động như hiện nay do có những vấn đề có tính nền tảng phải giải quyết như:

- Hoạt động sáng tạo nhiếp ảnh chủ yếu vẫn do cá nhân nắm giữ. Kinh tế nhiếp ảnh hiện nay là kinh tế tư nhân, trong đó hoạt động kinh doanh do cá nhân thực hiện.

- Quá trình sản xuất sản phẩm ảnh do tư nhân làm chủ, do đó quy mô không đủ lớn, chất lượng sản phẩm khó có thể đồng nhất, sản lượng khó có thể ổn định. Chưa hình thành mối quan hệ gắn kết giữa nhu cầu thị trường với năng lực sản xuất.

- Đất nước ta chưa có ngành công nghiệp sản xuất trang thiết bị máy móc ngành ảnh, trong khi nền công nghiệp này có giá trị rất cao. Đồng thời chúng ta chưa có chiến lược xuất khẩu sản phẩm hình ảnh ra thị trường nước ngoài

Hiện tại, nhiếp ảnh bao gồm hai thành phần chính. Một là, đội ngũ sáng tác - lực lượng lao động sáng tạo. Đây cũng là những người cầm máy trực tiếp tạo ra sản phẩm nhiếp ảnh; Hai là, các tổ chức quản lý nhiếp ảnh như Hội Trung ương, địa phương, tỉnh thành. Tuy nhiên, để vươn tới một nền công

ng nghiệp văn hóa, lực lượng lao động với mô hình hai thành phần này chưa thể đáp ứng yêu cầu của Nhà nước. Ngoài hai thành phần trên, cần có thêm thành phần thứ ba để tập hợp các nghệ sĩ như một nhóm, công ty có pháp nhân, có đủ chức năng. Trong một số lĩnh vực hoạt động nghệ thuật khác, ví dụ như âm nhạc có các ban nhạc, điện ảnh có các hãng phim tư nhân hay sân khấu có các nhóm biểu diễn. Trong khi đó, nhiếp ảnh chưa có mô hình tổ chức như vậy. Với đặc thù chuyên ngành như nhiếp ảnh, để vươn tới đáp ứng yêu cầu của nền công nghiệp văn hóa, thật khó có thể dựa vào lực lượng cá nhân như hiện nay. Do vậy, ta hãy cùng xem xét khả năng thay đổi mô hình tổ chức ngành nhiếp ảnh từ hai thành phần chuyển sang ba thành phần. Cụ thể, ba thành phần gồm các tổ chức quản lý như cấp Hội, các doanh nghiệp và cá nhân các nghệ sĩ để đáp ứng yêu cầu của nền công nghiệp văn hóa. Xin nói rõ, các doanh nghiệp (nếu có) sẽ hoạt động theo Luật Doanh nghiệp, không trực thuộc Hội. Tuy nhiên sự phối hợp chặt chẽ giữa Hội và các doanh nghiệp là cần thiết. Đây là vấn đề mới, ngay bản thân từng NSNA cũng phải đổi mới tư duy, vừa sáng tạo nghệ thuật, vừa làm kinh tế cho xã hội.

Song song với việc thay đổi mô hình hoạt động, đòi hỏi nhiếp ảnh phải có những biện pháp mới. Tạm thời có thể đề ra năm biện pháp như sau:

- Phát triển ngành ảnh phải dựa trên cơ sở chất lượng và số lượng của đội ngũ sáng tác. Đội ngũ này cần tài năng và có nhiều cống hiến cho xã hội. Hội NSNA Việt Nam cần tạo điều kiện cho đội ngũ trong định hướng sáng tác; tạo cơ hội tiếp cận các đề tài, các sự kiện xã hội và tổ chức nhiều cuộc thi sáng tác sát với yêu cầu của xã hội, có lợi cho sự phát triển của nhiếp ảnh.

• Nâng cao giá trị tác phẩm, cả về giá trị nghệ thuật và giá trị kinh tế. Giá trị nghệ thuật có thể đạt được chủ yếu dựa vào tài năng của đội ngũ sáng tác nhưng để đạt được giá trị kinh tế cao thì cần kết hợp với các doanh nghiệp cũng như có sự hỗ trợ của xã hội.

