

NGƯỜI TRONG  
MUÔN NGHỀ



Ngành

# Sáng tạo & Nghệ thuật

Có gì ?

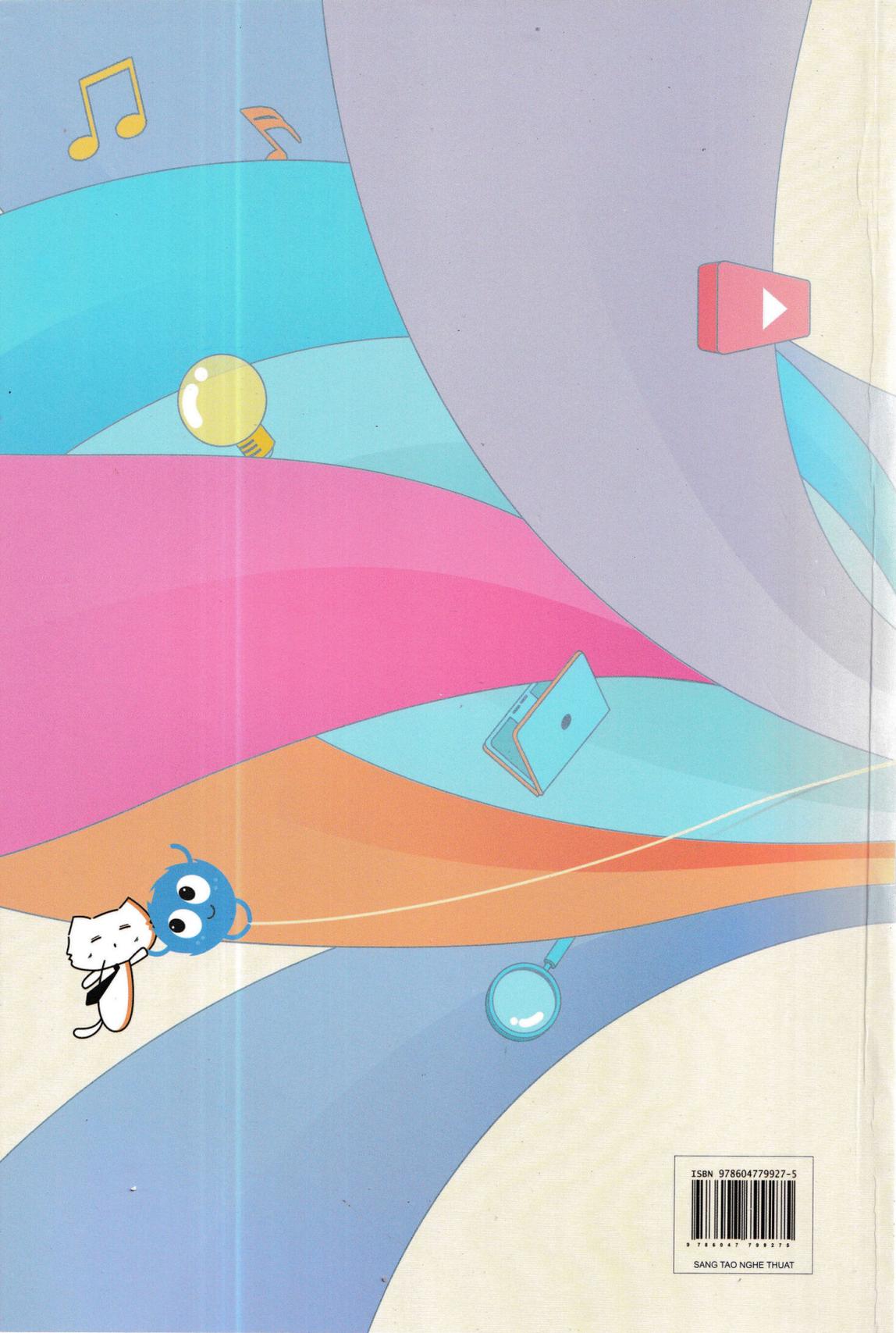


Nhóm tác giả Spiderum & TopCV



NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

Spiderum topcv®  
Follow your career



ISBN 978604779927-5



SANG TẠO NGHE THUẬT

Sách "**Người Trong Muôn Nghề: Ngành Sáng tạo & Nghệ thuật có gì?**" là một ấn phẩm thuộc dự án hợp tác xuất bản từ Spiderum và TopCV.

Bản quyền được bảo lưu. Không được phép quét hay tải những trang này lên trang mạng hoặc bất kì nơi nào khác. Cấm sao chép, tái bản toàn bộ hay từng phần.



NGƯỜI TRONG  
MUÔN NGHỀ

**Ngành**

**Sáng tạo &  
Nghệ thuật**

**Có gì ?**



NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

THẾ GIỚI

# LỜI TỰA

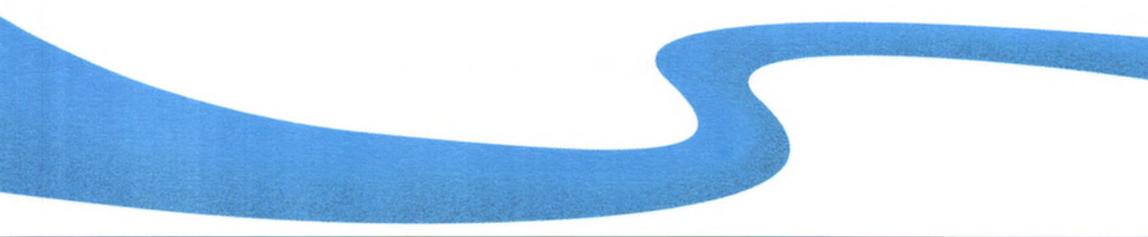
Có lẽ ai trong số chúng ta cũng từng ngắm tắc trước một bức tranh/bức ảnh đẹp, từng trầm trồ trước những màn biểu diễn ca nhạc, vũ đạo trên sân khấu, từng xúc động trước một bài hát/bộ phim hay,... Tất cả những thứ ấy là sản phẩm nghệ thuật, sáng tạo – một sắc màu không thể thiếu trong cuộc sống của con người.

Thế nhưng, khi đặt ra câu hỏi: "Liệu bạn có muốn làm sáng tạo - nghệ thuật không?", đa số các bạn học sinh, sinh viên, cũng như các bậc phụ huynh đều băn khoăn: *Sáng tạo - nghệ thuật à, nghe hay đấy, nhưng...*

- ◆ *Ngành này nghe mờ mờ lung quá, làm sao tìm được công việc ổn định?*
- ◆ *Sáng tạo - Nghệ thuật phải là con nhà nòi, có năng khiếu.*
- ◆ *Làm cái đấy chắc toàn hội ăn chơi, bay bổng, khác người.*
- ◆ *"Món" này mới quá, sợ nhiều rủi ro, học mấy ngành truyền thống cho "lành".*

Quả thật, không nhiều người trong số chúng ta có môi trường tiếp xúc để hiểu về giới nghệ thuật - sáng tạo. Xuất phát là nền tảng viết lách và chia sẻ kiến thức với cộng đồng, Spiderum đã gặp gỡ rất nhiều những bạn bè, anh/chị làm Sáng tạo - Nghệ thuật, được trò chuyện, lắng nghe chặng đường của họ, tìm hiểu cách họ làm nghề, xây dựng sự nghiệp,... Chúng tôi cũng "Ồ", "À", cũng đi hết từ ngõ ngành này đến ngõ ngành khác, và nhận ra một điều: Nếu mọi người hiểu hơn về khối ngành Sáng tạo - Nghệ thuật, có lẽ những cái lắc đầu ở phía trên sẽ giảm đi, hoặc chí ít, bớt... phủ phàng hơn.

Đó là lý do cuốn sách bạn đang cầm trên tay ra đời.



Trong quá trình thực hiện cuốn sách hướng nghiệp ngành Sáng tạo - Nghệ thuật, chúng tôi đau đầu tìm lời giải cho những câu hỏi: Sáng tạo & Nghệ thuật có phải chỉ dành cho những người tài năng thiên bẩm? "Nghệ sĩ" có phải lúc nào cũng mơ màng, ảo mộng, lập dị? Ngành này có những công việc phổ biến gì? Làm sao để giúp các bạn có được một cái nhìn chân thật nhất về lĩnh vực rộng lớn này? Những bạn học sinh cấp 3, sinh viên Đại học và cả các bậc phụ huynh đang quan tâm, muốn tìm hiểu về ngành sẽ mong đợi một cuốn sách thế nào?

Nằm trong series sách hướng nghiệp của Spiderum và TopCV, **"Người trong muôn nghề: Ngành Sáng tạo & Nghệ thuật có gì?"** là:

- ◆ Cuốn sách đầu tiên trên thị trường đem đến bức tranh toàn cảnh về ngành Sáng tạo & Nghệ thuật, cũng như chặng đường phát triển của các vị trí nghề nghiệp phổ biến trong lĩnh vực này.
- ◆ Cuốn sách đầu tiên đưa bạn vào thế giới vô cùng đa dạng của những công việc như ca hát, sáng tác/sản xuất âm nhạc, lồng tiếng, thiết kế, vẽ tranh, kiến trúc, creative director, đạo diễn, làm hình ảnh, viết lách,... cho đến những "nghề" mà mới gần đây thôi còn được ít người coi là một sự nghiệp nghiêm túc như: game thủ chuyên nghiệp, streamer, YouTuber, TikToker,...
- ◆ Cuốn sách đầu tiên "giải ào" các quan niệm: *Sáng tạo - Nghệ thuật phải là con nhà nòi, có năng khiếu; Dân ngành đấy toàn đầu óc trên mây; Làm Sáng tạo - Nghệ thuật rất bấp bênh (hoặc rất giàu)*. Bạn sẽ thấy: *Mảnh đất Sáng tạo - Nghệ thuật luôn cởi mở chào đón mọi người bất kể xuất thân, địa vị; Dân sáng tạo - nghệ thuật không phải lúc nào cũng "trên trời", thậm chí, nhiều người luôn đề cao tính logic, khoa học trong công việc; và những công việc này dù thường gặp nhiều khó khăn khi bắt đầu nhưng tiềm năng để phát triển và tạo được dấu ấn là rất lớn.*

Cuốn sách là tập hợp 24 bài viết chứa đựng những chia sẻ “chất” và “chạm đất” của các tác giả – những người trực tiếp hoạt động trong đa dạng các vị trí liên quan đến Sáng tạo - Nghệ thuật. Họ ở đủ mọi hoàn cảnh, độ tuổi, vị trí công việc: Từ những người vào nghề vài năm tới các anh/chị vài chục năm trong nghề; Từ người là con nhà nòi cho đến những bạn tay ngang rẽ lối; Từ người có đầy đủ về vật chất cho đến người trưởng thành từ nghèo khó; Từ người trực tiếp làm nghề cho đến người đứng ra kết nối và quản lý,...

### **Nội dung sách gồm 2 chương:**

#### ♦ *Chương 1: Hé mở sáng tạo - nghệ thuật*

Cung cấp cái nhìn tổng quan về sự phát triển ngành Sáng tạo & Nghệ thuật tại Việt Nam. Đưa ra những bài học về cách tư duy, tiếp thu kiến thức, cũng như bạn cần chuẩn bị gì về mặt thái độ, tâm lý để phát huy tối đa khả năng trong hành trình xây dựng sự nghiệp.

#### ♦ *Chương 2: Muôn nẻo đường nghề*

Những câu chuyện thật, “rất đời - rất người”, đi sâu vào từng vị trí việc làm cụ thể thông qua trải nghiệm thực tế của những người trong ngành, như: đặc điểm, vai trò của từng loại công việc; các kiến thức, kỹ năng bạn cần chuẩn bị và những bài học, những mảng sáng - tối trong nghề.

Là sản phẩm của nhiều tháng lao động miệt mài, chúng tôi tin cuốn sách sẽ giúp bạn gạt bớt những hoang mang, rối ren khi chọn ngành, chọn nghề thông qua việc nắm bắt tổng quan về lĩnh vực Sáng tạo & Nghệ thuật cũng như thấu hiểu chính bản thân.

Nếu bạn đang vướng mắc với câu hỏi: “Liệu mình có thể trở thành một nghệ sĩ - một người thực hành sáng tạo?”, “Ngành Sáng tạo & Nghệ thuật học gì, làm gì?” – đây là cuốn sách dành cho bạn.

# ĐỘI NGŨ THỰC HIỆN

Series sách "**Người trong muôn nghề**" thuộc dự án xuất bản của Spiderum & TopCV

## Điều phối dự án

---



**Trần Việt Anh**  
Founder, *Spiderum*



**Trần Trung Hiếu**  
Founder, *TopCV*

## Thiết kế & Minh họa

---



**Hoàng Hiệp**  
Dàn trang & Minh họa



**Khang**  
Vẽ bìa

## Nội dung

---



**Nga Levi**



**Dũng Ez**



**Trang Đình**



**Trang Quách**



**Như Ý**

## Truyền thông

---



**Hoàng Long**



**Vũ Khuê**



**Isa Quan**

## Kỹ thuật

---



**Nguyễn Tuấn Hưng**



**Nguyễn Mạnh Tuấn**

# CÁC TÁC GIẢ VÀ KHÁCH MỜI

Sách "**Người trong muôn nghề: Ngành Sáng tạo & Nghệ thuật có gì?**"

Spiderum & TopCV trân trọng gửi lời cảm ơn tới:



**Hồng Phạm**, Quản lý dự án,  
*Ban Nghệ thuật và Công nghiệp  
sáng tạo, Hội đồng Anh Việt Nam*



**Huy Phạm**  
Giám đốc, *METUB Hà Nội*



**Nguyễn Long**  
Nghệ sĩ - Người sáng tạo



**Phương Vũ**  
Founder - Director, *Antiantart*  
Founder - Photographer, *Nirvana Streetwear*



**Nguyễn Thị Minh Châu**  
Biên kịch



**Orange**  
Ca sĩ



**Yến Ivy**  
Biên đạo - Dancer



**Võ Hồ Thanh Vi (Táo)**  
Rapper



**Hồ Hoài Anh**  
Nhạc sĩ



**Triple D**  
Music Producer



**Trang Trjnh**  
Nghệ sĩ piano



**Thăng Fly**  
Họa sĩ truyện tranh



**Leo DINH**  
Founder - CEO, *Red Cat Motion*



**Trần Lực**  
Đạo diễn



**Andrew Bay Bổng**  
Video Producer



**Nguyễn Anh Tuấn**  
Giám tuyển nghệ thuật



**Trọng Nguyễn**  
Creative Director



**Hiên Trang**  
Nhà văn



**Lê Hồng Lâm**  
Nhà báo



**Đạt Phi**  
Đạo diễn/Diễn viên lồng tiếng  
Tổng GD, *Đạt Phi Media*



**Trung Anh**  
YouTuber, *1977 Vlog*



**Bomman**  
Streamer



**PS Man - Nguyễn Vũ Hoàng Dũng**  
Game thủ chuyên nghiệp



**Duy Mười**  
Giám đốc Sáng tạo, *DCGroup*



**Khoachim**  
Creative Practitioner

**Nét vẽ cũng là nét đời** [144-155]

Thăng Fly

**Chuyện "thối hồn" cho những hình ảnh** [156-165]

LEO Dinh

**Nếu không có cái tôi riêng biệt thì đừng làm đạo diễn!** [166-175]

Trần Lực

**Tôi làm gì đằng sau ống kính?**

[176-187]

Andrew Bay Bồng

**Một diễn giải về Giám tuyển**

**Nghệ thuật** [188-201]

Nguyễn Anh Tuấn

**"Anh thầy giáo" chần dốt**

**khủng long** [202-215]

Trọng Nguyễn

**Làm sao để sống với nghề văn**

**nếu ta không phải Vladimir**

**Nabokov?** [216-229]

Hiền Trang

**Phê bình phim: "Cảm" và**

**"Viết"** [230-239]

Lê Hồng Lâm

**Nghề lồng tiếng và chuyện**

**chưa kể** [240-249]

Đạt Phi

**Những thước phim đen trắng trong**

**thế giới ngập màu sắc** [250-261]

Trung Anh

**Streamer: Làm nhiều lên,**

**"nổ" ít thôi** [262-271]

Bomman

**Chơi game kiếm tiền: Dễ hay Khó?**

[272-281]

PS Man - Nguyễn Vũ Hoàng Dũng

**Tích tắc, tích tắc: Bạn đã "chơi"**

**TikTok chưa** [282-293]

Duy Muối

**Xin chào, mình làm sáng tạo và**

**mình đến từ Việt Nam** [294-305]

Khoachim

**Các tổ chức đồng hành  
đóng góp nội dung**

[308-318]

# MỤC LỤC

## Chương I

### HÉ MỞ SÁNG TẠO & NGHỆ THUẬT

[12-71]

**Bay qua vùng hoang sơ rực rỡ:**

**Toàn cảnh bức tranh ngành**

**Sáng tạo - Nghệ thuật ở**

**Việt Nam [14-33]**

Hồng Phạm, Huy Phạm

**Đời làm nghệ thuật:**

**đạp bỏ giới hạn [34-47]**

Nguyễn Long

**"Công phá" mảnh đất sáng tạo**

[48-57]

Phương Vũ

**Làm gì khi công chênh**

**giữa muôn ngã sáng tạo? [58-69]**

Nguyễn Thị Minh Châu

## Chương II

### MUÔN NỀ ĐƯỜNG NGHỀ

[72-307]

**Đi hát phải "làm màu",**

**nhưng là màu... chân thật [74-85]**

Orange

**"Nhún nháy" giữa những**

**định kiến bùa vây [86-97]**

Yến Ivy

**Khoác áo vest lên và Rap [98-111]**

Võ Hồ Thanh Vi (Táo)

**Nhạc sĩ ơi, hãy yêu đi! [112-121]**

Hồ Hoài Anh

**Làm nhạc – Làm mới bản thân**

[122-133]

Triple D

**Danh xưng, danh tiếng,**

**danh tính và bàn về danh vọng**

[134-143]

Trang Trịnh





Chương I

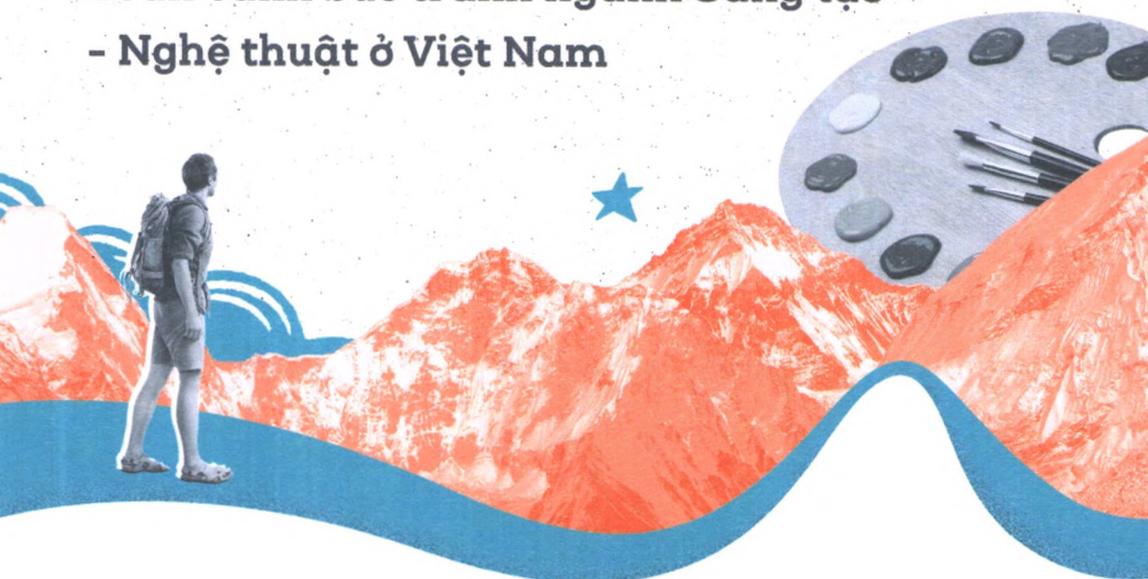
# HÉ MỞ SÁNG TẠO & NGHỆ THUẬT

- Tìm hiểu về bức tranh tổng quan ngành Sáng tạo & Nghệ thuật tại Việt Nam.
- “Truyền thống” hay “phá cách” – dù đi theo con đường nào, mọi thứ đều dẫn tới... tình yêu.
- Làm gì khi bạn thích-đủ-thứ?



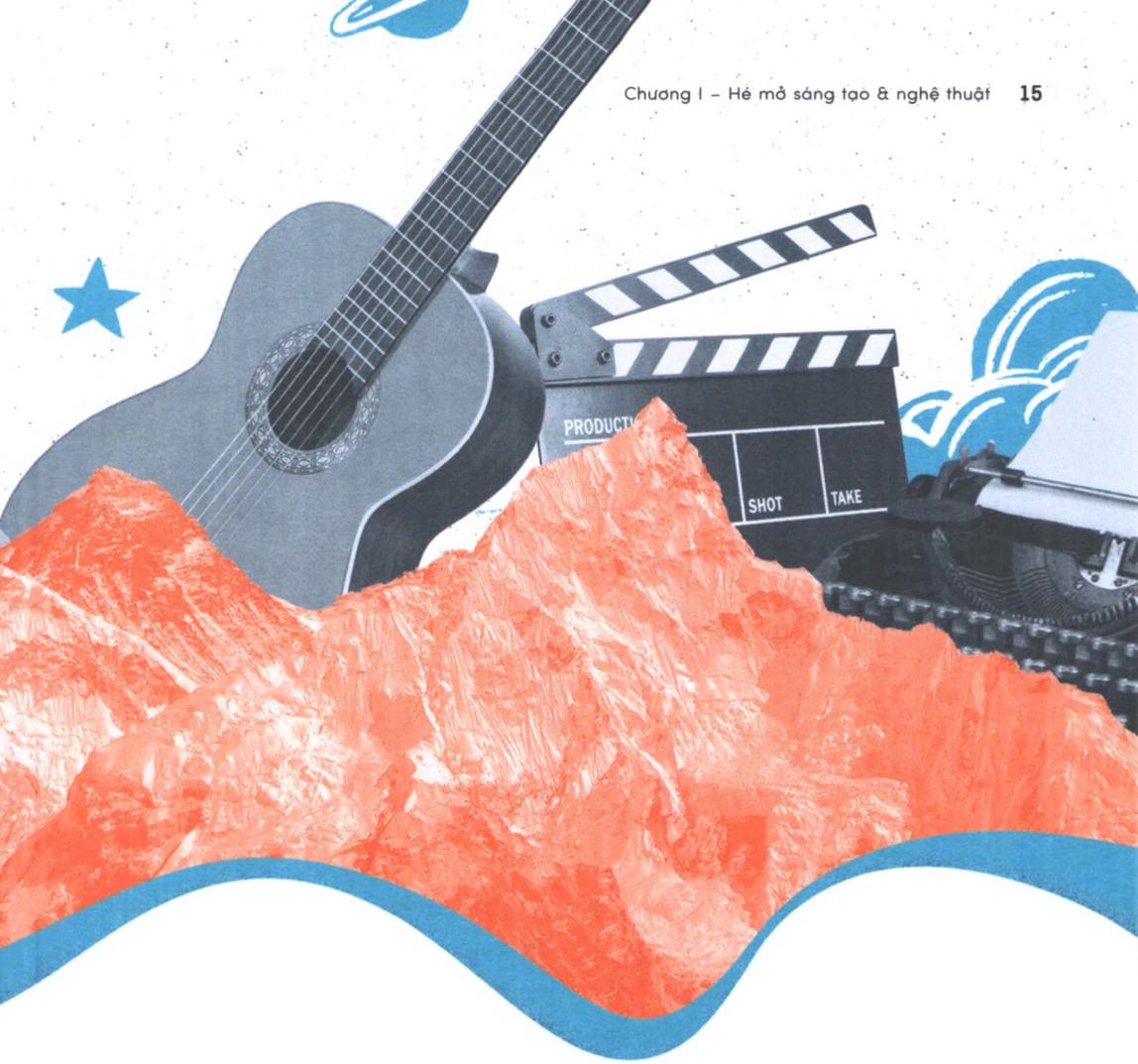
# BAY QUA VÙNG HOANG SƠ RỤC RỖ

**Toàn cảnh bức tranh ngành Sáng tạo  
- Nghệ thuật ở Việt Nam**



Hơn 20 năm qua, sự đi lên của nền kinh tế và chất lượng cuộc sống ở Việt Nam đã phần nào đa dạng hoá những cơ hội nghề nghiệp, đặc biệt đối với thế hệ trẻ – những người có khả năng thích nghi cao với sự thay đổi. Nếu thế hệ 8X trở về trước gần như chỉ được lựa chọn giữa các nghề nghiệp truyền thống, như kỹ sư, bác sĩ, ngân hàng, tài chính,... thì giờ đây, được “ổn định” không còn là mơ ước duy nhất của Gen Z.

Sinh ra và lớn lên trong điều kiện tốt hơn các thế hệ trước, được tiếp cận rất sớm với công nghệ, và với tư duy độc lập, hội nhập thế giới, số lượng các bạn trẻ ngày nay gia nhập lĩnh vực Sáng tạo - Nghệ thuật có xu hướng tăng rõ rệt. Nhiều nghề trong nhóm ngành này bắt đầu được xã hội ghi nhận, tạo ra thu nhập “khủng” và một sự nghiệp “đường hoàng”. Thế nhưng, việc trở thành một nhạc sĩ, một vũ công, một nhà văn hay thậm chí một vlogger vẫn còn là một sự lựa chọn khá dè dặt với các bậc phụ huynh và ngay cả các bạn trẻ. Bởi tại Việt



Nam, những nghề nghiệp không liên quan tới kinh tế hay kỹ thuật đều mang màu sắc “phù phiếm”, không ổn định.

Tuy vậy, nhiều nhà quan sát đã nhận định: ở thế kỷ 21, động lực chính của sự phát triển kinh tế - xã hội không chỉ bó gọn trong các lĩnh vực vốn được coi là trụ cột như công nghiệp - nông nghiệp - dịch vụ, mà là yếu tố “sáng tạo”. Nền kinh tế sáng tạo là khái niệm không còn quá mới mẻ trên thế giới. Trong cuốn sách *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*<sup>(1)</sup> của John Howkins<sup>(2)</sup>, thuật ngữ “nền kinh tế sáng tạo” bao hàm những hoạt động có tiềm năng về kinh tế xã hội liên quan tới việc sáng tạo, trao đổi tri thức và

<sup>(1)</sup> Tạm dịch: *Nền kinh tế sáng tạo: Con người kiếm tiền từ ý tưởng bằng cách nào*

<sup>(2)</sup> John Anthony Howkins là một tác giả sách và diễn giả chuyên nói về chủ đề các ngành Công nghiệp Sáng tạo. Ông là Giáo sư thỉnh giảng tại trường Đại học Lincoln (University of Lincoln), Anh Quốc và trường Sáng tạo Thượng Hải (Shanghai School of Creativity), Trung Quốc.

thông tin. Trung tâm của nền kinh tế sáng tạo là các ngành công nghiệp sáng tạo, bao gồm quảng cáo, kiến trúc, nghệ thuật và thủ công, thiết kế, thời trang, điện ảnh, video, nhiếp ảnh, âm nhạc, nghệ thuật trình diễn, phần mềm, game, xuất bản số, truyền hình/phát thanh,...

Theo báo cáo thống kê của Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO) và Công ty tư vấn EY, năm 2015, nền kinh tế sáng tạo đóng góp khoảng 3% GDP của thế giới (doanh thu hơn 2,25 nghìn tỷ USD). Tại các quốc gia phát triển, Sáng tạo - Nghệ thuật không chỉ giới hạn ở những giá trị kinh tế mà còn nâng tầm ảnh hưởng về văn hoá, về "quyền lực mềm". Một ví dụ điển hình là trào lưu Kpop trên toàn cầu đã đóng góp hàng tỷ đô la vào nền kinh tế Hàn Quốc hàng năm, với những hiện tượng từ PSY<sup>(3)</sup> với bản hit Gangnam Style, đến những chuyến lưu diễn vòng quanh thế giới của BTS<sup>(4)</sup> hay Blackpink<sup>(5)</sup>. Ngành công nghiệp giải trí của nước này cũng là một phần chủ trương lan toả văn hoá của Hàn Quốc ra toàn thế giới.

Tại Việt Nam, ngành Sáng tạo - Nghệ thuật còn rất mới mẻ, nhiều tiềm năng chưa được khai phá, vậy cơ hội phát triển ở ngành này thế nào?

Trong bài viết này, hãy cùng lắng nghe góc nhìn từ Hội đồng Anh – đơn vị hoạt động tích cực trong việc hỗ trợ và đồng hành cùng những cá nhân/tổ chức thực hành sáng tạo tại Việt Nam để tìm hiểu toàn cảnh về bức tranh ngành Sáng tạo - Nghệ thuật ở Việt Nam, và chúng ta có thể học hỏi gì từ các quốc gia phát triển như Vương quốc Anh. Trong bối cảnh đó, các bạn trẻ có những cơ hội gì và nền tảng dựng nó như thế nào?

Ngoài ra, đóng góp vào sự phát triển của ngành này không thể không nhắc tới mạng Internet và công nghệ số nói chung. Metub – một MCN<sup>(6)</sup> trong lĩnh vực nội dung số sẽ lý giải về sự bùng nổ của lĩnh vực sáng tạo nội dung online cũng như sự ra đời của một thế hệ người "sáng tạo" mới trên môi trường số.

<sup>(3)</sup> Park Jae-sang, nghệ danh là PSY: một ca sĩ, rapper, người sáng tác nhạc và producer Hàn Quốc, nổi tiếng với những màn trình diễn hài hước trên sân khấu và được biết đến toàn cầu bởi bài hit "Gangnam Style".

<sup>(4)</sup> Nhóm nhạc nam nổi tiếng của Hàn Quốc, còn được biết đến với cái tên Bangtan Boys. Nhóm có 7 thành viên được thành lập năm 2010 và chính thức ra mắt năm 2013.

<sup>(5)</sup> Nhóm nhạc nữ nổi tiếng Hàn Quốc thành lập bởi YG Entertainment, gồm 4 thành viên Jisoo, Jennie, Rosé và Lisa. Nhóm chính thức ra mắt tháng 8/2016.

<sup>(6)</sup> Multi-channel network: Mạng lưới đa kênh, đơn vị trung gian làm việc với các nhà sáng tạo nội dung và nền tảng.

# SÁNG TẠO – NGHỆ THUẬT TẠI VIỆT NAM

**Bạn cần biết gì và học gì?**



**KHÁCH MỜI PHỎNG VẤN:**

**Hồng Phạm**, Quản lý dự án, *Ban Nghệ thuật và Công nghiệp sáng tạo, Hội đồng Anh Việt Nam*

**BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:** Ban biên tập

## Tiềm năng ngành công nghiệp sáng tạo tại Việt Nam

Chúng tôi cho rằng Việt Nam đang vào thế “thiên thời, địa lợi, nhân hòa” để phát triển văn hóa sáng tạo - nghệ thuật. Các bạn có: sự đa dạng trong văn hóa với 54 dân tộc trải dài khắp đất nước; những cảnh quan thiên nhiên phong phú, hệ thống di sản và di tích đồ sộ,... làm nguồn cảm hứng và tư liệu sáng tạo. Bên cạnh đó, các thành phố mới, năng động với những chiến lược phát triển đa ngành, kết hợp giữa du lịch và văn hóa; thị trường nội địa rộng lớn; nguồn nhân lực trẻ, tài năng, cởi mở, năng động trong thực hành nghệ thuật - sáng tạo; và mạng lưới dày đặc những không gian văn hóa sáng tạo,... là những nền tảng và môi trường cho việc kết nối và kích thích sự sáng tạo. Đến nay, tuy vẫn chưa có thống kê chi tiết cho thấy tiềm năng tăng trưởng hay thực tế phát triển ngành nghệ thuật - sáng tạo ở Việt Nam, nhưng sự nở rộ của các lĩnh vực điện ảnh, âm nhạc, quảng cáo, phát triển trò chơi và thiết kế đã tạo nên cộng

đồng người làm nghệ thuật - sáng tạo trẻ thành công từ rất sớm, có nhiều đóng góp cho xã hội.

Gần 30 năm hoạt động ở Việt Nam, Hội đồng Anh nhận thấy tiềm năng phát triển của các ngành nghề trong lĩnh vực sáng tạo - nghệ thuật là rất lớn. Theo báo cáo của UNESCO<sup>(7)</sup>, giá trị thị trường toàn cầu của ngành sáng tạo đã tăng từ 208 tỷ đô la Mỹ vào năm 2002 lên 509 tỷ đô la Mỹ vào năm 2015 (hơn 2 lần). Đây cũng là một trong những ngành tăng trưởng nhanh nhất, tạo ra gần 30 triệu việc làm trên toàn thế giới. Để dễ hình dung, chúng tôi sẽ đưa ra case studies<sup>(8)</sup> về ngành công nghiệp sáng tạo tại Vương quốc Anh:

Chính phủ Vương quốc Anh định nghĩa công nghiệp sáng tạo là “những ngành có nguồn gốc từ sự sáng tạo, kỹ năng và tài năng của mỗi cá nhân và có tiềm năng tạo ra sự giàu có và tạo việc làm thông qua việc tạo ra và khai thác tài sản trí tuệ”.

Trước đại dịch Covid-19, các ngành công nghiệp sáng tạo là một trong

những bộ phận phát triển nhanh nhất của nền kinh tế Anh. Tính đến năm 2018, tại Anh có khoảng hơn 2 triệu người làm việc trong các ngành công nghiệp sáng tạo, đó là chưa kể những người làm công việc sáng tạo nhưng trong những ngành khác (ví dụ như những vị trí thiết kế trong một doanh nghiệp hàng tiêu dùng, hoặc những người làm quảng cáo trong lĩnh vực tài chính,...). Họ đóng góp hơn 111 tỷ bảng tổng giá trị gia tăng (GVA<sup>(9)</sup>) cho nền kinh tế Anh, tăng 43,2% kể từ năm 2010, trong đó gần 30% đến từ xuất khẩu sản phẩm và dịch vụ trong ngành sáng tạo. Bản thân ngành điện ảnh - truyền hình và quảng cáo - tiếp thị ở Anh cũng đã đạt nhiều thành tựu, góp phần giúp văn hóa Anh được phổ biến và yêu mến trên toàn thế giới.

Ed Sheeran, Adele, Anne-Marie? James Bond, Sherlock Holmes, Harry Potter? Đúng thế, tất cả đều có quê hương là Anh quốc.

Việt Nam có thể làm được như vậy không? Chúng tôi tin là có. Vì vậy, Hội đồng Anh, với tư cách là “cánh tay nối dài” của Bộ ngoại giao Anh,

<sup>(7)</sup> Báo cáo “The creative economy: moving in from the sidelines”, xuất bản ngày 28/01/2021 trên website của UNESCO.

<sup>(8)</sup> Ví dụ thực tiễn.

<sup>(9)</sup> Gross Value Added: thước đo năng suất kinh tế, đo lường sự đóng góp của một công ty hoặc một ngành vào một nền kinh tế.

đã chọn cho mình sứ mệnh đồng hành và hỗ trợ sự phát triển của ngành sáng tạo tại Việt Nam. Từ năm 2013 - 2014, Hội đồng Anh đã giới thiệu khái niệm “công nghiệp sáng tạo” vào các hoạt động hợp tác với chính phủ Việt Nam nhằm nâng cao nhận thức về tầm quan trọng và đóng góp của ngành này trong xu hướng phát triển của nền kinh tế nói chung. Tuy nhiên, với đặc thù quản lý tại Việt Nam, “công nghiệp sáng tạo” được thu hẹp lại thành “công nghiệp văn hóa”, một khái niệm được sử dụng chính thức trong “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030”, được Bộ Văn hóa phê duyệt năm 2016. Đây là một trong những thành quả quan trọng đầu tiên có sự đóng góp của Hội đồng Anh trong nỗ lực thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế sáng tạo tại Việt Nam.

Cách thức phân chia các lĩnh vực trong ngành “công nghiệp sáng tạo” ở Anh và “công nghiệp văn hóa” ở Việt Nam được thể hiện trong bảng dưới đây.

CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP SÁNG TẠO Ở VƯƠNG QUỐC ANH	CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM
Quảng cáo và Tiếp thị Kiến trúc Thủ công Thiết kế và Thiết kế thời trang Điện ảnh Truyền hình và Phát thanh Nhiếp ảnh Công nghệ thông tin và các dịch vụ máy tính/số Xuất bản Bảo tàng/Thư viện Âm nhạc/Nghệ thuật biểu diễn Nghệ thuật thị giác	Quảng cáo Kiến trúc Thủ công mỹ nghệ Thời trang Điện ảnh Truyền hình và Phát thanh Nhiếp ảnh và Triển lãm Phần mềm và các trò chơi giải trí Xuất bản Thiết kế Mỹ thuật Nghệ thuật biểu diễn Du lịch văn hóa

Tuy có những khác biệt nhất định, nhưng sự ghi nhận của Chính phủ Việt Nam dành cho ngành các công nghiệp văn hóa đã bước đầu tạo một nền tảng tốt cho sự phát triển của các thị trường ngành nghề đầy tiềm năng này.

## **Giáo dục về nghệ thuật – một mũi tên trúng hai đích**

Không quá khi nói rằng sự phát triển của nền công nghiệp sáng tạo - Nghệ thuật phụ thuộc rất nhiều vào giáo dục nền tảng, điều Việt Nam còn đang thiếu. Rõ ràng, nghệ thuật chỉ tồn tại khi có người thưởng thức được nó, và người nghệ sĩ chỉ có thể gắn bó với việc sáng tác lâu dài khi họ kiếm sống được từ tác phẩm của mình. Ở chiều ngược lại, khán giả hiện đại đã quá "dị ứng" và ngán ngẩm với lối sáng tác rập khuôn máy móc, thiếu đột phá và không đi cùng với hơi thở thời đại. Điều này đặt ra thách thức kép cho phát triển ngành sáng tạo: Làm sao để vừa giáo dục được một thế hệ nghệ sĩ trẻ tài năng và hiểu biết, vừa giáo dục được một thế hệ khán giả có gu, có kiến thức và khả năng cảm thụ nghệ thuật?

Ví dụ câu chuyện nền công nghiệp âm nhạc Anh quốc. Sự thành công của ngành âm nhạc tại Anh đến từ việc giải quyết được 2 thách thức trên qua các mô hình festival âm nhạc. Hàng năm, mỗi mùa hè ở Anh có đến hàng chục festival âm nhạc diễn ra khắp cả nước, hấp dẫn mọi phân khúc khán giả. Điều này giúp tạo nên lượng công chúng yêu âm nhạc đông đảo, và phổ biến văn hóa đi xem festival đến tất cả mọi người. Đặc biệt, nước Anh luôn chú ý tạo cơ hội cho những nghệ sĩ mới được thể hiện và làm quen với công chúng. Một ví dụ điển hình là liên hoan âm nhạc The Great Escape, được tổ chức thường niên ở thành phố Brighton. Dù các ban nhạc trẻ chưa được nhiều người biết đến, nhưng các buổi biểu diễn của họ đều chật kín người xem, ai ai cũng hào hứng và đầy khích lệ. Đó là bởi văn hóa yêu âm nhạc đã ngấm sâu trong khán giả, và họ hiểu rằng những nghệ sĩ trẻ này cũng cần có những khán giả hiểu biết và sẵn sàng mở lòng đón nhận những điều mới mẻ. Chính điều đó sẽ khích lệ sự sáng tạo của nghệ sĩ, đồng thời là sự cạnh tranh mạnh mẽ để tạo ra chất lượng nghệ thuật cao hơn giúp hình thành một nền công nghiệp âm nhạc phát triển.



Tập huấn nâng cao năng lực cho các không gian văn hóa sáng tạo 2020 @ Hội đồng Anh Việt Nam



Triển lãm các sản phẩm thủ công trong khuôn khổ dự án Crafting Futures @ Hội đồng Anh Việt Nam



Nhóm nhạc Bud của Anh biểu diễn tại Lễ hội âm nhạc Gió mùa 2017 @ Monsoon Music Festival

The Great Escape rất hân hạnh là một trong những nguồn cảm hứng cho sự ra đời của Liên hoan âm nhạc Monsoon ở Việt Nam. Mong muốn lớn nhất của nhạc sĩ Quốc Trung – “cha đẻ” của Monsoon – chính là mang đến một nguồn năng lượng tích cực cho môi trường âm nhạc Việt Nam, giúp khán giả trẻ định hướng được gu âm nhạc và thị hiếu thưởng thức, từ đó, tạo ra công chúng và động lực sáng tạo cho các nghệ sĩ trẻ.

Tuy nhiên, chỉ Monsoon thôi e là chưa đủ. Nói một cách thẳng thắn, giáo dục nghệ thuật ở Việt Nam đang dần có những bước đi cởi mở hơn ở các trường, cơ sở đào tạo tư thục, nhưng về tổng thể hệ thống giáo dục vẫn còn nhiều hạn chế, khiến thị trường chưa phát triển đúng tiềm năng. Những chương trình đào tạo còn chưa thực sự đổi mới và tạo ra những kết nối cho người làm nghệ

thuật sáng tạo với khán giả cũng như những doanh nghiệp, tổ chức làm trong lĩnh vực này. Tuy các bạn trẻ hiện nay có lợi thế hơn nhiều so với các thế hệ trước là có nguồn tư liệu vô tận từ internet, nhưng nếu không có định hướng giáo dục, không có môi trường và một hệ sinh thái văn hóa-sáng tạo lành mạnh thì sẽ không thể có được một thế hệ những người làm sáng tạo tốt để phát triển một nền công nghiệp sáng tạo khỏe mạnh. Một trong các nỗ lực của Hội đồng Anh trong mong muốn tạo ra những kết nối giữa những bạn trẻ muốn làm việc trong lĩnh vực văn hóa - sáng tạo là dự án Không gian văn hóa sáng tạo Việt Nam. Chúng tôi tin rằng những không gian văn hóa sáng tạo và mạng lưới của những không gian này trên khắp cả nước sẽ đồng hành bên cạnh hệ thống giáo dục chính thức, để nuôi dưỡng và hỗ trợ cho sự trưởng thành của nguồn nhân lực cho các ngành này.

Bên cạnh đó, vấn đề bản quyền cũng là một trong những thách thức lớn, gây ra nhiều tổn thất cho ngành sáng tạo, cũng như ảnh hưởng đến việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đặc biệt khi phần lớn các ngành nghề trong lĩnh vực này gắn liền với việc chia sẻ tài nguyên qua

mạng internet. So với các nước trên thế giới, cơ chế bảo vệ bản quyền cả về mặt luật pháp lẫn về mặt kỹ thuật, cũng như giáo dục về quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam còn nhiều thiếu sót. Vì vậy, những bạn trẻ làm việc trong các ngành sáng tạo cần tự ý thức và tìm hiểu về việc bảo vệ bản quyền để đảm bảo thu nhập từ những tác phẩm của mình, đồng thời chia sẻ hiểu biết về bản quyền và tác hại của việc vi phạm bản quyền tới những người cùng làm việc. Ngược lại, chính bản thân các bạn cũng có thể vô ý trở thành "thủ phạm" vi phạm bản quyền của một tác giả khác, vì thế, hãy luôn có ý thức trong các hoạt động nghệ thuật để cùng gây dựng một môi trường lành mạnh, làm bàn đạp quan trọng nhất cho sự phát triển của các ngành đòi hỏi nhiều sự sáng tạo mang đậm yếu tố cá nhân này

## **Tài nguyên học tập cho người làm nghệ thuật - sáng tạo**

Với kinh nghiệm hỗ trợ các cộng đồng sáng tạo tại Việt Nam, Hội đồng Anh đã tổng hợp một danh sách các nguồn lực hữu ích mà người thực hành nghệ thuật - sáng tạo có thể tham khảo:

TÀI NGUYÊN	ĐỊA CHỈ	NỘI DUNG
<p><b>Cộng đồng nghệ sĩ hoạt động trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật</b></p>	 <p>Hanoi Grapevine Website: <i>hanoigrapevine.com</i></p>	<p>Chia sẻ về các cơ hội học bổng, tài trợ, các dự án mà các nghệ sĩ khác đang làm. Đồng thời, đây cũng là nơi các bạn đặt các câu hỏi về những vấn đề liên quan đến văn hóa nghệ thuật.</p>
	 <p>Hanoi Grapevine Facebook Group: <i>fb.com/hanoigrapevine</i></p>	
	 <p>Vietnam Artists Resource Group (Hỗ trợ Nguồn lực cho Nghệ sĩ Việt Nam): <i>fb.com/groups/793087047471823</i></p>	
<p><b>Các cộng đồng và không gian văn hóa sáng tạo</b></p>	 <p>Danh sách các không gian văn hóa sáng tạo Việt Nam theo Kỳ yếu dự án Không gian văn hóa sáng tạo Việt Nam</p>	<p>Nơi giúp các bạn tìm kiếm cảm hứng sáng tạo, cũng như giao lưu, kết nối với những đồng nghiệp cùng ngành.</p>
<p><b>Các khóa học trực tuyến về văn hóa sáng tạo</b></p>	 <p>Vietnam Creative Hubs Initiative</p>	<p>Những khóa học trực tuyến miễn phí do Hội đồng Anh phát triển tại Việt Nam và châu Âu</p>
	 <p>Cultural Studies</p>	
<p><b>Nguồn tài trợ cho các dự án nghệ thuật sáng tạo cá nhân</b></p>	<p>Các tổ chức quốc tế như Hội đồng Anh, Viện Goethe, Trung tâm văn hóa Pháp, Japan Foundation, Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc, Đại sứ quán Đan Mạch, Đại sứ quán Mỹ, VCCA,...</p>	<p>Các tổ chức và quỹ luôn có nguồn kinh phí và khoản tài trợ định kỳ và không định kỳ cho các dự án nghệ thuật nổi bật. Các bạn có thể theo dõi, tìm hiểu và nộp hồ sơ cho các quỹ phù hợp.</p>
	<p>Các quỹ như Prince Claus, quỹ của các Trường Đại học,...</p>	

TÀI NGUYÊN	ĐỊA CHỈ	NỘI DUNG
<p><b>Các sự kiện và dự án hỗ trợ người làm nghệ thuật</b></p>	 <p>Liên hoan Sáng tạo &amp; Thiết kế Việt Nam. <i>vfcd.events</i></p>	<p>Liên hoan Sáng tạo &amp; Thiết kế Việt Nam là một chuỗi các sự kiện truyền cảm hứng, chia sẻ kiến thức, trải nghiệm sáng tạo đa dạng được khởi xướng bởi Đại học Quốc tế RMIT Việt Nam. Các sự kiện của liên hoan bao gồm tour khám phá di sản văn hóa, hội thảo/tọa đàm, workshop, triển lãm đa dạng và nhiều hoạt động trực tuyến khác.</p>
	 <p>Dự án Không gian văn hóa sáng tạo Việt Nam</p>	<p>Dự án của Hội đồng Anh nhằm kết nối các không gian văn hóa sáng tạo kéo dài từ 2018 - 2021. Các hoạt động chính của dự án bao gồm đào tạo nâng cao năng lực quản lý, hướng dẫn cách thức tổ chức các hoạt động văn hóa nghệ thuật, cách thu hút khán giả và gây quỹ.</p>
	 <p>Dự án Crafting Futures</p>	<p>Dự án của Hội đồng Anh dành riêng cho ngành thủ công được triển khai từ năm 2019, nhằm kết nối những doanh nhân sáng tạo muốn phát triển doanh nghiệp liên quan đến thủ công với các cộng đồng thủ công và làng nghề nhằm xây dựng các mô hình sinh kế bền vững.</p>
	 <p>Dự án Connecting Through Culture - CTC</p>	<p>Dự án hỗ trợ trực tiếp thông qua tài trợ bằng tiền mặt cho các nghệ sĩ ở các nước Đông Nam Á có ý tưởng và muốn kết hợp với các nghệ sĩ ở Anh, đã triển khai thành công vào năm 2019, 2020, và dự kiến tiếp tục khởi động vào năm 2021.</p>

TÀI NGUYÊN	ĐỊA CHỈ	NỘI DUNG
<b>Các sự kiện và dự án hỗ trợ người làm nghệ thuật</b>	 Dự án Di sản kết nối	Dự án hỗ trợ các nghệ sĩ làm trong lĩnh vực sáng tạo và muốn sử dụng di sản như một nền tảng cho các sản phẩm của mình.
<b>Tìm kiếm người đồng hành (mentoring)</b>	 Hội đồng Anh <a href="http://britishcouncil.vn">britishcouncil.vn</a>	Chúng tôi sẵn sàng giới thiệu và kết nối bạn với những nghệ sĩ mà bạn yêu thích nhằm giúp bạn định hướng con đường nghệ thuật của mình.

