

Nhu cầu tham gia các hoạt động sáng tạo tại các không gian sáng tạo của người dân Hà Nội

Lê Việt Anh*

*Trường Đại học Văn hoá Hà Nội

Received: 28/05/2024; Accepted: 03/06/2024; Published: 05/06/2024

Abstract: Creative hubs are flourishing across Vietnam and Hanoi City, fostering the growth of cultural industries and the creative economy. These spaces serve as platforms for individuals to engage in creative activities, while also benefiting from the creative outcomes produced within these spaces to meet the concerns and needs of the community. This research delves into the needs of Hanoi residents regarding their participation in creative activities at these hubs, aiming to provide actionable insights for creative spaces to enhance their ability to meet community needs.

Keywords: Creative hubs, creative activities, Hanoi city

1. Đặt vấn đề

Năm 2019, Thành phố Hà Nội tham gia vào Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO với lĩnh vực thiết kế, xác định nhiệm vụ trọng tâm là đặt sáng tạo vào trung tâm phát triển bền vững, với tầm nhìn đưa Hà Nội thành “Thủ đô sáng tạo” của khu vực Đông Nam Á. Từ đây, Hà Nội đã thúc đẩy hợp tác quốc tế mạnh mẽ hơn với mục tiêu lấy nguồn lực văn hóa và sáng tạo văn hóa làm nền tảng cho quá trình phát triển bền vững. Các không gian sáng tạo được đang hình thành, duy trì và phát triển, tạo ra những không gian dành cho nghệ thuật, cho tự do sáng tạo, kết nối những suy nghĩ, câu chuyện trong xã hội về giáo dục, văn hóa, nghệ thuật,...

Không gian sáng tạo là một bộ phận quan trọng của đô thị, đóng góp vào sự phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của Hà Nội, đặc biệt là đáp ứng nhu cầu hưởng thụ các giá trị văn hóa của người dân. Theo thống kê của Chi cục Dân số - Kế hoạch hóa gia đình Hà Nội, tính đến hết tháng 9/2023, dân số Hà Nội đạt gần 8,5 triệu người [7]. Ưu thế của Hà Nội và có dân số trẻ, dân trí cao hơn nhiều tỉnh thành khác trong cả nước do tập trung nhiều trường đại học, học viện, viện nghiên cứu hàng đầu cả nước với số lượng trí thức đông đảo. Việc nghiên cứu về nhu cầu tham gia các hoạt động sáng tạo tại các không gian sáng tạo của người dân Hà Nội giúp đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu hưởng thụ giá trị văn hóa của người dân Hà Nội, từ đó đưa ra những phương hướng để các không gian sáng tạo phát triển phù hợp, dần đáp ứng nhu cầu của cộng đồng.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Các khái niệm

Không gian sáng tạo là một địa điểm, có thể là

địa điểm thực hoặc địa điểm trực tuyến, là nơi đem những con người sáng tạo đến với nhau. Đó là nơi tụ họp, chia sẻ không gian và hỗ trợ cho các hoạt động kết nối, phát triển và thu hút cộng đồng trong các lĩnh vực sáng tạo, văn hóa và công nghệ. [3]

Hoạt động sáng tạo của một không gian sáng tạo là kiến tạo ra các hoạt động sáng tạo có giá trị văn hóa, sản phẩm văn hóa mới. Hoạt động sáng tạo xuất phát từ quan sát và nắm bắt nhu cầu, thị hiếu xã hội, hình thành các ý tưởng nhằm tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới có giá trị đối với cộng đồng. Hoạt động sáng tạo cần có công cụ, nguyên liệu cho sáng tạo, nó bao gồm toàn bộ những yếu tố tự nhiên, xã hội có ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động sáng tạo của chủ thể [2]

Chủ thể thụ hưởng là những người tham gia vào các hoạt động sáng tạo của không gian sáng tạo và được thụ hưởng những kết quả của sản phẩm sáng tạo mang lại nhằm đáp ứng mỗi quan tâm, nhu cầu của cộng đồng, các cá nhân trong việc thụ hưởng các giá trị văn hóa mà không gian mang lại. Đây còn là những người đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá không gian tới rộng rãi đến cộng đồng, quảng bá các giá trị văn hóa để khuyến khích cộng đồng tới tham gia các hoạt động sáng tạo, họ cũng là những người sẵn sàng chi trả các khoản tiền để thụ hưởng các giá trị mà không gian đem đến, đồng thời đóng góp vào sự phát triển, vào nền kinh tế của không gian nói riêng và của nền kinh tế địa phương nói chung.