• Xây dựng và phát triển mô hình doanh nghiệp sáng tạo và dịch vụ ngành ảnh. Trên cơ sở đó, Hội khuyến khích và hỗ trợ hội viên cũng như các thành viên ngoài Hội thành lập các doanh nghiệp với quy mô phù hợp, lấy các NSNA và hoạt động sáng tạo làm trung tâm.

• Hội NSNA Việt Nam cần xây dựng chiến lược phát triển hướng tới một nền công nghiệp ngành ảnh thực thụ. Trong đó trọng tâm là cùng với các doanh nghiệp Việt Nam thu hút đầu tư sản xuất công nghiệp, kể cả dạng FDI. Song song với đó, phát triển dịch vụ sản xuất sáng tạo hình ảnh.

• Với nhiệm vụ kinh tế được đề cao trong công nghiệp văn hóa như một trách nhiệm

quan trọng của các ngành văn học - nghệ thuật, trong đó có nhiếp ảnh, phải chăng tiêu chí hoạt động của Hội NSNA Việt Nam nên được xem xét, bổ sung, sửa đổi thành "tổ chức chính trị - xã hội - kinh tế - nghề nghiệp"... Với nhiệm vụ kinh tế được bổ sung trong tiêu chí tổ chức, chắc chắn nhiếp ảnh sẽ thay đổi nhiều mặt. Không phải các nghệ sĩ sáng tác đều sẽ "kiêm nhiệm" thêm vai trò nhà kinh tế nhưng hoạt động kinh tế sẽ được chú trọng đề cao hơn trong Hội.

Với yêu cầu phát triển cả về mặt kinh tế, công nghiệp văn hóa đang đặt ra cho nhiếp ảnh một nhiệm vụ mới. Đây là trách nhiệm nặng nề nhưng đồng thời cũng tạo thêm cơ hội cho nhiếp ảnh nghệ thuật phát triển. Nhiếp ảnh sẽ có thêm sức mạnh, có thêm tiềm lực kinh tế tạo điều kiện phát triển đội ngũ, xây dựng phong trào và sáng tác thêm nhiều tác phẩm ảnh nghệ thuật chất lượng ngày một cao hơn. ■

TỪ PHÊ BÌNH SINH THÁI ĐẾN... (Tiếp theo trang 98)

^{8, 11} Lidström, S., & Garrard, G. (2014), "Images Adequate to Our Predicament. Ecology, Environment and Ecopoetics", *Environmental Humanities*, 5, 35-53, tr. 43, 42.

⁹ Khaneman, D. (2011), *Thinking, Fast and Slow*, Farrar, Strous and Ferroux, New York.

¹² Nyernes, Aslaug (2018), "The Nordic Winter Pastoral: A Heritage of Romanticism", trong Nina Goga et al, *Ecocritical Perspectives on Children's Texts and Cultures: Nordic Dialogues*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 75-90, tr. 79.

¹⁷ Platt, Kamala (2004), "Environmental justice children's literature: Depicting, defending, and celebrating trees and birds, colors and people", trong S. I. Dobrin & K. Kidd, *Wild things: Children's culture and ecocriticism*, Wayne State University

Press, Detroit, 183-184, tr. 186.

²⁰ Bradford, Clare (2003), "The sky is falling: Children as environmental subjects in contemporary picture books", trong Roderick McGillis, *Children's Literature and the Fin de Sie'cle*, Greenwood Publishing Group, Inc, Westport, 111-120, tr. 116.

²³ Dewi, Novita. "People and Nature in Asian Stories: Reading and Writing Materials for Eco Education." *K@ta*, vol. 19, no. 1, Jun. 2017, pp. 39-46, doi:10.9744/kata.19.1.39-46.

²⁴ Goga, Nina et al. (2018), *Ecocritical Perspectives on Children's Texts and Cultures: Nordic Dialogues*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, tr. 62.

²⁵ Bakhtin, M. M. (1981), *The Dialogic Imagination. Four Essays*, University of Texas Press, Austin, tr. 250.