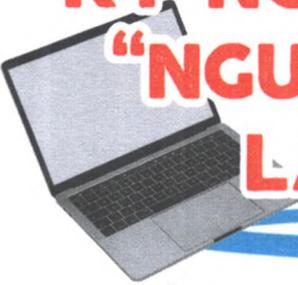
## Thay cho lời kết

Từ góc độ vĩ mô, Việt Nam còn nhiều khâu cần cải thiện trong quản lý, hoạch định chính sách và hỗ trợ sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa. Ví dụ, các ngành sáng tạo còn đang hoạt động riêng biệt, chưa có sự kết nối với nhau, việc quản lý các ngành này còn đang phân tách nhỏ lẻ giữa các Bộ chủ quản: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Bộ Khoa học và Công nghệ; Bộ Thông tin truyền thông,...; hay vấn đề tiền kiểm tương đối “chặt”, ảnh hưởng trực tiếp lên khả năng sáng tạo nghệ thuật của nghệ sĩ. Nhiều tổ chức ở Việt Nam như Hội đồng Anh, UNESCO, các cơ quan hợp tác văn hóa quốc tế cũng đã và đang tìm các cách khác nhau để tác động đến các nhà hoạch định chính sách nhằm có được những cải cách trong việc quản lý và dẫn tạo ra một môi trường nuôi dưỡng nguồn nhân lực đầy tiềm năng của các ngành văn hóa-sáng tạo của Việt Nam.

Đồng thời, với sự xuất hiện của các trường đào tạo nghệ thuật tư nhân và quốc tế tại Việt Nam, chúng ta có quyền tin tưởng vào sự ra đời của một thế hệ nghệ sĩ và khán giả trẻ có giáo dục, có gu nghệ thuật và đem lại thay đổi đột phá cho nền nghệ thuật sáng tạo. Bức tranh ngành nghệ thuật sáng tạo của Việt Nam vẫn đang ở giai đoạn phác thảo mà thôi!



# KỶ NGUYÊN CỦA NHỮNG “NGƯỜI BÌNH THƯỜNG” LÀM SÁNG TẠO



**KHÁCH MỜI  
PHỎNG VẤN:**  
**Huy Phạm,**  
Giám đốc  
*METUB Hà Nội*

**BIÊN SOẠN  
BÀI VIẾT:**  
Ban biên tập

Khoảng 15 năm trước, chỉ những người như ca sĩ, nhạc sĩ, diễn viên,... mới được gọi là người làm nghệ thuật; chỉ những người làm sách, báo, truyền hình, radio,... mới được gọi là nhà sản xuất nội dung (content creator). Còn hiện nay, bất cứ ai, với tài khoản YouTube, Instagram, Facebook của mình, cũng có thể chủ động sáng tạo nội dung, xây dựng cộng đồng, trở nên nổi tiếng và có thể kiếm tiền từ các hoạt động đó.

Cơ hội mở ra cho các bạn trẻ ngày một nhiều, bởi các bạn thông thạo mạng xã hội (MXH), nhanh nhạy với những xu hướng mới, sở hữu sức sáng tạo vô biên. Thế nhưng, bên cạnh những bề nổi về danh tiếng, tiền bạc, trở thành creator trên MXH cũng đi kèm không ít khó khăn mà chỉ người trong cuộc mới hiểu. Để giúp bạn có thêm góc nhìn từ những người trong ngành, Spiderum đã có cuộc trò chuyện với anh Huy Phạm – Đại diện Metub – đối tác được công nhận chính thức của YouTube tại Việt Nam.

## Nền kinh tế của những người sáng tạo

Theo báo cáo từ quỹ đầu tư mạo hiểm SignalFire's, đến cuối năm 2020, đã có hơn 50 triệu người trên thế giới làm nghề sáng tạo nội dung trên mạng xã hội. Theo nghiên cứu của công ty truyền thông trực tuyến Innity, tính đến năm 2020, Việt Nam có 21.793 influencer<sup>(10)</sup> (theo tiêu chuẩn của Innity). Trung bình mỗi quý, một nền tảng MXH ở Việt Nam lại có thêm 180 - 290 influencer xuất hiện và hoạt động mạnh mẽ. Thế hệ influencer đông đảo này đang đem đến không ít sự thay đổi trong xã hội.

Người ta bắt đầu nhắc đến cụm từ "creator economy" – nền kinh tế của những người sáng tạo – nơi mọi người có thể kiếm tiền từ các kỹ năng, đam mê, sở thích, mối quan tâm của bản thân. Trước đây, sau một ngày làm việc 9-to-5<sup>(11)</sup> tại các văn phòng, nhà hàng, nhà máy,... bạn về nhà và dành một chút thời gian buổi tối cho những sở thích cá nhân như viết lách, làm thơ, nấu nướng,... Còn trong nền kinh tế của những người sáng tạo, bạn có thể dành trọn thời gian cho đam mê của mình và kiếm tiền từ nó. Bạn có

thể trở thành YouTuber nổi tiếng với những công thức nấu ăn hữu ích; có thể trở thành Instagramer trăm nghìn follower với những bức ảnh make-up xinh mỗi ngày; có thể trở thành nhà thơ của thế hệ trẻ bằng việc mỗi ngày đăng một bài thơ lên Facebook cá nhân. Đương nhiên, cốt lõi của thành công vẫn là năng lực sáng tạo và tài năng, bản lĩnh của từng người – điều luôn đúng ở bất kỳ ngành nghề nào. Nhưng phải thừa nhận, chúng ta đang sống trong thế giới cực kỳ cởi mở và vô vàn cơ hội cho những người làm sáng tạo.

Về cơ bản, giá trị lớn nhất đối với một người sáng tạo nội dung trên MXH là cộng đồng mà họ sở hữu. Sau một thời gian chia sẻ những sản phẩm sáng tạo của mình, họ có một tập follower quan tâm, ủng hộ và ngưỡng mộ công việc họ làm. Thu nhập của creator chủ yếu xuất phát từ danh tiếng của họ trong cộng đồng này. Ví dụ, một nhãn hàng mỹ phẩm sẽ muốn hợp tác cùng một beauty YouTuber đang được hơn 100.000 subscribers yêu mến. Một fashionista nổi tiếng trên MXH khi mở thương hiệu thời trang riêng sẽ có sẵn tập người dùng quan tâm và có thể chi tiền cho họ.

<sup>(10)</sup> người có tầm ảnh hưởng

<sup>(11)</sup> công việc làm giờ hành chính từ 9h sáng tới 5h chiều

Một họa sĩ vẽ tranh minh họa được cộng đồng mạng yêu mến sẽ dễ dàng thu hút nhiều hợp đồng hơn.

Cứ như vậy, có một thế hệ creator đang bền bỉ sáng tạo, chia sẻ những giá trị hữu ích tới cộng đồng và tìm ra nhiều cách thức kiếm tiền độc lập cho riêng mình. Họ có không gian để sáng tạo và thể hiện bản thân, có một cộng đồng quan tâm và ủng hộ, họ chủ động trong nguồn thu nhập mà không phụ thuộc một công ty/doanh nghiệp cụ thể nào.

Tại Việt Nam, YouTube là một nền tảng phát triển cho thế hệ creator mới nổi này. Theo báo cáo Digital 2021 được thực hiện bởi đơn vị nghiên cứu We Are Social và Hootsuite, 92% người

dùng Internet từ độ tuổi 16 đến 64 có sử dụng YouTube, đưa YouTube trở thành nền tảng có lượng người dùng cao nhất ở Việt Nam. Nếu bạn có tham gia group Facebook Maybe You Don't Know This Vlogger, bạn sẽ khám phá ra không ít YouTuber mới mỗi ngày. Các bạn du học sinh chia sẻ cuộc sống ở một đất nước mới, một bạn học sinh cấp 3 chia sẻ về cuộc sống trung học, những người dạy nấu ăn, trang điểm, chia sẻ bí quyết học tập,... Mọi nội dung từ thường nhật đến học thuật đều có thể trở thành những video hấp dẫn.

Ở phần tiếp theo của bài viết, ta sẽ đi sâu tìm hiểu về thị trường sáng tạo trên YouTube – một trong những nền tảng MXH phát triển nhất Việt Nam.

**Trước đây, sau một ngày làm việc 9-to-5 tại các văn phòng, nhà hàng, nhà máy,... bạn về nhà và dành một chút thời gian buổi tối cho những sở thích cá nhân như viết lách, làm thơ, nấu nướng,... Còn trong nền kinh tế của những người sáng tạo, bạn có thể dành trọn thời gian cho đam mê của mình và kiếm tiền từ nó.**

## Một thế hệ “YouTube Enthusiasts”

Theo báo cáo của YouTube cuối tháng 4/2019, dựa trên thời gian trung bình xem video YouTube hàng năm, Việt Nam lọt top 5 thị trường lớn nhất của YouTube trên toàn cầu<sup>(12)</sup>. Việt Nam, cùng vài quốc gia châu Á khác, được coi là những thị trường cực kỳ tiềm năng vì có số lượng lớn “Youtube Enthusiasts” (người say mê Youtube) – những người dành hơn 10 tiếng/tuần trên nền tảng này.

Mỗi người xem YouTube với một mục đích khác nhau: giải trí, học tập,... nhưng gần như bất cứ chủ đề gì cũng có thể tìm thấy trên YouTube. Trước kia, chúng ta có hành vi search Google khi có thắc mắc. Giờ đây, chúng ta có thêm lựa chọn khác là YouTube, với những video trực quan hơn, đầy đủ hơn. Trong cuốn sách này, đã có ít nhất một video editor và một music producer học nghề từ cơ bản đến chuyên nghiệp qua các video tutorial trên YouTube.

Có lẽ không quá lời khi nói YouTube là bức tranh thu nhỏ nhưng vô cùng đa dạng của cuộc sống. Mọi người ở bất cứ ngành nghề gì cũng dễ dàng chia sẻ lên YouTube, từ đầu bếp, giáo viên, thiết kế,... mọi thứ đều có thể trở thành nguồn content thú vị. Về bản chất, YouTuber là những người làm truyền thông, đưa thông tin đến cộng đồng.

## “Chân ướt chân ráo” làm content YouTube

Có câu sẽ có cung. Đi cùng xu hướng người dùng dành nhiều thời gian trên YouTube là sự xuất hiện liên tục của những gương mặt YouTuber mới. Theo một khảo sát được thực hiện bởi tạp chí The Sun (Anh) với hơn 1000 thanh thiếu niên của Anh, 34,2% người tham gia nghiên cứu muốn trở thành YouTuber trong tương lai. 4 lý do chính dẫn đến quyết định này là: Mong muốn thể hiện sự sáng tạo (24%); Sự nổi tiếng (11,4%); Nhu cầu thể hiện bản thân (11%) và Nguồn thu nhập lớn (9,8%)<sup>(13)</sup>. YouTuber đang trở thành một trong những lựa chọn nghề nghiệp hấp dẫn với giới trẻ.

<sup>(12)</sup> VnExpress (26/4/2019): Vietnam among YouTube's top five global markets

<https://e.vnexpress.net/news/news/vietnam-among-youtube-s-top-five-global-markets-3914469.html>

<sup>(13)</sup> MediaKix: Why children are set on becoming YouTubers when they grow up

<https://mediakix.com/blog/percent-children-becoming-a-youtuber/>

Vậy, câu hỏi đặt ra: Thị trường đã có quá nhiều YouTuber, liệu có còn chỗ cho những người bắt đầu từ con số 0, "chân ướt chân ráo" tập làm YouTube hay không? Câu trả lời là có, nhưng với 2 điều kiện: thứ nhất, bạn đủ đam mê; thứ hai, bạn coi YouTuber là một nghề nghiệp nghiêm túc. Khi đó, mảnh đất sáng tạo YouTube sẽ chào đón tất cả mọi người, không có bất cứ giới hạn nào về độ tuổi hay giới tính.

Về mặt nội dung, dù ở thời điểm nào, điều quan trọng nhất quyết định bạn thu hút được bao nhiêu người xem là cái tôi và cá tính riêng của bản thân. Trong một thị trường cực kỳ sôi động, dấu ấn cá nhân rõ ràng, sự nhất quán là điều giữ người xem ở lại với bạn lâu dài, cùng với đó là những nội dung hợp thời đại, hợp xu hướng. Để theo đuổi nghề này, bạn cần không ngừng học hỏi, trau dồi kiến thức, đầu tư máy móc để cho ra đời những video chất lượng về hình ảnh, giá trị về nội dung. Việc không ngừng phát triển bản thân, cải tiến content, cùng sự kiên trì bền bỉ sẽ giúp bạn chạm đến những cột mốc (hay có thể gọi đùa là những KPI) như 100.000 - 1.000.000 - 10.000.000 - 50.000.000 subscribers. Đương nhiên, công việc nào cũng cần có một vài chiến thuật nhất định. Việc ra video với tần suất ra sao, chọn ngách nội dung nào, có

nên tổ chức các hoạt động bên lề như giveaway không,... đều cần tính toán và hoạch định rõ ràng.

Với một người mới bắt đầu, những việc này tương đối mới mẻ. Đó là lý do các mạng lưới đa kênh (MCN) như Metub ra đời và phát triển. Những đơn vị này có vai trò khá quan trọng đối với các creator. Trước tiên, họ cung cấp các dịch vụ hỗ trợ creator tăng lượng người xem, tư vấn và xây dựng kế hoạch nội dung, quản lý quyền kỹ thuật số, kiếm tiền và/hoặc bán hàng. Đồng thời, họ cũng giúp creator tối ưu và khai thác tối đa sức mạnh của YouTube, giải quyết các vấn đề về quản lý quyền và content ID, khắc phục và sửa lỗi những vấn đề liên quan đến tài khoản. Khi tham gia vào các MCN như Metub, creator chỉ cần tập trung sáng tạo nội dung, các công việc còn lại sẽ được mạng lưới hỗ trợ để video lan toả rộng hơn và đáp ứng các tiêu chuẩn của YouTube.

Kênh YouTube Phê Phim là ví dụ. Khi bắt đầu, đội ngũ Phê Phim không có gì ngoài... một ý tưởng hay. Dù nội dung hấp dẫn, cách thực hiện của Phê Phim vẫn vi phạm một vài quy định của YouTube về bản quyền, về sử dụng nội dung cộng đồng,... Khi ở trong mạng lưới của Metub, các bạn được giải thích về tất cả những quy

định này, hiểu được rằng cần phải có sự xuất hiện của con người, có giọng đọc thật (không được dùng giọng nói tự động), không nên chỉ đưa ảnh và đọc text, bởi việc đó khiến máy trí tuệ nhân tạo của YouTube xếp kênh vào loại sản xuất nội dung theo cách công nghiệp. Rất nhiều tài khoản, vì không hiểu rõ những quy định này, đã bị tắt chức năng kiếm tiền, bị reset kênh hoặc thậm chí ngừng hoạt động, đó là những thiệt thòi và khó khăn lớn với nhiều người sản xuất nội dung.

## Thực hư thu nhập “trên trời” của YouTuber

Trước tiên, chúng ta cần hiểu các kênh YouTube kiếm tiền bằng cách nào. Khi các nhãn hàng mua quảng cáo trên Google Ads, Google Ads sẽ cần những kênh phân phối quảng cáo, YouTube là một trong những nền tảng phân phối tốt nhất. Khi kênh của bạn được trở thành đối tác chính thức của YouTube, YouTube sẽ phân phối quảng cáo của các nhãn hàng phù hợp với video của bạn và bạn sẽ có được thu nhập từ những khán giả xem của mình.

Mọi người thường thấy trên báo chí những bài viết về YouTuber kiếm chục tỷ mỗi năm, số liệu này có thể đúng

với các YouTuber cực lớn ở những thị trường phát triển, còn ở Việt Nam, số tiền creator thực chất nhận được thấp hơn rất nhiều, vì những lý do sau:

- ♦ Số tiền bạn hưởng từ YouTube bị ảnh hưởng trực tiếp bởi GDP<sup>(14)</sup> mỗi quốc gia, GDP Việt Nam thấp hơn nhiều quốc gia trên thế giới, một giờ lao động của người Việt Nam có giá trị thấp hơn Mỹ từ 8 đến 10 lần, vậy nên, tỷ lệ % một YouTuber Việt Nam được YouTube trả cũng thấp hơn. Tóm lại yếu tố quyết định sẽ là khán giả xem video của bạn là ai, thuộc quốc gia nào, trong độ tuổi nào,...
- ♦ Phần lớn người Việt Nam không quan tâm đến quảng cáo. Khi họ nhìn thấy quảng cáo mà không có hành động cụ thể nào (ví dụ như click vào quảng cáo), số tiền YouTube trả cho YouTuber cũng ít hơn. Điều này cũng đến từ việc dữ liệu người dùng Việt Nam chưa đủ dày và chính xác, ảnh hưởng đến chất lượng phân phối quảng cáo của nền tảng. Khi quảng cáo sản phẩm đến không đúng đối tượng, đương nhiên hiệu quả không cao.

<sup>(14)</sup> Tổng sản phẩm nội địa

Với mỗi 1000 view, YouTuber Việt Nam nhận về trung bình \$0.6 (tương đương 14.000đ). Con số này có thể thấp hoặc cao hơn tùy vào ngách nội dung. Với những nội dung chuyên môn như review ô tô, xe máy, tài chính, kinh doanh,... người theo dõi những chủ đề này thường có thu nhập trung bình cao hơn, vì thế, tỷ lệ % phí quảng cáo được nhận về cho những video mảng này cũng cao hơn. Tuy nhiên, về cơ bản, cơ chế tính tiền của YouTube vẫn phụ thuộc chính vào số lượt view, sau đó mới là chất lượng nội dung. Vì vậy, nhiều bạn làm nội dung không lành mạnh, trái với thuần phong mỹ tục, nhưng vì dễ câu view, gây tò mò cho trẻ em nên lại kiếm bộn tiền.

Ở Việt Nam, cũng có những YouTuber Việt nhưng xây dựng nội dung cho người nước ngoài. Các bạn có thể kiếm nhiều tiền hơn, nhưng chi phí đầu tư quảng cáo cũng rất lớn, bởi bạn đang tiếp cận và tiếp thị ở nhiều thị trường quốc tế. Đã có những bạn kiếm được rất nhiều tiền ở Việt Nam, nhưng nội dung lại không phù hợp với văn hoá nước ngoài, cộng thêm chi phí quảng cáo quá đắt nên thất bại trên "sân khách".

Dựa vào số tiền trung bình là \$0,6 cho 1000 view, bạn có thể quan sát

một kênh và ước tính được mức thu nhập của họ, từ đó, không bị tác động bởi những con số "trên trời" như báo chí thường nói.

## Hướng đi nào cho các YouTuber-wanna-be?

Thời điểm hiện tại, đối tượng xem YouTube nhiều nhất vẫn là các bạn gen Z, các bạn học sinh, sinh viên. Chưa kể đến nền tảng YouTube Kids với lượng người xem dưới 6 tuổi rất nhiều. Khi người dùng càng trẻ hoá, xu hướng sản xuất nội dung cũng cần thay đổi.

Do người xem là những khán giả trẻ, có tư duy cởi mở, hiện đại nên sự chân thật, gần gũi, nhanh nhạy cập nhật xu thế là những yếu tố cần thiết cho content hiện đại. Mọi người có thể thấy trong thời kỳ đại dịch, giãn cách xã hội, thay vì các nội dung về du lịch, tham quan hay khám phá các vùng đất mới, xu hướng nội dung chuyển sang tập trung vào đời thường như fitness, nấu ăn, chăm sóc cơ thể, âm nhạc,...

Đồng thời, khi thế hệ creator trẻ phát triển, chúng ta cũng hướng đến môi trường content lành mạnh hơn, hoà hợp giữa giải trí và thuần phong mỹ

tục, không chạy theo chuyện câu view mà sản xuất những nội dung độc hại. Theo thống kê của đơn vị nghiên cứu SocialBlade về 100 tài khoản YouTube có lượng follow nhiều nhất Việt Nam, đứng số 2 là kênh Nờ Tờ Nờ – một kênh thường xuyên bị lên án vì nội dung phản cảm, kích động văn hoá; đứng số 8 là kênh Thơ Nguyễn – một kênh rất nhiều nội dung không lành mạnh, gợi ý những hành động nguy hiểm cho trẻ nhỏ. Chúng ta không khuyến khích những xu hướng này tiếp tục phát triển trong tương lai. Đương nhiên, việc này cần sự vào cuộc của cả luật pháp và các cơ quan chức năng, nhưng trên hết, sự thay đổi đầu tiên phải đến từ tư tưởng và tư duy của những creator trên YouTube.

YouTube nói riêng và các nền tảng số nói chung chắc chắn vẫn là thị trường tiềm năng trong tương lai, là vùng đất rộng mở cho mọi cá tính sáng tạo được bùng nổ. Đương nhiên, mức độ cạnh tranh sẽ ngày càng lớn khi số lượng creator ngày một nhiều. Thế nhưng, dù đam mê, dù nghiêm túc, dù kiên trì và tìm ra được cá tính nội dung riêng biệt, bạn sẽ là người tồn tại. ■





# ĐỜI LÀM NGHỆ THUẬT

## Đạp bỏ giới hạn



**KHÁCH MỜI  
PHỎNG VẤN:**  
Nguyễn Long,  
Nghệ sĩ -  
Người sáng tạo

**BIÊN SOẠN  
BÀI VIẾT:**  
Ban biên tập

↳ Nếu phải định danh nghề nghiệp cho bản thân, tôi muốn gọi mình là một người nghệ sĩ, người làm sáng tạo, không có bất cứ danh xưng nào cụ thể hơn. Vài chục năm trong nghề, tôi trải qua nhiều lĩnh vực: từ vẽ tranh, thiết kế, kinh doanh thời trang, nhiếp ảnh, rồi đến nay là kiến trúc sư và thiết kế nội thất. Dù chặng đường nào cũng có quãng thẳng tắp, tôi vẫn luôn tìm cách đi đến tận cùng của nghệ thuật, đầu tư chất xám để làm ra sản phẩm mới lạ, không chấp nhận thỏa hiệp với những thứ khuôn mẫu.

## 4 NÈO ĐƯỜNG NGHỀ VÀ CÁI GỐC CỦA NGHỆ THUẬT

Ông bà ta thường có câu: Một nghề cho chín còn hơn chín nghề. Nhưng với tôi, định nghĩa “nghề” không bó hẹp ở một công việc cụ thể nào cả: miễn là được làm nghệ thuật, được thả hồn với cái đẹp và công việc đó nuôi sống được chính mình là tôi dẫn thân.

### Cậu sinh viên nghèo đến London Fashion Week

Ngày xưa, tôi học văn hóa rất dốt, không phải vì “đần”, mà vì không thể tập trung. Hồi bé đi học, tôi suốt ngày bị đánh do không chịu học hành tử tế mà lúc nào cũng vẽ, vẽ từ lúc ở nhà cho đến khi lên lớp. Lúc ấy không có manga như bây giờ, tôi thường vẽ các nhân vật trong Tam Quốc, Tây Du Ký, Thủy Hử, rồi vẽ áo giáp, kiếm, các thể loại vũ khí,...

Lên cấp 3, tôi cũng không có ai tư vấn hướng nghiệp. Vì chẳng chắc chắn về điều gì nên tôi thi cả 3 khối: Văn - Sử - Địa vào trường Luật; Toán - Văn - Vẽ vào trường Mỹ thuật, và Toán - Lý - Vẽ vào trường Kiến trúc. Tôi thích mỹ thuật nhất nhưng không có điều kiện học thêm vì học phí đắt hơn học các môn thông thường rất nhiều. Thời đó, các lớp vẽ ở Hà Nội cho học thử miễn phí 2 buổi, sau 2 buổi phải đóng học phí. Tôi với ông bạn thân dắt nhau đi hết lò này đến lò khác, cứ vào học 2 buổi rồi... té. Học quá ít nên tôi gần như không có căn bản, năm đầu tiên thi trượt cả 3 khối.

Bố mẹ biết tôi trượt Đại học nên khuyên đi học nghề vì nhà không có tiền cho ôn luyện 1 năm nữa. Tôi đã định đi học nấu ăn (vì cũng thích) thì được cậu bạn đồng viên tiếp tục học Mỹ thuật. Nó đỗ trường Mỹ thuật Công nghiệp nên



có thể vừa học trong trường vừa dạy tôi vẽ. Gia đình cũng khá giả nên nó chủ động mua tượng vẽ, tôi lọ mọ đạp xe sang học, hai thằng cứ thế ngồi vẽ với nhau. Năm đó, tôi thi đúng một trường Mỹ thuật, đỗ thừa điểm chuẩn.

Vào Đại học, "sự nghiệp" học hành của tôi bước sang trang mới. Hồi cấp 3, cả lớp có 53 người, tôi xếp "hạng cao" lắm, toàn thứ... 48, 49. Lên Đại học, gần như lúc nào tôi cũng giữ top 3 trong một lớp 40 người. Bước sang năm 2, có một cuộc thi thiết kế rất lớn và uy tín (phạm vi toàn quốc) do Hội đồng Anh (British Council) tổ chức. Tôi mới là sinh viên năm 2, chưa biết nhiều chuyên môn nên đi thi với tâm thế cho vui, nghĩ mình không thể cạnh tranh với các anh chị khóa trước hay các bạn học ở nước ngoài về. Vậy mà tôi được giải Nhất với bộ sưu tập có tên "Tâm Linh", phong cách chẳng giống ai và cũng chẳng hề giống sản phẩm của một cậu nhóc 19 tuổi. Sau giải thưởng đó, tôi được tài trợ sang Anh tham gia London Fashion Week, mang bộ sưu tập lên sàn diễn quốc tế. Ngày 11/9/2002 (tròn 1 năm sau vụ khủng bố Tháp đôi ở Mỹ), tôi lần đầu đặt chân đến nước Anh, mang theo không ít nỗi lo của một cậu sinh viên nghèo Việt Nam. Sau đó, tôi được tài trợ học một khóa ngắn hạn bên Anh, rồi về nước tiếp tục tham

gia Singapore Fashion Week, đúng là ra ngoài mới biết thế giới rộng lớn nhường nào.

## Những bức tranh "dù" hơn tuổi đời

Trở về từ các Fashion Week, cơ hội mở ra cho tôi rất nhiều, trong đó có hướng dẫn thân vào showbiz, thiết kế trang phục cho những người nổi tiếng. Nhưng để phát triển thời trang trong giới showbiz, người ta hay nói cần một "Mạnh Thường Quân" – người có nhiều mối quan hệ trong giới nghệ sĩ giúp đỡ. Tôi là con nhà nghèo, môi trường sống cũng khác biệt rất nhiều so với họ, nên quyết định không theo hướng này mà quay về vẽ tranh kiếm sống.

Thời đó đang thịnh hành vẽ tranh chân dung, vẽ những cầu thủ, nhóm nhạc nổi tiếng như David Beckham, Backstreet Boys,... mỗi bức bán khoảng 15, 20 ngàn. Khi tôi học năm 2 thì nổi lên xu hướng vẽ tranh sơn dầu. Tôi cũng nhờ được một bà chị ở nước ngoài mua cho một ít sơn dầu. Hồi hộp đợi bao ngày, cuối cùng về mở hộp quà ra thấy một túp bé tí, quệt phát là hết, buồn hẳn. Nhưng tôi vẫn dùng (thì cũng còn lựa chọn nào nữa đâu), lấy dầu lạnh hòa vào để dàn thật mỏng lớp sơn dầu, rồi tập chép

bức sơn dầu đầu tiên là bức Mùa thu vàng của Levitan. Chép xong có bác hàng xóm sang mua, bán được 200 nghìn.

Chuyên ngành tôi học là thiết kế thời trang, không phải hội họa. Ấy vậy mà bán được tranh nên tự thấy mình oách lắm (cả trường có mỗi tranh của tôi với một bạn khác là bán được). Tôi hay gửi tranh ở các phòng tranh trên phố Nhà Chung, bán khá tốt.

Giai đoạn này cũng có đôi ba kỷ niệm buồn cười.

Một lần, có vị khách nước ngoài mua tranh của tôi trên phòng tranh Tràng Tiễn. Khi khách hỏi về họa sĩ, các cô bán tranh không biết tôi là ai, nhìn gam màu với cách vẽ rồi nói: “Ông họa sĩ này tầm 60 tuổi”. Lúc gặp tôi lên nhận tiền, các cô cười rũ rượi, hỏi sao tôi trẻ mà màu tranh già thế. Tư duy vẽ tranh của tôi có lẽ hơi khác người, nhưng thật sự rất bản năng và hoàn toàn không toan tính, có thể nào phô diễn như vậy. Khoảng đầu những năm 2000, bạn bè đi làm thêm cả tháng chỉ 200 - 300 nghìn, vậy mà bức tranh nào tôi cũng bán được hơn 1 triệu.

Tôi tốt nghiệp Đại học Thủ khoa Xuất sắc, được vinh danh ở Văn Miếu, có tên và ảnh trong Sổ vàng. Sau này, bọn bạn cấp 2 của tôi vẫn cười, bảo thằng này ngày xưa học dốt mà bây giờ lại là thủ khoa có tên trong Văn Miếu.



## Phá vỡ khuôn mẫu thời trang



Ra trường, tôi về làm giám đốc sáng tạo cho một công ty thời trang tư nhân, có showroom rất lớn ở Huỳnh Thúc Kháng. Có giai đoạn, giám đốc công ty muốn tận dụng nguồn lao động dưới quê, dưới đó họ không có việc làm nên cho lên Hà Nội bán hàng, mỗi tháng đôi ba triệu. Tôi nhất quyết không đồng ý bởi thời trang là nghệ thuật, mà cốt lõi của nghệ thuật là cái đẹp, họ làm sao tư vấn được cho khách hàng khi chính họ còn chưa biết mặc đẹp.

Ở công ty đó được 2 năm, tôi tách ra làm thương hiệu thời trang riêng. Tôi mở một cửa hàng phố Tôn Đức Thắng. Lúc đó, tôi đi vay mấy trăm triệu làm vốn, nộp tiền nhà 3 tháng rồi đi mua nguyên liệu, chẳng còn lại bao nhiêu. Vậy là một mình tôi đảm đương gần như mọi việc: thiết kế, đi lấy vải, hướng dẫn thợ thêu thùa khâu cúc, chờ hàng ra bến xe, đi làm thị trường,... Khối lượng công việc có lẽ bằng 7 người cộng lại, không phải vì tham việc, mà vì chẳng có tiền thuê thêm ai nữa. Giai đoạn đó cũng vất vả.

Ban đầu, tôi làm ra những thiết kế với tư duy rất lạ, khách Hà Nội rất thích vì họ cảm thấy thú vị và khác biệt. Năm đó cũng là thời điểm hàng loạt các thương hiệu như NEM, Ivy, Chicland,.. ra đời, đánh dấu sự bắt đầu của thời trang công sở. Nhiều cửa hàng ở các tỉnh khác cũng lên Hà Nội lấy hàng về bán. Có một vài khách tìm đến thương hiệu của tôi, nhưng họ không chọn được hàng vì đồ quá khác biệt, chẳng giống hãng nào. Vì muốn mở rộng kinh doanh, tôi quyết định "đâm" theo thị trường, tạm dẹp tư duy thiết kế của mình sang một bên, làm giống những gì mọi người đang làm. Tôi đem các mẫu có

sẵn vẽ, thay đổi một chút rồi sản xuất hàng loạt, cung cấp cho hơn 40 đại lý trên cả nước. Ngày ngày, tôi cưỡi con xe máy Jupiter, vai đeo laptop, một ngày có khi chạy hết Hà Nam, Phủ Lý rồi Hải Dương, đi chào từng cửa hàng, cho họ xem ảnh sản phẩm rồi mời làm đại lý. Lúc ấy, đó là cách duy nhất để làm thị trường, chưa có chạy quảng cáo Facebook, YouTube như bây giờ. Dần dần, người nợ giới thiệu người kia, đại lý nhiều lên, cũng khá thành công.

Nhưng sau một thời gian, tôi nhận ra cách làm này không phù hợp với mình.

Thứ nhất, tư duy của một nghệ sĩ không thể nhanh nhạy bằng người làm kinh doanh. Đáng ra khi quản lý doanh nghiệp, nhân viên làm sai phải bị phạt, làm tốt sẽ được thưởng. Tính tôi lại thương người, nhập nhèm trong chuyện thưởng phạt, thợ làm sai nhiều khi cũng chỉ nhắc nhở qua loa. Vì thế, hiệu quả công việc và tiền lãi không cao, nhiều lúc tôi phải lấy tiền riêng để trả lương cho nhân viên. Thứ hai, máu nghệ sĩ trong người tôi dẫn đến cái tính mua đồ linh tinh, tốn không ít tiền. Thứ ba, tôi thấy cứ duy trì cách làm như vậy thì tư duy sáng tạo của bản thân dần bị mai một. Vốn là người học hành bài bản

đàng hoàng mà giờ làm việc như cái máy photocopy, đi copy mẫu để sản xuất. Vai trò của tôi lúc đấy là ngồi thu tiền, không khác gì người bán buôn. Làm được khoảng 3 năm thì tôi chán, gia đình lại có chút biến cố nên tôi thanh lý toàn bộ, bán hết các đại lý. Trả nợ xong cũng chẳng còn bao nhiêu tiền.

Sau khi bán hết hệ thống, một ngày mở mắt ra, tôi thấy rất nhẹ nhõm, không phải nghĩ đến chuyện nhập hàng, cũng không phải bán buôn đi khắp nơi tìm đại lý. 1 năm tiếp theo, tôi đi lang thang chụp ảnh chán chê. Hồi đấy, tôi cũng không có tranh để bán kiếm tiền (tự nhiên tôi không vẽ được), nên sau một thời gian tôi lại quay về làm thời trang. Lần này tôi quyết định không bán buôn, chỉ thiết kế theo đúng tư duy của mình, ai thích thì mua, ai không thích thì thôi.

Sau 2 năm, tôi bước vào chặng đường mới khá thú vị: làm áo dài. Từ trước đến nay, người làm áo dài vẫn mang tư duy khá truyền thống: áo dài phải là vải lụa mỏng, quần phải dài đến gót chân, form mẫu thiết kế áo dài in hẳn vào lối suy nghĩ của cả một thế hệ người làm thời trang. Tôi quyết định làm khác. Trước đây, áo xanh phải mặc với quần xanh hoặc quần trắng, giờ tôi phối tất cả các màu với

nhau. Tôi mang tư duy hội họa vào thiết kế, thêu hoa cỏ lên áo, có áo còn in cả một bức tranh. Đó là những mẫu áo dài trước nay Việt Nam chưa từng có, thành công đến nỗi một loạt thương hiệu ra mắt những mẫu khác ăn theo. Tôi cứ ra mẫu nào là vài ngày sau có người bắt chước. Những hãng lớn hơn thậm chí còn lấy cả ảnh mẫu của tôi để chạy quảng cáo. Cửa hàng tôi chọn nằm sâu trong ngõ vì muốn tránh sự ồn ào, xô bồ, không nhiều người biết đến. Giờ các hãng lớn quảng cáo rầm rộ, mình lại thành người đi “ăn cắp”. Tôi cũng chẳng buồn tranh cãi, vì ở Việt Nam, bản quyền sáng tạo vẫn còn là một thứ khá xa vời.

## Cú “tắt tay” làm nội thất – kiến trúc

Nghĩ làm áo dài, tôi một lần nữa thử khám phá bản thân ở mảng nội thất. Công trình đầu tiên tôi làm là “biến” căn nhà của một chị bạn bên Ecopark thành homestay. Tôi qua khảo sát, áng chừng hết khoảng 200 triệu, nhưng chủ nhà chỉ đồng ý ở mức 120 triệu. Lúc đó, tôi biết 120 triệu sẽ không thể lên được tinh thần mà cả hai

mong muốn, nhưng vẫn đánh đổi. Tôi quyết phải làm

thật đẹp, lên đến 200 triệu cũng được, hoặc

chủ nhà đồng ý trả tiền, hoặc nếu không, họ

cũng trả thêm 10% chi phí phát sinh so

với số 120 triệu ban đầu, còn lại mình

chấp nhận chịu lỗ. Nghĩ vậy nên tôi

cứ làm, không đàm phán thêm về

chi phí với chủ nhà.



Mấy tháng sau hoàn thành, chủ

nhà chụp ảnh lên thì bạn bè ai

cũng khen đẹp, muốn sang ở thử.

Đến lúc thanh toán, tôi báo giá hết

220 triệu, chia sẻ thẳng thắn là tôi

cố gắng làm đẹp hết mức có thể, tiền

công của tôi cho cả căn nhà chỉ có 20

triệu (trong mấy tháng trời). Chị ấy ưng ý với công trình nên vui vẻ trả. Sau khi tôi đăng ảnh công trình đầu tiên lên mạng, rất nhiều người inbox, đặt làm các công trình khác. Bình thường, một kiến trúc sư mỗi năm làm 3 - 4 công trình đã là nhiều, mà trong năm đó tôi làm mười mấy công trình, cơ hội mới cứ đến liên tục. Đôi khi để thành công, mình cần chấp nhận đánh đổi, dám tắt tay và bạo gan một chút.



Tôi nhận ra mình cũng có năng khiếu trong kiến trúc. Khi nhận một công trình, người khác phải họp hành, lên bản vẽ. Còn tôi chỉ cần bước vào không gian ấy, quan sát, ngồi nhắm mắt lại là mọi thứ hiện lên trong đầu như hình ảnh 3D, thậm chí lên được cả màu sắc. Vì vậy, tôi không cần vẽ quá nhiều. Đôi lúc khâu thực thi cũng có những sai lệch, nhưng tôi rất giỏi trong việc sửa chữa, thay đổi, nhiều khi chính từ cái sai ấy lại tạo ra những góc nhà rất duyên.

Nhìn lại, ở bất cứ công việc gì, dù là hội họa, thời trang hay kiến trúc, mọi thứ đều đến từ việc tôi yêu cái đẹp, dám theo đuổi đến cùng, đôi khi to gan, liều một chút. Thật ra, khi có sản phẩm thành công mình mới biết đó là cơ hội, còn lúc bắt đầu, cơ hội nào cũng chứa đầy rủi ro.

Có lẽ điều quan trọng nhất của một người làm nghệ thuật là sự chân thành với chính bản thân và với tác phẩm của họ. Với tôi, nghệ thuật không nên khiên cưỡng mà phải là sự hoà hợp. Nghệ thuật càng không nên là "ánh trăng lừa dối" mà phải thể hiện được câu chuyện, thần thái, sự rung động thực sự của người tác giả đằng sau nó. Như cách tôi thiết kế chiếc bàn trong căn nhà mình: Nó không chỉ là tấm gỗ cũ kỹ, nó còn có linh hồn, còn có cả một cuộc đời lênh đênh trên đại

dương khi từng là một phần của con thuyền đánh cá. Tuyệt vời không? Hay như khi xây một khu nhà nghỉ dưỡng ở Hoà Bình, tôi không đốn cây, chặt cành, gò ép thiết kế theo ý mình mà làm những con đường nhỏ, những khu nhà lợp theo bố trí tự nhiên của vườn cây. Đó là cách tôi tôn trọng thế giới xung quanh và nhìn ra chất “nghệ” trong tất cả nguyên liệu đời sống.

## GẮN KẾT ĐỜI MÌNH VỚI NGHỆ THUẬT?

Một số bạn trẻ hỏi tôi: “Em có năng khiếu nghệ thuật thì cần học qua trường lớp không, hay tự học, tự trải nghiệm cũng thành công?”

Thời của tôi, việc tiếp cận kiến thức khó khăn hơn hiện tại rất nhiều. Vì vậy, tôi không trăn trở về việc làm nghệ thuật nên đi học trường lớp bài bản hay tự học bên ngoài. Nếu không học Đại học, tôi chẳng biết tự học ở đâu, điều kiện kinh tế gia đình cũng không cho phép ra ngoài nhiều để giao lưu học hỏi.

Từ trải nghiệm của bản thân, tôi thấy Đại học xây nền tảng kiến thức và cơ sở thẩm mỹ bài bản giúp ta đi đường dài với nghệ thuật. Ví dụ, để thiết kế một chiếc áo hay vẽ một bức tranh,

chúng ta phải có bố cục hài hoà. Bố cục như xương sống trên cơ thể người, xương sống khỏe mới gánh được vai, cánh tay, giúp ta di chuyển ổn định. Để hiểu về bố cục, ta phải học về tĩnh vật, vẽ hình hoạ, làm những bài tập bố cục về màu. Một bức tranh phải có màu nóng – màu lạnh, màu chính – màu phụ, các hệ màu tương quan hỗ trợ lẫn nhau. Hay như chuyện chụp ảnh, bạn bè tôi cũng mua máy, đăng ký cả những lớp học chuyên nghiệp mà chụp vẫn không thể nhạy bằng tôi, dù tôi chưa từng học qua một khóa nhiếp ảnh nào. Bởi họ không biết lấy góc, không xác định được bố cục tấm hình sao cho cân đối. Cùng một khung hình, người được học bài bản về nghệ thuật có thể chọn ngay được góc đẹp, người không có nền tảng sẽ loay hoay mãi. Trong một căn nhà cũng vậy, ngăn ấy đồ vật, có người kê rất rối, có người lại sắp xếp hài hoà, gọn gàng, hiểu được ánh sáng nhấn nhá ở đâu, chỗ nào chính, chỗ nào phụ để thêm thắt những yếu tố khơi gợi cảm xúc. Cơ sở thẩm mỹ rất quan trọng, trong đó, phải chú ý đến những yếu tố cơ bản như bố cục, hình khối, màu sắc,...

Thế nhưng, không phải ai học trường lớp bài bản cũng có thể làm đa lĩnh vực nghệ thuật. Có những đồng nghiệp vẫn nhờ tôi thiết kế nhà, dù ông ấy cũng là hoạ sĩ. Bản thân bạn

trước tiên phải đam mê, tự tìm tòi học hỏi, quan sát tinh tế. Tôi thuộc diện có rất nhiều thú chơi: cây, cá, chó, chim, loa đài âm thanh, máy ảnh, xe mô tô,... chơi không thiếu món gì. Vì vậy, tôi có thể nói chuyện được với bất kỳ đối tượng khách hàng nào. Ai mê loa đài, tôi sẽ biết cách sắp xếp góc nghe nhạc thật hay. Chủ nhà chơi cây, tôi sẽ tư vấn được một vườn cây đủ "chất". Nếu không thích nhà vườn, bạn vẫn có thể sắp xếp được một khu vườn đẹp, nhưng sẽ thiếu đi độ sâu sắc, tình cảm, tinh tế. Tôi hiểu nhiều về cây cối hoa lá nên biết góc này cần đặt cây thế nào, mùa nào nên đặt hoa gì, để vào chỗ có ánh sáng ra sao. Chẳng hạn, mùa Đông nên trồng hoa hướng Đông Bắc bởi gió mùa Đông Bắc giúp đưa hương hoa bay xa. Tất cả những điều này đều rất nhỏ, chẳng trường lớp nào dạy, nhưng nếu bạn có chút quan sát và ham tìm tòi, công việc sẽ thuận lợi và hiệu quả hơn nhiều. Trước lúc nhận công trình, tôi chủ động nói chuyện với chủ nhà để biết họ là người như thế nào, tư duy ra sao, thói quen sinh hoạt là gì,... Mình lắng nghe và phân tích, rồi đặt bản thân vào trong không gian cụ thể đó, nhắm mắt nghĩ xem buổi sáng ngủ dậy sẽ đi ra chỗ này, uống cà phê ở ban công kia, cây cối rồi ánh nắng chiếu vào ra sao,... Những yếu tố như thế bản vẽ 3D không thể hiện được.

Vậy đấy, Đại học cho ta nền tảng và cơ sở thẩm mỹ để bắt đầu. Còn đam mê, sự ham học hỏi cho ta nhiệt huyết và hiểu biết sâu rộng để đi xa.

Tôi nghĩ trước khi đặt ra câu hỏi: "Tự học hay Đại học?", các bạn hãy nhìn lại bản thân, liệu rằng bạn có muốn gắn kết cuộc đời mình với nghệ thuật hay không?

Vừa rồi có một phụ huynh đăng những bức vẽ của con gái lên một group Facebook mà tôi quản lý. Đó thực sự là những bức tranh rất khiếp đảm, rạch tay, chày máu, u ám và dằn vặt. Người mẹ định đưa bạn ấy vào bệnh viện tâm thần để khám và uống thuốc, nhưng tôi nghĩ đó không phải hướng giải quyết phù hợp. Tôi có nói chuyện với mẹ bạn, biết được rằng gia đình bạn không ai làm nghệ thuật, không ai thích bạn vẽ. Bạn ấy cảm thấy không thể chia sẻ với bố mẹ hay bạn bè. Những bức tranh bạn vẽ bộc lộ tư duy rất tốt, chắc hẳn là người có năng khiếu, nhưng nội dung lại quá ám ảnh, ma quái. Giả sử bạn không được theo nghệ thuật, rất có thể chuyện không hay sẽ xảy ra.

Các bạn trẻ nước ngoài có lợi thế vì được định hướng từ sớm, được sinh ra trong môi trường có tính thẩm mỹ cao, tôn trọng sự phát triển về nghệ

thuật. Còn ở Việt Nam, hồi bé đứa nào suốt ngày vẽ vời linh tinh như tô thẻ nào cũng bị ăn đòn suốt, thậm chí có người còn gọi những người theo nghệ thuật là hâm dở.

Thế nhưng, ở khía cạnh công việc, tìm được cơ hội kiếm tiền từ nghệ thuật tại Việt Nam không khó như ở nước ngoài. Tuy vậy, có một điều tôi không thích là sự thiếu tôn trọng chất xám của một số người Việt. Sản phẩm làm ra dễ bị bắt chước, bị "ăn cắp" thằng thừng, yếu tố bản quyền cũng chưa được xã hội quan tâm nhiều. Nhiều người sẵn sàng đi ăn cắp mẫu mã, vơ vào làm sản phẩm của mình, không có lòng tự trọng, liêm sỉ. Dù sao, tôi vẫn có niềm tin vào một thế hệ trẻ đang ngày một văn minh hơn. Các bạn được ra ngoài học tập, được tiếp xúc với thế giới rộng lớn, sẽ dần xây dựng được cái tôi trong sạch.

Với những người theo đuổi nghệ thuật chân chính, các bạn hãy tự tin chất sáng tạo là vô hạn. Một khi đã tự làm ra những sản phẩm giàu chất xám, mình chẳng có gì phải sợ, bởi mình sẽ tiếp tục làm ra những sản phẩm tốt hơn nữa. Chỉ những người đi sao chép, đạo nhái mới không biết ngày mai sẽ làm gì.

## KHÔNG CÓ CẢM HỨNG NỬA VỜI

Bản chất công việc nghệ thuật - sáng tạo tương đối tự do. Tính tự do của người làm nghệ thuật được gắn liền với từ "cảm hứng". Nghệ thuật cần cảm hứng, nhận định này không hề sai. Đó là lý do trước đây tôi không bao giờ giám sát giờ giấc đi làm của nhân viên. Thay vì ép các bạn ấy phải có mặt ở công ty lúc 8h rồi tan làm lúc 17h30, tôi chỉ giao việc và deadline, các bạn toàn quyền quyết định sẽ thực hiện công việc vào lúc nào. Hay như tôi nhận các công trình kiến trúc, lúc đầu cũng chẳng có ý tưởng gì đâu, nhưng khi đi vào trong không gian ấy, quan sát các nguồn ánh sáng, ý tưởng dần dần xuất hiện. Mình không thể ép bản thân phải ngồi vào bàn nghĩ ra ý tưởng trong hôm nay, ngày mai, và cũng không nên đặt bản thân vào thế bị gò bó. Biết đâu trong lúc tắm, lúc ăn cơm, lúc lái xe,... cảm hứng lại lóe lên bất chợt.

Nói vậy không có nghĩa ta vứt đi vai trò của lý trí. Ví dụ, mọi người thường bảo muốn vẽ đẹp, họa sĩ cần không gian yên tĩnh. Thế nhưng, có giai đoạn tôi phải làm việc ở căn nhà mặt phố, lúc nào cũng ồn ào xe cộ, không thể tập trung được. Khi đó kinh tế không ổn định, tôi buộc phải vẽ (không thì

tiền đâu mà sống). Lúc đó, tôi tập hướng đầu óc vào việc vẽ để ra sản phẩm, tương tự như thiên vậy. Dù công việc nghệ thuật (nói chung) thiên nhiều về cảm xúc, nhưng có những thứ mình phải dùng lý trí luyện tập.