2.2. Vài nét về không gian sáng tạo tại thành phố Hà Nội hiện nay

Hà Nội là một trong những thành phố sớm hình thành không gian sáng tạo tại Việt Nam [4]. Trong

đó, Salon nghệ thuật Natasha, thành lập năm 1990 được xem là không gian sáng tạo ra đời sớm nhất [8]. Nhiều không gian đã được thành lập sau đó như Gallery Blue Space, Nhà sàn Studio, Studio Đào Anh Khánh, L'space, Viện Goethe,... là địa điểm gặp gỡ cho rất nhiều người làm về sáng tạo ở Việt Nam, sau đó là sự xuất hiện của nhiều không gian sáng tạo đa dạng cho giới trẻ như Hanoi Rock City, Đom đóm, CAMA ATK, Quỳnh Gallery, Cà phê thứ 7, Zone9, VICAS,... đã làm tăng đáng kể số lượng không gian sáng tạo ở Hà Nội, môi trường sáng tạo và nghệ thuật trở nên phong phú hơn, đặc biệt là ở các mảng về nghệ thuật, âm nhạc, điện ảnh, thiết kế,... đã giúp cộng đồng được tiếp cận nhiều hơn tới văn hóa nghệ thuật và các sự kiện văn hóa [4]. Nhìn chung, Hà Nội có số lượng lớn các không gian sáng tạo tập trung phát triển văn hóa nghệ thuật, nghệ thuật truyền thống, chú trọng tới việc bảo tồn văn hóa dân tộc, duy trì sức sống của văn hóa trong cộng đồng cũng như khai thác yếu tố văn hóa để phát triển du lịch. Sau đó, các không gian mới được hình thành hướng tới phát triển nghệ thuật đương đại và các dịch vụ mới như không gian làm việc chung, khởi nghiệp và công nghệ thông tin nhằm tăng khả năng thu hút nguồn vốn đầu tư, thương mại hóa các sản phẩm sáng tạo và sáng kiến công nghệ. Phong trào khởi nghiệp mạnh mẽ đã tạo ra nhiều không gian làm việc chung cho các công ty khởi nghiệp, cung cấp dịch vụ tư vấn và đào tạo, tổ chức sự kiện như Hanoi Creative City, Toong, Hatch... đã thu hút lượng lớn các nhân sự là các chuyên gia, kỹ sư công nghệ từ khắp thế giới tới sinh sống và làm việc tại Hà Nội.

Số lượng không gian sáng tạo ở Hà Nội tăng lên nhanh chóng. Theo khảo sát của Mạng lưới Không gian Sáng tạo Việt Nam, tính đến năm 2020, Việt Nam có khoảng gần 200 không gian sáng tạo (chưa bao gồm các không gian làm việc chung và hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo), thì đã có 95 không gian ở Hà Nội [5]. Tuy số lượng không gian sáng tạo ở Hà Nội tăng nhanh chóng về số lượng, nhưng nhiều không gian do ảnh hưởng từ đại dịch COVID-19 đã phải giải thể hoặc đóng cửa do không có khả năng về tài chính để duy trì không gian, điển hình là Tổ hợp giải trí 60s Thổ Quan có nhiều dịch vụ tiện ích cho người trẻ với hàng chục cửa hàng đa dạng ở các lĩnh vực dịch vụ và giải trí đã phải đóng cửa vào tháng 01/2021 sau 4 năm hoạt động.

Năm 2019, Ban Tuyên giáo Thành ủy Hà Nội đã phối hợp cùng Hội đồng Anh, các chuyên gia, nhà nghiên cứu, cộng đồng sáng tạo tại Hà Nội đã phát

hành cuốn sách ảnh “*Kiến tạo không gian văn hóa sáng tạo Hà Nội*” (2019) [1], cung cấp bức tranh tổng quát về không gian sáng tạo tại Hà Nội khi phân loại các không gian thành 5 nhóm không gian chính. Theo kết quả nghiên cứu của chúng tôi, thành phố Hà Nội hiện nay có 92 không gian sáng tạo vẫn còn hoạt động, trong đó có 53 không gian sáng tạo về văn hóa nghệ thuật (chiếm 57,6%); 13 không gian sáng tạo về kiến trúc, thiết kế, thủ công (chiếm 14,1%); 13 không gian làm việc chung, hỗ trợ khởi nghiệp, sáng kiến số (chiếm 14,1%); 7 không gian sáng tạo về truyền thông và xuất bản (chiếm 7,6%); 6 không gian văn hóa nghệ thuật cộng đồng (chiếm 6,5%). Trong đó đa phần các không gian sáng tạo thuộc tư nhân, số ít mới có các không gian do cơ quan nhà nước hoặc doanh nghiệp quản lý.