Đến bây giờ, tôi không dám nhận mình đạt thành tựu gì to tát. Nhưng với tất cả những thứ từng làm, tôi đều đã cố hết sức, đam mê và gửi vào rất nhiều tâm huyết tình cảm. Mỗi sản phẩm là một câu chuyện, một cảm xúc riêng. Tạo dựng câu chuyện cho sản phẩm cũng là một yếu tố thú vị giúp bạn đến được gần với khán giả hơn.



Ví dụ, bộ sưu tập Tâm Linh của tôi năm đó, cuộc thi có chủ đề "Vượt thời gian", tức là không nằm trong hiện tại, tương lai, mà cũng chẳng phải quá khứ. Lúc ấy, tôi chưa hiểu nhiều về Phật pháp, vậy mà cơ duyên thế nào lại làm ra trang phục như một quả chuông chùa bó con người vào trong, không có cánh

tay, tất cả thành một đường thẳng. Giám khảo người nước ngoài rất thích. Khi phóng viên hỏi tại sao làm áo không có cánh tay, tôi cũng trả lời rất vô tư: "Chủ đề cuộc thi là "Vượt thời gian", có thể trong tương lai, con người chẳng cần thò tay ra ngoài áo làm gì."



Tôi luôn tư duy sống làm sao để không bao giờ phải nói từ "Giá như". Công việc mà cứ "giá như lúc trước mình làm thế này", "giá như mình cố thêm một chút",...thì hỏng. Cố gắng làm hết mình trước đã,

nếu làm hết sức rồi mà sản phẩm vẫn không bán được thì đó là bài học rút kinh nghiệm. Cứ làm tốt rồi mọi thứ khác sẽ đến, chưa cần nghĩ đến yếu tố kinh tế quá nhiều trong giai đoạn sáng tạo. Đã làm nghệ thuật, mình phải thực sự sống cùng nó, không phải hứng lên làm nửa vời. Mình phải thích, phải yêu sản phẩm của mình trước tiên. Nếu chính mình còn không thích sản phẩm do bản thân làm ra, chắc chắn người ngoài chẳng ai quan tâm.

## SỐNG “HẾT MÌNH” NHƯNG ĐỪNG “QUÊN MÌNH”

Nhưng sống hết mình chứ đừng mù quáng quên mình. Mọi quyết định đều phải dựa trên nền tảng hiểu biết nhất định, không phải liều mạng, không biết trời cao đất dày. Một khi đã cân nhắc kỹ lưỡng, yêu thích và nhận ra bản thân có khả năng, hãy đặt toàn tâm toàn ý vào từng sản phẩm nghệ thuật bạn làm, chắc chắn bạn sẽ học được rất nhiều trên hành trình này.

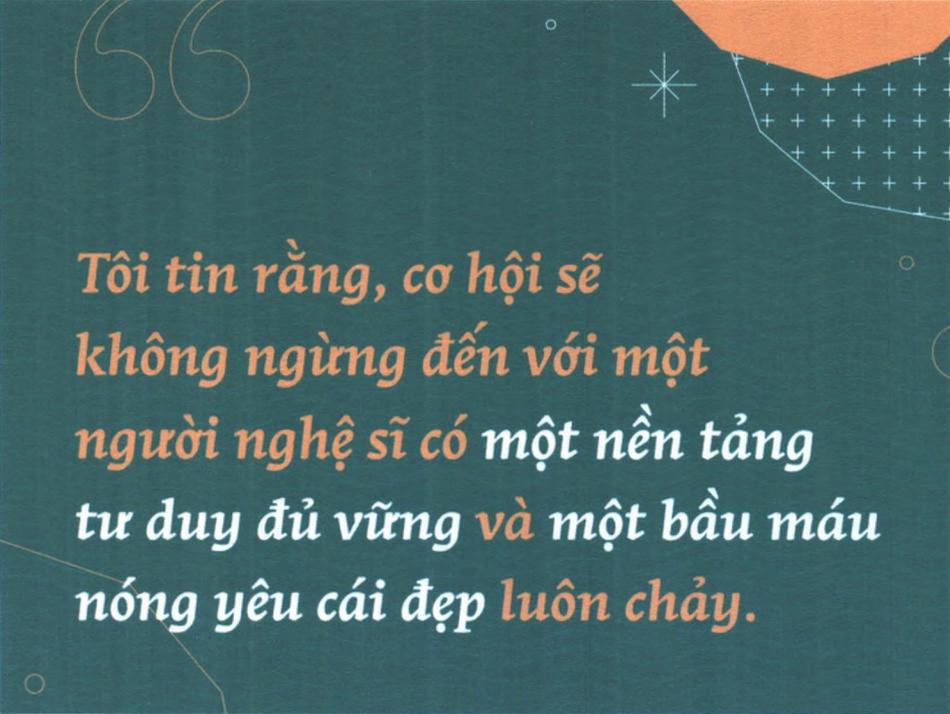
Nhắc đến hai từ “quên mình” bởi tôi quan sát thấy nhiều bạn trẻ đôi khi quá cực đoan với ý niệm “hết mình cho nghệ thuật”. Năm ngoái, tôi biết một bạn gia đình khá giả, gia đình

cho sang Hà Lan học, năm nhất bạn học về tài chính nhưng không phù hợp, đến năm hai chuyển sang học hội họa. Bạn vẽ rất tốt, nhưng cuối cùng bỏ ngang, về Việt Nam. Gia đình thuê riêng một căn chung cư để bạn ấy tập trung vẽ. Triển lãm đầu tiên của bạn ở Việt Nam có những bức bán được hàng nghìn đô. Nhưng bạn “phiêu” với nghệ thuật một cách thái quá. Lúc bước vào phòng vẽ của bạn, tôi thấy trên kệ toàn bô húc, các loại nước phẩm màu, rồi thuốc lá. Bạn chỉ có ngủ rồi vẽ, vẽ rồi lại ngủ, người lù khù, lom khom. Cách làm này rất nguy hiểm đến sức khỏe, thậm chí là tính mạng của người nghệ sĩ.

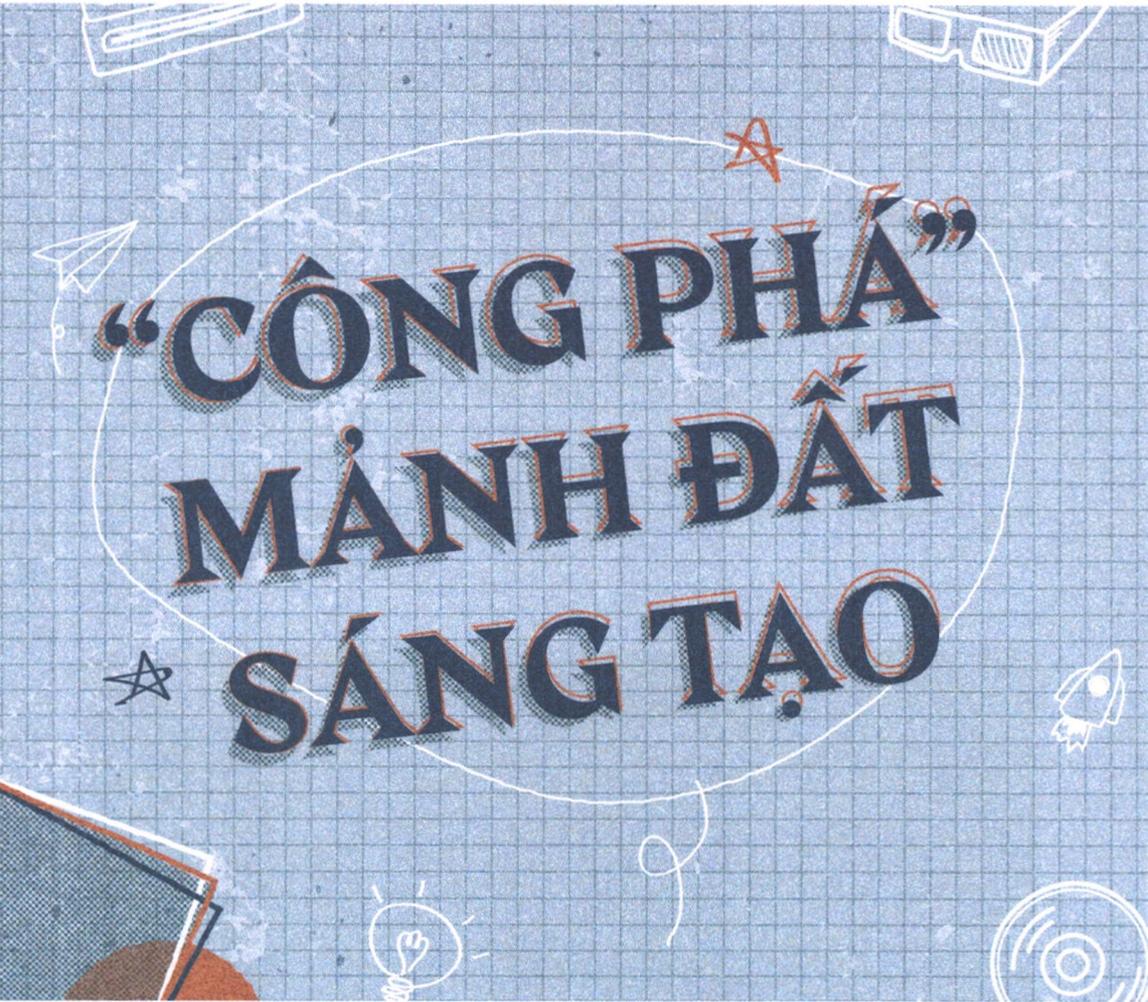
Nghệ thuật nói chung, hội họa nói riêng, đúng là không thể thiếu sự bay bổng, tính lãng mạn, nhưng nó cũng nhiều cám dỗ, các bạn trẻ không làm chủ được bản thân sẽ dễ sa ngã. Nhất là những bạn có xu hướng tìm đến chất kích thích để đem lại cảm giác hưng phấn. Còn tôi, tôi chọn cách khác để cân bằng. Tôi sẽ ngồi uống trà một cách thiền tĩnh, ngồi yên một lúc, tự khắc thấy những thứ xung quanh không thể động chạm đến mình được nữa. Những ngày sống trên Lương Sơn (Hòa Bình) làm nhà vườn, tôi ở một mình, ăn một mình, lúc rảnh thì ra vườn cuốc đất trồng cây, nhiều khi cũng chỉ ngồi im,

chẳng làm gì. Người dân trên đó hỏi: "Cái thằng Hà Nội này lên đây làm gì mà suốt ngày thấy trèo cây, quét lá?" Thế nhưng với tôi, đó là quãng thời gian vừa nghỉ ngơi, vừa tạo không gian tự nhiên cho trí óc sáng tạo.

Khi được làm đúng đam mê, các tố chất cá nhân được phát huy tốt nhất, mỗi ngày đi làm đều là một cuộc dạo chơi, tâm trạng lúc nào cũng thoải mái vui vẻ. Dù đóng nhiều vai, làm nhiều nghề, tất cả những công việc tôi từng đi qua đều có chung một điểm, đó là: làm nghệ thuật, sáng tạo ra cái đẹp. Công việc có thể khác, nhưng "sợ chỉ đồ" về cơ sở thẩm mỹ, về nhiệt huyết đam mê, về tâm tư tình cảm mà tôi đặt vào từng sản phẩm nghệ thuật chưa bao giờ thay đổi. Tôi tin rằng, cơ hội sẽ không ngừng đến với một người nghệ sĩ có một nền tảng tư duy đủ vững và một bầu máu nóng yêu cái đẹp luôn chảy. ■



**Tôi tin rằng, cơ hội sẽ  
không ngừng đến với một  
người nghệ sĩ có một nền tảng  
tư duy đủ vững và một bầu máu  
nóng yêu cái đẹp luôn chảy.**



**KHÁCH MỜI PHỎNG VẤN:**

Phương Vũ,

Founder - Director Antiantart

Founder - Photographer

Nirvana Streetwear

**BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:**

Ban biên tập

↳ Nhắc đến lĩnh vực nghệ thuật - sáng tạo, có lẽ nhiều người cho rằng cần là con nhà nòi, cần thông minh, cần có năng khiếu, cần có quan hệ và học hành bài bản,... để thành công. Vậy, nếu “tay không bắt giặc”, liệu bạn có thể dẫn thân vào con đường này?



## “Go-with-the-flow”<sup>(1)</sup>

Hello mọi người, mình là Phương Vũ, Creative Director của Antiantart (A.A.A) – media team chuyên về các sản phẩm hình ảnh và video, đồng thời cũng là sáng lập của Nirvana Streetwear – thương hiệu thời trang dành cho giới trẻ.

Để bắt đầu câu chuyện làm nghề của mình, mình muốn mở đầu bằng 2 chữ: “cứng đầu”.

<sup>(1)</sup> Tạm dịch: xuôi theo dòng chảy

Phải, mình rất cứng đầu, rất bướng bỉnh. Hồi cấp 2, mình đi tập hiphop vì thấy mấy đứa bạn tập trông rất ngẫu. Từ đầu, mình không hẳn thích bộ môn này đến thế, nhưng rồi bố mẹ lên tận chỗ tập cấm, việc này như kích hoạt tính năng “chày cối” trong con người mình: càng cấm mình càng theo. Lúc tập, do không có tiền mua quần áo nên mình bắt đầu... buôn quần áo, đi nhặt đồ secondhand bán lại. Đến lớp 11, 12, mình tìm cách mua di động rồi sau đó... buôn di động luôn, cần xe máy thì tìm cách bán xe máy. Mình xoay xở khá tốt trong những hoàn cảnh như vậy.

Mình bị đuổi học khỏi 3 trường cấp ba. Ngôi trường cuối cùng mình học dành cho học sinh cá biệt, cả khối 12 có tầm 24 học sinh, nằm dưới hầm Đại học Nguyễn Trãi. Trong trường, mình gặp những người bạn tuy “mất dạy” nhưng rất thật. Mặc dù quý chúng nó nhưng mình nhận ra bản thân không muốn giống như vậy, và mình bắt đầu tập trung ôn thi Đại học. Lúc đấy, mình nghĩ nếu không đạt các thứ cơ bản như mọi người thì mình không có quyền được phá cách. Mình quyết tâm thi Đại học đến mức 3 tháng ôn thi gần như không ra khỏi nhà. Khi biết tin mình đỗ, bố mình còn gọi lên trường Đại học 3 lần để hỏi xem thằng này có đỗ thật không.

Chuyện đỗ Đại học thật sự khó tin với mọi người vì 12 năm trời mình toàn là học sinh yếu kém. Cũng nhờ đỗ Đại học, mình hình thành được tư duy: Nếu bản thân cố gắng thì sẽ làm được nhiều việc.

Lên Đại học, câu chuyện muôn thuở là... thiếu tiền, nên mình quay trở lại bán quần áo. Trong quá trình làm shop quần áo, mình gặp Nhi (Plaaastic) – một fashion blogger rất nổi tiếng và được Nhi hướng dẫn về nhiếp ảnh thời trang. Mình và Nhi cùng 3 người nữa là Minh Anh, Thái Linh, Quốc Tít cùng lập ra Nirvana Streetwear. Sau một thời gian, mọi người đi làm công việc khác, chỉ còn mình và Thái Linh tiếp tục duy trì. Thái Linh vẽ artwork, còn mình chụp ảnh để bán trên mạng xã hội. Tuy chỉ chụp bằng iPhone nhưng mình cũng nhận được nhiều phản hồi khá tốt. Từ công việc “chặng liên quan” này, mình bắt đầu nhận ra bản thân có niềm yêu thích với những thứ về hình ảnh.

Lúc này, việc học Đại học bỏ bê, mình thi trường đó chỉ vì muốn chứng minh với bố mẹ rằng con có thể đỗ Đại học, nên chẳng có hứng thú đi học gì cả. Mình quyết định thi vào trường khác, và chọn Đại học Sân khấu Điện ảnh (SKĐA). Thời điểm mình thi, trường SKĐA chia làm 2 mảng: nhiếp ảnh

nghệ thuật và nhiếp ảnh báo chí (trước đây chỉ có một mảng nhiếp ảnh). Lúc đấy, mình tìm hiểu về nhiếp ảnh và tham gia group Humans of Hà Nội. Thời gian hoạt động trong group, mình nhận ra một điều thú vị: ta chỉ cần ra đường, bắt chuyện với một người lạ bất kỳ, mở lòng với họ, rồi quan sát, đặt được một câu hỏi “đúng điểm chạm” thì sẽ có nhiều câu chuyện rất hay. Mình cảm thấy thích làm báo, đặc biệt là nhiếp ảnh báo chí.

Đó là chuyện chụp ảnh, còn chuyện quay phim cũng đến với mình tự nhiên như vậy. Hồi tập hip-hop, mình thấy anh em quay video hơi... ngứa mắt. Mình hay xem mấy kênh nhảy hip-hop thấy họ làm video rất “căng”, nên cũng thích làm ra những video như vậy. Một lần tham gia giải hip-hop, mình gặp Việt – đơn giản là một thằng anh em nhờ đến quay – nhìn nó cầm cái máy xoay xoay rồi quay quay, thấy hay hay, thế là rủ nó làm cùng. Video đầu tiên mình làm và viral có tên Digital Date, hồi đó chỉ là một sản phẩm cho Nirvana thôi (mình đã xếp khoảng 800 - 1000 cái tivi để quay). Dần dần, khi có nhiều người đặt hàng làm video, mình bắt đầu gặp các thành viên khác trong nhóm và thành lập nên Antiantart. Mình cũng không biết tại sao cứ cố gắng làm

tiếp, chỉ đơn thuần muốn làm việc cùng bọn nó thôi.

Vậy đó, mình nghĩ ra cái gì muốn thực hiện là làm, không có lý do tại sao cả. Mình là đứa “go with the flow”, đi tiếp chỉ vì muốn tìm xem “cái này nó là cái gì tiếp theo”. Chưa bao giờ mình lên kế hoạch về việc hoạt động trong lĩnh vực hình ảnh. Chuyện làm hình ảnh, làm sáng tạo giống như quá trình tìm hiểu chính mình, làm đến đâu cố hết sức đến đấy, khám phá xem bản thân có thể trở thành con người như thế nào.

## Chán “trường”, học “đời”

Đọc đến đây, có lẽ bạn nghĩ “thành công là một cú ăn may”. Có lẽ mình may mắn hơn một số người, như: gia đình không quá nghèo; không phải lo về miếng ăn hàng ngày; được gặp đúng người – đúng thời điểm trong công việc. Nhưng nhìn lại, ngoài sự may mắn, mình còn gì khác?

Bám rễ được với công việc sáng tạo đến ngày hôm nay, có lẽ bởi team mình toàn những “thành phần” có sức chịu đựng khá lớn. Antiantart bắt đầu với 5 người: mình, Việt, Mộc, Dương và Nhi. Khởi điểm, studio của chúng mình chỉ cỡ 10m<sup>2</sup>, tiết kiệm

tiền mua được cái máy tính, phòng lại bị đột, mỗi lần mưa là phải lấy ô che cho máy. Trong khoảng 2 - 3 năm đầu, bọn mình làm rất nhiều thứ, không từ chối bất cứ một job nào cả (có những video cả team làm chỉ khoảng 3 triệu đồng). Mình vẫn nhớ video phim ngắn đầu tiên làm rất khổ, vì còn khó khăn nên chỉ khi nào có tiền chúng mình mới quay, thời gian mất khoảng 1 năm. Có lần, chúng mình phải đứng trong bãi rác ở Thanh Hóa khoảng 5 - 6 tiếng, mùi hôi thối đến mức chưa bao giờ mình có cảm giác sợ như thế. Vượt khó trong những hoàn cảnh như vậy khiến bọn mình tiến bộ.



Hình ảnh hậu trường của đội ngũ Antiantart.

Thứ hai, cả team luôn nỗ lực trong công việc. Dù những thành viên trong team không thường xuyên xuất hiện trên truyền thông, nhưng họ là những người rất giỏi và mình rất tôn trọng. Bắt đầu từ 5 thành viên, đến giờ team có 8 người (gồm mình, Việt, Mộc, TK, Tuấn Anh, Khang, Poki, Huy Khi). Cả team cũng trải qua một quá trình dài để hiểu nhau, bọn mình cãi nhau rất nhiều (kể cả chửi nhau và thậm chí suýt đánh nhau). Nhưng sau đó, mọi người luôn ngồi lại và

giải quyết thẳng thắn, tìm cách lắng nghe nhau và cùng cố gắng. Đến nay, khi đã trải qua rất nhiều dự án “triệu view” trong lĩnh vực hình ảnh/video âm nhạc, phim ngắn, quảng cáo,... chúng mình vẫn luôn làm việc ở trạng thái 10/10, cống hiến 100% sức lực và trí tuệ như những ngày đầu tiên.

Thứ ba là team làm việc rất có trách nhiệm, mình cho rằng đây là yếu tố quan trọng nhất: trách nhiệm với những người xung quanh, trách nhiệm với ý tưởng và với bản thân. Chỉ khi có trách nhiệm, bạn mới hiểu tầm quan trọng của việc bạn đang làm. Bởi, để một sản phẩm hoàn thiện ra đời phải trải qua rất nhiều khâu, “va chạm” với nhiều con người, chỉ cần bạn thiếu trách nhiệm thì rất dễ bỏ cuộc. Nên cá nhân mình khi lựa chọn một nhân sự cho team, mình không hoàn toàn đánh giá dựa trên khả năng chuyên môn của họ, mà quan trọng nhất, người đó có trách nhiệm và hòa đồng được với mọi người không?

Yếu tố cuối cùng: luôn say mê với “sự học”.

Có nhiều anh/chị trong ngành sáng tạo đi theo con đường rất bài bản: học tại các trường Đại học trong và ngoài nước, đi làm cho những công

ty/tập đoàn lớn, dần dần xây dựng quan hệ, kiến thức và thương hiệu cá nhân. Còn mình là kiểu đi đến đâu “công phá” đến đấy, va vào đâu học tới đó, không có lộ trình nào cả. Có thể nhiều người cho rằng mình “khác người” mới có thể lựa chọn hướng đi khác biệt như vậy. Có phải mình có năng khiếu hay thông minh đặc biệt? Thực ra, mình luôn bị coi là thằng không thông minh lắm (test IQ cũng không thông minh thật). Hồi xưa ở lớp, cô giáo, bạn bè hay lấy mình ra làm ví dụ xấu, chưa có ai nghĩ mình làm được thứ gì nên hờn.

Cấp ba bị đuổi khỏi 3 trường, còn hồi học SKĐA mình đúp 3 năm (bị đuổi học thì đúng hơn, mình có in giấy đuổi học của mình trên áo bán ở Nirvana), sau đó vẫn tốt nghiệp. Một phần vì mình không thích cách dạy trong trường. “Nghệ thuật” với các thầy trong trường theo quan điểm của mình là... rất già, khái niệm “nghệ thuật” mập mờ như thế không thôi thúc được mình. Môi trường học thuật tuy không xấu nhưng không phù hợp với mình. Mình nghĩ dành thời gian ra ngoài có thể học được nhiều hơn. Không phải mình phản bác chuyện học tập bài bản, mình cũng muốn thử cảm giác được học chính thống, cũng luôn nghĩ một ngày sẽ đi du học, học một trường art nào đó để

hiểu thêm về nghề. Nhưng, trong thời đại mạng xã hội và internet phát triển như hiện nay, chỉ cần bạn có tư duy muốn trải nghiệm và học hỏi thì "sự học" ở khắp nơi.

"Sự học" đầu tiên, không phải đầu xa, đến từ chính công việc bạn làm. Trong team mình, một người có thể làm rất nhiều nhiệm vụ, nhân sự chính có 2 bạn làm editor<sup>(2)</sup> với VFX<sup>(3)</sup>, 1 bạn vẽ Animation<sup>(4)</sup>, 1 bạn làm 3D với Graphic<sup>(5)</sup>, 1 bạn làm AI<sup>(6)</sup>, 1 bạn vẽ Artwork với Creative. Cá nhân mình hiểu được gần như mọi khâu từ edit, VFX, stylist, Art Director<sup>(7)</sup>, đạo diễn, chụp ảnh,... Nếu muốn làm hình ảnh, bạn nên thử hết các vai trò trong một ekip, vì rất nhiều trường hợp bạn nghĩ ra ý tưởng hay ho nhờ hiểu về khâu sản xuất. Khi trải qua cảm giác của đạo diễn hay của quay phim, bạn sẽ hiểu cái tinh tế của họ khi xử lý một vấn đề. Chẳng hạn, một động tác máy của người quay phim cũng có thể "châm ngòi" cho một ý tưởng thú vị. Nếu biết tất cả về nghề, bạn có khả năng "rẽ nhiều nhánh" để làm phong

phú tư duy. Một sản phẩm tốt không phải do một người, mà là thành quả của cả team. Vì thế, hãy lắng nghe tất cả rồi chắt lọc góc nhìn để đưa ra ý tưởng phù hợp nhất.

"Sự học" còn nằm ở cách bạn nhìn mọi vật trong cuộc sống xung quanh. Ví dụ, khi học vẽ, người mới học có xu hướng vẽ mắt, mũi, mồm to hơn trán và má. Đó là những thứ bộ não con người thiên vị và đưa vào khuôn mẫu, thiếu sự phân tích. Hay việc phân tích màu chẳng hạn, bạn nghĩ nước biển màu xanh, nhưng thực tế, nó là tổ hợp màu có cả đen, vàng, xanh lá cây. Mỗi con người sở hữu những trải nghiệm, cảm xúc riêng biệt, vì thế, khi tiếp xúc với một vật, họ sẽ có những đánh giá, cảm nhận riêng biệt. Khi bạn nhìn một thứ đúng nhất về nó, bạn phải học rất nhiều thứ, trải qua nhiều cảm giác để phân tích nó được rõ ràng.

Mình có khả năng đơn giản hóa mọi chuyện để chắt lọc và ứng dụng kiến thức của mảng này sang mảng khác,

<sup>(2)</sup> chỉnh sửa, cắt ghép để tạo ra sản phẩm hoàn chỉnh.

<sup>(3)</sup> Visual Effects: quá trình tạo ra hoặc thêm các hiệu ứng để nâng cao chất lượng hình ảnh trong một video đã quay từ trước.

<sup>(4)</sup> làm cho hình ảnh được xuất hiện và chuyển động một cách sống động trên màn hình.

<sup>(5)</sup> phối hợp các yếu tố hình ảnh, kiểu chữ, nhằm truyền tải đến người xem thông điệp/ý nghĩa nào đó

<sup>(6)</sup> Adobe Illustrator: phần mềm đồ họa nổi tiếng trong lĩnh vực thiết kế đồ họa.

<sup>(7)</sup> Giám đốc Nghệ thuật: người chỉ đạo tổng thể và giám sát đội ngũ phát triển các tác phẩm nghệ thuật.

không có giới hạn. Ví dụ, việc mình buôn bán từ lớp 7 đến lớp 12, hay việc làm báo, khiến mình có khả năng giao tiếp. Kỹ năng này giúp mình nhiều trong công việc đạo diễn bây giờ: nói chuyện với diễn viên, khai thác nhân vật,... Tư duy của mình khá linh hoạt, luôn tìm cách ứng biến, học hỏi từ mọi thứ.

## Sáng tạo là... logic

Hiện tại, ngoài phụ trách công việc về mặt sáng tạo, mình cũng kiêm cả phần làm việc với khách hàng để đảm bảo doanh thu cho team. Hai vai trò này đôi khi cũng đối lập nhau trong con người mình. Khi làm những đơn hàng về quảng cáo, mình cần tôn trọng thương hiệu của họ: phải tìm cách để vừa đạt được hiệu quả thẩm mỹ theo cách nhìn của mình, vừa làm hài lòng yêu cầu, định hướng của khách hàng. Thế nên, rất nhiều khi hai bên không hiểu nhau. Nhưng là quảng cáo mà, khách hàng trả tiền để mình làm, đó là một phần của công việc và cần chấp nhận. Còn khi làm những thứ mang tính cá nhân, bạn muốn thế nào chả được.

Nhiều nghệ sĩ mình gặp, họ chỉ có thể tin vào bản thân và nghĩ cách làm của họ đúng. Mình rất tôn trọng họ, bởi

có một số người rất giỏi và đúng là thiên tài. Nhưng đa số chúng ta thì không như vậy. Làm hình ảnh là công việc chuyển hóa những tưởng tượng trong đầu thành những thứ hữu hình, là việc tái tạo lại cảm giác, màu sắc. Từ suy nghĩ đến thực tế là hai chuyện hoàn toàn khác nhau. Vì thế, đối với mình, chắc chắn đây là công việc rất "khoa học", cần sự luyện tập rất nhiều chứ không phải bay bổng. Mình không được tin bản thân quá nhiều, phải nghe từ nhiều phía, đấu tranh với cảm giác không có cảm hứng. Vì dựa dẫm vào cảm hứng là bạn đang tự giết mình, bị phụ thuộc vào nó. Cảm hứng phục vụ bạn hay bạn phải phục vụ cảm hứng đây?

Mình nghe nhiều người bảo: "Thằng này làm video chắc dùng nhiều chất kích thích lắm nhỉ?" Thực ra, mình không dùng bất cứ chất kích thích gì (hiện tại mình cũng đã bỏ cả thuốc lá và thuốc lào). Việc đưa bản thân vào trạng thái kích thích, thức đêm nhiều sẽ dẫn đến cơ thể mất cân bằng và đưa não bộ của bạn vào khuôn mẫu. Còn nếu kiểm soát được cảm xúc, sẽ đến lúc bạn "lôi" được nó ra và đẩy nó đến cực điểm. Quá trình luyện tập sẽ rất khó khăn, nhưng khi tập được, bạn có thể điều khiển nó. Mình nghĩ trình độ của một người nên được đánh giá khi người ta ở trạng thái

bình thường, không có gì cả. Chẳng hạn, một hiệp sĩ trong hoàn cảnh buông hết kiếm và khiên thì vẫn còn khả năng chiến đấu, chỉ là khi được trang bị đầy đủ, anh ta trở nên thiện chiến hơn mà thôi.

## Kỳ thú và ngạc nhiên

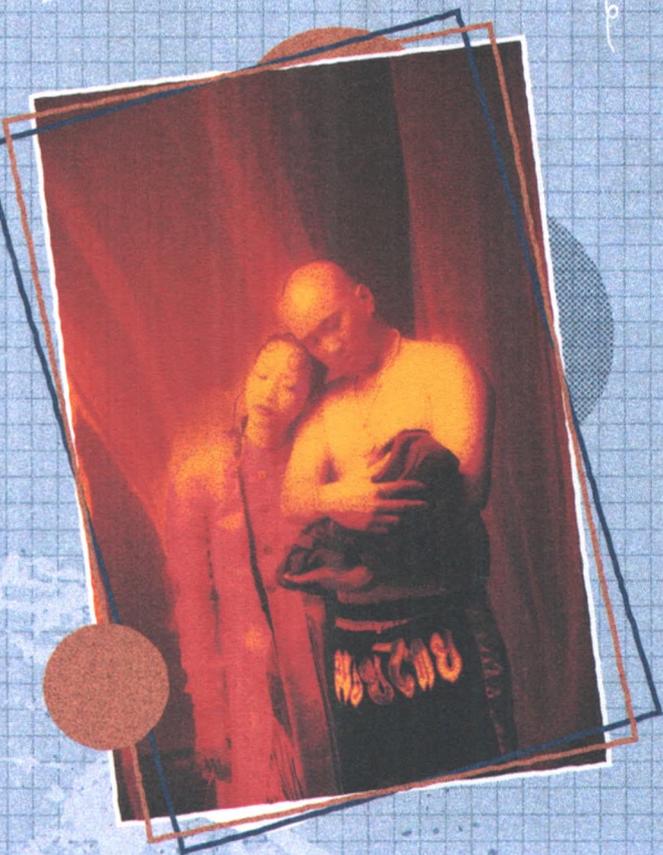
Mẹ mình làm nội trợ, bố mình ngày xưa làm cầm đồ, không liên quan gì đến công việc nghệ thuật - sáng tạo. Mình nói chuyện cũng không hợp bố mẹ lắm. Bố mẹ cấm mình rất nhiều thứ. Có thể vì đã trải qua công việc kinh doanh bấp bênh, lúc thăng lúc trầm, nên họ mong con có công việc ổn định hơn (bố mẹ muốn mình làm công an, giáo viên). Nhưng càng làm, mình càng chắc chắn về con đường đang đi – đây là công việc mình chưa cảm thấy chán (vì nếu chán, mình đã bỏ, tìm việc khác rồi). Đến giờ, mình cũng không chắc sẽ tiếp tục công việc này trong bao lâu. Mình chỉ đơn giản cố gắng hết sức, có trách nhiệm, làm đến đâu tìm hiểu đến đấy, tìm cách hạn chế các lỗi sai và học hỏi từ nó.

Thực tế, mình không cho rằng những gì mình đang làm là nghệ thuật, mình làm sáng tạo thì đúng hơn. Trường học có thể chia “nghệ thuật” ra nhiều

trường phái, nhưng mình nghĩ nó nằm ở bản thân mỗi người. Bạn uống một cốc nước theo cách rất thường thức cũng là nghệ thuật. “Nghệ thuật”, đối với mình, đơn giản chỉ là đỉnh cao của một hành động, không thể định nghĩa một cách chắc chắn. Mình nghĩ ai cũng là nghệ sĩ, kể cả người làm kinh doanh cũng là nghệ sĩ trong việc kiếm tiền. Ai cũng có nghệ thuật của riêng họ, miễn là họ làm nó đến một trình độ nào đấy.

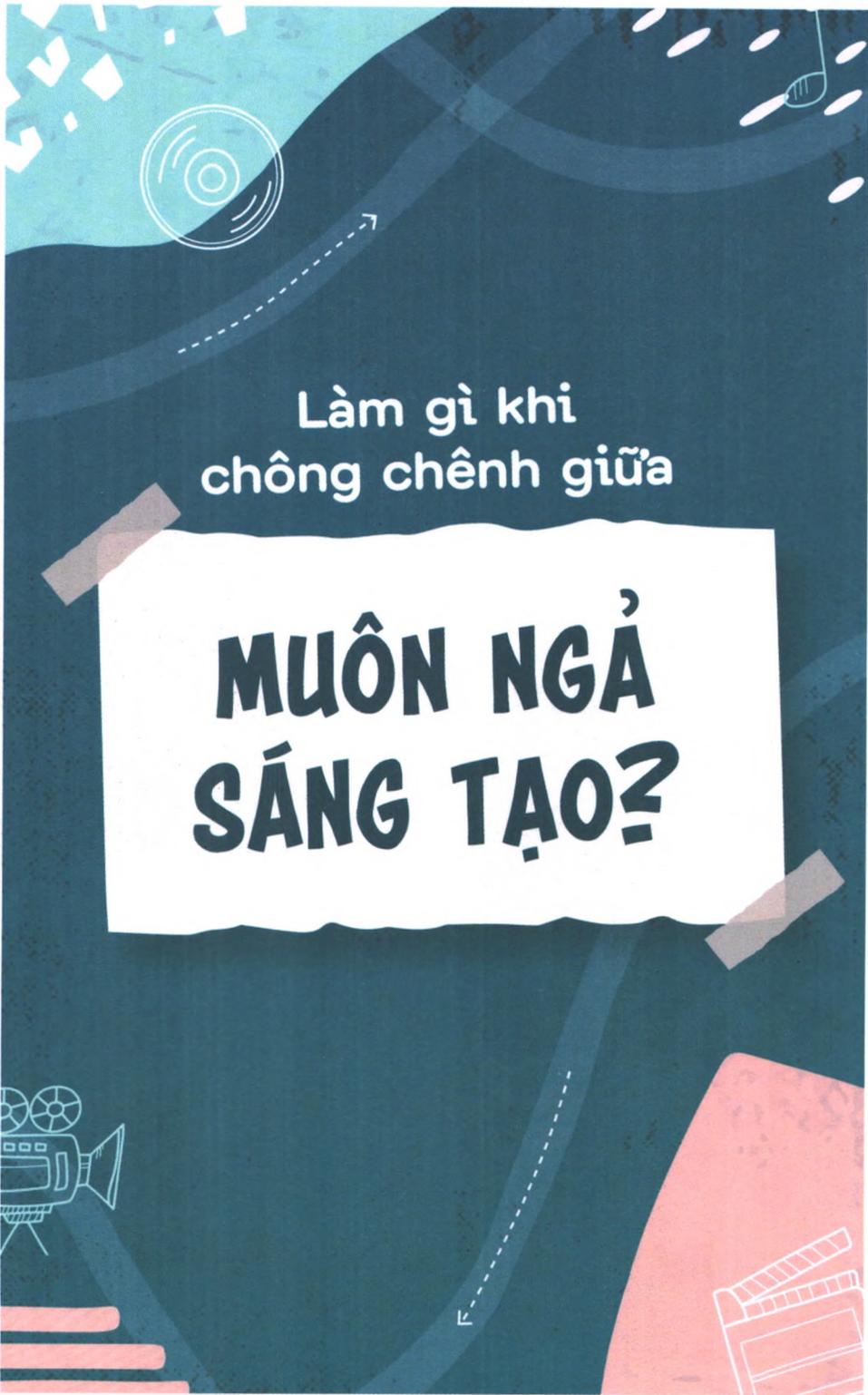
Việt Nam là đất nước trẻ, có sự giao thoa về văn hóa rất đa dạng, đôi khi là hỗn loạn. Sự hỗn loạn vì “pha trộn” nhiều thứ với nhau ấy tạo ra một “cái chất” rất riêng, dù đôi khi, nó có thể khiến bạn hoang mang, không biết chọn gì, làm gì, đi đâu, về đâu. Nhưng, trong mỗi công việc, nếu bạn có cái đích thật sự, dù đi con đường nào cũng tốt cả. Hãy thử, có trách nhiệm và cố gắng hết sức vì cái bạn đang nghĩ, đừng để đầu óc bị giới hạn bởi định hình của một ai khác. Trên con đường đấy, bạn sẽ vô tình “va” phải thứ bạn thích (nếu thất bại thì bạn cũng rút ra được bài học). Kể cả mục đích của bạn trên đời là mở một quán trà đá, nếu biết chắc chắn đó là điều bạn muốn thì mục đích đó vẫn rất tuyệt vời, chẳng có gì sai cả.

Suy cho cùng, cả cuộc đời ta  
là để tìm hiểu và khám phá bản  
thân, để được thỏa mãn và vui vẻ  
với những gì ta nghĩ, ta làm, để  
được trưởng thành qua những  
điều đúng - sai, hành trình ấy  
kỳ thú và đầy ắp sự ngạc  
nhiên, không đáng  
thử sao? ■



Một số bức ảnh được chụp bởi  
Phương Vũ.





Làm gì khi  
chông chênh giữa

**MUÔN NGHỀ  
SÁNG TẠO?**



**KHÁCH MỜI  
PHÒNG VẤN:**  
Nguyễn Thị  
Minh Châu,  
Biên kịch

**BIÊN SOẠN  
BÀI VIẾT:**  
Ban biên tập

➤ Trong cuốn sách này, Spiderum đã tìm đến rất nhiều anh chị dạn dày kinh nghiệm trong từng nghề nghiệp để lắng nghe kinh nghiệm làm nghề của họ. Trước khi đưa ra được lựa chọn công việc, có lẽ bạn trẻ nào cũng trải qua không ít hoang mang, bối rối “tìm đường”. Giữa muôn vàn nẻo rẽ, đâu mới là “chân ái” đời mình? Hãy cùng đến với câu chuyện của Minh Châu, cựu sinh viên ngành Thiết kế (Truyền thông số) Đại học RMIT Việt Nam – người trước khi bước vào ngành sáng tạo với vai trò biên kịch cho nhiều MV âm nhạc đình đám ở Việt Nam như Em Gái Mưa (Hương Tràm), Đâu chỉ riêng em (Mỹ Tâm), Rời bỏ (Hòa Minzy),... cũng từng trải qua những trăn trở tương tự.

Hướng nghiệp là câu chuyện chưa bao giờ dễ dàng. Với một ngành rộng và mới như nghệ thuật - sáng tạo, việc tìm định hướng còn khó khăn hơn nhiều. Với bản thân mình, trở ngại lớn nhất không phải không biết bản thân thích gì, mà thấy cái gì mình cũng thích, con đường nào cũng thật “cool”. Có giai đoạn chên vênh giữa quá nhiều lựa chọn, mình thậm chí còn đi coi Tarot để tìm kiếm câu trả lời từ một “thế lực” khác. Nhưng những lá bài Tarot không thể cho mình giải pháp thỏa đáng, và mình đã tự loay hoay “mở lối”.

## Chọn không làm thứ mình ghét

Mình nhận thấy bản thân thích việc làm biên kịch, dàn dựng sân khấu từ những năm học cấp 3. Mỗi dịp 20/11, cả lớp sẽ có 2 sự lựa chọn: hoặc là tham gia các cuộc thi thể thao, hoặc là tập văn nghệ. Mình ghét thể thao, nên buộc phải chọn văn nghệ. Khi tham gia, mình nhận ra bản thân khá giỏi trong khâu dàn dựng, viết kịch bản, đứng đằng sau sân khấu chỉ đạo. Nghĩ đi nghĩ lại, cơ duyên giúp mình nhận ra năng khiếu với biên

kịch lại đến từ việc mình... ghét thể thao. Vì vậy, mình có một câu thần chú: Không biết bản thân thích gì cũng không sao, chỉ cần không làm thứ bạn ghét.

Sau này, đến giai đoạn chọn trường, mình muốn học RMIT hoặc Arena, một phần vì 2 trường này không cần... học quân sự và chính trị. Gia đình mình không phản đối, nhưng có một điều kiện là mình phải đậu một trường Đại học thông thường. Vậy là mình cũng ôn luyện và đi thi Đại học như tất cả mọi người, mình đậu trường Đại Học Xã hội và Nhân văn rồi quyết định học RMIT. Trong quá trình ôn luyện tiếng Anh để vào trường, vì có nhiều thời gian rảnh, mình đăng ký thử một khoá học thiết kế ở Arena. Vào học Arena, mỗi lần làm bài tập nhóm, mình luôn là người chủ động đưa ra nhiều ý tưởng và được ủng hộ. Đây cũng là lúc mình gặp Đạo diễn Kawaii Tuấn Anh – người cùng mình trải qua rất nhiều dự án MV ca nhạc sau này. Khi Kawaii có khách hàng, Tuấn Anh rủ mình đi quay và làm biên kịch. Vậy là trước khi trở thành sinh viên, mình đã có cơ hội “vào nghề” bằng những dự án nho nhỏ. Đến giai đoạn đợi nhập học RMIT, mình thấy thông tin tuyển dụng của Yan News, lúc đó không có việc gì làm nên mình ứng tuyển làm biên tập video. Có một khoảng thời gian, mình

vừa học RMIT, vừa làm Yan News, vừa làm Alien Media (production house do Đạo diễn Kawaii sáng lập).

Nhìn chung, mình gần như không có ngã rẽ lớn nào trên cả chặng đường làm sáng tạo - nghệ thuật, cứ một đường thẳng mà đi, thấy cơ hội nào phù hợp thì mình nắm bắt. Ngay cả khi xác định tâm thế như vậy, chênh vênh vẫn là điều khó tránh, nhất là khi cơ hội đến quá nhiều và bản thân mình lại thích quá nhiều thứ. Sau khi tiếp xúc một vài công việc, mình xác định được 3 hướng đi chính của biên kịch: quảng cáo, giải trí và điện ảnh. Nhưng dù đã có va vấp và sự hiểu biết nhất định, mình vẫn không thể lựa chọn một con đường.

Điểm giống nhau của 3 lĩnh vực là biến ý tưởng thành văn bản, rồi ekip sẽ đưa văn bản đó thành hình ảnh và những cảnh quay. Khác nhau ở đối tượng con người mình cần tiếp xúc và triển vọng từng ngành. Khi làm MV ca nhạc, mình chỉ cần làm việc với ekip và nghệ sĩ, phục vụ đối tượng là người nghe nhạc, mục tiêu cuối cùng là kể câu chuyện của bài hát. Khi làm quảng cáo, mình hiểu mục đích cuối cùng là truyền tải được thông điệp của nhãn hàng, giúp họ bán được hàng. Mình vừa phải phục vụ nhãn hàng, đồng thời phải đứng ở

góc nhìn của người tiêu dùng để nghĩ ra những ý tưởng đúng insight nhất. Còn điện ảnh là phạm trù sâu rộng hơn rất nhiều, phải thuyết phục được nhiều nhóm người: từ diễn viên, nhà sản xuất, đơn vị kiểm duyệt đến khán giả,... Sau quá trình sản xuất rất vất vả, mình cũng không thể chắc chắn cộng đồng sẽ phản ứng như thế nào với bộ phim. Cho đến nay, điện ảnh vẫn là lĩnh vực mình chưa thể với tới.

Khi phân tích tiềm năng của từng ngành nghề, mình nghĩ làm MV giải trí khó đi lâu dài nếu đặt lên bàn cân với điện ảnh và quảng cáo. Rồi dịch Covid đến, trong khi điện ảnh và MV phải “ngủ yên”, quảng cáo vẫn kiếm ra tiền. Trong khi đó, việc mình thích làm và làm tốt nhất lại là biên kịch cho các MV giải trí, điều này càng khiến mình bối rối. Nhưng rồi, mình tự nhủ: “Tại sao lại giới hạn bản thân trong một thứ trong khi mình có thể đi nhiều đường?” Trước nay, mình làm nhiều việc và vẫn có thể làm tốt, thì giờ mình có thể tiếp tục làm như vậy. Mình lựa chọn biên kịch – lĩnh vực mình có thể làm tốt nhất – làm công việc chính, nhưng vẫn cởi mở thử thêm cái này một chút, cái kia một chút để có thêm hiểu biết và kinh nghiệm.

Mình nghĩ khi dưới 30 tuổi, bạn cứ thử thật nhiều để sau này không hối hận. Bà ngoại mình cả cuộc đời làm giáo viên, bà nội thì dành cả thanh xuân để nuôi 12 người con, không thể làm gì cho bản thân. Mình không muốn cuộc đời chỉ gói gọn trong một gạch đầu dòng như vậy. Đây là khoảng thời gian mình khoẻ nhất, trẻ nhất, chưa có ràng buộc gia đình, con cái, không hết mình chắc chắn sau này sẽ hối tiếc. Vậy là, mình chỉ tránh những việc mình không thích, và nhận làm hết những việc mình có khả năng.

## **Còn trẻ mà, phải học thật nhiều chứ!**

Mình may mắn được tiếp xúc với nhiều môi trường và thấy có quá nhiều thứ mới mẻ để học, dù là ở trường Đại học hay trong công việc.

Arena giúp mình thành thạo các công cụ, khả năng thiết kế. Còn RMIT giúp mình hiểu bức tranh bao quát và toàn diện về ngành, về thị trường và đặc thù công việc. Một bên giúp mình rèn luyện kỹ năng, một bên lại tập trung hơn về phát triển tư duy nghề nghiệp lâu dài. RMIT còn dạy mình nhiều bài học về cách thuyết trình, phản biện và thuyết phục người khác. Cùng một bài thuyết trình, khi trình bày

cho những người khác nhau, chúng ta lại cần những cách diễn giải khác nhau cho phù hợp. Thấy Paul Smith dạy môn Digital Narrative Theory and Practice<sup>(1)</sup> (Lý thuyết và thực hành tường thuật KTS) ở RMIT cũng khơi gợi đam mê và cho mình thêm niềm tin để theo đuổi con đường này.

Với mình, học không đơn thuần chỉ lấy kiến thức, mà còn để ganh đua và khẳng định bản thân. Học Arena, mình phải học để lấy tấm bằng có điểm số cao nhất. Trong tất cả các môn học, mình đều rất cố gắng và tập trung. Thời gian ở RMIT cũng vậy, mình đặt mục tiêu phải đạt được học bổng (dù mình không thành công trong mục tiêu này). Học hỏi là cơ hội, là đặc quyền của những người trẻ, khi đầu óc còn đủ khả năng tiếp nhận nhiều điều mới mẻ mỗi ngày. Vì vậy, mình không bao giờ bỏ lỡ hoặc hời hợt với bất cứ một cơ hội học hỏi nào, luôn học bằng 100% sức lực.

Tất cả những điều này, cả kiến thức, kỹ năng và tư duy, đều phục vụ rất tốt cho công việc. Nhờ biết sử dụng Photoshop và chụp ảnh, thay vì chỉ viết chữ khi lên kịch bản, mình có thể dựng storyline<sup>(2)</sup> bằng hình ảnh

để khách hàng dễ hình dung. Mình cũng có thể cắt dựng các cảnh quay khác nhau ghép thành một bản demo để đối tác hiểu được ý tưởng và cảm xúc mình muốn truyền tải trong video. Ví dụ với MV "Gặp nhưng không ở lại" của Hiền Hồ, mình gói gom nhiều cảnh quay từ 5 bộ phim điện ảnh các thời kỳ khác nhau, ghép trên nền nhạc của Hiền Hồ, để thuyết phục được bạn ấy đầu tư thực hiện ý tưởng của mình. Đúng vào giây phút đó, đoạn nhạc đó, chiếc xe đó phải nổ tung thì ca khúc mới được đẩy lên cao trào, khán giả "nổi da gà" và bài hát có thể để lại nhiều dư âm mạnh mẽ. Như vậy, kỹ năng dựng video mình học từ Arena, khả năng "bán" ý tưởng mình trau dồi từ RMIT đã giúp mình thành công trong dự án. Việc được học từ các môi trường đa dạng tạo nên một nền tảng đủ sâu, đủ rộng để một người thích đủ thứ như mình dễ dàng "bung lụa" và khẳng định bản thân trong công việc.

Ngoài ra, trong quá trình làm việc, mình còn học được sự thấu hiểu nỗi khổ của người khác. Diễn viên, đạo diễn, quay phim,... ai cũng có những vấn đề của riêng họ. Viết ra một cảnh quay, mình phải hiểu muốn làm ra

<sup>(1)</sup> Môn học dạy cách tường thuật và trình bày lại một câu chuyện, một đoạn phim,... Giống như xem video rồi viết lại, kể lại kịch bản – là một trong những cách tốt nhất để học biên kịch.

<sup>(2)</sup> Storyline: Cốt truyện, tình tiết, mạch phát triển của một câu chuyện.

được phân cảnh đó, người ta phải tốn bao nhiêu tiền, diễn viên phải cố gắng như thế nào, bên kỹ xảo phải tốn bao nhiêu thời gian công sức để ra đúng ý tưởng. Mình không còn thoải mái viết kịch bản chỉ nhằm thỏa mãn bản thân, mà bắt đầu cân đong đo đếm kỹ lưỡng hơn để mọi khâu được vừa vặn và chín chu nhất.

Làm MV vẫn là mảng việc mình yêu thích nhất, cũng được mọi người tin tưởng nhiều nhất. Mỗi MV là một kỷ niệm, một bài học kinh nghiệm, nhưng chắc chắn hành trình với “Em

gái mưa” của Hương Tràm là dự án mình không thể nào quên. Ý tưởng cho MV đó đến khá dễ dàng, vào một hôm trời mưa, trong lúc mình cùng Hương Tràm và Kawaii đi... ăn ốc. Không ai tưởng tượng được MV “bùng nổ” đến thế sau khi ra mắt (dù mình cũng biết một sự thật: những video có cảnh mưa thường được khán giả Việt đón nhận tốt). Mình vui như trên mây suốt mấy tuần. Đến khi MV được cấp vốn để chuyển thể thành điện ảnh, mình mới “rớt” cái bụp xuống mặt đất, về với hiện thực và thấy việc làm phim này khó khủng khiếp.



Minh Châu tại phim trường.

Lúc bắt đầu bộ phim, ekip không cho mình làm biên kịch, mà thuê một chị biên kịch khác nhiều kinh nghiệm hơn. Sau khi chị ấy hoàn thành outline, mình mới được bắt đầu viết kịch bản. Việc mình làm biên kịch MV ngay từ đầu mà ekip lại không để mình làm biên kịch phim là "cú đánh" thứ nhất, khiến mình bắt đầu mất tự tin về bản thân. "Cú đánh" thứ hai là khi nhận được feedback từ nhà phát hành. Mình không được nghe trực tiếp những lời nhận xét, nhưng thông qua thái độ của đạo diễn và sản xuất phim, mình biết mọi người đang tụt mood lắm. Và rồi, "cú đánh" cuối cùng là những comment, đánh giá phim, những feedback tiêu cực mà mình đọc được sau khi bộ phim ra mắt.

Trước đây, mình nghĩ là mình giỏi lắm rồi, có thể làm được tất cả. Nhưng sau ba "cú đánh" liên tiếp này, mình mới nhận ra bản thân còn rất trẻ, chưa đủ kinh nghiệm, chưa tới tầm chinh phục những thách thức lớn đến thế. Sau này, khi trưởng thành hơn, xem lại những cảnh diễn trong phim, mình cũng thấy bản thân giai đoạn đó còn quá non nớt. Những cú "rớt" trong quá trình làm nghề này khiến mình nhận ra nhiều thiếu sót về bản thân, việc mình từng làm rất tốt trong một MV không có nghĩa mình đủ khả



Minh Châu cùng cộng sự và các nghệ sĩ trong những dự án khác nhau.

năng làm điện ảnh. Tham vọng phải thành công ngay lập tức ở mọi lĩnh vực là quá khó, vì vậy, mình tự nhủ phải biết chấp nhận những giới hạn của bản thân, đồng thời không ngừng cố gắng để chinh phục những level cao và khó hơn.

### 3 tư duy cần có của người làm sáng tạo

Mình thích nhất câu nói: Chúng ta thường chỉ hối hận về những việc mình chưa làm, hơn là những việc mình đã làm, dù có thất bại. Vì vậy, với mình, điều quan trọng nhất là không ngại thử và luôn sẵn sàng thu thập ý tưởng, luôn tận dụng mọi thứ xung quanh để hiểu về con người, hiểu về cuộc sống, nuôi dưỡng nguồn cảm hứng dồi dào.

Nói về cảm hứng, mình luôn có sẵn một "kho lưu trữ" ý tưởng. Mình "nằm vùng" rất nhiều hội nhóm trên Facebook, khi có một chủ đề được khơi gợi, mình sẽ đọc hết những bài chia sẻ và comment, kể cả các bài "bóc phốt" để hiểu mọi người đang có những góc nhìn như thế nào. Khi tìm ra được một insight hay hoặc một ý tưởng mới, mình sẽ ghi chú trong điện thoại, hoặc tự nhắn tin cho chính mình trên Facebook, đôi khi

đăng status lên mạng xã hội để mọi người cùng thảo luận. Ngoài ra, mỗi khi nhận một dự án mới, mình cũng luôn chủ động tìm hiểu rất kỹ trên Google về ngành hàng, sản phẩm, đối tượng khách hàng,... Trong quá trình nghiên cứu đó, cảm hứng sẽ đến từ những thông tin mình tìm hiểu. Đôi khi bí quá, mình đi tham khảo các sản phẩm tương tự, coi quảng cáo, MV, những bộ phim khác để khơi gợi ý tưởng mới. Tất cả những việc này đều có mục đích là làm phong phú hơn kho lưu trữ ý tưởng cá nhân, để khi cần thì ý tưởng luôn ở sẵn đó.

Thứ hai, sau một thời gian bay bổng, mình nhận ra sáng tạo không hề cao xa với những ý tưởng "trên trời", nghệ thuật - sáng tạo đều phục vụ con người, giúp mọi người thêm kiến thức, hoặc giúp họ cảm thấy tích cực hơn, vui vẻ hơn, sống tốt hơn. Mình cần lấy mục tiêu tối thượng đó làm kim chỉ nam để bản thân bớt mông lung lạc lối. Việc hiểu bản thân đang làm gì, đang phục vụ ai, sản phẩm sáng tạo này có mục đích gì rất quan trọng.

Thứ ba, theo đuổi ngành sáng tạo là chặng đường dài, nhưng không vì thế mà ta cứ băng băng tiến lên phía trước. Đôi khi, bạn cũng cần dừng lại, tự hỏi xem bản thân đã học được gì

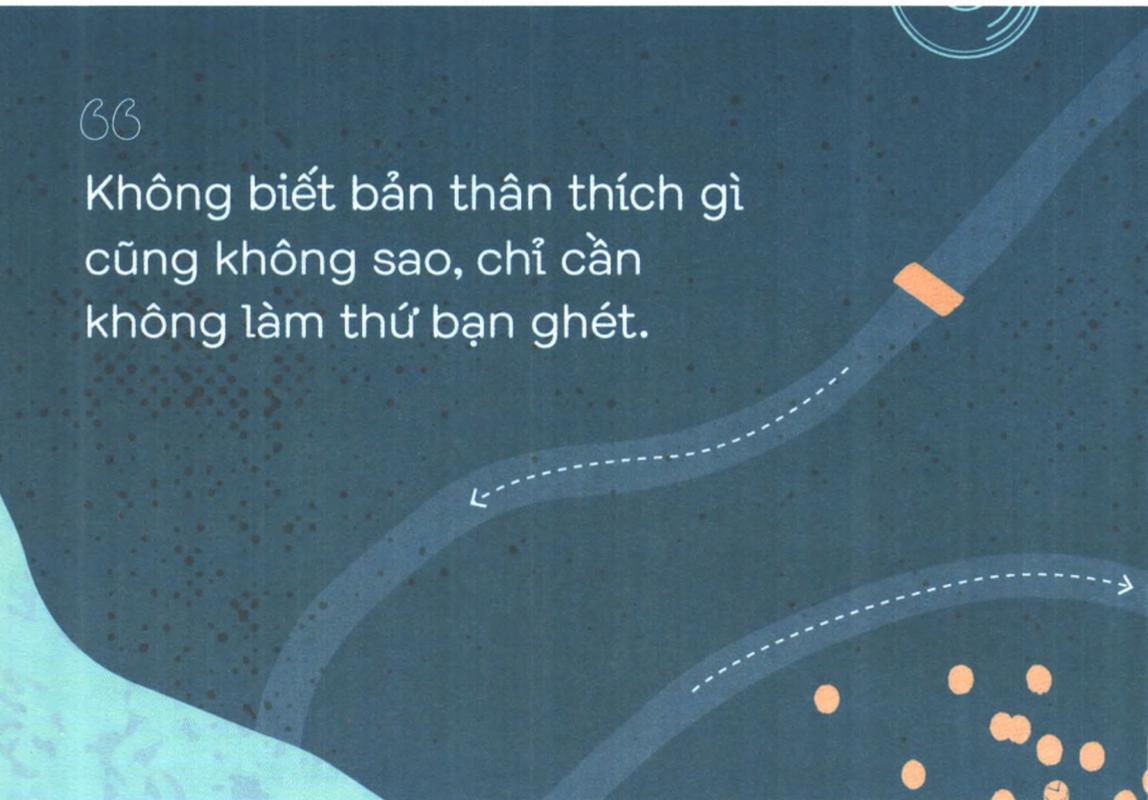
từ những thứ đã qua. Khả năng tự rút ra bài học là rất cần thiết, không chỉ trong công việc mà trong mọi điều bạn làm ở cuộc sống. Như hồi mình làm MV "Ngốc" cùng Hương Trà, lúc đó mình chỉ 20 tuổi và xây dựng một hình tượng cô gái rất... ngu ngốc trong MV. Đúng là chỉ ở độ tuổi 20 mình mới viết ra được những tình huống như vậy, nhưng có lẽ vì những cảm xúc đó rất thật nên tác phẩm nhận được sự đồng cảm của nhiều khán giả. Đến giờ, mình thấy bản thân đã trưởng thành hơn, không còn "ngốc nghếch" như nhân vật trong

MV ngày đó. Đôi khi, trước những scandal hoặc biến cố trong ngành giải trí, mình cũng tự hỏi: "Bản thân sẽ giải quyết như thế nào nếu rơi vào tình huống này?"

Mình tin, khi giữ vững 3 tư duy này trong đầu, chúng ta có thể đi được rất xa trong ngành nghệ thuật - sáng tạo. Càng có nhiều trải nghiệm, sản phẩm của bạn càng chạm được tới số đông, càng có sự đồng cảm của nhiều người. Vì vậy, chưa bao giờ mình lo rằng khi già đi, mình sẽ thụt lùi so với thế hệ các bạn trẻ. Điều mình lo chỉ

66

Không biết bản thân thích gì cũng không sao, chỉ cần không làm thứ bạn ghét.



là sức khoẻ, sẽ đến lúc mình không còn sức để ngồi đọc, ngồi “nằm vùng” nữa, khi đó mình cũng cố gắng tìm cách khác để có thêm nguồn tư liệu sống.

Khi làm sáng tạo, đôi lúc bạn phải đối diện với một vài định kiến của những người xung quanh, phổ biến nhất là sự thất thường của nghề này: cảm hứng thất thường, giờ giấc thất thường, thu nhập cũng thất thường. Với mình, đây là định kiến nguy hiểm nhất vì nó có phần đúng, bản thân mình đôi khi cũng là người thất thường.

Điều duy nhất chúng ta có thể làm là cố gắng thay đổi, phát triển bản thân để chứng minh những đánh giá đó không hoàn toàn chính xác.

## Think big, start small

Nếu có một lời khuyên, mình sẽ khuyên các bạn nên bắt đầu với những ekip nhỏ hoặc các công ty startup. Giai đoạn làm Alien với Kawaii, vì công ty mới mở chỉ có vài người, mỗi nhân sự đều phải đảm đương nhiều vai trò khác nhau nên mình được tham gia



nhiều mảng việc ở tất cả các khâu. Trong quá trình này, mình được cọ xát và học hỏi rất nhiều, từ giai đoạn gặp khách hàng, đến khi làm việc cùng đội ngũ quay phim, thậm chí làm cả... kế toán để tính toán ngân sách và quản lý dòng tiền. Mình cứ tập làm từ trên xuống dưới, việc gì cũng ráng làm hết sức thì chắc chắn nỗ lực sẽ được ghi nhận. Sau khi trải nghiệm hết, mình sẽ nhận ra bản thân yêu thích và làm tốt nhất việc gì, nhận ra có những công việc dù cố đến mấy mình cũng không thể làm tốt. Sau này, khi team đã phát triển, mọi người tiếp tục giao cho mình làm kịch bản, không để mình làm sản xuất hay kế toán nữa, chắc vì mình làm những việc đó dở quá.

Mình tin chúng ta đang trong thời kỳ cực kỳ thuận lợi để theo đuổi nghệ thuật - sáng tạo. Thị trường Việt Nam còn quá nhiều thứ để khai thác, và số người thực sự làm tốt việc này chưa có nhiều. Nếu coi chất liệu sáng tạo là một cái mỏ, thì "mỏ sáng tạo" của Việt Nam còn rất trù phú và rộng mở, trực chờ bạn đến khai phá.

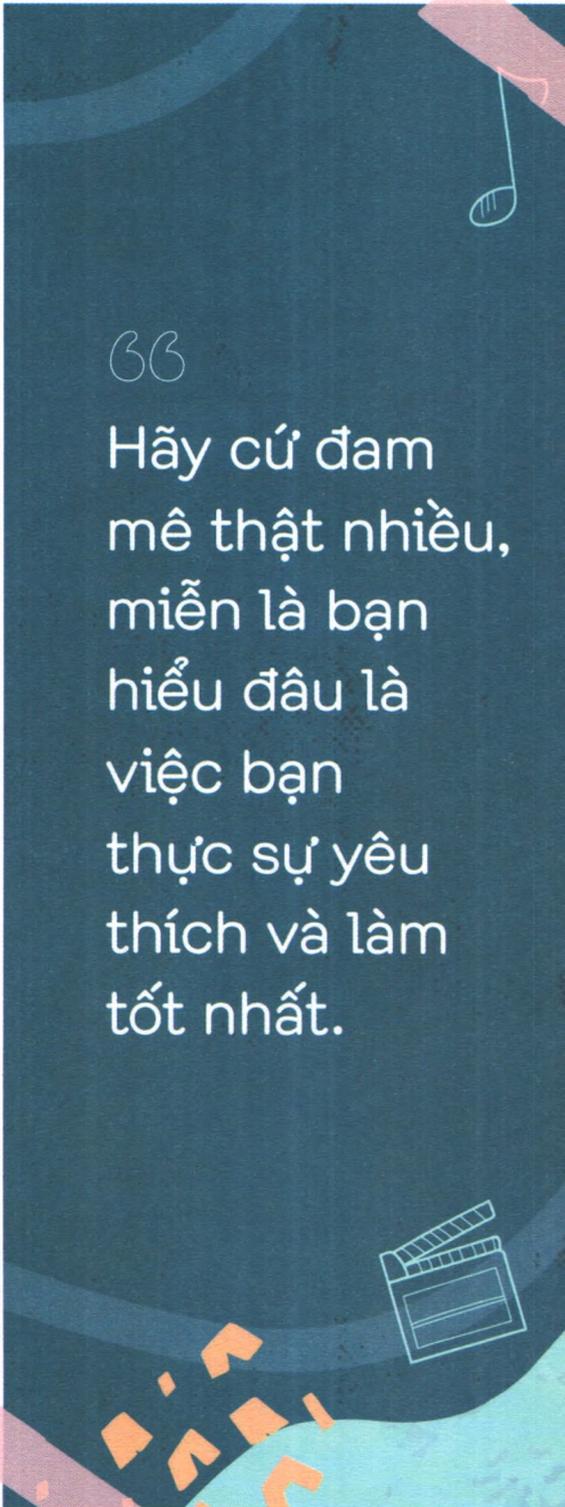
Bạn có thể có nhiều đam mê và ước mơ to lớn, nhưng hãy bắt đầu đi từng bước nhỏ phù hợp với hoàn cảnh của bản thân. Để bắt đầu, các bạn không nhất thiết phải vào một ekip cụ thể

hay theo đuổi công việc nghệ thuật - sáng tạo fulltime nào đó nếu chưa sẵn sàng hoặc chưa được gia đình ủng hộ. Bạn hoàn toàn có thể tự do sáng tạo trên TikTok, tự vẽ những thứ mình thích rồi đăng lên mạng, tự edit video để làm kênh YouTube cá nhân,... Nếu bạn thực sự có tài năng, cộng đồng chắc chắn sẽ đón nhận. Sự ủng hộ của số đông cũng là thước đo khẳng định bạn thực sự có năng lực hay không, là "đòn bẩy" đưa bạn vào nghề, hoặc là phép thử về mức độ phù hợp của con người bạn với ngành. Những bước bắt đầu nho nhỏ này cũng là nền tảng để bạn thuyết phục gia đình. Sự ủng hộ của gia đình, dù không phải yếu tố quan trọng nhất, nhưng sẽ giúp bạn có thêm động lực để đi qua những giai đoạn khó khăn. Ngoài ra, hiện nay cũng có rất nhiều cuộc thi làm phim, làm quảng cáo,... để các bạn thử dần thân.

Đương nhiên, có thuận lợi thì cũng có khó khăn. Và một trong những khó khăn lớn nhất là nguồn kinh phí. Người làm sáng tạo cũng phải ăn cơm, uống nước, đâu thể hít thở không khí rồi "đề" ra ý tưởng mỗi ngày. Nhiều khi viết một kịch bản phim mất cả 6 tháng trời, trong 6 tháng ấy, họ phải tập trung toàn lực để làm tốt kịch bản, không thể làm công việc khác để có thêm thu nhập. Nhưng không

phải dự án nào nào cũng đủ chi phí nuôi họ 6 tháng, và rồi vẫn kỳ vọng có một tác phẩm hay. Giai đoạn dịch bệnh kéo dài, những người làm công việc sản xuất, quay phim bị ảnh hưởng rất nhiều, mình chỉ mong và cố gắng động viên mọi người đừng bỏ nghề, hãy cùng giúp đỡ nhau đi qua quãng thời gian khó khăn này.

Với bản thân mình, ngành nghệ thuật - sáng tạo là con đường đầy màu sắc và không bao giờ nhàm chán. Trải qua nhiều lần trở, mình nhận ra: hãy cứ đam mê thật nhiều, miễn là bạn hiểu đâu là việc bạn thực sự yêu thích và làm tốt nhất. Bạn không nhất thiết phải lựa chọn chỉ một hướng đi duy nhất. Sau nhiều trải nghiệm, mình biết ơn vì ở mỗi chặng đường, mình đều học được điều mới lạ, được gặp nhiều người thầy và cộng sự giỏi. Mình biết ơn vì bản thân là một phần của những sản phẩm sáng tạo thành công, cùng với không ít vấp ngã đau thương. Nhưng chẳng phải, đó mới chính là những điều đẹp nhất ở tuổi trẻ hay sao? ■


 BB

Hãy cứ đam mê thật nhiều, miễn là bạn hiểu đâu là việc bạn thực sự yêu thích và làm tốt nhất.

**Vậy là chúng mình đã kết thúc phần đầu của cuốn sách.**

**Hy vọng bạn đã có được cái nhìn tổng thể về ngành Sáng tạo - Nghệ thuật, cũng như một tư duy đúng về cách thức học tập, “lăn xả” vào môi trường này.**





Bạn có thể đọc thêm những  
nội dung chia sẻ liên quan tại Spiderum,  
hoặc nếu vẫn đang hoang mang về bản thân,  
hãy tham khảo các bài test trắc nghiệm  
tính cách tại app TopCV nhé:



Chương II

# MUÔN Nẻo ĐƯỜNG NGHỀ

Gặp gỡ những gương mặt "cộm cán" và mới nổi trong các lĩnh vực nghệ thuật trình diễn, sáng tạo thị giác và sáng tạo nội dung.



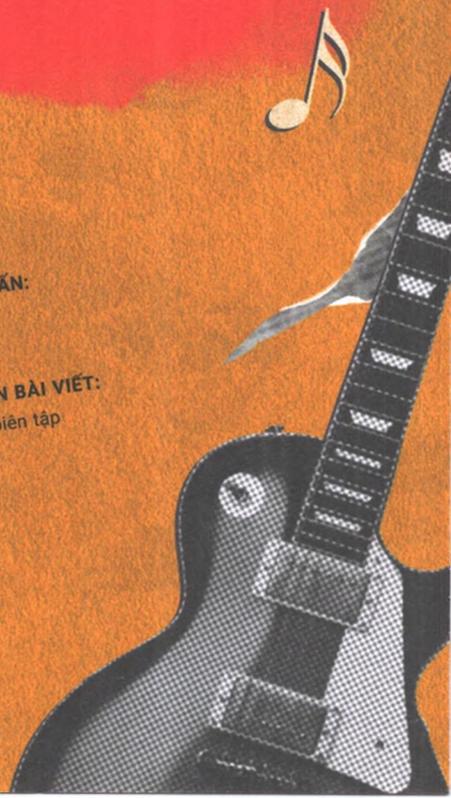
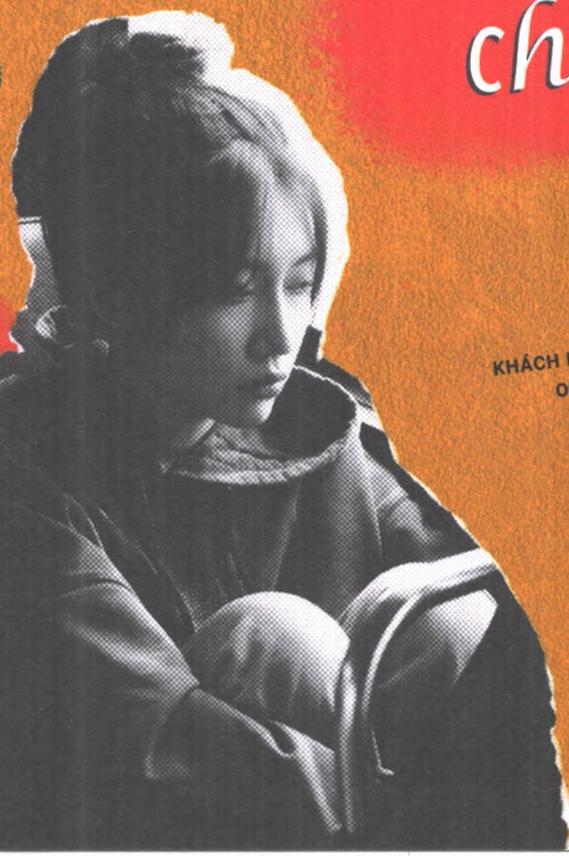
# ĐI HÁT PHẢI?

## “LÀM MÀU”

nhưng là màu...  
chân thật

KHÁCH MỜI PHÒNG VẤN:  
Orange, Ca sĩ

BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:  
Ban biên tập



  
**M**

Mình bắt đầu sự nghiệp ca hát chuyên nghiệp từ 3 năm trước, sau cả tuổi thơ và thời Đại học trốn ba mẹ đi hát, trải qua nhiều thăng trầm với các cuộc thi âm nhạc lớn nhỏ. "Người lạ ơi" là bản hit đầu tiên khiến cộng đồng biết đến Orange, cũng là bước ngoặt đưa mình vào con đường ca sĩ chuyên nghiệp. Sau "Người lạ ơi", mình cùng công ty chủ quản tiếp tục ra mắt "Tình nhân ơi" và "Chân ái", trong một áp lực không nhỏ phải vượt qua cái bóng quá lớn của bản hit đầu tiên. Dù giai đoạn này đạt được những bản hit đầu đời, nhưng mình không thực sự thoả mãn với con đường âm nhạc đang đi, bởi mọi người không thực sự hiểu Orange là ai, màu sắc âm nhạc của mình là gì.

Đầu năm 2020, mình vướng phải lùm xùm lớn đầu tiên do xung đột định hướng và một số vấn đề khác với công ty quản lý cũ. Đây là giai đoạn nhiều khó khăn, nhưng cũng là dấu mốc đưa mình bước vào con đường hoạt động âm nhạc độc lập, tập trung toàn lực tự xây dựng lại hình ảnh Orange từ đầu. "Ok anh đúng" và "Khi em lớn" là 2 ca khúc đầu tiên mình ra mắt với tư cách nghệ sĩ solo, hát những ca khúc mình tự sáng tác.

Khó khăn mình trải qua trong việc định hình phong cách, xây dựng hình ảnh,... có lẽ cũng chỉ là bước đầu trên hành trình ca hát chuyên nghiệp. Với bản thân mình, 3 năm đầu sự nghiệp đã ghi dấu rất nhiều bài học.



## Yêu âm nhạc dù con đường đứt quãng

Mình có sở thích ca hát từ khá sớm, suốt ngày nghe các đĩa nhạc Mỹ Tâm, Bằng Kiều mà ba mẹ mua rồi ngân nga theo. Mình nghĩ chỉ hát vui thôi, chứ không có gì nghiêm túc. Hồi đó, ba mình làm nghề dịch thuật, hay dịch các cuốn tạp chí âm nhạc nước ngoài. Mình đọc ké và biết đến nhạc US, UK từ khá sớm. Thời ấy, không nhiều người nghe và hát được nhạc nước ngoài, nên mình tự thấy bản thân cũng khá "cool".

Thích âm nhạc là vậy, nhưng mình không thực sự ý thức rõ mình có giọng hát hay. Mình còn nhớ khi học lớp 9, Taylor Swift đang rất nổi, học sinh tụi mình đua nhau chép lời bài hát ra sổ rồi trang trí đẹp đẽ. Có một bữa, mấy đứa bạn hết tiền cài GPRS<sup>(1)</sup> để lên mạng tìm lời bài hát, tụi nó mới kêu mình thuộc thì hát cho tụi nó chép lời. Bạn nhờ thì mình hát thôi, ai ngờ hát xong được vỗ tay khen quá trời, lúc đó mới mang máng nhận ra mình hát cũng được.

Rồi mình tích cóp tiền ăn sáng, mỗi ngày 10.000đ trong cả tháng trời, mua được một cái mic Philips bé tý

giá 280.000đ. Mình bắt đầu tự thu âm những bài hát đầu tiên, đăng lên mạng. Đợt đó, mình cũng tham gia mấy diễn đàn yêu ca hát, tham gia các cuộc thi họ tổ chức, có lần được giải nhất xong bị bùng tiền thưởng. Lên cấp 3, mình tiếp tục tham gia các cuộc thi, thi vô tư lắm, chẳng có đường lối kế hoạch gì, nên cũng hay... rất sớm. Mỗi lần như vậy, mình tụt mood khủng khiếp, nhiều khi còn chẳng thấy hứng thú với âm nhạc nữa. Ba mẹ nhìn vào chặng đường theo đuổi âm nhạc đứt quãng của mình, cũng nghĩ mình không nghiêm túc và chẳng có tương lai. Ba mẹ làm buôn bán, có cuộc sống tương đối ổn, nên muốn mình làm gì đó ổn định, không phải nay đây mai đó vất vả. Mình tham gia vào đội văn nghệ của trường toàn phải trốn nhà, nói với ba mẹ là đi học phụ đạo môn này môn kia, nhưng chỉ toàn đi hát thôi. Đến tận bây giờ, ba mẹ vẫn chưa hoàn toàn ủng hộ việc mình đi hát đâu, dù bên ngoài cũng xuôi xuôi 70% rồi, nhưng mình biết trong thâm tâm ba mẹ vẫn mong mình có công việc ổn định hơn.

Không được ủng hộ nhưng mình vẫn lì lợm đi hát, nên lên Đại học ba mẹ cắt hoàn toàn "viện trợ". Mình phải

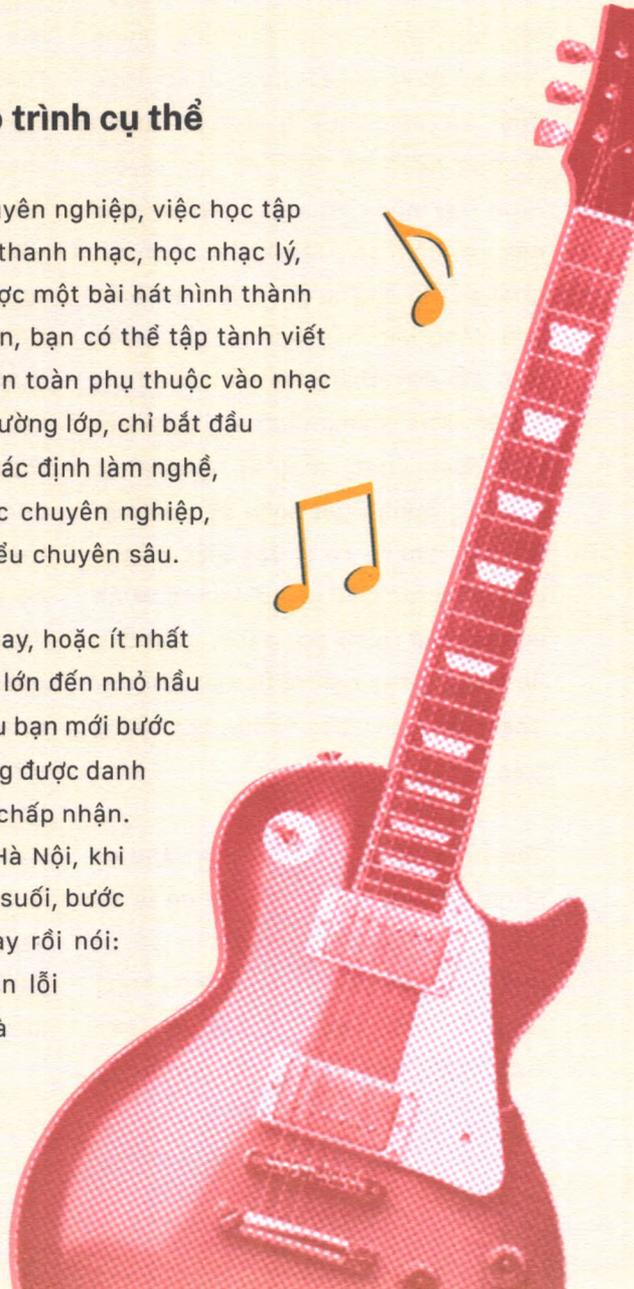
<sup>(1)</sup> GPRS là giao thức kết nối internet cũ trước khi mạng 3G ra đời.

tự xoay xở đi hát ở các quán cà phê, phòng trà,... suốt cả tuần để có tiền chi tiêu. Đây cũng là cơ hội tốt để rèn luyện kỹ năng hát, kỹ năng đứng sân khấu và giao tiếp cùng khán giả. Thành thạo, các nhạc sĩ có bài hát mới, họ cũng thuê mình hát demo trước khi bán bài hát cho ca sĩ phù hợp. “Người lạ ơi” cũng không phải viết ra cho mình hát, nhưng sau khi mình hát demo, họ thấy hợp quá nên chọn luôn. “Người lạ ơi” thành hit và đó cũng là dấu mốc quyết định mình theo đuổi ca hát chuyên nghiệp.

## Khó xác định lộ trình cụ thể

Để theo đuổi con đường ca sĩ chuyên nghiệp, việc học tập bài bản là cần thiết. Bạn sẽ học thanh nhạc, học nhạc lý, học chơi một vài nhạc cụ, biết được một bài hát hình thành nên từ những yếu tố nào. Dần dần, bạn có thể tập tành viết một vài bài nhạc, không phải hoàn toàn phụ thuộc vào nhạc sĩ. Orange không được học qua trường lớp, chỉ bắt đầu bằng học trên YouTube. Sau khi xác định làm nghề, mình mới tham gia các khóa học chuyên nghiệp, đầu tư thời gian, công sức tìm hiểu chuyên sâu.

Tiếp theo, bạn cần có giọng hát hay, hoặc ít nhất là ổn. Hiện nay, các show diễn từ lớn đến nhỏ hầu như đều yêu cầu ca sĩ hát live. Nếu bạn mới bước vào nghề và chưa thực sự xây dựng được danh tiếng, việc hát nhép là không thể chấp nhận. Lại nhớ, một lần mình đi diễn ở Hà Nội, khi diễn xong rất mệt, mồ hôi đổ như suối, bước xuống thì có một ông chú bắt tay rồi nói: “Cảm ơn em rất nhiều nhưng xin lỗi hôm nay em hát nhép”. Nghe mà tức á, vì mình đâu có hát nhép. Lúc đó, mình đứng như trời trồng, vừa tức vừa mắc cười.



Thứ ba, không thể bỏ qua yếu tố năng khiếu. Năng khiếu theo mình chiếm khoảng 50%, còn lại do chăm chỉ, luyện tập bài bản. Ví dụ, bản thân mình tuy có năng khiếu ca hát thừa hưởng từ mẹ, nhưng trước đây, giọng mình là giọng nữ trung, lên quãng cao nghe rất chói tai. Mình phải luyện tập, học thanh nhạc rất nhiều, giọng mới mở ra và hát tốt hơn. Từ khi theo đuổi ca hát chuyên nghiệp, mình thường dành cả tuần để tập luyện. Hôm nay học đàn, ngày mai sẽ học hát, rồi hôm sau tập nhảy. Mình rất ghét việc không có gì để làm nên luôn chủ động sắp lịch học và tập luyện trau dồi bản thân. Tối về rảnh, thay vì nằm xem phim, mình ngồi tập viết một đoạn nhạc; thay vì nghe nhạc cho vui, mình ngồi nghe kỹ hơn một bài hát xem nó có gì đặc biệt, có thể học hỏi được điều gì mới không. Mình cũng có sở thích đọc sách, giúp đầu óc nhanh nhạy hơn về từ ngữ, khi viết nhạc câu cú viết ra không bị "sượng trân".

Thứ tư là ngoại hình. Tư duy rằng ca sĩ chỉ cần có giọng hát tốt có lẽ đã hơi lỗi thời. Chấn chấn, khán giả sẽ quan tâm đến vẻ bề ngoài, đến phong cách ăn mặc trong những lần bạn xuất hiện. Bạn không cần xinh đẹp

xuất chúng, nhưng nhất định phải chú trọng đến hình thức, đến phong cách thời trang, phải tập luyện để giữ thân hình mạnh khỏe.

Đó là các yếu tố cần, nhưng chưa chắc đảm bảo thành công. Nghề ca sĩ rất khó xác định một lộ trình cụ thể và công thức thành công cố định. Orange biết những anh chị đã bỏ ra 6 - 7 năm, học bài bản từ kiến thức thanh nhạc đến kỹ năng sân khấu, họ rất đẹp và rất giỏi ở nhiều mặt, nhưng vẫn không nổi. Không ai lý giải được tại sao. Trong khi có những người nổi tiếng bằng scandal, chỉ sau một đêm được cả cộng đồng chú ý. Mọi thứ không thể lường trước và phụ thuộc rất nhiều yếu tố may rủi. Chính mình cũng không ngờ "Người lạ ơi" trở thành bản hit. Mỗi một bài hát ra đời có số phận riêng, đương nhiên mình vẫn cố gắng hết sức, nhưng việc sản phẩm đó có được cộng đồng đón nhận như kỳ vọng hay không, có đưa tên tuổi của ca sĩ lên tầm cao mới hay không lại là một ẩn số. Mình vẫn hay đùa rằng việc của người nghệ sĩ là tiếp tục cố gắng, tiếp tục tích đức thật nhiều, để một ngày nào đó, vũ trụ hồi đáp lại đam mê và công sức mình đã bỏ ra.

**M**

**uôn đi xa với nghề, ca sĩ cần có màu sắc riêng. Mình nghĩ đó (nên) là màu... chân thật. Chân thật từ phong cách âm nhạc, hình ảnh cá nhân, từ mọi điều bạn nói và chia sẻ trên báo chí, mạng xã hội.**

## Cách tạo ra một sản phẩm âm nhạc

Nói về việc mỗi sản phẩm âm nhạc đều có số phận riêng, có lẽ các bạn sẽ tò mò một bài hát hoặc MV được ra đời như thế nào.

Trước tiên, chúng ta cần có một bài nhạc (bạn có thể tự viết hoặc mua của nhạc sĩ). Để tự viết, đương nhiên bạn phải có kiến thức và năng khiếu viết nhạc. Khi bắt tay vào viết một bài hát mới, mình thường phải nghiên cứu và quan sát đôi chút, không phải thích cái gì là viết cái đó. Mình có thể nhìn xung quanh xem mọi người đang quan tâm đến vấn đề gì, những vấn đề này mình có thể khai thác ở một góc nhìn nào đó đặc biệt hơn hay không, và nhận góp ý từ cả ekip. Kế tiếp giai đoạn viết nhạc là hàng loạt các khâu như hoà âm phối khí, thu âm, mix giọng (khâu nào cũng mất tiền hết đó).

Sau khi có bản thu âm, ta sẽ thỏa thuận và đưa bài hát lên các nền tảng nhạc số như Zing, Spotify, iTunes,... Còn câu chuyện MV phức tạp hơn rất nhiều, bởi bạn cần nhiều tiền để quay được MV chất lượng. Nếu không thể tự chủ tài chính, bạn phải nghĩ đến chuyện xin tài trợ, phải làm proposal thật hấp dẫn gửi cho các nhãn hàng phù hợp. Việc tiếp cận nhà tài trợ nào cũng rất quan trọng. Giả dụ bài hát của bạn cực deep, nếu mời một hãng bột giặt, nước xả vải tham gia tài trợ rồi bắt MV quay vô cảnh... xin giặt đồ chẳng hạn, sẽ rất củ chuối. Rồi bạn cũng cần xem lượng tiền mình có là bao nhiêu, MV theo concept gì, câu chuyện ra sao, tìm ekip quay như thế nào. Sau khi tính toán kỹ lưỡng, bạn và ekip tiến hành quay và dựng MV. Lúc này, cùng với việc đăng tải bài hát trên các nền tảng audio kể trên, bạn sẽ đăng trực tiếp trên kênh YouTube của chính mình. Thông thường, kênh YouTube

của các nghệ sĩ sẽ nằm trong một network nào đó, và có đàm phán tỷ lệ ăn chia phù hợp giữa các bên.

Khi ra đời một bài hát mới, nghệ sĩ thường có chiến dịch quảng cáo để tăng độ phủ. Ví dụ: book bài PR báo chí, tạo các cuộc thảo luận tự nhiên trên các trang fanpage/group cộng đồng về âm nhạc, giải trí, showbiz,... Hoặc gần đây, nhiều nghệ sĩ tận dụng TikTok để quảng bá sản phẩm. Orange thấy hình thức này rất hiệu quả. Một bản hit thường có sức lan tỏa tự nhiên rất lớn, việc quảng bá giống như đốm lửa châm mỗi để bài hát "bùng lên".

Cuối cùng, khi bài hát xuất hiện trên các nền tảng, ta đến bước "cầu nguyện" và chờ đợi xem nó có thành hit hay không.



## Tinh táo để làm màu... chân thật

Muốn đi xa với nghề, ca sĩ cần có màu sắc riêng. Mình nghĩ đó (nên) là màu... chân thật. Chân thật từ phong cách âm nhạc, hình ảnh cá nhân, từ mọi điều bạn nói và chia sẻ trên báo chí, mạng xã hội.

Orange mất nhiều năm đi hát mà không định hình được phong cách âm nhạc của riêng mình. Lúc mới bắt đầu, mọi thứ mình hát đều là bắt chước các ca sĩ, hát bài của ai thì giọng giống y chang ca sĩ đó. Mình không biết giọng hát thật của mình là gì, màu sắc âm nhạc tự nhiên của bản thân ra sao. Mãi đến sau này, khi nghe nhạc Việt Nam nhiều hơn, khi bắt đầu tự sáng tác, Orange mới hiểu sâu về quãng giọng thật của mình cũng như thể loại nhạc phù hợp nhất. Người nghệ sĩ cần tự hỏi phải làm gì để âm nhạc của mình mang hơi hướng mới, tạo ấn tượng riêng trên thị trường? Đó là những nhận thức rất quan trọng để gọi tên được phong cách nghệ thuật cá nhân.

Hồi bé ngây dại, mình mơ một ngày sẽ đứng lên bục nhận giải Grammy. Bây giờ, mình chỉ muốn có một thể loại nhạc của riêng mình, là người tiên phong của dòng nhạc đó, làm ra những sản phẩm âm nhạc giá trị. Với Orange, thành công của một bài hát không phải là bắt trend hiện tại, mà tạo ra trend mới từ chính lời ca mình viết ra. Tại thời điểm này, âm nhạc của mình phải đem lại một ý nghĩa nào đó. Kể cả là nhạc buồn, người nghe vẫn rút ra một bài học, vẫn tìm thấy một tia hy vọng cuối bài. Còn nếu đó là một bài hát vui, mình cũng kỳ vọng bài hát sẽ không dừng lại ở giải trí, mà khiến người nghe chiêm nghiệm một giá trị mới trong cuộc đời. Mình không chấp nhận những bài nhạc hời hợt, viết quanh co cho đủ câu, đủ từ.

Phong cách là sự tổng hòa của nhiều yếu tố: giọng hát, cách ăn mặc, cách giao tiếp với cộng đồng. Để tìm ra được bản sắc, người nghệ sĩ cần phải thử, phải sai, từ đó mới hiểu đâu là những giá trị làm nên sự khác biệt của bản thân.

Với các bạn mới vào nghề, câu hỏi thường gặp là có nên đầu quân cho một công ty quản lý? Một bài học mà Orange rút ra: Điều quan trọng không phải bạn có công ty quản lý hay không, mà là có một ekip hiểu

mình. Khi ở trong một công ty quản lý, bạn sẽ có nhiều người hỗ trợ, lo hết toàn bộ từ quần áo, tóc tai đến định hướng hình ảnh bản thân. Bạn chỉ cần lên sân khấu và hát, làm những MV âm nhạc theo định hướng của công ty. Nhưng, bạn sẽ dễ đánh mất chính mình nếu định hướng của công ty khác với những điều bạn theo đuổi. Trong trường hợp của Orange, mình thừa nhận vai trò bộ phận của công ty quản lý trong giai đoạn đầu sự nghiệp. Tuy nhiên, bản thân mình không có những kết nối cảm xúc mạnh mẽ với những bài hát được công ty yêu cầu thể hiện. Mình chưa bao giờ ngã vào lòng "người lạ", chưa bao giờ gọi "tình nhân ơi", chưa bao giờ tìm "chân ái" cuộc đời. Nhưng đó là những bài hát mà công ty tin tưởng sẽ thành hit. Khi hát, mình không có cảm xúc, không cảm nhận được thông điệp của bài, cứ lên hát như một cái máy vậy.

Lúc viết "Khi em lớn", mình không ngờ mọi người đón nhận nhiều đến thế. Bởi mùa hè mình nghĩ mọi người sẽ thích nghe những bài vui tươi, sôi động, chill hơn, còn "Khi em lớn" thật ra hơi... trầm cảm. Thế nhưng bài hát đó phản ánh đúng trải nghiệm và những điều diễn ra trong cuộc sống của mình, nên dễ dàng kết nối với khán giả hơn. Có những bạn

comment rất dài tâm sự, kể nhiều câu chuyện cá nhân cảm động, mình thấy rất trân trọng. Những bài hát trước đây, dù có thể thành công hơn."Khi em lớn", nhưng mình không có kết nối với khán giả sâu đến thế.

Khi hoạt động độc lập, mình nhận ra một ekip tốt có thể không cần nhiều người, nhưng họ tôn trọng, lắng nghe ý kiến và hiểu đâu là những điều tốt nhất cho ca sĩ. Hơn nữa, việc tự lực cánh sinh giúp mình học nhiều điều. Trước đây, mình chẳng biết tự phát hành một bài hát lên các nền tảng số thế nào, quảng cáo bài hát mới ra sao, xin tài trợ bằng cách nào,... Bây giờ làm riêng, mình buộc phải tự tìm hiểu, dù mệt thật, nhưng bản thân mình phát triển lên rất nhiều.

## Những mảng màu xám

Nhiều người nghĩ ca sĩ là công việc sang trọng, được khán giả yêu thích và ngưỡng mộ. Rồi họ tự vẽ nên những viễn cảnh, những ảo tưởng mộng mơ về nghề này. Thế nhưng, có những mảng màu xám không phải ai cũng hiểu.

Ba mẹ Orange không ủng hộ con gái theo đuổi nghề ca hát, bởi nghĩ

rằng công việc này bấp bênh không ổn định. Đến giờ, Orange thấy ba mẹ nói... đúng thật. Mọi người cứ nghĩ làm ca sĩ nhất định sẽ giàu, nhưng điều này chỉ đúng với những ca sĩ top đầu mà thôi. Như Orange thời Đại học, đi hát ở các quán cà phê, phòng trà, mỗi buổi hát 3 - 4 bài được trả 300.000 - 500.000đ. Đó còn là mức tương đối cao so với ca sĩ nghiệp dư thời điểm đó, mình biết nhiều bạn sinh viên còn được trả ít hơn nhiều. Khi bắt đầu có 1 - 2 bản hit, mức cát-xê sẽ tăng dần lên, dao động từ 10 triệu đến 20 triệu mỗi show, tùy vào độ hot của bài hát và độ nhận diện của ca sĩ. Sau giai đoạn đó, mức cát-xê sẽ phụ thuộc vào việc ca sĩ đó có thêm các bài hit mới hay không, có tiếp tục được khán giả đón nhận hay không. Trên thực tế, rất nhiều ca sĩ mới bước vào nghề gặp khó khăn về mặt tài chính, có người còn phải thế chấp nhà hay vay ngân hàng để có tiền đầu tư vào các sản phẩm âm nhạc mới, nhưng chưa chắc đã thu về được bao nhiêu. Rất nhiều nghệ sĩ tài năng, nhưng kinh tế eo hẹp khiến họ không thể tiếp tục theo đuổi âm nhạc. Hay như dịch Covid đang diễn ra, các show diễn bị huỷ hết, các ca sĩ mà độ nổi tiếng chưa đủ để có các hợp đồng booking quảng cáo sẽ chẳng biết kiếm tiền từ đâu.

Hơn nữa, thị trường âm nhạc Việt Nam chưa đủ trưởng thành nên còn nhiều bất cập. Nhiều trường hợp, nghệ sĩ cứ có scandal là nổi tiếng, chưa biết tài năng họ thực sự ra sao. Ở nước mình, đôi khi viral rất dễ, thậm chí cả những thứ nhảm nhí. Về thể loại nhạc, thị trường Việt Nam nhìn chung vẫn chuộng pop ballad, nhạc càng buồn mọi người lại càng... thích, chưa thực sự cởi mở, chào đón những dòng nhạc mới. Có một vài ngoại lệ như nhạc của Sơn Tùng M-TP, hay nhạc của các bạn trong cộng đồng Rap hoặc Indie gần đây, nhưng vẫn chưa tạo được ảnh hưởng thực sự lớn đến nhận thức của số đông người nghe.