Nhìn chung, mặc dù sau khi phân loại thành 5 nhóm không gian sáng tạo với các đặc trưng khác nhau của từng loại hình không gian, nhưng ẩn sâu mỗi nhóm không gian ấy vẫn có yếu tố về văn hóa nghệ thuật. Một số nhóm không gian tuy không có những loại hình nghệ thuật cụ thể như âm nhạc, nhảy múa, mỹ thuật, kịch, điện ảnh, ... tạo điều kiện cho các nghệ sĩ sáng tác và trình diễn nghệ thuật như nhóm các không gian sáng tạo về văn hóa nghệ thuật hay không gian văn hóa nghệ thuật cộng đồng, nhưng các không gian khác có các yếu tố về kiến trúc, thủ công, thiết kế, thiết kế, xuất bản, ... vẫn có trong đó những yếu tố về “văn hóa” và về “nghệ thuật”, đóng góp vào việc phát huy các giá trị văn hóa của thành phố.

Các không gian sáng tạo ở Thành phố Hà Nội dù có các hoạt động khác nhau nhưng đều hướng đến việc phát triển cộng đồng sáng tạo, thúc đẩy các ý tưởng sáng tạo và hiện thực hóa ý tưởng để có thể đáp ứng được nhu cầu hưởng thụ văn hóa của những người tham gia thông qua các hoạt động sáng tạo.

2.3. Một số biện pháp phát triển các không gian sáng tạo nhằm đáp ứng nhu cầu tham gia các hoạt động sáng tạo của người dân thành phố Hà Nội

Đa dạng các hoạt động sáng tạo phù hợp với người trẻ.

Người trẻ có số lượng quan tâm tới các không gian sáng tạo lớn nhất, đây cũng là lực lượng lao động chính hiện tại, có thể tạo ra thu nhập và sẵn sàng chi trả cho các hoạt động sáng tạo. Vì vậy, việc tạo ra những hoạt động đáp ứng nhu cầu của người trẻ sẽ tạo nên những giá trị về mặt tinh thần có ý nghĩa to lớn trong việc phát triển của người trẻ. Các không gian cần nghiên cứu dựa trên những đặc điểm

về tâm lý và thị hiếu của người trẻ để xem họ cần những hoạt động gì. Kết quả nghiên cứu cho thấy, cộng đồng có nhu cầu tham gia các hoạt động về văn hóa nghệ thuật rất lớn, tuy nhiên trong nghệ thuật lại được chia thành nhiều loại hình, nhiều trường phái, vì vậy mỗi không gian cần phân tích những thể mạnh, hoạt động chủ đạo của không gian, so sánh với tệp chủ thể thụ hưởng chính của không gian để từ đó kiến tạo nên những hoạt động sáng tạo mới đáp ứng được nhu cầu của cộng đồng. Một số các hoạt động có thể kể đến như lễ hội, hội chợ, sự kiện âm nhạc, các buổi biểu diễn nghệ thuật, triển lãm nghệ thuật,... thu hút cộng đồng tham gia với số lượng lớn.

Cải thiện cơ sở hạ tầng đáp ứng các yêu cầu của hoạt động sáng tạo.

Kết quả nghiên cứu cho thấy cộng đồng cho nhu cầu tham gia đa dạng các loại hoạt động sáng tạo khác nhau, mỗi hoạt động lại có những yêu cầu riêng về cơ sở hạ tầng hay môi trường như máy móc, trang thiết bị, nguyên vật liệu, vị trí trong nhà, ngoài trời,... Vì vậy các không gian cần tìm hiểu thực trạng cơ sở hạ tầng của không gian, xem xét mức độ đáp ứng của không gian với các hoạt động sáng tạo, cần đảm bảo hai yếu tố gồm cơ sở vật chất để thực hiện hoạt động sáng tạo tạo nên những giá trị đáp ứng nhu cầu của cộng đồng và những yêu cầu cơ bản về nơi để xe, nhà vệ sinh, ghế nghỉ,... Trong sự phát triển của công nghệ như hiện nay, có thể đẩy mạnh các hoạt động áp dụng công nghệ, khoa học kỹ thuật.