Một khó khăn khác là doanh thu từ nhạc số tại Việt Nam rất thấp. Gần đây, một bộ phận giới trẻ bắt đầu sử dụng Spotify nhiều hơn, nhưng phần nhiều vẫn thích nghe nhạc miễn phí. Đó là lý do nghệ sĩ Việt thường rất ít khi ra album, vì tốn quá nhiều chi phí mà thu về chẳng được là bao. Vì vậy, xu hướng chung là ra mắt một bản nhạc độc lập (single), đăng tải miễn phí cho mọi người cùng nghe. Nhiều nghệ sĩ đầu tư đến 1 - 2 tỷ cho một MV âm nhạc, rồi bài hát đó không được đón nhận như kỳ vọng, bản thân họ cũng phải chịu hoàn toàn phần thua lỗ, bởi doanh thu nhạc số không thể đủ bù vào khoản đầu tư ban đầu.

Một ảo tưởng khác, mọi người thường cho rằng làm ca sĩ nổi tiếng sẽ dễ dàng có cuộc sống hạnh phúc với một người chồng/vợ đẹp trai/xinh gái cũng làm trong showbiz. Tương lai này sao mà xa xôi quá! Một khi đã là người nổi tiếng, chuyện tình cảm cá nhân bạn sẽ dễ dàng bị lôi lên mặt báo. Giả sử có cãi nhau với người yêu/chồng cũng chẳng dám nói một lời trên mạng xã hội, có khi đăng một story ẩn ý cũng bị soi mói. Quyền riêng tư cá nhân đôi khi bị xâm phạm mà chẳng có cách nào giải quyết. Mình biết nhiều nghệ sĩ nổi tiếng dành quá nhiều thời gian cho các show diễn, cho hoạt động nghệ thuật mà không



có thời gian vun đắp cho gia đình; nhiều nghệ sĩ lớn đối mặt với không ít tổn thương tinh thần. Họ có thể vui vẻ trên sân khấu nhưng cô đơn trong cuộc sống cá nhân, mang nhiều áp lực của việc phải luôn hoàn hảo, chưa kể còn phải đối mặt với nhiều phản ứng trái chiều từ dư luận.

Chưa kể, thế giới showbiz rất phức tạp. Khi nhận được lời đề nghị giúp đỡ của bất kỳ ai, chúng ta đều phải cẩn thận, suy nghĩ trước sau xem mong muốn thực sự của họ là gì. Khi bạn lựa chọn làm việc cho một công ty, khi chuẩn bị ký một hợp đồng nào đó, tất cả đều phải cẩn trọng từng con chữ, từng điều khoản. Bạn có tài năng thì cơ hội sẽ đến rất nhiều, nhưng không phải cơ hội nào cũng đưa bạn đi đúng hướng, đôi khi cơ hội cũng có thể là cạm bẫy. Ở trong ngành ít lâu, mình biết có những người nắm bắt sai cơ hội rồi nhận hậu quả đau đớn, thậm chí từ bỏ cả đam mê.

Nghề này, có thể vừa hôm trước được mọi người yêu thương, ngày hôm sau đã bị "ném đá". Người ta nâng mình lên được cũng dìm mình xuống được. Gần đây nổi lên tranh luận về phát ngôn "khán giả nuôi nghệ sĩ", Orange thấy cũng đâu có sai. Không có khán giả, nghệ sĩ cũng chẳng có tiền tiếp tục làm nghệ thuật. Không

có khán giả, việc theo đuổi âm nhạc khó có thể thành một nghề được. Cái giá phải trả cho sự nổi tiếng đôi khi là mất sự tự do, không còn hồn nhiên được sống là chính mình.

Orange nghĩ việc tình tảo rất quan trọng. Nếu một ngày, khán giả kỳ vọng bạn trở thành con người đi ngược lại với cá tính, triết lý sống của bản thân, sẽ ra sao nếu bạn cứ bất chấp để được nổi tiếng? Để rồi đến lúc giật mình nhận ra: "Ừa, mình trở thành cái gì vậy ta?", "Ừa, con nhỏ này là ca sĩ mà cứ tối ngày làm trò mèo, trò hề gì vậy?".

## Lỡ mê quá rồi, không bỏ được!

Nếu không phải "con nhà nòi", quyết định theo đuổi sự nghiệp âm nhạc là lựa chọn dũng cảm và sẽ gặp nhiều khó khăn. Với các bạn trẻ muốn theo đuổi con đường này, các bạn có nhiệt huyết, có thời gian để mắc sai lầm, tự rút kinh nghiệm sau những vấp ngã. Các bạn cũng có điều kiện tiếp xúc với nhiều yếu tố quốc tế để học hỏi thêm nhiều kỹ năng. Điều các bạn thiếu là kinh nghiệm, là sự từng trải. Các bạn chưa bị đời vùi dập, nên rất máu chiến. Nhiều bạn đi hát mà còn rất lơ mơ, chưa có bất cứ một định

hướng nào, cũng không có sự tình tảo cần thiết. Nói thì nói vậy, nhưng ai cũng một lần trẻ, ai cũng phải trải qua giai đoạn đầu non nớt, rồi tự cóp nhặt bài học kinh nghiệm để định hình bản thân.

Nghề này nhiều khó khăn nên rất nhanh nản, bạn sẽ dễ so sánh mình với thành tựu của người khác rồi sinh ra những suy nghĩ tiêu cực. Một khi đã cân nhắc chín chắn và quyết định theo đuổi sự nghiệp ca hát lâu dài, hãy thật kiên nhẫn và bình tĩnh, cho bản thân thời gian để học hỏi và phát triển. Hãy luôn ý thức rõ về bản sắc cá nhân, đừng vì bất cứ điều gì mà đánh đổi, để rồi đến cuối con đường, bạn không hiểu được bản thân là ai và có giá trị gì. Đó sẽ là điều đáng tiếc.

Khi các anh chị Spiderum hỏi: “Đến thời điểm Orange không còn trẻ, không còn xinh đẹp, giọng hát cũng biến đổi, em sẽ làm gì?” Mình trả lời: “Có khi em sẽ mở quán gỏi cuốn, vì em mê món này lắm, nếu bán mà không ai mua thì em tự ăn cho đã.” Đùa vậy thôi, nhưng thật sự, Orange chưa nghĩ ra sẽ làm gì nếu từ bỏ việc ca hát. Mình thích hát quá nên chưa có phương án backup nào cho chuyện nghề hết trơn. Nếu nói nghiêm túc, hết thời, hết tuổi đi hát, mình vẫn phải làm công việc gì đó liên quan đến âm nhạc, vì quá đam mê rồi.

Bởi, cảm giác được đứng trên sân khấu, được phiêu trong những dòng nhạc do chính mình viết ra, được một cộng đồng khán giả yêu thích âm nhạc của mình luôn là điều tuyệt vời nhất với một người nghệ sĩ. ■

**H**

ãy luôn ý thức rõ về bản sắc cá nhân, đừng vì bất cứ điều gì mà đánh đổi, để rồi đến cuối con đường, bạn không hiểu được bản thân là ai và có giá trị gì. Đó sẽ là điều đáng tiếc.

# "NHÚN NHẢY" GIỮA NHỮNG ĐỊNH KIẾN BỬA VÂY



KHÁCH MỜI PHỎNG VẤN: Yến Ivy, Biên đạo – Dancer

BIÊN SOẠN BÀI VIẾT: Ban biên tập



EXO-K (Overdose) dance cover by LYNT.

## Phân vân giữa nhiều ngã rẽ

Từ nhỏ, tôi đã cảm thấy mình là người bay bổng, yêu cái đẹp, có một chút khả năng vẽ vời. Các bài thi vẽ của tôi luôn đạt điểm khá cao và được treo ngay ngắn ở trường. Bố mẹ vui, tự hào và mong muốn tôi trở thành một nhà thiết kế thời trang. Nhiều khi nhìn lại các “tác phẩm” cũ, tôi cảm thán sự sành điệu của bản thân ngày xưa, bây giờ, tôi vẽ không còn đẹp nữa.

Từ lớp 6, tôi có thể ngồi trước tivi xem một băng đĩa nhạc ngày này qua tháng khác đến thuộc lòng. Tôi bắt chước ca sĩ diễn xuất trước ống kính, bắt chước cách hát, cách nhún nhá từ, những điệu nháy uyển chuyển của họ. Tôi nhận ra mình muốn làm những công việc liên quan đến nghệ thuật.

Tôi bén duyên với nhảy vào một ngày đẹp trời của năm cấp 3, sau khi nghe lời rủ rê ngọt lịm của cô bạn thân: “Yến ơi, có nhóm nhảy hip-hop đang tập ở gần nhà mình đấy. Toàn trai đẹp, ăn mặc chất dã man. Đi học nhảy ở đấy với tao không?” Tôi đã nhảy cẫng lên vui sướng, không chần chừ kéo tay cô bạn chạy thẳng đến chỗ tập. Tôi biết nhảy từ ngày đó.

Lên Đại học, tôi theo ngành diễn viên tại trường Đại học Sân khấu - Điện

ảnh (SKĐA). Tôi được rèn luyện nhiều môn, thử thách bản thân ở khía cạnh diễn sân khấu. Tôi vẫn nhớ câu thầy giáo nói: “là diễn viên, cầm, kỳ, thi, họa, trên trời, dưới biển, cái gì cũng phải biết một chút thì các em mới có thể nhập vai nhiều nhân vật, nhiều vai diễn được”. Chính vì vậy, chúng tôi phải học rất nhiều bộ môn tương chừng không liên quan, nhưng lại liên quan không tương:

- ♦ Môn tiếng nói: Học môn này, bạn phải đọc truyền cảm, tròn vành rõ chữ khi đang công trên vai một bạn khác và đi vòng quanh lớp. Bạn phải tập luyện đọc thơ khi lặn 5 bậc cầu thang xuống đất mà không bị hụt hơi. Rồi ngồi một mình trên sân khấu kể câu chuyện dài 20 - 30 phút truyền cảm hứng.
- ♦ Môn hình thể: Một môn khá vui! Trong đó, tôi học múa ballet, múa dân gian, nhảy,... Mỗi lần thi hết kì, ai nấy đều xúng xính váy hoa, đạo cụ diễn như những diễn viên múa chuyên nghiệp. Bên cạnh múa, tôi học hình thể sân khấu – môn học rèn từ dáng dấp đi đứng, phong cách cổ điển của người châu Âu, tạo hình nhân vật và cả... hoá thân thành động vật. Nếu lạc bước vào lớp học này, bạn sẽ tưởng mình lạc vào sở thú. Tập tính bầy đàn, bắt

chấy, leo trèo, nhào lộn qua vòng của loài khỉ, tiếng kêu gầm rú và ánh mắt khát máu của sư tử, thỉnh thoảng vắng vắng tiếng chó sủa, xa xa mấy con mèo lười nằm liếm láp và đầu đó có vài con sâu đang trườn bò ở góc phòng,... tất cả những hành động này được chúng mình tái hiện sinh động trong buổi học, chẳng ai biết gương là gì.

- ♦ Môn kĩ thuật biểu diễn: Học về nghệ thuật biểu diễn như cảm thụ, phán đoán, giao lưu, tưởng tượng, thích ứng,... để đảm bảo tính chân thực trong biểu diễn và cách triển khai ý nghĩa của hành động. Nghĩ lại, tôi bật cười vì một đứa có ngoại hình cá tính như mình (tóc ngắn, nhuộm màu mè, mặc đồ style thể thao, chân đi giày hiphop) lại liên tục nhập vai bà già, tiểu thư, cô giúp việc,... Tôi tự hỏi vui bản thân không biết mình đã làm gì để vượt qua sự ngại ngùng với ngoại hình sai cực sai ấy nữa. Dù sao, bản chất của diễn xuất là biến hóa khôn lường mà.

Nhà tôi cách trường SKĐA 13km, mỗi ngày cả đi cả về là 26km. Một mình một xe, tôi vừa đi vừa nghe ngao hát, vừa nghĩ về môn học, độc thoại (nhắm thoại), lúc mặt nhăn nhó bực bội, lúc rơm rớm nước mắt, chốc chốc lại phá

lên cười (cười đau đớn, cười hạnh phúc, cười bất lực, cười vô tư, cười tính toán,...) Có lẽ ai gặp tôi trong hoàn cảnh này sẽ nghĩ tôi có vấn đề về tâm lý. Rồi những ngày đông rét mướt, chiếc chăn ấm quấn rũ không thể thoát ra nổi, chuyện đi học muộn và bị đứng úp mặt vào tường ngoài cửa lớp nghe giảng là chuyện như cơm bữa. Còn những ngày hè nắng nóng oi ả, trước đó mặc một bộ quần áo xinh thơm, đến nơi ướt nhẹp như vừa bị cơn mưa xối thẳng vào mặt. Bốn năm, con đường đi học cứ như vậy quay vòng. Nếu không cố gắng, bạn sẽ bị đào thải trong vài tháng. Đào thải ở đây không hẳn là bị đuổi học, mà chính bạn sẽ tự bỏ cuộc vì cảm thấy mình không đáp ứng được yêu cầu học tập, hổ thẹn do không đạt được kỳ vọng ban đầu, mệt mỏi với lịch học dày đặc khiến bạn phải ngủ trộm ngoài hành lang chờ giờ vào học ca chiều, cộng cả sự cám dỗ bởi những thứ hấp dẫn bên ngoài,... Khoá học của tôi đầu vào hơn 30 sinh viên, nhưng cuối năm tốt nghiệp chỉ còn khoảng 20 người. Bản thân tôi cũng có những lần định nghỉ học vì sự vất vả ấy.

Kể đông dài chuyện học làm diễn viên như vậy, vì về sau, tôi nhận ra môi trường này giúp tôi rèn luyện thêm niềm đam mê nghệ thuật nói chung, khả năng vượt khó, sự kiên

trì và bản lĩnh trên sân khấu – chúng giúp ích tôi rất nhiều trên hành trình tập luyện và đạt được thành công với nghề nhảy. Không có con đường nào trải hoa hồng và nghệ thuật là một đấu trường khốc liệt.

Song song với việc học diễn xuất, tôi vẫn miệt mài tập nhảy. Một ngày của tôi bắt đầu từ 8 giờ sáng đến 11, 12 giờ đêm. Sau 5 giờ chiều, kết thúc thời gian trên trường, tôi đi tập nhảy, đi diễn. Tôi quen được rất nhiều bạn mới khiến lối sống và lối suy nghĩ của bản thân thoáng hơn, tự tin và yêu đời hơn. Tôi nhận cả những công việc khác để kiếm thêm thu nhập như làm PG phát nước miễn phí trong những ngày nắng đổ lửa cho các bạn trường cấp ba và Đại học, làm mẫu ảnh cho các shop chụp đồ thể thao khỏe khoắn và đi diễn những show hội chợ nhỏ. Hồi đó, tôi chập chững vào nghề, đi diễn vì đam mê, chứ thú thực, tiền nong không được là bao. Dần dần, với sự cố gắng từng ngày, tôi có thể trang trải cuộc sống bằng công việc mình yêu thích.

Thế rồi số phận đưa đẩy, tôi tham gia một nhóm nhảy ở Hải Phòng. Vì quyết tâm đạt được giải thưởng cao nhất của một cuộc thi nhảy toàn quốc, trong vài tháng trời, tôi đã dành rất nhiều thời gian di chuyển giữa Hà Nội

– Hải Phòng. Tôi ăn, tập, ngủ trên xe đến gày tọp người. Bố mẹ thấy cũng xót xa cho cô con gái nhỏ. May mắn, nhóm tôi lần lượt vô địch Hải Phòng, vô địch miền Bắc và nhận một vé tiến thẳng vào đêm chung kết tại Sài Gòn. Với một cô gái chưa có nhiều kinh nghiệm, điều đó thực sự lớn lao đến mức tôi không tin mình đã làm được. Tôi vừa choáng ngợp, vừa háo hức. Ngợp vì vẫn chưa tin rằng mình được vào chung kết, ngợp cả trong chuyến bay đầu đời mà phải gọi điện về cho mẹ: “Mẹ ơi, đi máy bay thích lắm”, ngợp vì thấy Sài Gòn rộng lớn quá mà mình bé nhỏ thế này, liệu mình làm được điều gì? Cuối cùng, công sức bỏ ra cũng được đền đáp, chiếc cúp vô địch đầu tiên trong đời đã nằm gọn trong tay tôi. Khoảnh khắc biết mình đã thắng, trước hàng nghìn khán giả reo hò phía dưới, nhóm tôi ôm nhau khóc nức nở như trẻ con. Người hét lên vui sướng, người đứng sững, người không dám tin điều vừa xảy ra và người thì ngã khụy vì thấm mệt. Tôi lại gọi về cho mẹ: “Mẹ ơi, con làm được rồi. Con được giải nhất rồi, từ giờ mẹ không phải lo cho con nữa nhé. Con đi đúng đường rồi!”.

Bên cạnh dancer, tôi vẫn còn đam mê với sân khấu. Có lẽ vì việc diễn trên sân khấu cũng có những tương đồng với việc nhảy ở chỗ có sự hòa quyện

giữa “điều khiển cơ thể” và “nội dung, cốt truyện”. Tôi từng may mắn được làm việc với đoàn kịch LucTeam – đoàn kịch sử dụng phương pháp nghệ thuật Sân khấu Ước lệ – được tiếp xúc với những nghệ sĩ gạo cội như thầy Trần Lực, cô Lê Khanh, chú Đỗ Trí Hùng và các bạn sinh viên trẻ giàu triển vọng tại Đại học SKĐA – điều mà tôi thích và cần phải học hỏi giữa lúc mất phương hướng tuổi 25. Lúc đó, đoàn kịch mới thành lập được 1 năm (từ lúc các bạn sinh viên còn học ở trường với thầy) nhưng đã giành một vài giải thưởng nhờ những vở diễn vô cùng sáng tạo cùng với tài năng của các bạn diễn viên trẻ. Để có buổi biểu diễn mang ý nghĩa và tràng cười cho khán giả, cả đoàn trải qua những tháng ngày tập luyện không ngừng nghỉ từ sáng đến tờ mờ tối: tập xiếc trong những giọt nước mắt đau đớn; tập tuồng với những giọt mồ hôi bám dính đầy trên sàn; và tiếng nói của những đoạn hội thoại lặp đi lặp lại tưởng chừng như nhàm chán ngày qua ngày vắng vắng khắp cái xóm nhỏ ấy. Tôi cảm nhận được tinh thần tập thể cùng nhau cố gắng ăm ắp thế nào, sống giữa tình yêu thương thầy và trò, tình bạn, tình đồng nghiệp giúp đỡ lẫn nhau, cùng chinh chiến trên các sân khấu lớn nhỏ, mà ở đó thầy Trần Lực có nói: “Có một khán giả thôi chúng tôi vẫn diễn”.

Tuy nhiên, sau 2 năm gắn bó, tôi chia tay sân khấu kịch vì thấy bản thân chưa đủ chín trong bộ môn nghệ thuật này. Bên cạnh đó, do dốc sức cho kịch, đi nhảy ít hơn nên thu nhập không đủ đáp ứng các nhu cầu cuộc sống. Tôi vật lộn với những suy nghĩ khi đứng trước quyết định của cuộc đời. Cuối cùng, tôi đành hoãn lại ước mơ diễn xuất, hẹn gặp lại nó khi bản thân có điều kiện đầy đủ hơn.

Tôi tự hỏi sao mình có duyên với nhảy đến thế? Không biết may mắn thế nào mà hàng loạt giải thưởng lớn nhỏ cứ đến với mình? Phải chăng do mình yêu nó nên được đáp lại? Hay do mình gặp thời? Nhưng dù đáp án là gì, đã có chữ “yêu” và chữ “duyên” thì sao tôi bỏ được nghề. Vậy là giữa rất nhiều con đường nghệ thuật để theo đuổi, tôi trở về làm dancer, sống hết mình với sàn diễn.

## Từ “đốm lửa” đam mê đến dancer chuyên nghiệp

Năm 2011, tôi cùng 3 người bạn của mình thành lập nhóm LYNT với ý định ban đầu là tham gia một cuộc thi quốc tế trên YouTube. Chúng tôi nghĩ thi đấu bên nhau là được, giải thưởng không quan trọng, nhưng nhóm lại may mắn đạt giải nhất. Bất ngờ nổi

tiếp bất ngờ, rất nhiều bạn bè quốc tế nhắn tin chúc mừng nhóm, báo chí liên lạc không ngừng. Đặc biệt, chúng tôi còn rinh được 4 tấm vé đến Hàn Quốc xem concert 2NE1 – nhóm nhạc cực kỳ nổi tiếng thời điểm đó. Là nhóm đầu tiên đến từ Việt Nam đạt giải cao trong một cuộc thi nhảy cover tầm cỡ thế giới, chúng tôi nhận được sự quan tâm lớn từ giới truyền thông, xuất hiện trong các chương trình tivi nhiều hơn, nhận được nhiều show diễn hơn và có một fanpage nhóm được yêu mến. LYNT ngày càng phát triển, được rất nhiều bạn trẻ yêu thích, ước mơ gia nhập. Nhân cơ hội này, tôi mở nhiều cuộc casting tuyển chọn những bạn tốt nhất vào nhóm để LYNT ngày càng to lớn và chuyên nghiệp hơn. Số lượng càng đông, kế hoạch thi những giải đấu càng nhiều. Chúng tôi có khí thế hừng hực sẵn giải, hễ có giải đấu gì sắp diễn ra là cả nhóm lại cày ngày cày đêm quên ăn quên ngủ, đến mức vắt quần áo ra cả xô nước, hết ngày là vừa đi vừa há miệng thở. Ngày đó, chúng tôi ở phòng tập nhiều hơn ở nhà. Chẳng ai bảo ai, cứ sáng sớm lên phòng tập đến tối muộn mới về. Có những ngày chẳng tập gì nhưng vẫn muốn đến phòng tập vì gặp nhau là thấy vui rồi. Khoảng thời gian này, chúng tôi thân nhau như người nhà.



Hậu trường Yến Ivy biên đạo bài Tứ Phủ trong dự án của nhóm LYNT.

Năm 2015, tôi cùng LYNT tạo một liveshow, tên là Charity Show - Together We Share. Thời điểm đó, Quảng Ninh đang xảy ra lũ lụt, nhóm tôi này ra ý định bán vé tham dự liveshow và dùng khoản tiền thu được ủng hộ đồng bào. Do là lần đầu tiên làm liveshow, chúng tôi gặp khá nhiều tình huống khó khăn phát sinh trong khâu chuẩn bị, tổ chức, thuê địa điểm, mời ca sĩ,... Thậm chí, trong khoảng thời gian tập luyện cho show diễn, các thành viên nhóm đã xích mích, cãi nhau, đánh nhau,... Dancer là những người rất cá tính nên khi gặp nhau khó tránh khỏi xung đột. Cuối cùng, ngày liveshow đã diễn ra hoành tráng với sự góp mặt của nhiều nghệ sĩ như ca sĩ Lynk Lee, ca sĩ Emily, DJ Minh Trí, St.319,... tổng thu về 50 triệu tiền vé và tiền ủng hộ của mọi người. Tất cả nhóm khóc nức nở trên sân khấu, mọi cái vãi đều ở lại quá khứ. Chúng tôi ôm thùng tiền lên Quảng Ninh và tự tay phát cho từng người, từng nhà trong vùng lũ.

Kể đến đây, chắc nhiều bạn sẽ tò mò để trở thành một dancer cần những gì? Nhìn chung, dancer là một nghề khá tự do, từ cách chúng ta bắt đầu tiếp xúc với nhảy đến định hướng phát triển: hoặc theo học những dancer đi trước nếu bạn cảm thấy họ giỏi và tin tưởng được, hoặc học tại các trung

tâm đào tạo bài bản. Bạn có thể tham khảo một vài biên đạo, dancer tôi yêu thích như: Parris Goebel, Koharu Sugawara, Lia Kim, Lyle Beniga,...

Làm dancer, bạn cần có tố chất, cơ thể nhanh nhẹn, cảm nhạc tốt,... Ví dụ, một người có năng khiếu sẽ bộc lộ rất rõ khả năng cảm nhận cơ thể. Họ có thể bắt chước theo một hành động hay động tác nhảy rất nhanh chóng. Họ hiểu bộ phận cơ thể này phải chuyển động như thế nào, làm sao để điều khiển nó,... Và từ đó, họ có thể phiêu theo phong cách riêng chứ không đơn thuần rập khuôn giống một cỗ máy.

Khả năng cảm thụ âm nhạc cũng cực kỳ quan trọng. Có một vài trường hợp tôi từng dạy, họ có khả năng chuyển động cơ thể tốt, nhanh và mượt mà, nhưng bị rào cản không nghe được nhạc. Họ bị phân tán giữa động tác và âm nhạc, nghĩa là: khi tập trung suy nghĩ để điều khiển động tác thật đẹp thì quên mất phần âm nhạc đang chạy bên tai, ngược lại, khi cố gắng tập trung nghe tiết tấu nhạc thì quên phải thực hiện động tác nhảy thế nào.

Tuy nhiên, tố chất chỉ quyết định 50% sự thành công của bạn, 50% còn lại nằm ở sự chăm chỉ tập luyện, kiên trì cố gắng.

Ngoài ra, như đã kể ở trên, việc học diễn xuất cũng hỗ trợ rất nhiều cho nghề dancer và ngược lại. Một bài nhảy hay không đơn giản chỉ thực hiện động tác đẹp, mà có những bài cần có nội dung, câu chuyện. Vì thế, dancer sẽ cần cả kỹ năng của một diễn viên sân khấu (biểu cảm gương mặt, ngôn ngữ hình thể) để đáp ứng yêu cầu truyền tải thông điệp trong bài. Trong các cuộc thi cũng vậy, ngoài yếu tố nhảy đẹp, giám khảo còn đánh giá cả về nội dung, biểu lộ cảm xúc của bạn. Những ngày tháng vất vả học ở trường SKĐA và đi diễn sân khấu đã cho tôi kỹ năng cũng như kinh nghiệm để “thổi lửa” vào những điệu nhảy của mình.



Dự án GD-TEAYANG (GoodBoy) dance cover by LYNT  
(đây là clip được nhiều view nhất của nhóm trên YouTube).

Có phong cách riêng, được đào tạo bài bản, bạn vẫn phải trải qua khá nhiều bước để tìm chỗ đứng trong nghề. Ví dụ, mới đầu các bạn sẽ tập luyện cho đến khi cảm thấy bản thân đủ điều kiện đi thi đấu giải từ nhỏ đến lớn, càng đấu giải nhiều càng tích góp được cách biểu diễn trên sân khấu (thần thái, gương mặt diễn, tương tác với khán giả, khả năng nghe nhạc,...). Khi có kinh nghiệm và các mối quan hệ trong nghề, bạn có thể đi diễn nhiều hơn, từ đấy phát triển cả hai. Theo tôi quan sát, sau khoảng 1 - 2 năm tập luyện, các bạn đã có thể thành lập nhóm đi biểu diễn và thi đấu.

Lập nhóm, đi diễn, đi thi, tổ chức liveshow,... đến khi có tư duy cảm nhận âm nhạc tốt, có đủ vốn kiến thức về động tác, bạn có thể sáng tạo các bài nhảy, tiến đến vị trí biên đạo. Hiện tại, công việc của tôi là làm biên đạo cho ca sĩ hay các công ty có nhu cầu tổ chức tiệc, sự kiện. Ngoài ra, tôi mở studio để dạy nhảy và cho các bạn cần tập nhảy/mở lớp dạy nhảy thuê không gian.



Nhóm LYNT đạt giải nhất thế giới Dance Cover Contest "I GOT A BOY" (SM Entertainment) 2013.

## Vẫn còn nhiều định kiến bùa vây

Ở đâu, làm gì, đều có tốt và xấu. Rất nhiều định kiến không tốt xung quanh nghề dancer bởi những con sâu làm rầu nổi canh. Không ít dancer bị gắn mác "gái hư", "gái nhảy", "gái ăn chơi" chỉ vì bộ quần áo diễn họ mặc, những điệu nhảy sexy trong tiếng nhạc,... Nhiều người không hề biết để trở thành một dancer, bạn phải bỏ ra rất nhiều công sức tập luyện, nghiêm túc theo đuổi nghề,... Ít ai hiểu dancer phải đánh đổi nhiều như thế nào để kiếm những đồng tiền nghiêm túc trong sự dè bida của những người xung quanh. Chính vì những định kiến không tốt và góc tối ấy, nghề dancer chưa thực sự được công nhận và mức

thu nhập của dancer chưa xứng đáng với công sức lao động của họ. Đa số những người bạn tôi biết đều phải vượt qua nhiều rào cản, khó khăn để kiếm tiền trang trải cuộc sống.

Thu nhập của dancer phụ thuộc vào show diễn đó ở đâu, địa điểm thế nào, khách hàng ra sao,... Ví dụ, dancer chuyên đi diễn bar, club sẽ có mức giá khác những dancer chuyên diễn backup cho ca sĩ, diễn sự kiện.

Tôi không nhận diễn bar, club nên mức giá tôi đưa ra chỉ dựa trên tham khảo. Một dancer diễn bar có thể tính theo lương cứng hàng tháng hoặc nhận lương theo buổi diễn, tùy thuộc vào hợp đồng. Trung bình một buổi tối được chia ra 2 - 3 ca diễn, mỗi ca dancer sẽ nhảy freestyle theo nhạc trong khoảng 10 - 15 phút. Mức lương một buổi như vậy giao động từ 500.000 - 800.000đ. Ngoài ra, những dancer ký hợp đồng dài hạn theo năm, trung bình 1 tháng sẽ có mức lương từ 15.000.000 - 25.000.000đ. Môi trường này khá phức tạp và nhiều cạm bẫy trong mắt hầu hết mọi người. Trước khi nhận diễn bar, club, bạn phải tìm hiểu, chuẩn bị cho mình tư tưởng và kinh nghiệm để không vướng vào những ồn ào thị phi. Thường trước mỗi show diễn, ca sĩ và dancer sẽ đi chung với nhau vào

phòng chờ kín đáo. Trợ lý và một vài nhân viên an ninh của quán đi bên cạnh để tránh những trường hợp xấu xảy ra. Trong tiếng nhạc nhạc xập xình, mặc những bộ đồ diễn lấp lánh và xung quanh toàn người không ở trạng thái tỉnh táo hoàn toàn như vậy, liệu một người không có kinh nghiệm có tự bảo vệ được bản thân không? Bạn cần xác định mình đến đó để làm việc một cách nghiêm túc, không tiếp xúc với người lạ, đến đúng giờ và xong việc rời đi ngay lập tức.

Đi diễn show sự kiện an toàn hơn, tính kỉ luật và độ bài bản cũng cao hơn rất nhiều. Ví dụ, các công ty cần dancer diễn sự kiện sẽ có yêu cầu riêng liên quan đến nội dung và hình ảnh của ban tổ chức. Nhóm nhảy phải đảm bảo dựng bài phù hợp với nội dung, thông điệp của công ty và truyền tải một cách thú vị, dễ hiểu, nhiều cảm xúc. Thông thường, nhóm nhảy có khoảng 4 ngày đến 1 tuần để chuẩn bị mọi thứ từ khâu lên ý tưởng, tập luyện và tổng duyệt. Vì thế, những nhóm nhảy chuyên nhận diễn sự kiện phải có tác phong làm việc nhanh, chuyên nghiệp và hiệu quả.

Dancer diễn cho ca sĩ sẽ nhẹ nhàng hơn một chút. Một ca sĩ có thể hát 2 - 6 bài trong một show và diễn lại các bài đó ở nhiều show khác, vì thế

dancer không phải tập nhiều bài mới như diễn sự kiện. Bạn phải đảm bảo nhóm nhảy có số lượng người đi diễn đều, đẹp và không được "lỗi kỹ thuật". Nhóm có thể đi biểu diễn cùng ca sĩ ở nhiều tỉnh và thành phố trong, ngoài nước. Đặc biệt, đi với ca sĩ rất yên tâm vì họ luôn đảm bảo chỗ ăn, ngủ của dancer thoải mái và sạch sẽ.

Khi ca sĩ hoặc ban tổ chức sự kiện gửi nhạc, yêu cầu nhóm cover lại động tác, bài diễn đã dựng từ trước, mỗi dancer được nhận chi phí tập luyện 200.000đ/buổi/bài. Dancer thường mất 1 - 2 buổi để tập xong 1 bài nên tiền tập luyện nhận được chỉ đủ chi phí xăng xe, đi lại. Tiếp đến, dancer được nhận 100.000 - 200.000đ/người khi tham gia rehearsal chuẩn bị trước buổi diễn. Mức lương biểu diễn khoảng 700.000 - 1.000.000đ/người/bài. Dancer có thể kiếm 4.000.000 - 6.000.000đ/show nếu diễn nhiều bài. Bên cạnh đó, nếu dựng bài, biên đạo cho ca sĩ hoặc sự kiện, dancer được nhận khoảng 3.000.000 - 15.000.000đ/bài tùy vào độ khó và mức yêu cầu của họ.

Thực ra, thu nhập là lý do khiến nhiều người bỏ nghề (nhóm tôi cũng tan rã một phần vì nguyên nhân này). Ngay từ khi thành lập nhóm, tất cả mọi người đều xác định LYNT là nhóm

bán chuyên nghiệp, mọi người vừa đi làm công việc khác, vừa đi nhảy như một nghề tay trái. Nhưng cứ duy trì một thời gian dài như vậy, các bạn cảm thấy không thể hoàn thành 100% công việc họ đã lựa chọn nên cũng quyết định dừng lại. Điều này không có nghĩa họ không đam mê. Phải đam mê rất lớn nhóm chúng tôi mới có thể đi cùng nhau 8 năm, nhưng mỗi người rồi sẽ có những chọn lựa riêng.

Các bậc phụ huynh hầu như không muốn con em mình theo nghề dancer vì công việc không ổn định, không có tổ chức nào đứng ra bảo đảm tương lai. May mắn, gia đình tôi khá thoải mái và ủng hộ con tự do theo đuổi đam mê. Dù nhóm tan rã, tôi vẫn tiếp tục con đường làm dancer, biên đạo, làm nghệ thuật. Tôi hoạt động độc lập, đi dạy nhảy, nhận show và liên hệ các bạn freelance diễn cùng mình.

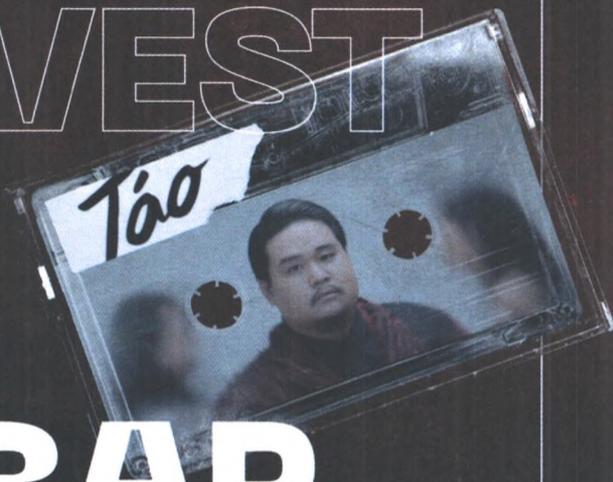
Nhiều bố mẹ nghĩ đi nhảy chỉ cho vui, là tuổi trẻ thôi. Hết trẻ rồi, bạn phải tìm công việc khác. Nhưng, tôi thấy ở nước ngoài có rất nhiều dancer tuy có tuổi nhưng sức khỏe rất tốt. Họ say mê cuồng nhiệt và luôn cháy hết mình trên sân khấu, trên những sàn đấu. Tên tuổi của họ vươn xa khắp nơi vì họ là những người siêu giỏi và truyền được cảm hứng cho thế hệ trẻ sau này. Song song với đó, họ vẫn làm

giáo viên giảng dạy hoặc mở một số trung tâm đào tạo dancer để nuôi dưỡng những mầm xanh và gắn kết những con người cùng chung chí hướng với nhau để thoải mái sáng tạo, thỏa mãn đam mê (điều này rất đáng để học hỏi đấy chứ).

Giữa những định kiến bủa vây, có lẽ điều tốt đẹp nhất của nghề dancer là bạn được thỏa sức sáng tạo, được tập luyện cơ thể khỏe mạnh, được sống trong môi trường năng động và từ đó thấy bản thân luôn trẻ trung, hiện đại. Bản thân tôi cũng đã qua không biết bao nhiêu buổi tập và đổ mồ hôi khổ luyện, qua bao nhiêu thị phi, nhưng những giải thưởng, những thời khắc được cháy trên sân khấu trước khán giả, cảm giác “phiêu” trong điệu nhảy và “vén màn” đưa trẻ bên trong mình là niềm hạnh phúc khó có thể diễn tả. Tôi thấy mọi nỗ lực đều đáng giá. Nếu đã trót đam mê, hãy theo đến cùng các bạn nhé! Đến khi có được thành quả, các bạn sẽ hiểu thế nào là hạnh phúc. ■

**GIỮA NHỮNG ĐỊNH KIẾN BỦA VÂY,  
CÓ LẼ ĐIỀU TỐT ĐẸP NHẤT CỦA NGHỀ DANCER  
LÀ BẠN ĐƯỢC THỎA SỨC SÁNG TẠO,  
ĐƯỢC TẬP LUYỆN CƠ THỂ KHỎE MẠNH,  
ĐƯỢC SỐNG TRONG MÔI TRƯỜNG NĂNG ĐỘNG  
VÀ TỪ ĐÓ THẤY BẢN THÂN LUÔN  
TRẺ TRUNG, HIỆN ĐẠI.**

# KHOÁC ÁO VEST LÊN VÀ RAP



**KHÁCH MỜI**

**PHỎNG VẤN:**

Võ Hồ Thanh Vi

(Táo)

Rapper

**BIÊN SOẠN**

**BÀI VIẾT:**

Ban biên tập

“Anh thích được cùng em về,  
ăn trứng gà nướng không thấy lòng đỏ

Ngồi cạnh bên nhau ở đâu cũng được,  
nhìn Bitexco mình tưởng tượng ra

Dừng bên nhau mỗi đoạn đèn đỏ,  
trên đường đi ngang qua vài tượng đá

Điện thoại reo, anh quên đi hết tất cả  
“rước em đi”, anh không một mình về nhà...”

(Ngày bình thường – Táo)

## Có những thứ ngẫu nhiên tựa như sắp đặt

Niềm yêu thích nghệ thuật có trong tôi từ nhỏ. Năm 2003, tôi lần đầu tiếp xúc và tìm hiểu về Rap, nhưng mãi đến 2010 tôi mới bắt đầu viết thơ, sau đó hát cover các bài nhạc của Lil' Knight (LK)<sup>(1)</sup> và chính thức dấn thân vào dòng nhạc này. Vì không muốn mãi là người cover nên một thời gian ngắn sau, tôi bắt đầu thực hiện bài hát đầu tiên của riêng mình.

Thời ấy, tôi sống ở ngoại ô Sài Gòn – nơi gần như không có ai chơi nhạc Rap (mọi người toàn gọi là nhạc chế Phong Lê<sup>(2)</sup>) và Rapper hoạt động chủ yếu trên các diễn đàn. Tôi có tham gia một nhóm Rap ở Cà Mau trong 2 năm. Tuy nhiên, nhiều box chat, theo quan điểm của tôi, hơi khó hòa nhập vì nó chủ yếu phục vụ cho mục đích lên lịch giao lưu, gặp gỡ giữa các thành viên ở gần nhau, hoặc có quen nhau bên ngoài từ trước.

Sau 2 năm theo Rap, ý tưởng làm album bất ngờ xuất hiện. Tôi mua vài chiếc đĩa phôi trắng giá 2 ngàn rưỡi cùng mấy tấm giấy bọc, nhờ

một người bạn vẽ hình graffiti rồi cắt ra làm bọc đựng album, bán 5 ngàn đồng/chiếc. Cả lô bán được 50 đĩa, lỗ 200.000 đồng. Dù vậy, album đầu đời đã trở thành động lực để tôi bước ra khỏi diễn đàn ở Cà Mau.

Tôi tiếp tục dự tuyển vào Rappervn.net và G-Fam (2 website về Rap nổi tiếng thời đó) và nhận được lời mời từ G-Fam trước nên tôi gia nhập nhóm. G-Fam đã cho tôi hạt giống, ý niệm về việc “không muốn bản thân giống một người khác”. Đồng thời, G-Fam là nơi tôi có show diễn đầu tiên – một cột mốc quan trọng, kỷ niệm vô cùng đáng nhớ. Tôi ngạc nhiên, vui mừng vì nhiều người đã biết đến “Táo” ngay lần đầu đứng trên sân khấu. Cảm giác ấy thật lạ, bởi ban đầu tôi chọn Rap để tìm kiếm sự công nhận của người khác, không nghĩ nó sẽ trở thành công việc lâu dài. Sau khi được sân khấu đầu tiên “đánh thức”, tôi tiếp tục theo Rap và mọi thứ tiếp diễn đến bây giờ.

Xin tự giới thiệu, tôi là Võ Hồ Thanh Vi (Táo) – người làm nhạc chuyên “mổ xẻ” những nỗi buồn với khát vọng tìm lối thoát. Gần 10 năm trong nghề,

<sup>(1)</sup> Lil' Knight (LK): LK sinh năm 1983 tại Hà Nội, là một ca sĩ nổi tiếng thành công với nhạc Rap. Anh là thành viên ưu tú của Vietdreamerz và là một trong những người đặt nền móng cho RapClub.

<sup>(2)</sup> Phong Lê: Diễn viên, ca nhạc sĩ, Rapper đầu tiên trong làng nhạc Việt Nam tại Hoa Kỳ nổi tiếng với nhiều bản nhạc chế.

không quá dài, nhưng đủ để tôi nhìn thấy sự trưởng thành của bản thân qua từng tác phẩm, cũng như đủ tự tin nói với mọi người: "Tôi là một Rapper".

## Sóng thì vẫn dào dạt, buồn thì viết vào nhạc

Rap là sự hòa trộn của nhiều yếu tố, bao gồm cả phần hát, phần rap khiến bài nhạc thu hút. Tôi thường đánh giá một bài Rap qua nội dung, cách chơi chữ,... Đối với tôi, một người bắt đầu làm nhạc Rap nên chú ý vẫn – khía cạnh cơ bản nhất: sử dụng bao nhiêu vẫn trong các cặp câu, sắp xếp vẫn ở đầu câu, cuối câu hay giữa câu,... Thông thường, mọi người tìm vẫn trước sau đó ghép những câu còn lại để bài nhạc có ý nghĩa. Đôi khi, vì quá chú trọng giữ vẫn nên câu từ có phần sai với ngữ cảnh chung của bài hoặc vẫn xuất hiện hơi gò bó, miễn cưỡng.

Bên cạnh vẫn, flow<sup>(3)</sup> và "cảm" beat cũng vô cùng quan trọng. Nếu không nắm được 2 kỹ thuật này, cách bạn hát Rap có thể giống như... đọc về hoặc lệch sang một dòng nhạc nào khác. Các bài Rap trước đây của tôi

thường lấy acapella<sup>(4)</sup> ghép với beat nên nghe không hợp. Sau này, khi sáng tác nhiều hơn, tôi mới tìm ra sự tương quan giữa việc viết lời và nhịp.

Thời của tôi còn có luật bất thành văn là muốn Rap bạn phải biết... chơi bóng rổ, biết beatbox,... chuyện thật như đùa, toàn những thứ không liên quan. Mỗi thời sẽ có những "starter pack"<sup>(5)</sup> kiểu như vậy, nhưng thiếu nó không đồng nghĩa bạn không thể trở thành Rapper nhé (tôi chẳng biết chơi gì trong những thứ "luật" đó và vẫn trở thành Rapper đấy thôi).

Mặc dù lắm "luật lệ" như vậy, Rap lại không đòi hỏi nhiều kỹ thuật phức tạp trong thanh nhạc. Đây cũng là điểm khác biệt cơ bản giữa Rap với các dòng nhạc khác (và là lý do ban đầu tôi chọn Rap). Ngoài việc dễ dàng kiếm được nhạc nền, Rap là một ngôn ngữ, một phương thức để "phát tín hiệu" của bản thân – những thứ không thể truyền tải qua việc trò chuyện. Trong khi đó, một bài nhạc thông thường bị lệ thuộc vào nốt nhạc khiến bạn đôi lúc bị cưỡng âm, và khi cảm thụ âm nhạc của bạn còn hạn chế, bạn chưa thể tiếp cận được những tầng bậc cao hơn.

<sup>(3)</sup> Cách Rapper thể hiện sáng tác của mình, biến lyric trở thành một "giai điệu" riêng.

<sup>(4)</sup> Thể loại nhạc ca sĩ chỉ sử dụng giọng hát của mình mà không sự hỗ trợ của các loại nhạc cụ khác.

<sup>(5)</sup> Hành trang cho người mới bắt đầu.

“Anh điên vì thứ gì đó không rõ và không có thuốc tỉnh

Bất chấp những lần em bắn anh bằng cây súng dùng  
đạn “lời lạnh lùng”

Anh vẫn muốn mỗi khi em thấy mệt mỗi đều có anh  
ngồi kề cạnh cùng

Em còn nói anh biết những thứ thế giới của em không  
một ai nghe

Làm anh lầm tưởng mình là đặc biệt, tự tách con tim ra  
thành hai phe”

Mười mấy ngày sau đó

Táo

Ngày xưa, các Rapper chỉ có mấy video boom bap<sup>(6)</sup> nên họ phải là những người có kĩ năng thượng thừa mới khiến bản nhạc cuốn hút người nghe. Bây giờ, sự xuất hiện các trường phái mới như new school<sup>(7)</sup> giúp nhạc Rap đa dạng hơn, không bị một màu. Rap vừa là một chất liệu, vừa là một dòng nhạc và vừa là một cách thể hiện. Rap cho phép bạn được cởi mở kết hợp nhiều thể loại khác như jazz, blues,... Điều này giúp tôi thỏa sức sáng tác và cảm thấy mình tự do.

Trước đây, Rapper chia ra nhiều khu vực: Quận 2 Rap, Hà Nội Rap, Hải Phòng Rap, Quảng Ninh Rap,... Nhưng giờ, Rap Việt đang phát triển với tốc độ nhanh chóng. Rapper được truyền thông nhắc đến nhiều hơn, sự liên kết bắt đầu mở rộng. Mọi người đang cùng xây dựng một bức tranh về Rap để những người không biết thể loại này cũng nhận diện được. Nhiều nghệ sĩ, ngành nghề khác đã hợp tác với Rapper để nâng cao chất lượng sản phẩm âm nhạc. Ngôn ngữ, cách làm nhạc của Rap không còn bị kỳ thị. Khi thưởng thức Rap, khán giả cũng không đánh giá khắt khe như các dòng nhạc còn lại.

<sup>(6)</sup> Một thể loại beat trong nhạc Rap

<sup>(7)</sup> Một trường phái làm nhạc mới trong Rap (có sử dụng nhiều âm thanh điện tử, thay đổi những luật lệ cũ của old school)

## Cảm ơn những nỗi buồn vì đã đưa đôi chân này đến quán

Từ năm lớp 10 đến lớp 12, thay vì chơi game, tôi có cách khác để giải trí, thể hiện bản thân mà không quá tốn kém, đó là: làm nhạc. Nghệ danh "Táo" ra đời năm 2012. Táo là một mặt khác của con người tôi khi đối diện với bản thân và viết nhạc, không giống tôi khi chia sẻ cảm xúc với mọi người trong đời thật. Tôi hình thành thói quen có điều kiện: chỉ viết nhạc khi buồn. Tôi khai thác nỗi buồn, khai thác chính mình như thế tới năm 2019 - 2020, thời điểm album *Đĩa Than* ra đời.

Album *Đĩa Than* gồm 7 bài hát được thực hiện trong 4 năm. Về mặt thương mại, *Đĩa Than* là cuộc cách mạng vì mang đến cho tôi lợi nhuận để trang trải cuộc sống, đầu tư nhiều thứ sau này. Về khía cạnh nghệ thuật, *Đĩa Than* là album đầu tiên tôi không phải mua beat và làm việc trực tiếp với producer. Trong 4 năm thực hiện *Đĩa Than*, tôi học hỏi mỗi ngày, mỗi khi tiếp thu được thứ gì mới lạ, tôi lại bỏ hết những thứ từng làm trước đây để áp dụng vào sản phẩm. *Đĩa Than* đặc sắc vì không phân tách các bài hát, 7 bài trong album được phát liền

mạch, khán giả thưởng thức liên tục. Đồng thời, *Đĩa Than* đánh dấu bước đầu tiên tôi đưa nhạc kịch vào âm nhạc. Từ đầu đến cuối *Đĩa Than*, bạn sẽ thấy tiếng mưa lớn dần, lớn dần, giống như chủ đề của album: cơn bão. Sau khi phát hành, tôi rất vui vì album được đánh giá cao bởi những người tôi rất nể phục trong nghề.