Đẩy mạnh công tác truyền thông, quảng bá hoạt động sáng tạo.

Mỗi không gian tùy vào đặc điểm cũng như khả năng thực hiện các hoạt động vào mỗi thời điểm trong năm là khác nhau. Vì vậy để thu hút được sự tham gia của cộng đồng vào các hoạt động sáng tạo, các không gian sáng tạo cần tăng cường công tác truyền thông, quảng bá rộng rãi thông tin về các hoạt động, sự kiện trên các kênh thông tin đại chúng như website, mạng xã hội,... Bên cạnh hoạt động chính, các không gian có thể sáng tạo các cuộc thi hoặc hoạt động tiền sự kiện, để tạo hiệu ứng truyền thông, tạo sự tò mò cho công chúng với sự kiện chính, từ đó tăng cường sự lan tỏa và hiệu quả hoạt động sáng tạo trong việc đáp ứng nhu cầu của người dân.

Kết nối các không gian sáng tạo trên địa bàn thành phố.

Như đã trình bày ở trên, thành phố Hà Nội có số lượng không gian sáng tạo lớn nhất cả nước. Trong 92 không gian sáng tạo, vừa có không gian có quy mô khá lớn do chính quyền tổ chức và quản lý, vừa

có không gian có quy mô nhỏ, hoạt động độc lập thường do các nghệ sĩ hoặc người thực hành nghệ thuật và sáng tạo nắm giữ vai trò quản trị [5]. Mỗi không gian lại có những đặc điểm, thể mạnh và điểm yếu khác nhau, nhưng nhìn chung không có không gian nào giống nhau do đặc điểm về sự “sáng tạo” luôn hiện hữu trong mỗi không gian. Chính điều này khiến các không gian sáng tạo không thể hoàn toàn đáp ứng tất cả các nhu cầu của cộng đồng trong việc hưởng thụ các giá trị mà hoạt động sáng tạo đem lại. Trên địa bàn thành phố Hà Nội, nếu các không gian sáng tạo có sự kết nối, liên thông sẽ tạo ra cả một mạng lưới không gian sáng tạo rộng lớn, công chúng có thể tương tác với nhau, tri thức có thể được chia sẻ rộng rãi mà không cần phải tập trung tại một địa điểm, tiết kiệm thời gian và công sức di chuyển. Liên kết, liên thông các không gian sáng tạo sẽ mở ra các cơ hội hợp tác, để các không gian sáng tạo luôn đổi mới nội dung, thức hoạt động, góp phần nâng cao hiệu quả đáp ứng nhu cầu của xã hội.

3. Kết luận

Nghiên cứu cho thấy người dân thành phố Hà Nội có nhu cầu tham gia khá cao đối với các hoạt động sáng tạo tại các không gian sáng tạo đặc biệt là trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật, đây vừa là loại hình chiếm số lượng không gian lớn nhất thành phố, vừa là lĩnh vực có số lượng người dân quan tâm nhất. Vì vậy các không gian sáng tạo tại thành phố Hà Nội cần quan tâm tới nhu cầu hưởng thụ các giá trị văn hóa nghệ thuật của người dân và có những biện pháp phù hợp với điều kiện thực tiễn của không gian để phát triển đa dạng các hoạt động sáng tạo đáp ứng nhu cầu của cộng đồng và người trẻ, cải thiện cơ sở vật chất, công tác truyền thông và tăng cường hợp tác cùng phát triển với các không gian sáng tạo khác trên địa bàn thành phố để tạo nên mạng lưới sáng tạo phục vụ nhu cầu của cộng đồng.

Tài liệu tham khảo

1. Ban tuyên giáo Thành ủy Hà Nội (2019), *Kiến tạo không gian văn hóa sáng tạo Hà Nội*,
2. Bùi Thị Kim Chi và cộng sự (2023), *Không gian sáng tạo ở Thành phố Hà Nội hiện nay*, Báo cáo tổng hợp đề tài khoa học
3. Hội đồng Anh (2014), *Bộ công cụ không gian sáng tạo Hubkit*
4. Hội đồng Anh (2014), *Không gian sáng tạo ở Việt Nam*
5. Nghiêm Thị Thanh Nhã (2023), *Quản trị dịch vụ văn hóa tại các không gian văn hóa sáng tạo*, Tạp chí Nghiên cứu văn hóa, Số 43 (tháng 1/2023)