Mọi người nghĩ Táo là người làm nhạc tình, nhưng *Đĩa Than* nói về cuộc sống. Đối với tôi, Rap chỉ có 2 loại: viết về cuộc sống và viết để "dizz"<sup>(8)</sup> nhau (tình yêu cũng là một phần của cuộc sống mà). Nhiều người nghĩ Rap gắn liền với chất "đường phố" vì nó ra đời từ Mỹ – đất nước được tự do thể hiện cái tôi. Nhưng tôi luôn định nghĩa bản thân là người "mặc sơ-mi và khoác chiếc áo vest" hát Rap, bởi tôi không cảm thấy chất "đường phố" trong mình. Thú thực, nghe lại những bản Rap diss của mình, tôi thấy không hay vì nó không truyền tải được bản thân. Những câu chữ nghe miễn cưỡng vì tôi không đủ sự bức tức hay thù hận khi viết ra nó. Tôi không nuôi dưỡng sự thù ghét được, và tôi cũng quan niệm mình không dành thời gian viết nhạc cho người mình không hợp.

<sup>(8)</sup> Một văn hóa của nhạc Rap: Rap Battle

Tuy nhiên, Đĩa Than ra đời cũng là thời điểm tôi nhận ra: Ban đầu, Táo được tạo ra bởi tôi, bây giờ, cuộc sống của tôi hoàn toàn bị ảnh hưởng bởi Táo. Mọi người nghĩ tôi là Táo, thay vì nghĩ Táo là tôi. Cuộc sống của tôi thành chuỗi ngày xoay quanh những câu chuyện buồn, những năng lượng không tốt, khiến tôi không thể vui được. Mỗi ngày, tôi lên mạng và nhận rất nhiều nỗi niềm u uất từ các bạn trẻ. Tôi mở lòng với mọi người, lắng nghe họ, không muốn bỏ mặc ai, nhưng tôi không thể tiếp nhận quá nhiều sự tiêu cực vì điều đó khiến tôi khó kiểm soát năng lượng của mình. Đôi khi, bạn thấy fanpage của Táo chỉ post một dấu chấm cũng thu về những comment kiểu: “Chấm hết rồi phải không anh?” Tôi nhận ra, với chừng ấy người theo dõi, nghe nhạc của Táo, tôi bắt đầu có tác động đến một cộng đồng nhất định và gây ra ảnh hưởng nếu khán giả hiểu sai ý nghĩa âm nhạc tôi làm.

**“Căn phòng anh cô đơn chẳng còn chút nắng**

**Sau ô cửa, giam mình trong những tiếng mơ hồ**

**Anh nghe lời em thoáng qua, nghe thời gian đứng yên  
nghiêng mình**

**Nhìn mọi thứ trống vắng mông lung**

**Xung quanh tường cao nên anh nhìn sao chẳng thấy**

**Em ơi mình xa bao lâu rồi đã trôi đi**

**Đôi mi của em đã khô, con tim của anh tan vỡ”**

Trước giờ, tôi luôn coi sự tiêu cực và nỗi buồn là một cuộc triển lãm: chúng ta cùng bước vào ngắm nghía, cảm nhận, phân tích, và khi đi ra có thể thấy tâm hồn, con người của mình mới mẻ hơn, trầm tĩnh hơn. Nhưng mọi người bắt đầu lầm tưởng, họ nói “đang vui nghe nhạc của Táo muốn trầm cảm, tự tử”. Những

lời này khiến tôi cảm thấy việc đánh giá một bài hát nặng nề quá. Tôi nhìn lại và nhận ra: Táo luôn nói về tác hại của những nỗi buồn nhưng chưa bao giờ đưa ra giải pháp, chưa bao giờ cho mọi người thấy điều gì ngoài chèn ép cuộc sống. Hiểu điều đó, tôi bước sang giai đoạn tiếp theo của cuộc đời, thả lỏng hơn, tận hưởng cuộc sống hơn. Mọi người thấy “tượng đài về nỗi buồn” bắt đầu sống vui hơn, sử dụng ngôn ngữ hiệu quả hơn.



“Em thử nhẹ một sợi khói, khiến bầu trời vỡ làm hai nửa  
Nếu mà anh không tới, thì cả đời đâu còn ai sửa  
Đóm lửa đỏ trên đầu thuốc rơi vào gạt tàn như thể sao băng  
Hồn anh như lạc đàn ở giữa bạt ngàn góc rẽ bao quanh  
Xin lỗi vì lòng hơi say, trong đầu thì đầy chén chaoáng  
Cảm ơn những nỗi buồn vì đã đưa đôi chân này đến quán  
Anh biết là nếu đêm tàn sẽ kéo thêm ngàn suy nghĩ miên man  
Nên là, vui đi, để tìm mình liên hoan”

Nỗi buồn vẫn tồn tại, nhưng người tiếp nhận và “chiêm ngưỡng” nó cảm thấy bình thản hơn. Mọi người cảm nhận được tôi đang tích cực lên (dù âm nhạc của Táo vẫn gắn liền với nỗi buồn) và tôi thấy ổn khi chia sẻ nó. Tôi muốn chữa lành con người, gạt bớt đi những thứ tăm tối nhất trong họ. Tôi muốn mọi người hiểu rằng những nỗi đau không khiến họ trở nên độc bản, cô đơn hay trở thành cá biệt, ngoại lệ. Rất nhiều người cũng đang cảm thấy như vậy và bạn cần chia bớt những năng lượng đó để cuộc sống thoải mái, nhẹ nhàng hơn.

Sau 10 năm (2010 - 2020) cô lập bản thân để sáng tác, bước sang giai đoạn này, tôi không chỉ dừng lại ở làm nhạc và viết Rap mà còn hướng đến những thứ có tính chia sẻ. Tôi cảm nhận “quặng mỏ” đóng mình trong thế giới riêng đã khai thác hết. Ban đầu, tôi sợ giống người khác nên thường cô lập mình. Giờ đây, khi đã hiểu và kiểm soát được những điểm mạnh, yếu trong âm nhạc của mình, tôi bước ra ngoài nhiều hơn. Tôi bắt đầu dẫn thân vào những thể loại khác, phát triển nhiều khả năng mới như chụp ảnh, vẽ tranh để thu thập chất liệu sáng tác. Tuy nhiên, bạn hãy nhớ những kỹ năng, giác quan khác nhằm mục đích hỗ trợ cho âm nhạc,

giải thoát khỏi bế tắc, chứ không phải học cái mới mà bỏ quên cái cũ.

Hơn nữa, tôi cảm nhận âm nhạc giờ đây không chỉ là nghe, người ta còn muốn nhìn, cảm nhận, nên tôi ao ước tạo ra những tác phẩm đa diện hơn. Ngày xưa, người ta luôn cố gắng bỏ đi những tạp âm trong một bài nhạc. Nếu một bài Rap bỏ hết tiếng xe cộ, tiếng chửi thề, vậy bài Rap đó có còn là đường phố, là cuộc sống không? Vì vậy, tôi bắt đầu thử mang tiếng ồn vào nhạc (khởi đầu là tiếng mưa trong Đĩa Than) để khán giả nghe những âm thanh “rất đời” ấy. Mặt khác, khi thường thức một tác phẩm, khán giả thường bị ảnh hưởng bởi ngữ cảnh xung quanh nên tôi càng muốn đưa hoàn cảnh thật vào ca khúc: những tiếng tích tắc, tiếng xe cộ qua lại bất chợt, tiếng người chửi om sòm,...

Cùng với âm thanh, tôi muốn hình ảnh trong các tác phẩm của mình sống động hơn, hay khi tôi trình diễn, show diễn sẽ có thêm mùi hương, ánh sáng,... Tôi cho phép mình và những nghệ sĩ làm cùng thỏa sức biến đổi, thay vì giết chết sự sáng tạo bằng cách ép họ vào một khuôn khổ. Thử tưởng tượng, bạn có một bài nhạc, bạn đi tìm kiếm họa sĩ và đưa họ bản brief dài thòng: “Tôi muốn cái này

nè, làm như thế kia nè, tôi tưởng tượng nó vậy nè",... Kết quả là bạn đã biến người nghệ sĩ thành cỗ máy thực thi. Hiểu như vậy, tôi thử không brief, nhằm khuyến khích họa sĩ vẽ nên câu chuyện bằng chính cảm nhận của họ (bài "Blue Tequila" hay "Tương Tư" đều được thực hiện như thế). Nhờ đó, mỗi ca khúc của tôi giống như một buổi triển lãm quy tụ rất nhiều những tác phẩm độc lập trong cùng một chủ đề. Tôi không sợ tác phẩm của mình bị "loạn", vì tất cả đều xây dựng trên nền một ý niệm chung. Tôi đưa người ta một hạt mầm để họ gieo trồng. Rõ ràng, nếu hạt mầm đó là hạt xoài, họ khó có thể biến nó thành cây... đậu hà lan. Và thực tế, Blue Tequila được họa sĩ vẽ minh họa một cách độc lập (những bức tranh ấy hoàn toàn có thể đứng riêng trong triển lãm mà không cần nhạc của tôi), nhưng tác phẩm không hề loãng mà trở thành bản thể chung của rất nhiều thứ: những bức tranh, những bộ đồ, những loại rượu được pha chế riêng,...

Tôi muốn chữa lành con người,  
gạn bớt đi những thứ tằm tối nhất trong họ.

Tôi muốn mọi người hiểu rằng những nỗi đau  
không khiến họ trở nên độc bản, cô đơn  
hay trở thành cá biệt, ngoại lệ.

Một chiếc rubik có đến 6 mặt nhưng nó vẫn là rubik. Tại sao phải sợ sản phẩm của mình qua góc nhìn của người khác sẽ biến đổi, khi mà mỗi khán giả đều có cảm nhận của riêng họ? Mình đâu thể ngồi đó và giải thích với từng người: "Tôi muốn bạn hiểu nó như vậy nè, như này mới đúng ý tôi nè?" Một bức tranh được đóng khung trong những lớp kính đã phản chiếu rất nhiều gương mặt và biểu cảm khác nhau, nên càng có nhiều ý kiến, tác phẩm càng đa chiều.

Để làm được điều đó, tôi cần sự khéo léo trong giao tiếp, truyền đạt và lựa chọn những người có "cái tôi" đủ mạnh để họ không bị xuôi theo mình mà vẫn giữ được chủ đề của tác phẩm. Tôi tin mình không có tư duy vẽ giỏi bằng họa sĩ nên tôi để họ được làm việc họ giỏi nhất, không tạo ra những song sắt quanh họ. May mắn, những tác phẩm đầu tiên thử nghiệm cách làm này đều hiệu quả.

Đích đến tiếp theo của tôi là phát triển bản thân nhiều hơn trong lĩnh vực nghệ thuật. Tôi tìm hiểu nhiều về những loại hình nghệ thuật không được chú ý như kịch, cải lương,... Ngày xưa, nếu một bài Rap bị chê, khán giả sẽ phản pháo: "Về nghe cải lương đi!". Òa, cải lương rất hay mà! Nếu chúng ta đủ yêu và phát triển cải

lương, có lẽ người Mỹ đang hát cải lương thay vì chúng ta đang hát Rap? Tôi có những ước mơ, quan điểm về việc bảo tồn di sản và muốn mang nó tới nhiều người hơn. Khó khăn là các loại hình nghệ thuật này không chấp nhận những nghệ sĩ trẻ. Bảo tồn luôn bị đánh đồng với việc nghệ sĩ phải hát lại những bài nhạc cũ. Trong khi đó, nếu cải lương có những tác phẩm mới, tuồng chèo có những vở diễn mới, mọi chuyện phải chẳng sẽ khác? Chúng ta đang bảo tồn bằng cách tạo ra "lồng kính di sản", trong khi, ngày xưa các loại hình nghệ thuật này phát triển vì nó được sáng tạo liên tục. Vì thế, tôi muốn thử sáng tạo với những thể loại cũ xem sao, tôi nghĩ mình có thể là bước chuyển giao cần thiết.

## **Ngược xuôi... cùng những bon chen**

Hiện tại, Việt Nam chưa có trường đào tạo bài bản về Rap. Nếu đam mê và muốn làm nghề, bạn có thể tìm đến học hỏi những người đi trước nhiều kinh nghiệm. Với riêng tôi, tôi không thể nào thấm được các kiến thức khi ngồi nghe giảng. Thay vào đó, tôi tìm các tiền bối và xin làm chung với họ một bài nhạc. Với tôi, đây là cách tiết kiệm thời gian, đi thẳng đến những thứ mình cần học. Bạn cũng nên tìm

kiếm những người có chung sở thích để cùng nhau phát triển. Việc được trao đổi, hỗ trợ giữa những người cùng đam mê sẽ giúp bạn bớt cô đơn và chông chênh.

Tiếp theo, việc tạo cho khán giả thói quen trả tiền nghe nhạc rất quan trọng. Bạn có thể bắt đầu với nhiều kênh như SoundCloud, YouTube,... hoặc liên hệ những bên như Sky Moonship<sup>(9)</sup> để rao bán nếu thấy nhạc của mình ổn. Thường họ sẽ mua 5 - 10 triệu/bài, giúp bạn có một phần kinh phí và tiềm lực view hàng tháng, định kỳ đến từ các nền tảng. Một gợi ý nữa, bạn có thể sử dụng TikTok như kênh truyền thông và viral âm nhạc của mình. Nhiều người vẫn sáng tác, vẫn biểu diễn nhưng không biến nó thành một nghề bởi họ luôn nghĩ sẽ làm công việc khác để kiếm tiền nuôi "mộng nghệ sĩ". Nhưng chơi game mà không bảo trì máy, lâu dần máy sẽ hỏng – làm nhạc mà không kiếm tiền từ nhạc, lâu dần "mộng nghệ sĩ" sẽ tan.

Dần dần, bạn có thể nghĩ đến việc làm album, tạo ra những sản phẩm âm nhạc chín chu, công phu hơn, hoặc tham gia các cuộc thi để tìm

kiếm cơ hội (Rap hiện nay đã là một dòng nhạc phổ biến và được biểu diễn ở nhiều nơi). Hiện tại, những tài năng Rap, Hip-hop, Indie đang được tìm kiếm mỗi ngày. Nếu bạn đủ đặc biệt, không quá khó để bạn tồn tại. Hãy cứ dẫn thân và thể hiện mình.

Khi bạn được nhiều người biết đến, những lựa chọn công việc khác sẽ mở ra. Ví dụ, tôi chưa từng nghĩ một ngày tôi sẽ trở thành content writer cho fanpage của mình hay làm KOL như hiện nay (toàn những việc không liên quan đến làm nhạc, biểu diễn).

Cuối cùng, hãy tái đầu tư vào chuyện làm nghề. Khi kiếm được tiền từ âm nhạc, bạn nên dùng số tiền đó để học thêm, đầu tư cho các sản phẩm tiếp theo thay vì mua xe cộ, nhà cửa,... Ban đầu, bạn cần một số công cụ như mic, sound card<sup>(10)</sup> để thu âm, hoặc đến các phòng thu. Tuy nhiên, tôi nghĩ bạn nên chọn hướng đầu tư thiết bị vì sẽ tiết kiệm hơn và bạn có thể rèn luyện, sản xuất nhạc một cách tiện lợi. Thời gian đầu có thể sản xuất nhiều để mọi người biết đến sự tồn tại của bạn, nhưng lưu ý chọn lựa sản phẩm kỹ càng: cái nào nên phát hành, cái nào nên giữ lại.

<sup>(9)</sup> Sky Moonship: platform bán nhạc

<sup>(10)</sup> thiết bị cho phép âm thanh từ microphone đi vào máy tính.

Hiện nay, tôi thấy mọi người chú trọng tới bản quyền nhiều hơn, bắt đầu tìm mua beat, hoà âm phối khí đàng hoàng thay vì tải trên mạng. Bạn càng đầu tư nhiều chất xám, sản phẩm của bạn càng nguyên bản, “ra tiền” hơn. Khi bạn chấp nhận trả tiền cho những nguyên liệu chế biến, sẽ có người trả tiền cho món ăn của bạn.

## **Tắt tất cả những gì phát thanh, để ngồi buồn nghe thấy lòng ngực thờ**

Đại dịch Covid-19 khiến các hoạt động biểu diễn bị cản trở. Thêm vào đó, nhìn chung, các bạn sẽ gặp khó khăn khi tìm công ty đầu tư. Ở nước ngoài, người ta có thể nhìn thấy tiềm năng của bạn và hỗ trợ phát triển lên, nhưng ở Việt Nam, quy trình bị đảo ngược. Các công ty thường quan tâm đến: một là những người tài năng, vừa hát, vừa nhảy và hai là những người đã nổi tiếng thay vì đào tạo một người hoàn toàn mới. Vậy nên, bạn phải tạo ra tên tuổi trước để các công ty đầu tư vào bạn.

Nói về chuyện tên tuổi, hai khái niệm “mainstream” và “underground” lại “choảng” nhau chan chát. Cá nhân tôi cho rằng hai khái niệm này chưa bao giờ tồn tại ở Việt Nam. Thị

trường Việt Nam chỉ có: bán chuyên nghiệp và chuyên nghiệp. Tất cả Rapper đều đăng nhạc online, nhưng bạn đi diễn chuyên nghiệp thì được coi là “mainstream”. Underground là khái niệm mơ hồ tại Việt Nam, vì từ khi Facebook ra đời, các diễn đàn, website, chatbox mang chất “underground” nhất cũng không còn tồn tại.

Bên cạnh đó, bạn phải chú ý đến giấy tờ, vì trong hợp đồng, có những điều khoản, hạng mục sẽ khiến bạn mất trắng. Rapper thường gặp khó khăn vì không quen với những đường đi nước bước trong ngành công nghiệp giải trí nên bạn hãy lưu ý, tìm hiểu kỹ về hợp đồng để tránh bị thâm tóm.

Cuối cùng, mặc dù truyền thông góp phần không nhỏ giúp Rap phổ biến hơn, song chính truyền thông cũng khiến Rapper phải đau đầu. Điển hình là MV Blue Tequila và câu chuyện bên lề về scandal của diễn viên nữ chính. Sự việc của diễn viên khiến nhiều người tìm đến MV Blue Tequila ấn dislike, comment xấu, thậm chí cả chửi rủa. Nhiều bạn bè thân thiết nhắn tin cho tôi: “Không sao đâu, việc này cũng giúp bài nhạc tăng view”. Nhưng, tôi chưa bao giờ cần lượng tương tác đó – những thứ không liên quan đến sản phẩm và khiến người ta

tò mò về đời tư của mình. Câu chuyện này làm phiền đến cả gia đình tôi. Có người tìm đến bố mẹ tôi nói Táo đang có chuyện trên mạng. Mẹ còn lo lắng gọi điện hỏi: "Có phạm tội gì không?" Thậm chí, có những người nhắn tin bảo tôi xem xét kỹ trước khi mời diễn viên. Tôi trầm nghĩ: "Coi bói hay sao mà biết được?" Việc dislike MV không ảnh hưởng đến tôi, nhưng kênh bị report khiến tôi cùng anh em phải giải quyết. Dự án liên quan đến Blue Tequila gắn liền với hình ảnh nữ chính đó nên chúng tôi phải thay đổi hình tượng nhân vật, diễn viên MV,... Đặc biệt, dù tôi không hề làm gì nhưng báo chí lại viết bài về Táo làm tôi thấy phiền. Thực lòng, tôi mong mọi người hãy đánh giá một bài nhạc bằng chính bài nhạc đó, thay vì những câu chuyện ngoài đời của nghệ sĩ.

## **Để mình hoàn thành trọn vẹn lý do sống trên đời**

Nếu bạn hỏi tôi lời khuyên về chuyện làm nghề, tôi sẽ bảo: Đừng tin lời khuyên của bất cứ ai. Hồi xưa, lúc mới Rap, tôi tìm được Yahoo của một Rapper kỳ cựu mà tôi rất thích, và nhắn: "Anh chỉ em Rap đi anh". Anh trả lời tôi bằng icon mặt cười. Tôi tự

hiểu và cứ tự Rap. Mấy năm sau, anh ấy tìm tôi để hợp tác. Nếu ngày ấy tôi nghe lời khuyên đó, cứ ngồi một chỗ rồi cười thì còn Rap gì nữa?

Nếu bạn đủ tin bản thân, bạn sẽ bắt đầu, bền bỉ và đưa Rap trở thành nghề. Nếu không có niềm tin, một con sóng nhỏ cũng đủ làm bạn ngã tay chèo.

Ngày nhỏ, gia đình luôn nghĩ tôi sẽ làm công việc liên quan đến vẽ (bộ môn tôi thường đạt điểm cao nhất) hoặc kiến trúc vì ngành này có nghề nghiệp ổn định – điều hầu hết cha mẹ đều hướng cho con. Tôi cũng hiếm khi hát ở nhà nên không ai nghĩ tôi sẽ theo đuổi âm nhạc. Nhìn lại thời của mình, khi nói với mẹ rằng muốn học thanh nhạc, tôi liền bị gán mác "xướng ca vô loài". Đối với tôi, sự phản đối của gia đình hay của bất cứ ai đơn giản là: "Bạn chắc chưa?". Nếu chắc, hãy trở thành người giỏi; nếu không, hãy trở thành đứa con ngoan. Tôi không dành thời gian để cãi nhau, chứng minh ai sai, ai đúng. Ba mẹ nói vậy, tôi chọn ra ngoài sống độc lập, đi học, đi làm kiếm tiền. Đến một ngày, ba mẹ thấy kết quả, họ sẽ hiểu tôi đi đúng đường. Thường tôi không chia sẻ chuyện nghề với ba mẹ bởi tôi muốn khi mệt mỏi, tắt máy tính, trở về nhà, tôi chỉ là người con bình

thường và ba mẹ cũng ít bị ảnh hưởng bởi truyền thông (không phải lo lắng theo dõi con trên tivi, báo chí). Được gia đình ủng hộ là điều rất tốt, nhưng nếu không, chỉ cần bạn quyết tâm, mọi thứ sẽ ổn.

Trong sáng tác, tôi có tôn chỉ: “Có thể nói ít hơn, nói nhiều hơn, nhưng đừng nói dư thừa”. Còn trong cuộc sống, tôi cho rằng: “Có thể làm ít hơn, làm nhiều hơn, nhưng đừng làm những việc dư thừa”. ■



“Để không còn nghe những lời hứa suông,  
 Không còn mệt mỏi với người chứa buồn  
 Không còn phải làm những gì chưa muốn  
 Như anh dụi mắt mỗi lần mưa tuôn”



# Nhạc sĩ ơi, hãy yêu đi!

**KHÁCH MỜI  
PHỎNG VẤN:**  
Hồ Hoài Anh,  
Nhạc sĩ

**BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:**  
Ban biên tập

➤ Âm nhạc là hơi thở của cuộc sống. Nhạc sĩ là người ghi lại mọi cung bậc cảm xúc, những chuyển động tinh tế của thời đại bằng nốt nhạc và ca từ. Vì vậy, sẽ thật thiếu sót nếu cuốn sách này bỏ qua vai trò của những người nhạc sĩ. Hãy cùng đến với cuộc trò chuyện với nhạc sĩ Hồ Hoài Anh và lắng nghe chia sẻ của anh sau hơn 20 năm gắn bó với âm nhạc.



## Lớn lên trong môi trường âm nhạc

Tôi may mắn được lớn lên trong một gia đình có truyền thống nghệ thuật. Mẹ tôi là NSND Thanh Tâm – nghệ sĩ đàn bầu chuyên nghiệp – nguyên Trưởng khoa Nhạc cụ Dân tộc ở Nhạc viện. Dì tôi là NSƯT Thanh Hằng, nguyên Phó khoa Âm nhạc Truyền thống tại Học viện Âm nhạc Quốc gia Việt Nam. Lớn lên trong môi trường này, việc tôi theo đuổi âm nhạc diễn ra hoàn toàn tự nhiên, như một lẽ tất yếu.

Tôi thể hiện thiên hướng yêu thích âm nhạc từ nhỏ. Bố mẹ đều là giảng viên Nhạc viện nên tôi được học nhạc bài bản từ năm 6 tuổi. Người ta vẫn gọi là

"con nhà nòi". Những ngày đầu tiên học nhạc, tôi là cậu bé rất đam mê, học hành hăng say, chăm chỉ. Gần 40 năm trôi qua với thật nhiều kỷ ức không thể kể hết, nhưng tôi vẫn nhớ mãi khi được Giáo sư âm nhạc Nguyễn Thị Nhung gửi tặng cuốn sách Lý thuyết âm nhạc, bìa sách có lời đề: "Mến tặng nhạc sĩ Hồ Hoài Anh" (lúc đó, tôi mới 7 tuổi). Cuốn sách ấy, tôi vẫn giữ bên mình đến ngày hôm nay.

Lúc nào tôi cũng cảm thấy cuộc sống của mình là âm nhạc. Không làm nhạc sĩ, tôi không biết mình có thể làm gì khác. Tôi chưa bao giờ xác định trở thành ca sĩ. Có lẽ vì tư duy của một người học nhạc chần chừ từ nhỏ thường khá khắt khe về các nội dung trình diễn, luôn cho rằng đã đứng trên sân khấu phải là người hát cực kỳ hay, diễn cực kỳ tốt. Tôi sẽ không thoải mái khi cảm thấy có bất cứ điều gì chưa ưng ý, dù rằng, trong giới nhạc sĩ, tôi tự nhận bản thân là người hát khá ổn. Một lý do khác có lẽ nằm ở cơ duyên. Thời 18, 20 tuổi, tôi từng tham gia một nhóm nhạc, cũng hát hò nhảy múa, đi hát kiếm tiền. Thời đó thị trường giải trí chưa phát triển, không phải lúc nào cũng được hát trên những sân khấu lớn. Có giai đoạn tôi đi hát ở quán bar, phòng

trà, vũ trường để có thêm thu nhập. Nhiều khoảnh khắc hát bài mình rất tâm đắc trên sân khấu mà ở dưới người ta chẳng để ý, họ có vẻ thích nhạc "sến" hơn. Những trải nghiệm ấy khiến tôi khá nản. Sau này, được trải nghiệm nhiều vị trí khác nhau, tôi cảm thấy bản thân phù hợp với công việc sau ánh đèn sân khấu. Tôi thích việc tạo ra các sản phẩm âm nhạc, được vui đầu trong studio sáng tác, hoà âm, phối khí,... Càng làm, tôi càng chắc chắn mình hợp với thể giới của một nhạc sĩ hơn.

Năm 2003, tôi tốt nghiệp Nhạc viện khi 23 tuổi và tiếp tục hoạt động nghệ thuật ở Hà Nội. Đến năm 25 tuổi, tôi bắt đầu được mọi người biết đến nhiều hơn với một vài sáng tác (trong đó có bài "Đầu có lỗi lắm"). Giai đoạn đó, tôi hoạt động khá tích cực: sinh hoạt trong các nhóm nhạc, đi diễn, sáng tác, làm một home studio thu âm cho các ca sĩ.

Một đợt, tôi cũng tham gia vài gameshow truyền hình như Trò chơi âm nhạc, Thần tượng âm nhạc, Sao mai điểm hẹn,... Những chương trình này không mang lại nhiều giá trị chuyên môn nghề nghiệp, tuy nhiên, nó cũng là một phương tiện để mình được nhiều người biết đến hơn.

## Viết nhạc thời nay liệu có quá khó?

Từ “nhạc sĩ” ở Việt Nam được sử dụng chung cho tất cả những người sáng tác hay chơi nhạc cụ. Nếu phân chia cụ thể, chúng ta sẽ có rất nhiều vị trí công việc như: Songwriter – Người sáng tác bài hát, Composer – Người soạn nhạc (bao gồm cả nhạc không lời), Musician – Nhạc công, người chơi các loại nhạc cụ, Harmonic musician – Nhạc sĩ hoà âm,...

Để sáng tác, bạn cần học lý thuyết âm nhạc cơ bản, nắm được một vài dạng hợp âm, và tốt nhất nên biết chơi một nhạc cụ nào đó. Phần giai điệu của các ca khúc hiện giờ thường đơn giản, chủ yếu tập trung vào concept ý tưởng cho lời bài hát. Mỗi khi có ai hỏi tôi làm sao để viết lời hay, tôi đều trêu là xin liên hệ lại cô giáo dạy văn tiểu học. Để viết lời tốt cũng cần chút năng khiếu viết lách thơ văn, không phải ai cũng có thể viết hay. Tuy nhiên, có vài cách để cải thiện kỹ năng này. Hãy đọc thật nhiều thơ, nhiều bài viết hay, đọc kỹ lời những bài nhạc Việt Nam, nước ngoài và phân tích xem họ viết như thế nào. Mỗi giai đoạn trong dòng chảy âm nhạc sẽ có những xu hướng viết lời khác nhau. Thời nhạc tiền chiến, người ta viết theo lối lãng mạn,

“mây trôi hoa chảy”. Đến thế hệ của các nghệ sĩ gạo cội như Trần Tiến, Thanh Tùng, Dương Thụy,... các chú vẫn kế thừa lối viết lãng mạn, ý tứ bay bổng nhưng không quá rõ ràng, và thường sử dụng những ngôn từ rất đẹp. Sau đó đến thời của Làn Sóng Xanh, thế hệ đầu tiên của nhạc trẻ, lúc đó thì cứ nói thẳng “anh yêu em”, “em yêu anh”, “dấu yêu ơi”,... không còn ý nhị gì nữa. Tôi thấy đó là thời bí lời nhất, ngôn từ nhiều khi khá vô nghĩa, nhàm chán. Ở giai đoạn hiện tại, xu hướng viết lời chia làm nhiều trường phái khác nhau: viết lời đáng yêu cute, viết lời chân thực,... “Bỏ em vào balo, đưa em ra khỏi thủ đô” – lối viết lời này chỉ thời nay mới có. Âm nhạc mang hơi thở của thời đại, lời bài hát cũng vậy. Các bạn cứ phân tích từng thể loại nhạc xem người ta viết lời như thế nào, lời các bài hit có điểm gì đặc biệt, cách họ sáng tác ra sao,... rồi bạn sẽ tìm ra lối viết của riêng mình.

Những năm gần đây, tôi quan sát thấy sự nổi lên của thế hệ tác giả trẻ (thuộc nhóm songwriter). Có những bạn không qua đào tạo bài bản về âm nhạc, nhưng khả năng cảm nhận và viết lách tốt, họ tự học mỗi thứ một chút cũng có thể hoàn thành một bài hát. Nói vậy để thấy, sáng tác một bài hát không quá khó khăn. Chuyện

viết nhạc ngày nay cũng không đến mức cầu kỳ sang trọng, các bạn chỉ cần tập trung hơn vào khâu viết lời và yếu tố cảm xúc của bài hát, làm sao để người nghe dễ dàng đồng cảm và thấm thấu. Chưa kể, hiện nay có rất nhiều công cụ, ứng dụng hỗ trợ sáng tác, thậm chí, bạn có thể sáng tác nhạc chỉ bằng chiếc laptop và con chuột máy tính. Có những bạn producer khi bắt đầu còn chẳng biết một nốt nhạc nào, toàn "vẽ" bằng chuột, vậy mà vẫn có thể tạo ra những bản nhạc hay. Các bạn cũng có nhiều nguồn học hơn, cả online và offline, không hạn chế như thế hệ chúng tôi. Đồng thời, đối tượng khán giả rất rộng, lối thưởng thức âm nhạc của họ cũng ngày càng rộng mở, không quá gò bó khắt khe. Có những người cả đời chỉ thích nghe nhạc giao hưởng. Có những người chỉ cần nghe vài ba nốt nhạc đơn giản là đã vui rồi. Quan trọng là bạn xác định được nhóm công chúng mà mình phục vụ.

Với các bạn "tay ngang" viết nhạc, các bạn có thể chủ động tìm học ở các lớp học tư nhân, các khóa học online (thiếu cái gì ta tìm học cái đó). Nền tảng Muzika<sup>(1)</sup> tôi lập ra cũng dành cho các bạn sáng tác không chuyên như

vậy. Nhưng nếu mong muốn trở thành nhạc sĩ chuyên nghiệp, các bạn nên học nhạc bài bản từ sớm, nghiêm túc trau dồi trong nhiều năm. Hầu như các tỉnh thành lớn đều có các trường dạy nhạc chuyên nghiệp, nhiều quy mô khác nhau. Tùy theo nhu cầu, hoàn cảnh gia đình để bạn chọn được môi trường học tập phù hợp.

## Để sáng tác không đi vào lối mòn

Dù là "tay ngang" hay "tay chuyên", trước khi ra mắt một sản phẩm âm nhạc, người nhạc sĩ phải suy nghĩ về nó rất nhiều. Khi đầu đầu trần trở với sáng tác của mình, bạn sẽ tìm ra cốt lõi vấn đề. Bạn có thể cho gia đình nghe thử để có được thêm những phản hồi từ họ, hoặc khui vài chai rượu mời bạn bè đến nghe. Nếu nó chưa hay hoặc hao hao giống một bài hát nào trước đó, mình lại tiếp tục sửa. Quá trình viết lại này cũng giúp chúng ta học rất nhiều. Có khi bạn phải đọc cả cuốn nhạc lý để biến thể được 3 nốt nhạc. Sự kết hợp giữa các nốt nhạc luôn thiên biến vạn hoá, chỉ từ 3 nốt nhạc cơ bản, bạn có thể viết ra những giai điệu rất hay.

<sup>(1)</sup> Muzika: Nền tảng học nhạc online chuyên nghiệp cùng ca sĩ/nhạc sĩ nổi tiếng, do nhạc sĩ Hồ Hoài Anh thành lập.

Vậy nên nói thật, những người làm nhạc chuyên nghiệp như chúng tôi có “đạo nhạc” thì các bạn cũng không biết được đâu.

Tuy nhiên, nghiêm túc cẩn thận là một chuyện, đôi khi ta cần biết điểm dừng. Không phải lúc nào cũng có thể ứng ý hoàn toàn với sản phẩm của mình. Có những bài hát phiêu theo cảm xúc, có khi chỉ 5 - 7 phút là viết xong (bài “Nàng thơ xứ Huế” của tôi là một bài như vậy). Cũng có những bài, sửa lại nhiều lần cuối cùng lại quay về bản đầu tiên. Đôi khi, mình cần biết chấp nhận ở mức tương đối. Mình sáng tác nhưng chưa chắc đã là người quyết định 100% thành công của một tác phẩm. Có nhiều bài hát tôi cực kỳ tâm đắc, nhưng khi ra mắt lại không được đón nhận bằng những bài hát tôi không quá để ý. Chẳng hạn, tôi chẳng thích bài “Đầu có lỗi lắm” lắm, nhưng đó lại là một trong những bài hát làm nên tên tuổi Hồ Hoài Anh. Tôi cũng không quá thích bài “Tết Xuân”, nhưng đến nay mọi người vẫn yêu thích bài nhạc đó.

Đôi khi công chúng quá “dễ dãi”, thiếu chiều sâu, dễ nghe, dễ quên. Người ta có quá nhiều thứ để nghe, thành ra nếu âm nhạc của bạn không có gì đặc biệt sẽ sớm bị rơi vào quên

lãng. Hơn nữa, việc đào tạo âm nhạc ở môi trường phổ thông tại Việt Nam chưa được đầu tư một cách đúng đắn, dẫn đến hệ quả là khả năng cảm thụ nghệ thuật của người Việt còn thô sơ. Có nhiều sản phẩm âm nhạc mới mẻ đột phá, nhưng lại quá kén người nghe, không được công chúng đón nhận đúng với chất lượng của nó. Chúng ta vẫn chưa thể so sánh với các nước phát triển, khi con em của họ từ nhỏ đã biết thưởng thức một bức tranh đẹp, một bài nhạc hay, đã biết đến những họa sĩ, nhạc sĩ nổi tiếng thế giới. Ở Việt Nam, người ta vẫn đánh giá con người dựa trên sự giàu có: tiền bạc,

đồ hiệu, nhà lầu, xe hơi,... thay vì đánh giá học thức, cách sống, đời sống tinh thần hay sự hạnh phúc.



Đương nhiên, mọi chuyện có thể thay đổi theo hướng tốt lên, nhưng đó là cả một lộ trình trong tương lai dài.

Một điểm nữa các bạn cũng nên lưu ý, đó là âm nhạc nói riêng, nghệ thuật nói chung, tất cả đều phát triển từ một "cái nôi" cổ điển từ nhiều năm trước. Mỗi thể loại nghệ thuật sẽ chia ra nhiều trường phái, mỗi trường phái lại đi theo một phong cách. Vì thế, việc một nghệ sĩ chịu ảnh hưởng từ các tác phẩm nghệ thuật đi trước là không thể tránh khỏi. Bạn nghe nhiều nhạc Mỹ, âm nhạc bạn viết ra có thể sẽ mang âm hưởng Mỹ. Vậy nên, hãy cẩn thận đánh giá các sản phẩm âm nhạc của mình, không để bản thân bị đi vào lối mòn. Một cách để ít bị ảnh hưởng bởi những sáng tác đi trước là bạn nghe thật nhiều thể loại, phân tích rõ ràng đặc điểm từng dòng

nhạc. Khi hiểu được những đặc điểm, xu hướng sáng tác đó, bạn sẽ hiểu đâu là điều mình có thể áp dụng, đâu là điều mình nên tránh. Âm nhạc vốn luôn luôn kế thừa và học hỏi như vậy. Cái giỏi của người sáng tạo là biến những thứ mình thích thành chất riêng, thành phong cách cá nhân.

Nói đến cái chất, cái phong cách, các bạn Spiderum hỏi tôi: "Vậy phong cách âm nhạc của Hồ Hoài Anh là gì?" Câu hỏi này khiến tôi cũng hơi... khựng lại. Trong suốt quá trình sáng tác, tôi tự đưa mình vào thế khó khi muốn thử làm nhiều thứ, sáng tác nhiều phong cách khác nhau. Tôi tự tin là mình chọn phong cách nào sẽ viết ra được phong cách đó, nhưng cũng vì viết quá nhiều thể loại, chính tôi cũng không gọi tên được chất riêng của mình. Có lẽ là sự đa dạng chẳng? Đôi lúc, những sáng tác của tôi lãng mạn, hướng thiện, thỉnh thoảng, lại có những bài đậm

màu "âm ti" (ví dụ, bài "Tứ Phủ" là một sáng tác vượt qua giới hạn trong sáng của những bài hát thông thường). Đến bây giờ, rất khó để tôi chọn được bài hát mà bản thân yêu thích nhất, nhưng nhìn chung, một bài nhạc làm mình "sướng" thường có 2 yếu tố: hoặc là



mình đã dành rất nhiều tâm huyết cho nó, hoặc là nó có sự “khùng điên” đặc biệt.

## **Điên, nhạy cảm, nhưng vẫn tỉnh táo**

Tôi thuộc thế hệ “lỡ cỡ”, nửa nghiêng về những đàn anh đi trước, nửa gần với lớp trẻ bây giờ. Thế nhưng, dù già hay trẻ, người nhạc sĩ luôn cần cái nhìn nhạy cảm với cuộc đời. Đôi khi một chiếc lá rơi cũng khiến mình rung động. Hơn nữa, âm nhạc là sáng tạo, mà đã sáng tạo cần có chút “điên” trong người.

Chẳng hạn, ngoài thời gian sáng tác, tôi cũng cho phép bản thân có thời gian nghỉ ngơi để đầu óc thoải mái, thông thả quan sát cuộc sống. Nhiều khi lang thang ngoài đường, chợt nghĩ ra một giai điệu, ý tứ nào đó, tôi lưu lại ngay bằng điện thoại rồi về nhà hoàn thiện sau. Những cảm xúc đầu tiên đó không nên bỏ lỡ.

Ngoài “điên” và “nhạy cảm”, các bạn cũng cần liên tục cập nhật các xu hướng mới, biết cách xây dựng hình ảnh cá nhân, biết làm truyền thông cho những sản phẩm âm nhạc của mình. Thời nay, khó để thành công nếu bạn chỉ biết duy nhất việc sáng

tác. Có được một bài hát hay, bạn còn phải biết cách dẫn dắt bài hát đó len lỏi vào cuộc sống của khán giả. Điên một chút, nhạy cảm một chút, nhưng vẫn tỉnh táo để biết mình cần học gì, cần làm gì để sản phẩm âm nhạc được công chúng đón nhận.

Nhắc đến hai từ “đón nhận”, có lẽ nhiều bạn sẽ tự hỏi đâu là cái đích của người nhạc sĩ? Liệu có phải là giàu sang và danh tiếng? Thực tế, không nhiều nhạc sĩ đặt chúng là mục tiêu phấn đấu trong sự nghiệp.

Trước tiên là về sự giàu sang. Tôi nghĩ ở Việt Nam chưa có nhạc sĩ nào thực sự giàu có cả. Thế nhưng, không phải ngẫu nhiên trong từ “nhạc sĩ” có chữ “sĩ”. Hầu như ông nhạc sĩ nào cũng nghĩ mình giàu, mặc dù đôi khi chả có gì trong túi. Cá nhân tôi, chưa bao giờ dám nhận mình giàu sang phú quý, nhưng tôi tự tin có thể sống tốt với nghề, vậy là đủ. Sau khi tốt nghiệp Đại học, mẹ tôi cho tôi một căn phòng riêng ở nhà, đủ để làm thành một phòng thu vòn vện 40m<sup>2</sup>. Tôi mua một chiếc máy tính, một cái micro và một vài thiết bị khác, làm một home studio thu âm cho các ca sĩ. Cùng lúc, tôi tham gia dựng bè, hát bè, sáng tác nhạc, hoà âm, chỉnh thoảng đi diễn. Cuộc sống lúc đó dù còn nhiều khó khăn, nhưng tôi cũng

tích góp đủ để cùng mẹ xây một căn nhà nho nhỏ để ở riêng.

Với các bạn nghiêm túc theo đuổi con đường này, hãy yên tâm, chỉ cần bạn có năng lực thật sự sẽ không bao giờ thiếu việc. Ngoài việc sáng tác ca khúc cho các ca sĩ, có rất nhiều nhu cầu sáng tác khác như nhạc quảng cáo, nhạc múa, nhạc nháy, nhạc cho các cơ quan đoàn thể, cho các khối văn công chuyên nghiệp,... Tôi có những người bạn chỉ chuyên làm nhạc cho các đoàn nghệ thuật và vẫn sống rất tốt, họ làm việc không ngừng nghỉ.

Thứ hai là về danh vọng, sự nổi tiếng. Tôi vẫn hay bị vợ mắng là không có nhiều mục tiêu trong cuộc sống. Mọi thứ đến đều hoàn toàn hỗn nhiên. Hồi tôi học nhạc, chưa bao giờ tôi nghĩ mình sẽ trở thành người nổi tiếng. Bạn bè xung quanh tôi cũng vậy. Với những người học nhạc từ sớm, điều chúng tôi muốn là chinh phục những đỉnh cao trong sáng tác, được giới chuyên môn công nhận. Còn sự nổi tiếng đến với tôi tự nhiên, cá nhân tôi đâu có mong chờ gì.

Tất nhiên, trong cuộc sống chúng ta phải có kế hoạch, kế hoạch về gia đình, về tài chính,... nhưng có những

thứ mình không thể lập trình sẵn. Hãy cứ hết lòng với đam mê, rồi một ngày đẹp trời, ánh đèn sẽ rọi tới. Tôi là người như thế. Những ai từng học cùng tôi sẽ thấy tôi là người cực kỳ đam mê. Trong lúc bạn bè đi chơi, tôi ở nhà mò mẫm học nhạc, làm nhạc. Cứ đam mê rồi cuộc đời sẽ nở hoa, tôi thấy câu này có lý đấy chứ.

## Hãy yêu đi!

Tôi cho rằng khó khăn của người nghệ sĩ không bao giờ đến từ việc cạn kiệt cảm xúc hay không còn yêu nghề (tôi hiếm khi thấy nghệ sĩ nào hết đam mê). Khó khăn thường đến từ các yếu tố khách quan. Ví dụ, dạo này giới nghệ sĩ chịu khá nhiều áp lực từ dư luận. Tôi vẫn hay đùa năm nay nghệ sĩ bị... tổ nghiệp quật. Hai năm vừa rồi dịch bệnh cũng ảnh hưởng nhiều đến cuộc sống của tất cả mọi người, nghệ sĩ không phải ngoại lệ. Bản thân tôi cũng không viết được nhiều nhạc (bởi cũng không biết viết ra để làm gì). Sự khó khăn của cuộc sống tác động lên công việc của giới nghệ sĩ, khiến họ đôi khi thiếu nguồn lực để thực hiện những sản phẩm nghệ thuật mong muốn. Thế nhưng, không có rào cản nào có thể cản trở tình yêu âm nhạc.

Với các bạn trẻ mong muốn trở thành nhạc sĩ, tôi gửi đến các bạn hai lời khuyên: một ngắn, một dài.

Lời khuyên thứ nhất, thật ngắn: “Hãy yêu đi”. Không chỉ yêu đương nam nữ, mà yêu mọi thứ, mọi điều, yêu cái đẹp, yêu thiên nhiên, yêu con người,... Tình yêu là khởi nguồn cho những sáng tác tuyệt vời.

Lời khuyên thứ hai, dài hơn: “Nếu có điều kiện, hãy đầu tư cho việc học nhạc, học càng nghiêm chỉnh, tử tế, thành quả đạt được càng cao.” Không thể phủ nhận bản chất âm nhạc là bộ môn năng khiếu, nhưng tôi nghĩ năng khiếu chỉ chiếm 40% thành công, còn lại nằm ở khả năng học

hỏi của từng người. Hãy liên tục học hỏi, nghe nhạc hàng ngày, đọc sách báo thường xuyên để biết cuộc sống ngoài kia đang thay đổi, biến động ra sao, để hiểu thêm nhiều điều về văn hoá, cuộc đời, không chỉ ở đất nước mình, mà ở cả thế giới rộng lớn.

Tự nuôi dưỡng cảm xúc yêu thương, đam mê, quyết tâm rèn luyện, và cuối cùng, cộng thêm một chút may mắn, rồi một sớm mai nào đó, bạn sẽ có những giai điệu và ca từ không thể lãng quên. Đừng mãi ngồi một chỗ rồi phân vân, tính toán mà chẳng dám bắt đầu. Âm nhạc nhân từ và bao dung lắm, rồi bạn sẽ được đón nhận và vỗ về. ■

*Đừng mãi ngồi đây*

*Đừng mãi ngồi đây*

*Hỡi những con người*

*Còn nhiều tình yêu khát khao*

*Đừng mãi ngồi đây*

*Lòng tôi ôi cháy lên*

*Ánh mặt trời... sáng ngời...*



Đừng Mãi Ngồi Đây

- Nhạc sĩ Hồ Hoài Anh

# LÀM NHẠC – LÀM MỚI BẢN THÂN



**KHÁCH MỜI PHỎNG VẤN:**

Triple D, Music Producer

**BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:**

Ban biên tập

↳ Triple D (tên thật Dương Đại Dương) là nhà sản xuất âm nhạc - music producer khá quen thuộc trong giới Vpop, người được mệnh danh “phù thủy âm nhạc” đứng đằng sau loạt hit đình đám như Tứ Phủ (Hoàng Thùy Linh), Talk To Me (Chi Pu), Lạc Trôi (Sơn Tùng M-TP),... Khác với hình dung về một producer cool ngẫu cá tính, trong buổi trò chuyện với Spiderum, Triple D mang tới sự điềm tĩnh, nhẹ nhàng và những chia sẻ rất chân thành từ người làm nghề hơn 10 năm.



## Những bước nhảy dẫn lối

Ngay từ bé, khi nghe nhạc hay xem những kênh như MTV, mình đã biết bản thân rất yêu âm nhạc. Mình có một đam mê và kiên trì theo đuổi nó suốt nhiều năm dài (từ lớp 5 đến hết lớp 12), đó là nhảy hiphop. Sau khi tập nhảy một thời gian, mình bắt đầu thắc mắc làm thế nào để tạo ra một bài nhạc nhảy, thích tự làm nhạc cho chính những bài nhảy của mình. Mong muốn này nhen nhóm, lớn dần lên, khiến mình bắt đầu tìm hiểu về làm nhạc. Đến năm 2011, sau tốt nghiệp cấp 3, mình chính thức tập tành làm nhạc.

Nhiều người nghĩ từ nhảy hiphop sang làm music producer là bước chuyển lớn, nhưng với mình, hai đam mê này có mối tương quan chặt chẽ với nhau. Nhảy cũng là một dạng thức sáng tạo với khởi nguồn là sự cảm thụ âm nhạc, là cách thể hiện âm nhạc qua từng chuyển động cơ thể. Chưa kể, nhờ tập nhảy, mình quen được nhiều anh chị làm nhạc như anh Hoàng Touliver, Rhymastic,... sau này cùng lập thành nhóm SpaceSpeakers<sup>(1)</sup>. Việc trở thành một thành viên của SpaceSpeakers từ những ngày đầu tiên là một cơ duyên và may mắn lớn. Khi mình gửi những bản demo đầu tiên cho anh Hoàng, chính anh đã nói mình có thể học để đi làm beat<sup>(2)</sup> (beat-maker). Mình được sinh hoạt trong môi trường mà ai cũng tài giỏi, ai cũng mang một tình yêu âm nhạc lớn và luôn muốn mang đến cho người nghe những gì mới mẻ nhất, hay nhất. Nhờ vậy, bản thân mình có thêm động lực theo đuổi đam mê.

Sau khi tốt nghiệp cấp 3, mình không theo học trường nhạc, nên thật ra mình là tay ngang, không quá rành chuyên môn nhạc lý. Lúc đầu, mình

tự mày mò viết theo dạng những hợp âm cơ bản của guitar, hoặc đánh piano, chưa hề có bất cứ ý niệm gì về nhạc điện tử (EDM). Sau này, khi làm những bài nhạc điện tử đầu tiên, mình có cảm giác rõ ràng đây là thứ mình mong muốn theo đuổi lâu dài. Giai đoạn đó, bên cạnh học làm nhạc, mình vẫn đi học tại Đại học Văn hóa Hà Nội, việc làm nhạc cũng chưa đem lại thu nhập gì. Thỉnh thoảng, mình đi nhảy biểu diễn để trang trải cuộc sống.

Khi mình đăng những bài nhạc đầu tiên lên mạng, anh Hoàng Touliver mang những bản demo đó cho ca sĩ Hoàng Hải nghe. Nhờ vậy, mình có cơ hội làm trọn vẹn 2 bài hát cho anh Hải trong album anh chuẩn bị ra mắt thời điểm đó. Trước đây, mình cũng chỉ nghĩ làm nhạc vì đam mê, đăng lên mạng cho vài người bạn nghe thôi, nhưng thật sự, chúng ta không thể biết cơ hội, vận may nào sẽ ập đến trên môi trường Internet bao la.

Mỗi khi có sản phẩm mới, mình đều chủ động cho gia đình nghe, chia sẻ quá trình nghiên cứu, học hỏi của

<sup>(1)</sup> SpaceSpeakers là nhóm nhạc underground tập hợp các ca sĩ, rapper, producer tài năng ở khu vực phía Bắc như JustaTee, Rhymastic, Binz, Soobin Hoàng Sơn, Cường Seven, Kimmese,... do Touliver thành lập từ năm 2011.

<sup>(2)</sup> Beat nhạc (hay còn gọi là instrumental) là phần nhạc nền được hòa âm phối khí từ các tiếng trống, đàn piano, guitar, tiếng bass, các nhạc cụ khác hoặc các tiếng điện tử,...

bản thân. Dần dần, mọi người cũng ủng hộ. Còn thực ra ngay từ đầu, rất khó để gia đình tin tưởng hoàn toàn chuyện mình theo đuổi con đường âm nhạc. Ngay bản thân mình trong quãng thời gian khởi sự cũng chẳng nghĩ sẽ sống chết theo nghề, cũng không đặt nặng vấn đề phải đạt được thành tựu lớn lao nào đó. Nhưng theo cách rất tự nhiên, mình càng làm càng thích, rồi đi sâu vào nghề và gắn bó đến tận ngày hôm nay.

“

Ngay bản thân mình trong quãng thời gian khởi sự cũng chẳng nghĩ sẽ sống chết theo nghề, cũng không đặt nặng vấn đề phải đạt được thành tựu lớn lao nào đó.

### Music producer làm những gì?

“Music” là âm nhạc, “producer” là nhà sản xuất. Từ cái tên, ta có thể hiểu music producer là nhà sản xuất âm nhạc. Tuy nhiên, bản chất công việc này rộng hơn mọi người vẫn hình dung. Để sản xuất một bài nhạc tổng thể, chúng ta cần chia công việc ra nhiều nhánh, mỗi nhánh do một producer phụ trách, không nhất thiết một người phải làm tất cả. Ví dụ, để tạo ra một bài hát, ta sẽ cần một nhạc sĩ để viết nhạc, một ca sĩ, một người dựng bè, một vocal producer, một người làm beat, rồi một người chuyên mix giọng và beat vào với nhau. Ở nước ngoài, tất cả các khâu đều được chia nhỏ, mỗi khâu lại có một

người phụ trách chuyên môn riêng, vậy nên, những sản phẩm âm nhạc của họ đều rất chĩn chu trong từng khâu một. Để tạo ra bài nhạc hoàn chỉnh, bạn phải biết từng phần việc cần tìm đến ai cho phù hợp. Ví dụ, Triple D là người làm beat, trong đoạn beat đó, mình cần một vài tiếng guitar thật, nhưng mình lại không giỏi chơi guitar, vậy mình có thể tìm một người chơi guitar chuyên nghiệp đến chơi theo ý đồ của mình.

Quy trình làm ra một bài nhạc sẽ có 3 hướng. Hướng thứ nhất là làm beat trước, sau đó tự sáng tác hoặc nhờ một người khác sáng tác. Hướng thứ hai là có người sáng tác và viết giai điệu trước (nhạc sĩ là người sáng tác giai điệu hát và lời bài hát), sau đó mới làm beat nhạc. Hướng cuối cùng là cả nhạc sĩ và người làm beat ngồi với nhau, vừa làm nhạc vừa sáng tác, sau khi hoàn thành sẽ đưa cho ca sĩ thu âm. Sau thu âm, ta sẽ có bản vocal, rồi đem về mixing với nhạc beat để hai thứ hoà quyện với nhau. Kế tiếp đến bước mastering, còn gọi là khâu đầu cuối nhằm hoàn chỉnh chất lượng sản phẩm, đóng gói và đưa ra thị trường. Cá nhân mình có thể sáng tác, làm beat, mixing, mastering. Riêng khâu thu âm, hát bè, dựng bè, mình không thể tự làm được, cần nhờ đến những người chuyên môn sâu hơn.

Cùng một quy trình như vậy, có bài hoàn thiện rất nhanh, nhưng có bài tốn rất nhiều thời gian. Ý tưởng cho một bài nhạc có thể đến theo đặt hàng của ca sĩ, của nhãn hàng. Họ đã biết chủ đề muốn khai thác, xác định được mood và tone của bài hát (vui vẻ, tươi mới hay trầm buồn,...) và thử thách của bạn là truyền tải được ý đồ này qua âm nhạc. Hoặc ý tưởng cũng có thể đến từ chính bạn, lúc này bạn có thể liên hệ bạn bè để sáng tác, thể hiện ca khúc và cùng phát hành. Bản chất công việc music producer là sáng tạo, phụ thuộc nhiều yếu tố cảm xúc. Có lúc mình tự phiêu và ý tưởng sẽ đến bất chợt, cảm hứng có thể bắt nguồn từ bất cứ thứ gì mình từng đọc, từng xem, từng quan sát. Khi vào đúng mạch cảm hứng, mình làm rất nhanh, nhưng cũng có khoảng thời gian tâm trạng không tốt sẽ chẳng viết được gì. Ngoài việc mình làm đúng (về mặt lý thuyết và kỹ thuật), mình vẫn luôn muốn những sản phẩm âm nhạc làm ra phải hay, phải nhiều cảm xúc, phải có điểm gì đó đột phá. Mà để được như vậy, từ khâu ý tưởng đến sản xuất, yếu tố cảm xúc đều chiếm một phần quan trọng, nên không thể muốn nhanh là nhanh được.

Sản phẩm nhanh nhất mình từng hoàn thiện là trong một tuần, cả làm

nhạc, viết lời và thu âm. Lâu nhất có khi đến nửa năm, làm mãi cũng chưa thấy sản phẩm cuối đâu. Đôi khi, có những ý tưởng phức tạp hơn, đòi hỏi tiểu tiết cầu kỳ, mình phải dành nhiều thời gian công sức hơn bình thường. Ngược lại, cũng có những bài hát chỉ cần sự mộc mạc, đơn giản, tác động nhiều về mặt cảm xúc thì thời gian sản xuất sẽ ngắn lại. Nói vậy để thấy rằng, thời gian dài hay ngắn không chỉ phối chất lượng sản phẩm, bởi khi đưa bất cứ bài hát nào ra thị trường mình cũng phải thật ưng ý.

## Năng khiếu đi kèm kiến thức

Có 2 từ khóa để bạn bắt đầu với nghề music producer: năng khiếu và kiến thức. Trong nghề này, năng khiếu cực kỳ quan trọng. Nếu khả năng cảm thụ âm nhạc của bạn không nhanh nhạy mà lại coi đây là công việc chuyên nghiệp để đầu tư nhiều thời gian công sức, con đường bạn đi sẽ rất khó khăn.

Vậy làm thế nào để biết bạn có năng khiếu? Cá nhân bạn tự đánh giá sẽ không thể khách quan, bởi ai chẳng thích những bài hát chính mình tạo ra. Nhưng liệu nó đã đủ để thị trường đón nhận hay chưa lại là câu chuyện

hoàn toàn khác. Vì vậy, cách tốt nhất, bạn hãy bắt tay làm một vài đoạn nhạc demo, rồi cho gia đình, cho những người đi trước, những người đáng tin cậy nghe và tiếp nhận phản hồi của họ. Nếu nhiều người thích, khả năng cao bạn có nhiều tiềm năng, và ngược lại. Chắc chắn sẽ có những lời khen, lời chê, nhưng dù thế nào, bạn cũng có thêm nhiều góc nhìn mới về chất lượng âm nhạc của mình.

Trong giai đoạn bắt đầu, mình đóng cửa trong phòng “tu luyện”, bản thân không học bài bản nên chẳng biết nhạc mình làm ra đúng hay sai, có những đoạn demo lần đầu viết ra cũng không dám đăng lên mạng vì không đủ tự tin. Sau đó, mình luyện tập, nghe nhiều nhạc, gặp gỡ và nói chuyện với nhiều người đi trước, đọc thêm nhiều tài liệu rồi nhận ra thật sự không có chuyện đúng hay sai khi đánh giá một sản phẩm nghệ thuật, chỉ có hay hoặc không hay, hợp hoặc không hợp. Vì vậy, bạn cứ mạnh dạn chia sẻ những sản phẩm âm nhạc của bản thân, miễn sao bạn cảm thấy thực sự yêu thích nó. Giai đoạn đó, mình cũng chia sẻ nhạc lên SoundCloud, gửi cho các anh trong nhóm nghe thử, sự ủng hộ của những người đi trước cho mình thêm rất nhiều năng lượng để tiến xa hơn.

“

Không có chuyện đúng hay sai khi đánh giá một sản phẩm nghệ thuật, chỉ có hay hoặc không hay, hợp hoặc không hợp. Vì vậy, bạn cứ mạnh dạn chia sẻ những sản phẩm âm nhạc của bản thân, miễn sao bạn cảm thấy thực sự yêu thích nó.

Thứ hai là kiến thức âm nhạc. Trong trường hợp của mình, dù không quá giỏi kiến thức nhạc lý chuyên sâu, nhưng mình hiểu rõ những nguyên tắc cơ bản về âm nhạc. Mình cũng tự học và chơi được một vài loại nhạc cụ trước khi làm nhạc chuyên nghiệp. Với các bạn theo học bài bản ở trường nhạc, được tiếp xúc với âm nhạc từ nhỏ, các bạn đang nắm trong tay lợi thế rất lớn rồi đó.

Sau kiến thức và năng khiếu, ta mới bàn đến kỹ năng làm nhạc. Khi quyết định theo đuổi âm nhạc điện tử, mình mới thấy ở Việt Nam chưa có trường lớp chính thức nào đào tạo làm nhạc bằng phần mềm. Mọi người gần như tự học qua mạng hết, xem mìn các clip tutorial rồi tự tập luyện (bản thân mình cũng vậy). Làm nhạc điện tử, bạn sẽ có rất nhiều phần mềm, thông dụng nhất có Ableton Live, Logic Pro, Cubase, FL Studio,... Bạn cứ tải về, làm quen với giao diện và workflow của từng phần mềm. Thật ra, chức năng các phần mềm tương đối giống nhau (đều có khả năng làm mọi thứ), bạn tìm hiểu và dùng thử xem hợp với giao diện nào nhất. Mỗi phần mềm lại có một cái hay riêng nên không cần lo lắng phần mềm nào yếu thế hơn phần mềm nào. Sau khi đã chọn được một công cụ phù hợp, bạn bắt đầu làm quen với từng chức năng một,

trên mạng có đủ hướng dẫn từ A đến Z, từ cơ bản đến nâng cao. Chỉ cần gõ từ khóa bạn đang tìm kiếm cộng với từ "tutorial" là tha hồ học.

## Để bắt đầu và để đi xa

Nếu xác định theo đuổi con đường này, bạn nên bắt đầu sớm bởi thời gian dành ra để học tập, trau dồi tương đối nhiều. Như mình trước đây, cứ rảnh là ngồi nghiên cứu, có những ngày ngoài thời gian ăn ngủ, mình dành hoàn toàn cho việc học làm nhạc trên máy tính. Khó có thể xác định con số chính xác bạn phải học bao lâu trước khi ra sản phẩm đầu tiên, vì nó còn phụ thuộc vào năng khiếu, đam mê và mức độ nghiêm túc của từng người, nhưng mình nghĩ ít cũng phải 1 - 2 năm. Thời gian đó, chúng ta tập luyện, update kỹ năng, update cả "đôi tai" của chính mình. Đôi khi, bạn thấy thích sản phẩm chính mình làm ra, nhưng lúc tung ra thị trường lại chưa lọt qua đôi tai của công chúng, vậy nên, phải liên tục vừa học, vừa nghe thật nhiều. Cá nhân mình khởi điểm từ đầu năm 2011, đến năm 2012 có sản phẩm ra mắt, cũng là những công việc đầu tiên ra tiền.

Sau một thời gian tìm hiểu, va vấp, các bạn sẽ nhận ra bản thân đặc biệt yêu

thích dòng nhạc nào. Có những thứ mà nhạc điện tử không thể thay thế các nhạc cụ thật, có những kỹ năng mà không có phần mềm điện tử nào mô phỏng được đúng như nhạc công chơi trực tiếp. Nhưng cũng có những kỹ thuật mà chỉ nhạc điện tử mới có thể làm được. Mỗi thể loại nhạc lại có cái hay riêng, bạn hãy tự tin đi theo sở thích, đam mê của mình.

Ngoài ra, bạn cần học cách phân tích khi nghe một bản nhạc. Một music producer không nghe nhạc đơn thuần, họ nghe nhạc để học. Ví dụ, với một bài hát, mình sẽ nghe rất kỹ xem tiếng trống này được làm như thế nào, hiệu ứng là gì, phán đoán cách họ làm để tập lại. Để nghe và phân tích được, bạn cần một bộ công cụ thiết yếu của một người làm nhạc, bao gồm: máy tính, loa kiểm âm, tai nghe kiểm âm, một cái đàn bàn phím. Bước đầu là như vậy, chi phí đầu tư cũng không quá tốn kém vì mức giá các sản phẩm điện tử thường dao động rất lớn, có thể chỉ cần 10 triệu để bắt đầu.

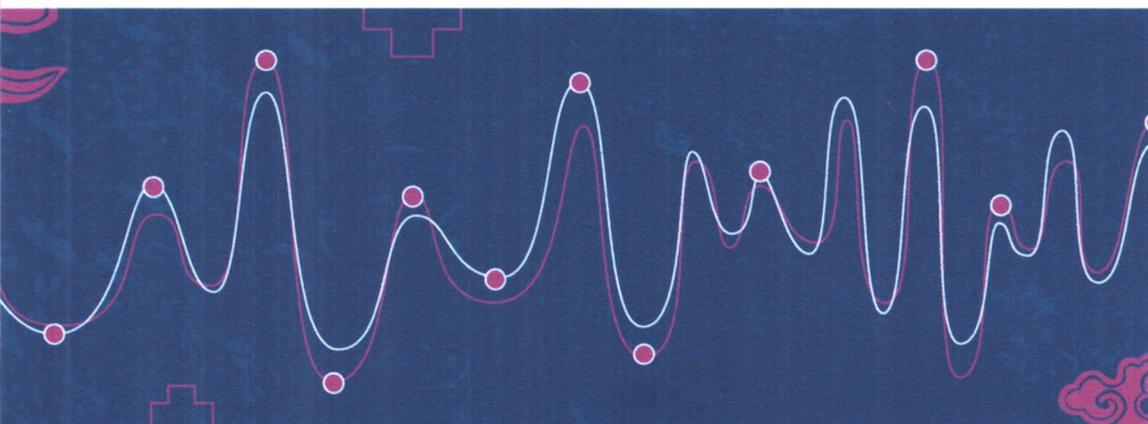
Những bước đi đầu tiên không phải lúc nào cũng suôn sẻ. Thời gian đầu chắc chắn sẽ khó khăn, bản thân mình và mọi người xung quanh đều phải trải qua giai đoạn như vậy. Hãy duy trì một công việc khác song song

với việc làm nhạc, bởi bạn rất khó tìm được việc ngay lập tức, hoặc có việc thì cũng không đủ trang trải cho cuộc sống. Vì thế, đừng vội vã gạt bỏ tất cả để theo đuổi âm nhạc. Bạn có thể bắt đầu bằng những công việc khác nhưng vẫn liên quan đến âm nhạc, từ đó quan sát và học hỏi thêm, ví dụ như xin việc ở những phòng thu, đi làm DJ ở các club vào buổi tối, hoặc như mình là đi nháy. Những khoản thu nhập bên ngoài này sẽ cho bạn sự an tâm nhất định để theo đuổi đam mê, cho đến khi bạn thực sự kiếm được tiền từ đam mê ấy.

Còn để đi xa, tâm niệm duy nhất của mình là hãy làm việc thật tâm huyết và không ngừng làm mới âm nhạc của bản thân. Công việc bạn đang làm là nghệ thuật - sáng tạo, sản phẩm không phải thứ có thể đặt lên gian

hàng rồi dán mác giá bán. Nó đều là những thứ rất vô hình và tùy cảm nhận từng người. Thế nhưng, mình luôn tự tin khi bỏ công sức, thời gian sáng tạo và chần chu chuyên nghiệp trong mọi sản phẩm âm nhạc, chúng ta sẽ nhận lại giá trị xứng đáng.

Nói về chuyện định giá sản phẩm, bạn cần ý thức rõ về chất xám và chất lượng bài nhạc bạn làm ra. Rất khó để so sánh giá của người này với giá của người khác, tùy theo thể loại nhạc, mức độ phức tạp, từng môi trường âm nhạc khác nhau lại có mức giá khác nhau. Ý tưởng và giai điệu hay là một chuyện, chất lượng và sự chần chu trong từng phần của bài nhạc vẫn là yếu tố quyết định mức giá của sản phẩm đó. Sản phẩm đầu tiên mình làm có giá 3 triệu. Đến nay, dù không thể tiết lộ mức giá hiện

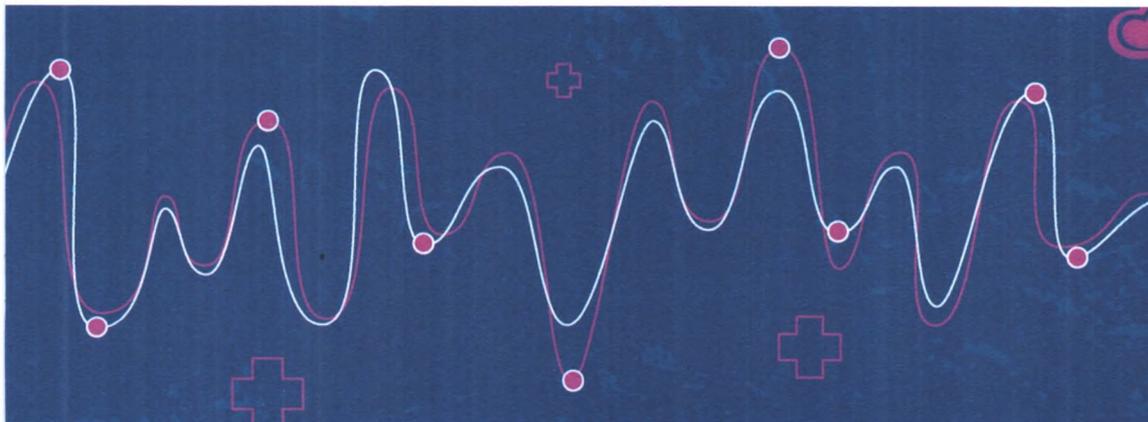


tại, nhưng mình tin nó tương xứng với hơn 10 năm làm nhạc tận tâm và không ngừng học hỏi của bản thân.

Hơn 10 năm, mỗi một sản phẩm đối với mình đều là một kỷ niệm đáng nhớ. Có 2 giai đoạn mình học hỏi được rất nhiều: khi tham gia cuộc thi The Remix và khi làm bài "Tứ phủ" với chị Hoàng Thùy Linh, anh Hồ Hoài Anh. Đó cũng là những dấu ấn để khán giả nhìn rõ được chất nhạc của mình hơn. Kết hợp nhạc điện tử với âm hưởng truyền thống là phong cách mọi người quan sát thấy từ nhiều sản phẩm âm nhạc của Triple D, cũng là phong cách mình theo đuổi từ những ngày đầu tiên (đến giờ vẫn không đổi). Mình mong muốn khi người nước ngoài nghe nhạc của mình, họ biết rằng đây là nhạc điện tử được sản xuất bởi một người Việt.

Nhìn lại, mình thấy việc tự học cũng có cái hay của nó. Mình được tự do khai phá phong cách riêng, không bị gò bó vào lý thuyết hay màu sắc cố định nào cả.

Đến giờ, mình cũng không đặt ra một đích đến gì cao siêu, chỉ có một điều mình luôn đau đầu, trăn trở: Làm sao để liên tục update bản thân. Sau một thời gian làm trong ngành và có những thành tựu nhất định, mình luôn muốn âm nhạc của mình chất lượng hơn, có nhiều đột phá hơn, làm sao để sản phẩm sau hay hơn sản phẩm trước. Có nhiều lúc, sau khi hoàn thành một sản phẩm, mình thật sự cảm thấy bản thân "hết vốn" vì đã đổ dồn vào đó mọi tâm sức, hiểu biết, tư duy,... Đến sản phẩm sau, mình sẽ phải cập nhật, học hỏi thêm nhiều thứ mới, nếu nó tiếp tục được mọi người đón nhận,



nếu mình cảm thấy đã nhảy lên một nấc ở kỹ năng và chất lượng chuyên môn, mình sẽ cực kỳ sung sướng.

## **Thế hệ trẻ rất giàu tiềm năng**

Môi trường làm nhạc ở Việt Nam đang ngày càng thuận lợi. Các thư viện, giáo trình dạy, kho tư liệu âm thanh dồi dào hơn trước đây rất nhiều. Điều này giúp công việc của các producer phần nào dễ dàng hơn. Tuy nhiên, so với thị trường quốc tế, lĩnh vực này tại Việt Nam vẫn chưa được phân hoá rõ ràng thành từng nhánh, dẫn đến việc các music producer phải kiêm nhiệm nhiều việc, phải dành thời gian tìm hiểu nhiều mảng. Chẳng hạn, khi muốn làm một bài nhạc hip-hop ở nước ngoài, sẽ có những người chuyên làm mixing, làm mastering cho loại nhạc này. Họ có “độ dày” về cảm nhận, trải nghiệm, kinh nghiệm nên xử lý một lúc là ra được tinh thần bài nhạc đó luôn. Còn ở Việt Nam, chúng ta chưa đạt đến sự phân hoá cao như vậy, nên đôi khi bạn muốn làm nhạc theo một phong cách cụ thể nhưng không tìm được người đủ “độ sâu” để tạo ra tinh thần bạn mong muốn nhất. Khó khăn này là vấn đề chung của thị trường nên giải pháp vẫn là học cách thích nghi.

Thật lòng, mình rất kỳ vọng và hào hứng với sự phát triển của thế hệ music producer trẻ tuổi. Các bạn có những ý tưởng rất hay và tiên tiến, thời gian từ lúc bắt đầu cho đến lúc ra mắt thị trường rất nhanh mà vẫn tạo ra những sản phẩm âm nhạc chất lượng với phong cách riêng. Mình thấy các bạn gần như không có điểm yếu gì, qua thời gian sẽ dần dần phát triển và chắc chắn đem đến nhiều màu sắc mới táo bạo cho thị trường âm nhạc Việt Nam.

Và các bạn trẻ cũng không cần lo về việc cạnh tranh trên thị trường đã có nhiều music producer chuyên nghiệp, thế hệ music producer lâu năm như mình cũng không cần lo về việc tụt hậu so với các bạn trẻ. Mỗi music producer đều có một tập khán giả phù hợp, và tập khán giả đó sẽ phát triển theo từng chặng cùng bạn. Ai cũng có sân chơi riêng cả. Nhạc của Triple D sản xuất thời điểm hiện tại, có khi 10 năm trước mình cũng chẳng nghe, vì nó không phù hợp với năng lượng của mình thời điểm đó. Vì vậy, các bạn chỉ cần tập trung phát triển, liên tục làm mới, không ngừng sáng tạo, bạn sẽ chinh phục được người nghe. Trong thị trường này, người ta chỉ đánh giá bạn dựa trên sản phẩm cuối, không ai đánh giá dựa trên độ tuổi. Có thể bạn rất trẻ, có thể bạn

vẫn còn đi học, nhưng nếu bạn có một sản phẩm thực sự hay, cộng đồng vẫn công nhận. Biết đâu bạn là người có năng khiếu, chỉ cần vài tháng tập luyện, đăng bản demo đầu tiên là đã có ca sĩ liên hệ hợp tác ngay. Đâu ai dám nói trước điều gì.

Dựa vào trải nghiệm của bản thân, mình có 3 “mách nước” nhỏ, hy vọng sẽ giúp bạn chuẩn bị tốt hơn khi dẫn thân làm nghề:

- ◆ Thứ nhất, hãy tìm một môi trường âm nhạc tích cực. Mình may mắn khi được là một phần của SpaceSpeakers, vừa là chỗ để chơi, vừa là chỗ để học, lại có rất nhiều người anh dẫn dắt, có SpaceSpeakers mới có Triple D của ngày hôm nay. Mình được “chìm đắm” trong môi trường toàn những người làm nhạc, ai cũng đam mê và tài năng. Tất cả những yếu tố đó tác động, truyền cảm hứng, thôi thúc mình bước vào nghề. Mình mong ai làm nghề cũng có được môi trường thuận lợi như vậy để cùng nhau phát triển. Chơi cái gì có anh có em cũng vui hơn, còn cứ ôm máy tính ở nhà một mình rồi up nhạc lên mạng cũng dễ chán, dễ buồn lắm.
- ◆ Thứ hai, hãy sẵn sàng tâm lý khi đối diện với những phản hồi từ cộng

đồng. Âm nhạc mỗi người mỗi gu, người khen người chê là khó tránh khỏi. Nếu mọi người chê mà mình thấy đúng, mình vui vẻ, cởi mở tiếp nhận để phát triển, cải thiện. Còn nếu chê không thoả đáng, hãy bỏ qua, đừng xoáy sâu vào những điều tiêu cực rồi tự làm bản thân mất hứng.

- ◆ Cuối cùng, nếu thật sự đam mê, hãy tự tin theo đuổi, dành thật nhiều thời gian tìm hiểu, mạnh dạn chia sẻ các sản phẩm âm nhạc bạn làm ra tới cộng đồng. Cố gắng kiên trì, tránh tình trạng làm một chút rồi lại thôi, thấy tụt hứng lại nản chí.

Cá nhân mình thấy công việc này khá an toàn, không có nhiều định kiến. So với ca sĩ hay dancer, music producer là vị trí không được nhiều người chú ý đến. Chúng ta đều biết The Weeknd, Travis Scott là ai, nhưng ít ai biết người làm nhạc sau những bản hit của họ. Bản chất công việc music producer là âm thầm phía sau, nên bạn cũng đừng chạnh lòng vì chuyện đó. Miễn là bạn làm tốt công việc, mọi người thích âm nhạc bạn tạo ra, đó là thành công rồi.

Hãy bền bỉ và quyết tâm, mọi thứ sẽ được đền đáp xứng đáng! ■

# DANH XƯNG, DANH TIẾNG, DANH TÍNH, VÀ BÀN VỀ DANH VỌNG





TÁC GIẢ:

Trang Trinh

Nghệ sĩ piano

↳ Khi viết những dòng này, tôi thực sự thấy mình may mắn khi được sống và lao động trong nghệ thuật. Công việc của tôi hàng ngày là nghĩ suy về cái đẹp, luyện tập để tìm kiếm và đến gần hơn với vẻ đẹp ấy. Với một người có xu hướng sống hướng nội và rất sợ việc giải quyết các mâu thuẫn trong xã hội cạnh tranh như tôi, làm nghệ sĩ nhạc cổ điển quả là một lựa chọn lý tưởng. Nhưng, cũng giống như bao lựa chọn nghề nghiệp khác, công việc này có những đặc điểm riêng, có những “đánh-đổi” riêng. Tôi hy vọng với những chia sẻ dưới đây của mình, các bạn trẻ đang đứng-ở-ngã-ba-đường sẽ có thêm thông tin để đưa ra lựa chọn phù hợp nhất cho bản thân.

Có 4 thời điểm, theo ý kiến của cá nhân tôi, rất quan trọng trong việc định hình nghề nghiệp của một nghệ sĩ.

## 1. Khởi đầu

Đây là thời điểm một nghệ sĩ bắt đầu làm quen với âm nhạc/nhạc cụ của họ. Phần lớn các nghệ sĩ sẽ bắt đầu rất sớm. Tùy vào đặc điểm của từng nhạc cụ, họ có thể bắt đầu từ khi 4 tuổi (như với piano), 6 tuổi (như với violin) hay muộn hơn một chút – 8 tuổi (như với sáo, trumpet, guitar). Cũng có trường hợp bắt đầu muộn hơn (sau 10 tuổi), nhưng không thể phủ nhận là để “master” – làm chủ được một nhạc cụ ở mức độ chuyên nghiệp (ở đây tôi không đề cập đến giọng hát) cần rất nhiều thời gian (10 - 20 năm). Dĩ nhiên, song song với việc luyện tập, các nghệ sĩ còn phải học các kiến thức về âm nhạc như nhạc lý, phân tích, lịch sử,...

Với trường hợp của tôi, cái duyên đến với nghề bắt đầu khi tôi lên 4. Khác với hầu hết các đồng nghiệp của mình, tôi không được sinh ra từ một gia đình có

truyền thống âm nhạc. Với đặc điểm thời gian tu học rất dài của piano (cần từ 15 - 20 năm), nếu bạn không được cha mẹ định hướng bắt đầu từ sớm, con đường đến với nghề này rất khó khăn. Tôi may mắn là cha mẹ tuy không có ý định cho tôi theo nghề, nhưng việc được trải nghiệm từ tuổi nhỏ giúp thiên hướng bẩm sinh của tôi được phát hiện nhanh chóng và trở thành cơ hội để tôi lựa chọn theo đuổi sau này.

## 2. Theo đuổi

Điểm bắt đầu đã quan trọng, nhưng quan trọng hơn nữa là giai đoạn xác định đi "chuyên", thường rơi vào quãng thời gian học cấp 2 đầy hoang mang. Lúc này, chuyện đi học "hai mảng", nửa văn hoá, nửa âm nhạc sẽ không còn khả thi. Cũng giống như thể thao, người học nhạc cổ điển phải đưa ra quyết định theo nghề rất sớm. Ở độ tuổi nhỏ như vậy, điều này thật khó khăn nếu không có sự ủng hộ, định hướng từ gia đình. May mắn cho tôi, thời đó, tuy gia đình không có ai làm về âm nhạc, nhưng mẹ tôi là một họa sĩ, ông nội là giảng viên Văn học bậc Đại học, và ông bà ngoại là hai nhiếp ảnh gia. Vì thế, nghệ thuật không bị coi là "xương ca vô loài", nô nê là chẳng giống ai, không kiếm

sống được, lang thang cầu bơ cầu bất, như định kiến khá phổ biến trong xã hội. Tôi nhận được sự ủng hộ.

Sự định hướng lúc này phụ thuộc rất nhiều vào cô giáo của tôi – người đã nhất quyết không cho phép tôi từ bỏ cây đàn piano. Hồi học lớp 9, tôi đã khá quyết tâm bỏ cuộc. Lúc bấy giờ, được đi học, gặp gỡ bạn bè mang lại niềm vui và an ủi rất lớn, còn tình yêu của tôi với piano chưa đủ mạnh mẽ so với nỗi cô đơn khi cứ phải ngồi tập đàn một mình. Nhờ có cô định hướng, bố mẹ tôi cũng động viên để tôi tự quyết định bằng cách tìm đến châu Âu, cái nôi của âm nhạc cổ điển, để tìm câu trả lời. Nếu ai đó đang ở trong giai đoạn lựa chọn đầy hoang mang này, tôi đồng cảm với bạn. Quá khó để biết mình có thực sự yêu âm nhạc không, có đủ tài năng để theo đuổi và có chỗ đứng hay không. Quá khó để biết liệu mình có sống được với nghề hay không. Chẳng có thước đo nào ngoài vài cuộc thi nhỏ nhỏ trong hàng vạn cuộc thi trên thế giới. Còn tương lai vô cùng khó đoán với một nghề nghiệp có môi trường hoạt động hẹp như nhạc cổ điển. Có vẻ chỉ những người nổi tiếng và thành công nhất mới có thể sống với nghề. Và đó là một quyết định sẽ khiến ta "khác người" so với phần lớn các bè bạn đang chăm chỉ ôn luyện các môn

văn hoá để thi vào Đại học. Tôi may mắn được đến Anh, rồi lựa chọn theo nghề. Và ở thời điểm đó, tôi biết dù lựa chọn thế nào, tôi phải tự chịu trách nhiệm với lựa chọn ấy.

Cái khó của nghề này có lẽ nằm ở 2 điểm chính.

Thứ nhất, chất lượng mà nó đòi hỏi đã được thiết lập bởi các nghệ sĩ tên tuổi và nền nghệ thuật chất lượng trong suốt vài thế kỷ. Để được công nhận, càng ngày các nghệ sĩ trẻ sẽ càng phải đạt tới một cấp độ cao hơn ở sự tinh xảo, thuần thực và đặc sắc trong con đường nghệ thuật của bản thân. Tiêu chuẩn luôn là “quốc tế” dù bạn có đang chơi nhạc ở Việt Nam hay bất kỳ nơi nào. Và để đạt tới tiêu chuẩn này đòi hỏi rất nhiều đầu tư, công sức cũng như tài năng.

Thứ hai, môi trường thực hành nghệ ở trong nước hay quốc tế đều là môi trường hẹp so với các ngành nghề phổ thông khác. Muốn tồn tại, các nghệ sĩ phải tự vận động, tạo ra cộng đồng khán giả và nguồn sống cho chính mình, trong khi vẫn phải đảm bảo tiêu chuẩn trong biểu diễn và nghiên cứu.

### 3. Ra mắt

Nhạc viện là nơi tôi được tôi luyện để trở thành một nghệ sĩ. Cũng có những trường hợp không theo học ở nhạc viện, nhưng hầu hết các nghệ sĩ đều đi qua khoảng thời gian tôi luyện ấy để có cái gốc vững chắc và những mối quan hệ quan trọng với đồng nghiệp sau này. Tôi may mắn được nhận vào học tại Học viện Âm nhạc Hoàng gia Anh (Royal Academy of Music, London) – niềm ước mơ của rất nhiều các nghệ sĩ trẻ. Các ngôi trường danh tiếng thường có tỉ lệ đầu vào rất nhỏ, ví dụ như khoa piano tại Học viện Hoàng gia chỉ nhận 8 - 10 sinh viên một năm. Điều này dẫn tới sự cạnh tranh rất lớn để vượt qua vòng tuyển chọn (audition), cũng như thoả mãn các yêu cầu khác về năng khiếu.

Ngộ thờ trước tài năng của những người bạn đồng trang lứa, tôi đã rất tự ti về bản thân khi bắt đầu năm học đầu tiên. Họ đều sở hữu những giải thưởng quốc tế, và thậm chí có lịch biểu diễn đặt trước một năm từ nhiều nước trên thế giới. Có lẽ không cần phải tả cảm giác tội tệ của tôi khi thấy mình “không là gì cả”. Tôi dùng mọi ý chí, nội lực để tập luyện tới 12 tiếng mỗi ngày. Dần dần, tôi cảm thấy tự tin hơn và cuối cùng cũng được ra mắt.

Ra mắt là khi bạn tự nhận cho mình một danh xưng, và dám chịu mọi trách nhiệm, lời khen cũng như chê, với tư cách ấy. Thông thường, đó là khi bạn biểu diễn một chương trình lớn với công chúng phổ thông và có sự góp mặt của các tiền bối trong ngành để xác lập danh xưng. Cuộc ra mắt này có thể xảy ra ngay khi bạn đang là sinh viên. Như trong trường hợp của tôi, là ở tuổi 18 tại London. Nó cũng có thể xảy ra ngay sau khi tốt nghiệp, dưới dạng "biểu diễn báo cáo", hoặc sau đó nữa. Nhưng một khi đã ra mắt, sẽ có áp lực từ danh xưng này. Kể từ giây phút đó, dù muốn hay không, một người nghệ sĩ, hay nhạc công, sẽ tiếp tục xây dựng danh tiếng của mình sau mỗi buổi diễn.

Môi trường tại Việt Nam giờ đã tốt hơn rất nhiều so với 15 năm trước. Sự phát triển của các nền tảng chia sẻ kiến thức, cũng như sự giao lưu tăng cường với các giáo sư, nghệ sĩ kì cựu trong và ngoài nước đang mang tới nhiều cơ hội phát triển hơn. Tuy vậy, quả thật khó có thể so sánh với môi trường quốc tế, nhất là tại châu Âu, nơi đã có bề dày văn hoá và đào tạo rất lâu đời về bộ môn này.

## 4. Hoạt động

Có 3 khái niệm tôi nghĩ cần được làm rõ. Đó là danh xưng, danh tiếng và danh tính. Quá trình hoạt động sau khi ra mắt cũng xoay quanh 3 khái niệm này. Ở Việt Nam, có một sự phân chia ngầm về danh xưng.

**Danh xưng (title)** là cách mà những người hoạt động nghệ thuật chọn nhìn nhận và gọi tên chính mình. Đó là "nhạc công" – ý chỉ những người sống bằng nghề chơi nhạc, thường chơi cùng các nhạc công khác. Và "nghệ sĩ"<sup>(1)</sup> – ý chỉ những người có thể đứng tách riêng độc lập. "Nghệ sĩ" ở đây là mỉa mai, có lẽ giống với sự phân cấp "piano player" – "pianist" – "concert pianist", tức là không phải người chơi piano, không phải nhạc công, mà là nghệ sĩ piano.

**Danh tiếng (reputation)** lại là cách mà khán giả hoặc người bên ngoài đánh giá về họ. Nhạc công sẽ cần xây dựng danh tiếng, nhưng chủ yếu với các đồng nghiệp và người trong ngành – những người sẽ quyết định sự bền vững trong công việc của họ một cách trực tiếp hơn. Khán giả thường sẽ không biết tên nhạc công.

<sup>(1)</sup> Từ "nghệ sĩ" có nghĩa khá rộng, có thể chỉ những người hoạt động trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Phạm vi bài viết này nhắc đến "nghệ sĩ" theo nghĩa hẹp là những người chơi nhạc.

Còn với các nghệ sĩ, danh tiếng của họ lại được xây dựng phần lớn đối với công chúng. Tất nhiên, họ vẫn cần xây dựng quan hệ và chỗ đứng với người trong nghề. Nhưng tạo ra chỗ đứng trong lòng khán giả là một công việc đòi hỏi rất nhiều đầu tư cả về thời gian, công sức và sự may mắn. Khác với các nghề nghiệp khác, danh tiếng của một người nghệ sĩ có yếu tố "yêu thương" từ khán giả. Vì thế sẽ chẳng ngạc nhiên nếu như bạn thấy một người nghệ sĩ liên tục cảm ơn khán giả đã "yêu quý" mình. Dĩ nhiên, người nghệ sĩ không hoạt động với mục đích để được yêu quý, họ còn theo đuổi những giá trị nghệ thuật mà họ cho là xứng đáng. Nhưng không thể phủ nhận, bản năng của một người nghệ sĩ thường khiến họ khát khao được gắn kết với những người sẽ thưởng ngoạn thứ nghệ thuật mà họ tạo ra.

Quan điểm của tôi là sự phân chia Nghệ sĩ - Nhạc công này không quá quan trọng nếu đến từ đánh giá bên ngoài. Điều quan trọng là cách mà bản thân mỗi người lựa chọn danh xưng nào, bởi đi cùng với nó là trách nhiệm và áp lực. Một người nghệ sĩ cần có định hướng và các ước vọng nghệ thuật để theo đuổi, họ cũng chịu áp lực từ chính danh xưng đó, các lời khen, chê của khán giả, áp lực

về tài chính để đeo đuổi các dự án nghệ thuật liên tiếp, và áp lực nghề nghiệp để liên tục nâng cao, mài dũa khả năng nghệ thuật của bản thân. Điều này không có nghĩa chúng ta coi thường các nhạc công. Họ cũng cần có trách nhiệm và làm việc hết sức trong vai trò của mình, cần xây dựng danh tiếng thông qua những buổi diễn ổn định, và chắc chắn, cần liên tục phát triển bản thân.

Tôi chọn danh xưng "nghệ sĩ piano" cho chính mình, và phấn đấu để chịu được trách nhiệm cho danh xưng đó.

Tuy nhiên, khi đề cập tới sự khác biệt này, chúng ta có lẽ đều cảm thấy nó có phần "nhạy cảm". Đó là bởi trong nghệ thuật, **danh tính (identity)** của một người bị gắn liền với âm nhạc. Sự khác biệt về danh tiếng có thể rất đau đớn, đau đớn hơn việc quán ăn này có nhiều khách hơn quán ăn khác. Ví dụ, ta làm đầu bếp từ 8h sáng đến 5h chiều, nhưng khi cời tạp dề ra, ta có thể được nhìn nhận bản thân tách rời với công việc ấy. Người nghệ sĩ/nhạc công thì hơi khác một chút. Danh tiếng và danh xưng đôi khi sẽ nuốt trọn danh tính. Tính cách tốt xấu, con người, sở thích và các đặc điểm danh tính đều không nổi trội bằng cách ta xuất hiện trên sân khấu. Khả năng chiến đấu về tinh thần của việc

liên tục bị đánh giá, khen chê là đặc điểm quan trọng quyết định ta có trụ vững, hoạt động được với nghề hay không. Nói một cách khác, nếu ta không hiểu rõ được danh tính của chính mình, không dám chịu trách nhiệm với danh xưng mình đã chọn, lại chỉ chạy theo danh tiếng mà thôi, khả năng cao là ta không thể đi được đường dài.

Tôi học được bài học về danh tính ngay khi đạt giải thưởng quốc tế đầu tiên. Đúng vào lúc được công nhận và bắt đầu có những lời mời biểu diễn, tôi gặp chấn thương. Sự sụp đổ tinh thần trong những tháng dài ấy, tuy không lâu, nhưng dạy cho tôi rất nhiều điều, mà có lẽ quan trọng nhất là mối quan hệ của tôi với âm nhạc. Tôi nhận ra tôi và âm nhạc là hai thể tách biệt. Trước khi là một nghệ sĩ, tôi là một con người. Điều này có nghĩa, tôi có khả năng cống hiến như một công dân, một người con, người bạn, người học sinh, và sau này là người vợ, người mẹ, người đồng nghiệp. Sự tự do khỏi việc làm "nô lệ" của âm nhạc cho phép tôi nhìn nhận những vẻ đẹp quý giá trong cuộc sống, như sự tử tế, nụ cười của một đứa trẻ, niềm hạnh phúc được ở bên gia đình. Tôi tin chính những điều đó, phản hiện lại trong nghệ thuật, khiến tôi yêu âm nhạc.

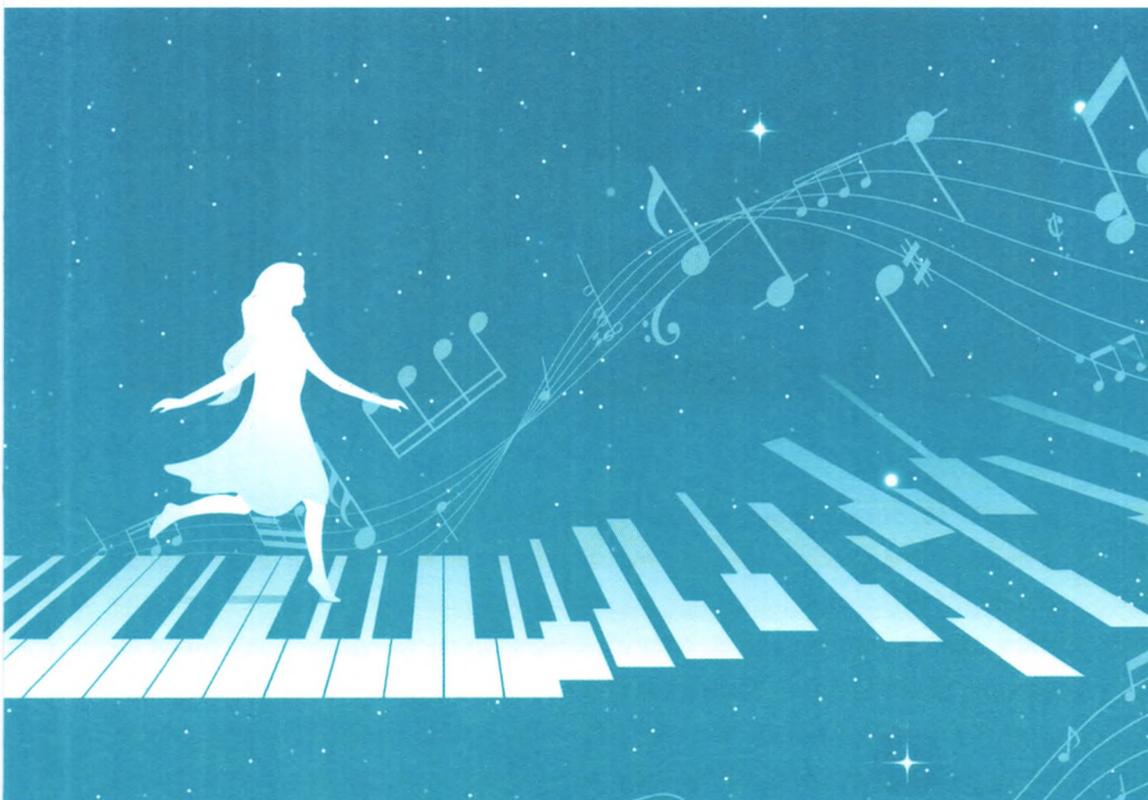
Một điều quan trọng khác, đó là âm nhạc không chỉ dành cho những người nổi tiếng và thành công nhất. Trong 7 tháng bị chấn thương, tôi không thể chơi nhạc. Vì thế, tôi có nhiều thời gian hơn để mở rộng thế giới quan nghệ thuật của mình, tham gia vào nhiều hoạt động sử dụng nghệ thuật trong cộng đồng. Tôi đi dạy cảm thụ âm nhạc cho những người mới, viết lời giới thiệu cho các buổi biểu diễn, giám tuyển một vài chương trình âm nhạc cho người già neo đơn, và điều hành các dự án nghệ thuật dành cho



sức khỏe tinh thần (mental health). Những trải nghiệm đó giúp tôi nhìn thấy sức mạnh kỳ diệu của âm nhạc ở một khía cạnh khác. Sau 7 tháng trị liệu, trở lại với sàn diễn, tôi nhận ra mình có nhiều cơ hội để sống và cống hiến, dù ở vị trí một người biểu diễn, hay một nhà giáo, một nhà hoạt động xã hội. Âm nhạc trở thành môi trường và cũng trở thành cây cầu để tôi có thể chạm vào những điều đẹp để cùng mọi người. Dĩ nhiên, tôi vẫn theo đuổi sự xuất sắc trong nghệ thuật. Nhưng tôi không còn hy sinh

tất cả cho sự hoàn hảo, mà chuyển đích đến của mình là những phần tình mà nghệ thuật đem lại. Trước nghệ thuật, trước những gì đẹp đẽ và chân thật, tôi nhận thấy con người có khả năng được chạm vào, và trong khoảnh khắc đó, có thể trưởng thành.

Một yếu tố cần thiết để có thể hoạt động lâu dài là khả năng độc lập về tài chính. Hầu hết các nghệ sĩ/nhạc công đều có nguồn thu từ nhiều hoạt động đa dạng khác nhau: biểu diễn, giảng dạy, sáng tác, phối khí, viết



content, làm nhạc cho báo chí, phát thanh, truyền hình,... Các địa hạt này đều đòi hỏi sự phấn đấu, học hỏi và tôi luyện để có thể trở nên chuyên nghiệp và thành công. Nhưng đã qua rồi thời nghệ sĩ/nhạc công chỉ làm một việc là tập luyện và biểu diễn để kiếm sống. Trừ một số rất ít người lựa chọn cách đó, hoặc có may mắn về tài chính, hầu hết đều trở nên đa năng hơn để đảm bảo cuộc sống và phát triển cá nhân. Mức thu nhập của các nghệ sĩ dao động rất lớn. Và nghệ sĩ chơi các nhạc cụ ít người học như kèn đồng sẽ vất vả hơn để tìm nguồn thu khác, thay vì việc giảng dạy. Nhưng sẽ thiếu cận nếu đánh giá nghề nghiệp này khó độc lập về tài chính. Rất nhiều nhạc công/nghệ sĩ có cuộc sống thoải mái nhờ việc hoạt động bền bỉ với nghề, thêm vào đó là một môi trường nhiều cảm hứng với chất lượng sống rất cao. Có lẽ vì thế, họ thường có vẻ "trẻ lâu".



Bản thân tôi được đào tạo thời gian dài nhất về biểu diễn piano. Tuy nhiên, với phần nền vững chắc đó, tôi đã tự học, tham gia các khóa học, tu luyện và phấn đấu để trở thành một giảng viên, một người viết sách giáo khoa, viết nhạc cho phim, giám tuyển cho các chương trình nghệ thuật và nghiên cứu. Thuận lợi (và cũng là khó khăn) ở Việt Nam là chưa có nhiều người trình độ rất cao ở các vị trí này, vì thế cơ hội để "lấn sân" rất nhiều. Nhưng để làm tốt, những người trẻ sẽ phải tự vận động, tự tìm kiếm sự chỉ bảo từ các mentor (người hướng

dẫn). Trong trường hợp của tôi là may mắn có được sự giúp đỡ từ các giáo sư lỗi lạc tại Anh, Mỹ và sự tin tưởng trong giới cũng như của khán giả. Có thể nói, bây giờ và trong thời gian sắp tới, Việt Nam sẽ là môi trường tốt để phát triển với những người dám bước ra khỏi phong cách làm việc truyền thống, trở nên nhanh nhạy và linh động hơn. Việt Nam đang thiếu rất nhiều những người được đào tạo bài bản và chuyên sâu về các lĩnh vực mang tính nghiên cứu, phân tích và cả quản lý nghệ thuật ở trình độ quốc tế. Và nếu ai đó muốn học chuyên sâu về các lĩnh vực này, tôi ủng hộ bạn!

Cảnh “sang chảnh” ngồi chơi piano trong nhà hát lớn trước sự trầm trồ của khán giả có lẽ là ước mơ của rất nhiều nghệ sĩ trẻ, nhưng để đạt được tới đây cần nhiều nỗ lực và cả may mắn. Ở Việt Nam, có nhiều cơ hội để các nghệ sĩ trẻ tự tạo ra sân khấu của riêng mình, nhưng quả thật, họ sẽ gặp rất nhiều khó khăn vì chưa có những đơn vị tổ chức biểu diễn chuyên nghiệp, cũng như chưa có sẵn cộng đồng khán giả đông đảo. Các nghệ sĩ trẻ cần chuẩn bị sẵn tinh thần vững vàng, sáng tạo và chủ động, tìm kiếm cơ hội thể hiện con đường và màu sắc khác biệt của bản thân để có chỗ đứng. Và đặc biệt, cần ghi nhớ rằng đây là chặng đường dài, không kết

thúc ở một vài buổi diễn thành công, một vài sự tung hô của báo chí,... mà là cả quá trình đeo đuổi những giá trị của nghệ thuật và vẻ đẹp nó mang lại cho cuộc sống. Không dễ dàng và không “sang chảnh” chút nào.

Tôi nghĩ mỗi người đều có quyền được chọn cuộc sống hạnh phúc cho mình, với sự thông thái để điều đó cũng mang lại hạnh phúc cho người khác. Trở thành một nghệ sĩ là cách tôi chọn để được hạnh phúc trong âm nhạc hàng ngày, và rồi mang niềm hạnh phúc ấy đến cho những người nghe tôi đàn, hoặc học nhạc cùng tôi. Nếu bạn đang băn khoăn liệu cuộc sống như vậy có dành cho mình không, tôi khuyến khích bạn trải nghiệm nó sớm nhất có thể. Không cần phải bỏ học hay di chuyển đi đâu xa xôi, bạn có thể trải nghiệm điều kỳ diệu của âm nhạc khi ứng dụng nó để phục vụ những người xung quanh. Điều đó đòi hỏi bạn hy sinh một vài niềm vui khác của bản thân, như việc ngủ nướng hoặc đi chơi với bạn bè chẳng hạn. Nhưng nó cũng sẽ cho bạn biết liệu trái tim bạn có thể được đong đầy từ niềm vui mà âm nhạc mang tới, để đi được chặng đường thật dài với nó hay không. Dù cho câu trả lời bạn tìm thấy là không, ít nhất, bạn cũng đã thật nhiệt thành với nó. ■

# NÉT VẼ CŨNG LÀ NÉT ĐỜI



**KHÁCH MỜI**  
**PHÔNG VẤN:**  
Thăng Fly, *Họa sĩ*  
truyện tranh

**BIÊN SOẠN**  
**BÀI VIẾT:**  
Ban biên tập

➤ *Nhiều người cho rằng học vẽ rồi làm họa sĩ không phải một nghề hoặc nếu là nghề thì không dễ tạo ra thu nhập. Quan điểm này có thể đúng với hoàn cảnh thế hệ trước. Thời của ba mẹ mình, họa sĩ đích thị là nghề khó kiếm sống. Nếu không sống ở Hà Nội, Sài Gòn,... người theo nghề vẽ ở quê chỉ có những tiệm chép tranh, thủ công mỹ nghệ, kẻ vẽ biển báo... xập xệ. Tuy nhiên, ngày nay, khi kinh tế phát triển, Internet, mạng xã hội đã ra đời và trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của con người hiện đại, liệu nghề vẽ còn gian nan như vậy?*



Một số tranh vẽ  
được thực hiện bởi  
Thăng Fly.

## TỪ THẦY GIÁO DẠY VẼ TRỞ THÀNH HOẠ SĨ TRUYỆN TRANH

Tôi thích vẽ từ hồi còn bé. Đến tầm lớp 12, ban đầu tôi định thi đại học khối C (Văn - Sử - Địa), nhưng tôi thấy chương trình dạy trong nhà trường hơi máy móc nên muốn đổi khối. Cuối cùng, tôi nghĩ đơn giản nhất là chọn khối H, chỉ cần thi vẽ cộng thêm môn Ngữ văn. Thời của tôi Internet còn sơ khai nên không biết ngành mỹ thuật ở thế giới ngoài kia như thế nào, chỉ biết bản thân có khả năng vẽ. Bố mẹ "chì" cho tôi con đường duy nhất kiếm sống được khi học mỹ thuật là nghề giáo. Trong lớp học vẽ của tôi thời đó, 9/10 bạn thi sư phạm, còn 1 bạn theo ngành kiến trúc. Bố mẹ thời xưa thực sự không mấy ai biết và định hướng cho con.

Vào sư phạm, tôi thấy nghề giáo cũng hay. Tôi vẫn được vẽ, dù không nhiều, và được dạy trẻ con. Tôi thích việc giảng dạy và giúp trẻ hình thành nhân cách, vì vẽ là môn học để giải trí, làm tâm hồn thêm sống động. Tuy nhiên, một lý do muôn thủa khiến người ta hay bỏ nghề dạy là lương thấp. 10 người học sư phạm mỹ thuật ra trường chỉ còn lại 2 người kiên trì theo đuổi. Số còn lại, người làm quảng cáo, người đi thiết kế băng rôn, khẩu hiệu, thậm chí có người đổi hẳn sang một nghề khác không liên quan đến vẽ vời. Tôi cũng nằm trong số đông đó, rời bỏ con đường sư phạm.

Không làm thầy giáo, tôi sẽ sống thế nào với nghề vẽ? Có lẽ nhiều người nghĩ học vẽ không làm thầy thì chỉ còn cách theo hướng quen thuộc là trở thành họa sĩ truyền thống – vẽ sơn dầu, sơn mài, lụa,... Khoảng 10 năm trở về trước, để theo được con đường này, bạn phải là người cực kì đam mê mỹ thuật hoặc sinh trường trong môi trường thành phố, gia đình có "gia truyền" nghệ thuật. Môi trường thành phố có cộng đồng những họa sĩ truyền thống để các bạn trẻ theo định hướng này tìm hiểu, quen biết, giao lưu, học hỏi và phát triển. Muốn sống được bằng nghề này, bạn phải có quan hệ, có phụ huynh là họa sĩ để mở triển lãm, mời báo chí đưa tin, thu hút

nhiều người biết đến và mua tranh. Để tổ chức một triển lãm, tài năng của bạn là chưa đủ. Việc biểu diễn tài năng trước công chúng là bài toán lớn với người họa sĩ, bởi các mối quan hệ xã hội, hình thức truyền thông khi ấy chủ yếu vẫn là truyền miệng.

Không có cách nào để trở thành họa sĩ vẽ tranh truyền thống ở quê, tôi lang thang trên mạng tìm hiểu về việc vẽ các sản phẩm trên máy tính và nhận một số hợp đồng từ các công ty truyền thông. Bạn có thể hình dung việc này tương tự như bây giờ học và làm đồ họa. Người làm nghề đồ họa là những mắt xích không thể thiếu trong lĩnh vực quảng cáo - thiết kế. Hiện nay, đây là một ngành rất hot. Rất nhiều trường đã - đang mở ngành này và thu hút đông đảo sinh viên theo học vì dễ kiếm sống, thu nhập ổn. Người làm đồ họa mới ra trường có thể kiếm khoảng 5 - 7 triệu/tháng – đây cũng là mức lương tôi nhận được khi mới dấn thân vào con đường này. Khi có kinh nghiệm cộng với năng khiếu đồ họa, tư duy sáng tạo (mức senior), bạn có thể kiếm 20 - 50 triệu/tháng.

Nhưng tôi thích kể chuyện chứ không hợp với việc làm job lắm, nên tôi lại tìm hiểu và tham gia diễn đàn truyện tranh Việt Nam thời đó là VNcomicfarm. Tôi muốn có một chỗ

đứng riêng, một Fanpage nơi có thể trưng ra các tác phẩm của mình để nhiều người biết đến. Vậy Fanpage của tôi sẽ nói chuyện gì, chia sẻ content gì, vẽ gì? Tôi nhớ ngày xưa mình rất thích đọc truyện tranh nên muốn dành cả đời vẽ các nhân vật, các câu chuyện. Truyện tranh so với mỹ thuật truyền thống hay đồ họa là một ngành rất non trẻ. Bạn đọc truyện tranh Marvel, Doraemon,... đã cảm thấy nó cổ, nhưng nếu so với mỹ thuật truyền thống, ví dụ như tranh Đông Hồ hay Leonardo da Vinci (họa sĩ vĩ đại người Ý, đại diện xuất sắc nhất của khoa học và nghệ thuật thời Phục hưng), truyện tranh là một ngành mới do con người hiện đại phát minh ra.

Với lựa chọn này, tôi có hai hướng làm việc chính. Thứ nhất, vẽ các truyện tranh ngắn đăng tải trên mạng xã hội để chia sẻ quan điểm của mình với khán giả. Nhưng không ai có thể sống và vẽ mãi mà không có thu nhập. Có khán giả ủng hộ trên mạng xã hội, tác giả truyện tranh có thể "kiếm sống" bằng việc các nhãn hàng booking vẽ bài quảng cáo để hình ảnh của họ xuất hiện nhiều lần trước công chúng. Họ thường hợp tác với các nghệ sĩ hoặc những người làm nghề giải trí, và họa sĩ truyện tranh là một nhóm nhỏ nằm trong những người "bắc cầu" đó. Ngược lại, độc giả có thể

đọc truyện miễn phí mà không sợ tác giả của mình... nghèo quá, bỏ đi làm nghề khác. Họa sĩ truyện tranh, nhờ đó, được theo đuổi nghệ thuật của riêng mình mà vẫn có nguồn thu. Tất nhiên, quảng cáo là ngành khá công nghiệp, khốc liệt, đôi khi có phần "ép buộc" nghệ sĩ phải làm theo ý nhãn hàng, nhưng không thể phủ nhận nó là cầu nối để họa sĩ truyện tranh sống và đồng hành cùng độc giả.

Trước khi có Fanpage, tôi đã có 1 - 2 cuốn sách. Sau này, khi Fanpage ổn, có một lượng fan nhất định, tôi quay lại với việc sáng tác truyện vừa hoàn chỉnh, cân bằng giữa việc làm quảng cáo, đăng các truyện nhỏ lên Facebook và nuôi sống tinh thần nghệ thuật của mình. Dưới tư cách một tác giả, bạn phải có ý tưởng tác phẩm trước. Nếu nhà phát hành cảm thấy ý tưởng của bạn có giá trị, họ sẽ mua tác phẩm và mọi người bắt tay vào thực hiện cuốn sách. Bạn vẫn là người sáng tác chính, nhà phát hành sẽ hỗ trợ bạn phát hành, truyền thông. Ở Việt Nam, đối tượng độc giả sách hẹp hơn khán giả Internet rất nhiều. Ví dụ, một cuốn sách xuất bản 10.000 cuốn, bán được 7.000 cuốn đã được coi là rất nhiều. Trong khi đó, một bài đăng trên Facebook đã có thể tiếp cận đến 100.000, 200.000 người. Tuy nhiên, tôi nghĩ nền tảng văn hoá

của một cộng đồng luôn được xây dựng dựa trên những tác phẩm có đầu tư thời gian nghiêm chỉnh. Vì thế, tôi tin vẫn còn nhiều người muốn đọc những tác phẩm dài và tử tế hơn.

Đọc đến đây, bạn có thể thấy tôi đã trải qua nhiều ngã rẽ khác nhau. Từ thầy giáo, tôi trở thành họa sĩ truyện tranh. Nhưng câu chuyện không dừng lại ở đó. Khi đạt được một cột mốc, chúng ta sẽ chán chường, cảm thấy vô nghĩa và lại cần một cái đích mới, lớn hơn để bước tiếp. Sau 2 - 3 cuốn sách được xuất bản, tôi thấy sách mình có vẻ hơi "xàm" và khao khát tạo ra những thứ sâu sắc hơn. Tôi đang bắt đầu thực hiện điều này. Có thể về sau, tôi còn muốn những cái đích khác nữa, như một triển lãm tranh vào lúc 40 tuổi – khi tôi đủ độ chín.

## “XÂY NỀN” TRONG NGÀNH MỸ THUẬT

Hiển nhiên, mỗi người sẽ có những hướng đi riêng trong ngành mỹ thuật. Song, có một vài yếu tố mang tính nền tảng giúp bạn phát triển.

### Tố chất

Làm mỹ thuật, làm họa sĩ, quan trọng nhất bạn phải có tố chất. Ví dụ, tôi

từng dạy những lớp luyện thi mỹ thuật tầm 20 học sinh, tôi có thể đoán định được bạn nào có thể sống tốt bằng nghề vẽ, bạn nào sẽ khó khăn hơn. Nghề mỹ thuật có đặc điểm là để có tư duy tạo hình tốt, bạn phải yêu thích nó. Việc cảm thấy không thực sự đủ thích để ngồi tạo hình một sản phẩm, bức tranh, bài vẽ,... cũng không có nghĩa bạn kém cỏi. Có thể chỉ đơn giản tố chất của bạn hợp với một ngành nghề khác hơn. Biết đâu bạn lại tìm thấy niềm vui từ việc kinh doanh, xây dựng, hay viết lách?

Có một số ít bạn học sinh cũng thích vẽ nhưng tư duy về tạo hình bị chậm. Dù họ vẫn sống được với nghề nhưng rất chật vật mỗi lần phải thay đổi phong cách hay được yêu cầu làm một thứ mới. Để thực sự biết mình có tố chất hay không, bạn cần phải thử, có nhiều trường phái, phong cách khác nhau, có thể bạn sẽ tìm được thứ phù hợp cho mình.

### Tư duy đúng

Đứng trên tư cách là một giáo viên từng dạy qua nhiều lứa học trò, tôi thấy hầu hết thiếu niên độ tuổi 17 - 18 còn bị ảnh hưởng nhiều bởi tư duy của bố mẹ và có chung một suy nghĩ: "Học gì để sau này kiếm tiền?" Thay vì chọn ngành mình thích, theo đuổi

thứ mình yêu, bọn trẻ bị ảnh hưởng lối tư duy “vật chất” của cuộc sống cơm áo gạo tiền mà người lớn “tiêm nhiễm”. Mục đích của việc học vì thế mà bị biến tướng.

Hầu hết mọi người luôn cố gắng tìm thủ thuật để vượt qua các kì thi, để đỗ Đại học, để cầm tấm bằng ra trường, để có việc làm. Bởi vậy, trong giờ mỹ thuật, các bạn sẽ mở Toán, Lý, Hoá ra làm. Hay khi tôi dạy ôn thi Đại học môn mỹ thuật, học sinh sẽ từ chối học nếu thứ được dạy không nằm trong khuôn khổ để thi: “Năm nay không thi phần này, học làm gì thầy ơi?” Lối tư duy này sẽ khó thay đổi được trong ngày một, ngày hai, nhưng mình phải kiên trì sửa đổi nó.

Bản chất của việc học là để tiếp thu kiến thức, và từ những kiến thức đó, con người sẽ có sự “uỷển chuyển” – biết cách áp dụng kiến thức vào thực tế đời sống, công việc. Chúng ta không thể sống cả đời với những thủ thuật. Thủ thuật có thể giúp bạn thi Đại học, ra trường, được một công ty tuyển dụng, nhưng trong quá trình làm việc, bạn không dùng nó mãi được. Nếu học mỹ thuật, bạn bắt buộc phải thích nó. Đó là điều cơ bản nhất để bắt đầu, nếu không đủ yêu thích, làm sao bạn có động lực tìm hiểu để tiến bộ.



Một số tranh vẽ được thực hiện bởi Thăng Fly.

## Bộ kỹ năng cơ bản

### Đồ hoạ

Ngành đồ hoạ sẽ có những bộ kỹ năng khác nhau như dùng phần mềm dựng hình 3D, dựng video, sử dụng bộ phần mềm Adobe,... Các kỹ năng này có thể học được ở các khoá học bên ngoài, học qua Internet. Nhìn chung, đồ hoạ hiện đại là một phần không thể thiếu trong ngành công nghiệp quảng bá sản phẩm, nên nếu bạn có năng khiếu đồ hoạ, bạn có thể học các khóa ngắn hạn và sống được bởi sự nhanh nhạy, bắt trend.

### Mỹ thuật

Nghề hoạ sĩ có bộ kỹ năng vẽ cơ bản mà bạn học 3 năm có thể vẽ trên mức nghiệp dư. Để trở thành một hoạ sĩ thực thụ, tham gia khóa học ngắn hạn bên ngoài là không đủ, trừ khi bạn là thiên tài mỹ thuật. Không có căn bản, bạn vẫn vẽ và làm nghề được, nhưng khi cần thay đổi phong cách, đứng trước những thử thách, yêu cầu mới, khi thường thức và thể nghiệm một bức tranh, bạn sẽ lúng túng, loay hoay...

Ngành mỹ thuật đòi hỏi bạn có kiến thức căn bản về tạo hình và màu sắc, nên việc lựa chọn các trường đào tạo mỹ thuật truyền thống như Đại học

Mỹ thuật Việt Nam, Đại học Mỹ thuật Công nghiệp Hà Nội,... là rất tốt. Ở đó, bạn được gặp những giảng viên hàng đầu, những người tài năng trong ngành để tra đổi, học hỏi.

Dù vậy, việc học tập trong các ngôi trường truyền thống có vài nhược điểm. Thứ nhất, hệ thống giáo dục bị trì trệ, giáo trình nhiều năm không đổi nên các xu hướng mới của thế giới thường không được cập nhật. Thứ hai, điểm đầu vào của trường cao. Nếu không thành công trong việc thi vào các trường khó, bạn có thể lựa chọn trường tư nhân, dân lập. Họ cũng có quy trình đào tạo bài bản. Thậm chí, xu hướng và cách tiếp cận vấn đề của các trường này có phần mới mẻ hơn, nhưng học phí sẽ đắt hơn nhiều. Nhìn chung, các trường công hay tư đều dạy chúng ta những thứ cơ bản và rộng khắp các lĩnh vực. Để đi chuyên sâu vào một ngành cụ thể và làm nghề, mỗi người phải chủ động tìm tòi nghiên cứu thêm.

Nếu là một hoạ sĩ thực thụ, bạn sẽ muốn tạo ra tác phẩm có cá tính, tình thần của riêng mình. Bộ kỹ năng là cái chung mà ai cũng phải học để bắt đầu, nhưng yếu tố cá nhân, sự sáng tạo là của riêng mỗi người và nó tạo cho hoạ sĩ sự khác biệt.

## TÌM MÌNH – TÌM PHONG CÁCH – TÌM CHẤT RIÊNG

*“Làm thế nào em có chỗ đứng, có cá tính trong ngành mỹ thuật?”*

Nhiều người hay hỏi tôi như vậy. Thực ra, không ai từ khi sinh ra đã có phong cách. Đơn cử ngành truyện tranh, các “tượng đài” cũng học hỏi lẫn nhau. Fujiko F. Fujio<sup>(1)</sup> lấy Tezuka Osamu<sup>(2)</sup> làm hình mẫu để học hỏi. Tezuka Osamu lại bị ảnh hưởng bởi mỹ thuật của Walt Disney<sup>(3)</sup>. Lúc đầu, khi làm nghề, chúng ta chưa thể có phong cách mà cần học hỏi từ nhiều người. Luyện tập đủ nhiều và đi đủ lâu, bạn sẽ nhận ra phong cách của mình. Bạn thần tượng Fujiko, bạn học hỏi ông ấy, nhưng vẽ mãi rồi bạn cũng tìm ra sự khác biệt, bởi bạn và Fujiko là hai người riêng biệt, tư duy nét vẽ và hình ảnh khác nhau. Tìm phong cách cho riêng mình không phải câu chuyện của 1 ngày, 2 ngày, 1 năm, 2 năm,... Bạn có thể mất 3 - 4 năm, thậm chí 10 năm để tìm ra chất riêng của mình, nhờ trải nghiệm nghề, trải nghiệm đời, nhờ những thay đổi, những biến cố,...

Ngày xưa, có lần tôi làm với một nhà xuất bản đến nửa quyển sách thì người phụ trách nghỉ việc, người khác lên thay. Người mới thấy dự án không tiềm năng liền hủy và gửi cho tôi 5 triệu, xem như trả cho việc “tôi đã cố gắng”. Lúc ấy, tôi thấy giận, thấy ghét họ. Sau này, khi nhận thức thay đổi, tôi hiểu tất cả cảm xúc tiêu cực đó đều đến từ việc chúng ta luôn coi mình là người bị hại trong xã hội vì bản thân đang ở thế yếu hơn. Thực ra, không ai là người bị hại cả. Người ta chỉ đang cố gắng làm tốt việc của họ. Nếu cuốn sách của tôi thực sự tiềm năng hay thời đó tên tuổi của tôi đã được biết đến rộng rãi hơn, nếu tôi có thể khiến nhà xuất bản cảm nhận được sự đảm bảo về kinh tế, danh tiếng cho cuốn sách, có thể họ sẽ không dừng giữa chừng. Vậy, đó là lỗi ở mình chưa đủ tốt hay lỗi ở họ quá thực dụng? Có lẽ một phần do họ và một phần do mình.

Pikalong là một trong những bước ngoặt trên hành trình vẽ của tôi. Nhờ Pikalong, tôi được nhiều người biết đến hơn, nhận được nhiều job hơn,... Thế rồi có một ngày, khoảng 1 - 2 năm trước, tôi đi cà phê với bạn bè. Khi

<sup>(1)</sup> Fujiko F. Fujio: Hoạ sĩ manga Nhật Bản với bộ truyện “gối đầu giường” của nhiều thế hệ: Doraemon.

<sup>(2)</sup> Tezuka Osamu: Người được coi là ông tổ của ngành truyện tranh Nhật Bản.

<sup>(3)</sup> Walt Disney: Nhà làm phim hoạt hình nổi tiếng người Mỹ.

mọi người giới thiệu tôi là Thăng Fly thì không ai biết, nhưng nếu nói tôi là Pikalong, họ đều "Ồ, à, ra là ông này..." Điều này khiến tôi cảm thấy khó chịu. Tôi chỉ muốn đi cà phê trong vai trò một người bạn bình thường, không phải một nhân vật nào đó trên mạng xã hội. Nếu cứ như vậy, dần dần, người ta không còn biết Thăng Fly, tôi sẽ bị đóng đinh vào hình ảnh Pikalong – vui tươi, hài hước, bắt trend. Hơn nữa, tôi thấy chuyện phản biện xã hội, việc tạo ra chuyện hài cho mọi người đọc 3 giây, 5 giây mỗi ngày không còn khiến mình vui nữa, và nó cũng không còn thành thật với bản thân mình nên tôi thay đổi, quyết định dừng vẽ Pikalong. May mắn, khi tôi chuyển đổi sáng tác, người xem vẫn đón nhận. Hoá ra, trong quá trình tôi thay đổi, khán giả của tôi cũng vậy (từ những người 13 - 25 tuổi, nay họ đã là những người bước vào tuổi 18 - 35).

Khi chúng ta trẻ, độ tuổi khoảng 15 - 25, chúng ta khao khát mình khác biệt, được chú ý, được nổi tiếng và tự lập nuôi sống bản thân. Điều đó không sai, nhưng khi giai đoạn đó qua đi, chúng ta trải qua nhiều biến động cuộc đời hơn, tư duy sẽ thay đổi. Mặt tích cực của việc khoe với thế giới quan điểm cá nhân, sự sáng tạo, sự khác biệt là sức sống hùng hực, tràn đầy năng lượng. Nhưng mặt tiêu

cực của nó là bạn có thể cảm thấy mệt mỏi khi quan điểm mình đưa ra sẽ có quan điểm khác phản bác lại. Càng nhiều người biết đến thì càng có nhiều đánh giá trái chiều, thậm chí tranh cãi không ngừng. Khi phản bác lại chúng, ta sẽ tốn rất nhiều thời gian và rơi vào vòng xoáy của sự căng thẳng. Chẳng hạn, thời điểm vẽ Pikalong, tôi thích dùng sự hài hước để châm biếm các thói hư tật xấu trong xã hội, sự quan liêu trong trường học, những cán bộ tham nhũng hay đám giang hồ mạng,... Nhưng sau khi trải qua vài biến cố, phải ở bệnh viện chăm người thân một thời gian dài, rồi đọc thêm những kiến thức mới về xã hội, sự hình thành của loài người, các ngành nghề,... tôi thấy nhận thức của mình có ít nhiều thay đổi.

Tôi muốn thử nghiệm hướng đi mới. Thay vì châm biếm, cười cợt, nếu như tôi kể những câu chuyện nhỏ về tình người với nhau thì có tác động tích cực lên người đọc hơn không? Chắc vấn đề là như vậy: Tùy vào thời điểm, người kể chuyện muốn kể cho độc giả những thông điệp và câu chuyện khác nhau. Ca ngợi những điều tốt cũng có giá trị tương đương với châm biếm cái xấu. Chuyện ý nghĩa nhân văn cũng giúp ích cho đời như chuyện hài hước mua vui. Chỉ là mỗi giai đoạn ta chọn cách thể hiện nào thôi.

**“ Bản chất của việc học là để tiếp thu kiến thức, và từ những kiến thức đó biết cách áp dụng kiến thức vào thực tế đời sống, công việc. Chúng ta không thể sống cả đời với những thủ thuật. ”**

Tất nhiên, khi đọc lại mấy cuốn Pikalong ngày xưa, tôi vẫn thấy vui. Nhìn chung, nếu trước kia phong cách của Thăng Fly là hài hước, vui vẻ,... thì hiện tại, tôi đang hướng đến những giá trị sâu sắc hơn. Tôi muốn ra những cuốn sách dài và có độ chiêm nghiệm cao hơn. Trên fanpage, tôi bắt đầu hướng đến sự tự do hoàn toàn trong sáng tạo, trong tư duy, không phải bắt trend, chiều độc giả, chiều nhãn hàng,... Mỗi giai đoạn, những sự kiện trong đời sẽ ảnh hưởng đến phong cách nghệ thuật của chúng ta và chỉ có dần dần, trải nghiệm chúng ta mới có thể tìm ra nó.

## CÁI KHÓ LÓ CÁI KHÔN

Bước chân vào ngành, bạn sẽ phải đối mặt với 3 cái khó: môi trường, công chúng và... chính bản thân mình.

Thứ nhất, so với thế giới, môi trường nghệ thuật Việt Nam phát triển còn chậm. Việt Nam có một thời kỳ chiến tranh, biến động dài khiến sự phát triển nghệ thuật bị đứt gãy. Mỹ thuật Việt Nam phát triển rực rỡ nhất từ thời trường mỹ thuật Đông Dương với các họa sĩ Tô Ngọc Vân, Bùi Xuân Phái,... rồi đến một giai đoạn trầm lắng. Tới nay, chúng ta mới đang ở giai đoạn dần dần học cách cảm nhận nghệ thuật, trả công cao hơn cho những người làm nghệ thuật, cách nhìn nhận một tác phẩm như thế nào,... Trong khoảng thời gian này liên tục có những bức tranh bán được với giá kỳ lạ, và mọi người biết nhiều hơn đến những họa sĩ nổi tiếng của Việt Nam.

Thứ hai, về đối tượng khán giả, nghệ sĩ trẻ muốn sống được thường phải hướng đến đại chúng trước. Ở các nước phát triển về nghệ thuật, nghệ sĩ có phong cách khá khác biệt với đám đông. Dù chọn ngách hẹp hơn, họ vẫn được một nhóm khán giả đồng cảm và hiểu phong cách đó. Điều này được hình thành dựa trên thời gian dài quốc gia đó phát triển,

khiến nghệ thuật ở đó có nhiều lớp lang, góc cạnh, đa chiều. Tại Việt Nam, do phát triển chậm hơn, những nghệ sĩ trẻ có phong cách khác biệt sẽ mất nhiều thời gian để tìm được đối tượng khán giả hiểu mình. Các nghệ sĩ mang phong cách đại chúng sẽ dễ dàng tiếp cận đám đông hơn cả, và sống tốt được với nghề. Vì thế, thường nghệ sĩ trẻ có thể lựa chọn: chuyển hướng làm những thứ đại chúng để nuôi mình, nuôi nghề hoặc chịu khó dẫn dắt khán giả từ từ đến với những thứ đặc biệt hơn, hoặc bạn cũng có thể làm cả hai cùng lúc.

Bạn muốn làm nghệ thuật theo cá tính riêng, mang phong cách khác lạ, bạn phải trình diễn bằng cách nhẹ nhàng trước, khiến khán giả quen dần với "kiểu" của mình, sau đó mới đặt ra các vấn đề lớn lao hơn. Bên cạnh đó, đa số khán giả Việt chưa có thói quen trả tiền cho họa sĩ, nghệ sĩ nên họ thường phải xoay sở sống bằng vẽ thuê hoặc quảng cáo. Nhiều lúc người đọc phàn nàn rằng nội dung có quá nhiều quảng cáo. Đôi khi, họa sĩ cũng chạnh lòng.

Thứ ba, con người ngày nay dễ bị chi phối bởi công nghệ. Ví dụ, bạn ngồi xuống và viết truyện, bạn thường xuyên bị xao nhãng bởi tiếng báo tin nhắn Facebook, thông báo có video

mới của YouTube,... Khi những "cám dỗ" của mạng xã hội xuất hiện liên tục trong quá trình sáng tác, bạn sẽ khó lòng tập trung vào việc đang làm. Điều này đòi hỏi bạn phải rèn luyện, đặt ra những quy tắc, kỷ luật cho bản thân.

Dù vậy, lĩnh vực này cũng hứa hẹn đem lại không ít cơ hội. Trước tiên, tuy việc chưa có bề dày là thách thức với nền mỹ thuật Việt Nam nói chung, nhưng lại là cơ hội cho mỗi nghệ sĩ nói riêng. Tưởng tượng bạn là họa sĩ truyện tranh ở Nhật hay Bỉ, bạn sẽ rất khó có được một chỗ đứng trong ngành giữa rất nhiều cây đại thụ tài năng. Bạn phải cực kỳ khác biệt, tài năng, nổi trội. Ở Việt Nam, việc tìm chỗ đứng dễ hơn nhiều vì mọi thứ còn khá mới và sơ khai.

Tiếp theo, Internet có thể làm bạn xao nhãng, nhưng nó chính là cầu nối giúp bạn tiếp cận thế giới nghệ thuật rộng mở bên ngoài Việt Nam. Khi muốn tìm hiểu một phong cách mỹ thuật, một kỹ năng vẽ nào đó, nếu đủ đam mê và kiên nhẫn, cộng thêm một chút tiếng Anh, bạn sẽ tìm thấy cả kho tàng để tự học trên internet.

Ngoài ra, mạng xã hội cho bạn cơ hội thể hiện mình. Ngày xưa, việc họa sĩ trẻ được nói chuyện với các nhân vật gạo cội là điều xa vời và to tát. Nhưng

ngày nay, với mạng xã hội, các bác nghệ sĩ gạo cội lập nhóm mê tranh trên Facebook, nhắc nhở mọi người đăng bài, thảo luận. Nếu theo đuổi mỹ thuật truyền thống, bạn có thể tham gia các group như: Họa sĩ trẻ, Xóm hội họa, Họa sĩ và tác phẩm, Họa sĩ và nhà sưu tập, Mê tranh,... Nếu theo mỹ thuật hiện đại, bạn có thể ghé xem các group như: Vẽ minh họa, digital painting,... Bên cạnh việc đăng tranh của mình, bạn còn được xem tranh của mọi người để phát triển thẩm mỹ. Bạn có thể thấy những người bạn ngưỡng mộ đang ở gần bạn hơn bao giờ hết và bạn có cơ hội lọt vào mắt xanh của những họa sĩ lớn, được nhiều người biết đến. Con đường khẳng định bản thân của bạn dần ngắn hơn. Ấy là chưa kể, việc đăng tải tranh lên mạng xã hội, nhận bình luận từ người xem cũng giúp bạn nhanh chóng cải thiện kỹ năng của bản thân.

Điểm lợi cuối cùng là bạn không phải tìm nhà xuất bản, nhà xuất bản sẽ tìm bạn. Ngày xưa, thấy tôi và một cậu bé gần nhà quá mê vẽ, bố mẹ không ngăn nổi nên đưa ra một "thỏa thuận" rằng hai đứa tôi hãy vẽ một bộ truyện ứng ý nhất gửi cho nhà xuất bản Kim Đồng. Nếu được họ phản hồi, chúng tôi có thể tiếp tục theo đuổi việc vẽ vời. Nếu không, hai đứa phải tập trung vào học hành

để đi theo ngành nghề khác. Chúng tôi làm rất tâm huyết, viết thư mù lẩm gửi đến NXB Kim Đồng. Kết quả: Không một hồi âm. Tôi đã băn khoăn phải chăng mình không có tài năng? Nhưng bây giờ, việc chờ đợi ban kiểm duyệt của nhà xuất bản hay nhà phát hành nào đó công nhận không phải con đường duy nhất. Bạn chỉ cần tạo ra những nội dung đủ hay và đẹp rồi đăng lên mạng xã hội. Nếu nó chinh phục được công chúng, họ sẽ tìm đến bạn để xuất bản sách, mua tranh của bạn. Mọi thứ dễ dàng hơn vì bạn được trực tiếp tiếp cận với công chúng.

Vậy đấy, theo đuổi nghề họa sĩ như thế nào và "kiếm sống" ra sao là một quá trình dài nỗ lực. Cuộc đời mỗi người có những mong muốn và biến số khác nhau nên không có một lộ trình chung nào cả. Qua năm tháng, có người trở nên sâu sắc hơn, có người trở nên giặm dũ hơn,... Rất khó chọn đúng một con đường ngay từ đầu và theo đuổi nó đến cuối đời. Vẫn làm giáo viên, làm đồ họa, hay họa sĩ, nhưng hành trình của bạn có thể khác tôi, thậm chí khác rất nhiều. Trên hành trình của mình, mỗi người sẽ chinh phục nhiều đích đến khác nhau, từ nhỏ đến lớn. Và bạn cũng đừng hoang mang vì điều đó, bởi quãng thời gian chúng ta chinh phục từng cái đích là quãng thời gian cảm nhận sự sống đầy hi vọng nhất. ■

# Chuyện THỜI HỒN cho những HÌNH ẢNH



TÁC GIẢ:  
Leo DINH

Founder, CEO  
Red Cat Motion

↳ Chắc hẳn ai trong số chúng ta cũng từng ít nhiều say mê một (hoặc vài) bộ phim hoạt hình – nơi ta được chìm đắm với những nhân vật, những giấc mơ, những khung cảnh đẹp đẽ. Animation chính là cách thức để chuyển hóa những hình ảnh đó từ “tĩnh” sang “động” một cách mượt mà, uyển chuyển và bắt mắt. Vậy ngành Animation có gì? Và Animator (người làm Animation) làm công việc gì? Hãy cùng đến với câu chuyện của anh Leo DINH – người sáng lập và điều hành Red Cat Motion, công ty tiên phong trong lĩnh vực Animation và Motion Design tại Việt Nam.

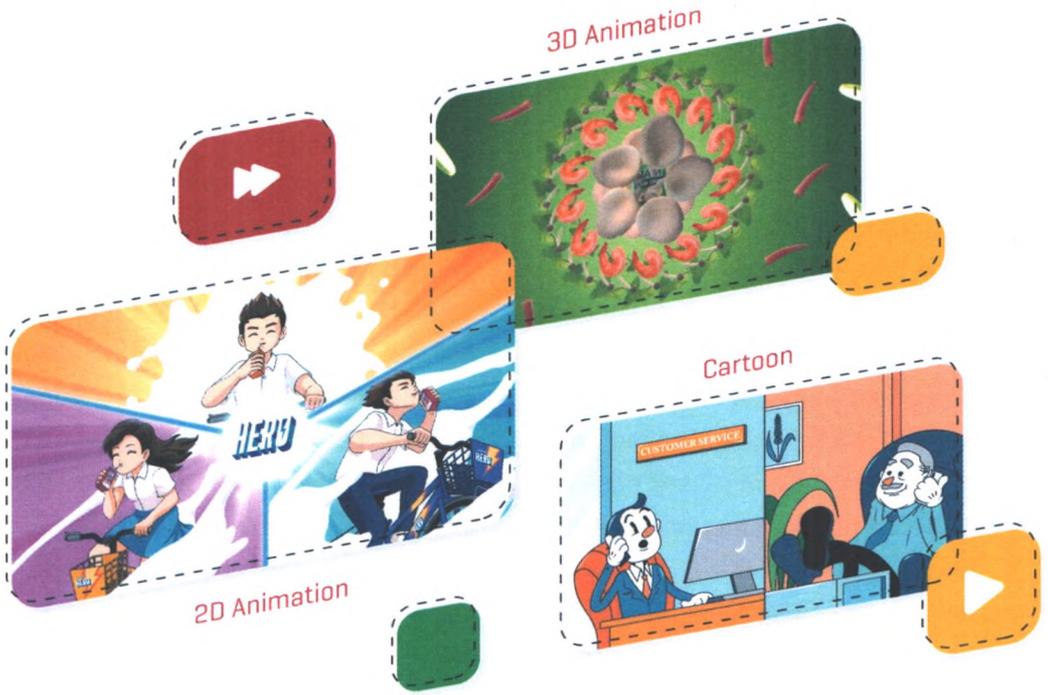
## Những bộ phim hoạt hình dẫn lối đam mê

Ngay từ nhỏ, anh đã luôn say mê những bộ phim hoạt hình. Ba mẹ vẫn bảo suốt ngày coi ba cái hoạt hình đánh đấm, nhưng không hiểu sao vẫn cho xem. Anh còn nhớ rõ từ khi bé xíu đã ước mơ lớn lên sẽ làm được một bộ phim hoạt hình của riêng mình. Nhà anh hồi đó hơi nghèo, nhưng ba má chịu đầu tư cho con cái học hành lắm. Tích cóp mãi ba cũng mua được cái máy Pentium 2. Lúc ấy, anh mới học lớp 3, có máy tính là đã hơn bạn hơn bè lắm rồi. Cũng từ đó, anh thật sự tiếp xúc với công nghệ. Suốt ngày anh hí hoáy vẽ vời bằng phần mềm paint. Anh vẽ siêu lắm, có thể dùng chuột mà vẽ được cả hình tròn rõ tròn. Nhà anh có ông bác, có lần vô tình ghé chơi thấy bác ngồi làm thiệp cưới trên máy tính, thích quá nên vẽ làm theo. Anh ra nhà sách mua mấy đầu sách dạy về Corel Draw, Photoshop của nhà xuất bản Minh Khai, mày mò, cặm cụi tối ngày không biết chán.

Có lẽ đó là cái duyên dắt anh vào nghề này. Lớn lên, đam mê đó không tắt mà dẫn lớn hơn. Từ vẽ vời anh chuyển sang bộ môn 3D, tự dựng lên căn nhà mơ ước của riêng mình. Dù vậy, anh học mấy môn khác cũng không tệ. Toán - Lý - Hoá đều trên

trung bình nên năm cấp 3 anh cũng dẫn đo chọn nghề mình theo sau này. Cuối cùng, anh vẫn chọn thứ mình nghĩ sẽ không bao giờ chán mỗi khi thức dậy đi làm. Chính vì vậy, anh quyết định đi du học về ngành truyền thông đa phương tiện. Ba má có bao nhiêu tài sản đều bán hết cho con đi học. Tiền ba má cho lo được năm đầu, còn mấy năm sau anh tự đi làm đóng tiền học. Có thể nói, anh khá may mắn vì biết bản thân muốn gì và được ba má ủng hộ. Mẹ kể ba đi đâu cũng hỏi người ta con mình chọn ngành gì đó, mà ai nghe xong cũng lắc đầu, không hiểu. Năm 2008, nhắc đến truyền thông đa phương tiện có ai biết gì đâu. Sau khi học xong, anh về Việt Nam, làm việc tại công ty quảng cáo truyền thông là Golden Digital. Môi trường agency giúp anh học được khá nhiều thứ. Điều cuối cùng học được, nhưng cũng đáng giá nhất, là khi anh nghe sắp nói: "Hãy tiếp tục làm cái mình thích." Vậy là anh nghỉ việc và tìm những con người cùng đam mê, sáng lập công ty Red Cat Motion, đến nay được xem là đầu tàu ngành hoạt hình/Animation tại Việt Nam.

À, viết này giờ anh quên giới thiệu, anh là Leo DINH. Công việc chính của anh là làm đạo diễn hoạt hình, còn công việc phụ là điều hành công ty Red Cat Motion.



## Hiểu về Animation và các trường phái

Animation là lĩnh vực cốt lõi Red Cat gắn bó và phát triển. Nhưng sâu hơn, Red Cat không chỉ làm mà còn tư vấn về mặt hình ảnh. Khi muốn quảng cáo một sản phẩm kèm theo thông điệp ý nghĩa, bạn có thể viết một bài báo giới thiệu sản phẩm, thuê một KOL review sản phẩm, thiết kế những tấm poster treo ở khu vực công cộng, hoặc làm một bộ phim hoạt hình/Animation đăng trên YouTube, TikTok, chiếu trên TV,... Có nhiều cách để truyền thông, nhưng Red Cat chỉ tập trung vào phần "nhìn", tức thị giác – những gì liên quan đến hình ảnh và Animation.

Lĩnh vực Animation rất phong phú vì bao gồm nhiều "trường phái" khác nhau: 2D; 3D; Motion Graphics; Cartoon; Character Animation; Stop Motion,... vô số kể. Nếu các bạn thích những bộ phim kinh điển như Spirited Away hay Lion King – đó là những phim hoạt hình làm theo cách truyền thống, đa phần được



vẽ thủ công trên giấy. Còn những bộ phim hoạt hình như Toy Stories, Frozen, Minions sử dụng công nghệ máy tính, được tạo ra bằng các chương trình 3D. Bên cạnh đó, bạn cũng thấy các hiệu ứng hình ảnh rất thật trong các phim bom tấn của Marvel, DC cũng được tạo ra bằng công nghệ máy tính. Dân trong nghề gọi là CG (Computer Graphics) hay VFX (Visual Effects).

Vì đa dạng nên một người khó am hiểu được hết, thường ta sẽ chọn cái mình yêu thích. Như ai thích hoạt hình sẽ chọn hướng diễn xuất nhân vật. Bạn có thể chọn con đường làm 2D truyền thống, làm 3D hay cả hai. Ai thích hiệu ứng kỹ xảo có thể theo đuổi lĩnh vực VFX. Ai thích máy chuyển động trừu tượng, thú vị, có thể theo đuổi Motion Graphics. Trước khi xem phim, bạn có thấy mấy cái logo chuyển động không? Hoặc hoành tráng hơn là có vài đoạn hình vẽ chạy chạy rất ngẫu kèm theo tên đạo diễn, diễn viên. Đó là Motion Graphics, hay từ “giang hồ” là đồ họa chuyển động.

Phần mềm cũng khá đa dạng. Ví dụ, Red Cat sẽ dùng C4D, After Effects, Illustrator là chính. Nhưng các công ty như Freaky Motion chuyên về thị giác 3D sẽ dùng Houdini hay DeeDee Animation sẽ dùng Toon Boom. Nó phụ thuộc lĩnh vực riêng biệt của từng công ty.

Hồi mới học, cái gì anh cũng thử, đơn giản vì tò mò muốn biết. Sau này mới tìm ra đúng thể mạnh và lựa chọn công cụ phù hợp với bản thân. Điểm đặc biệt của ngành này là kiến thức chuyên môn mỹ thuật quan trọng tương đương việc sử dụng phần mềm. Việc thiếu hụt một trong hai yếu tố này sẽ giống như bạn có cây đàn mà không biết đánh đàn vậy đó.



**ĐIỂM ĐẶC BIỆT  
CỦA NGÀNH NÀY LÀ  
KIẾN THỨC CHUYÊN  
MÔN MỸ THUẬT  
QUAN TRỌNG TƯƠNG  
ĐƯƠNG VIỆC SỬ  
DỤNG PHẦN MỀM. 99**

## Quy trình tạo ra sản phẩm

Hơn 10 năm theo đuổi con đường này, càng làm anh càng thấy mình nhỏ bé. Anh cũng làm nhiều vị trí, vai trò khác nhau trước và sau khi xây dựng Red Cat Motion. Hồi đó, mình thích chuyển động, chỉ muốn làm chuyển động như các anh animator, nên mặc nhiên chăm chăm vào kỹ thuật. Sau này mới biết còn nhiều quá trình diễn ra trước đó.

Ví dụ, để làm ra một sản phẩm hoạt hình cần phải có ý tưởng. Ý tưởng này có thể được phát triển bởi đạo diễn, hay các giám đốc sáng tạo. Sau đó, ý tưởng được viết lại dưới dạng kịch bản bởi script writer/copywriter. Kịch bản chỉ là những con chữ miêu tả, như bạn đang đọc một cuốn tiểu thuyết vậy. Để tránh chín người mười ý, kịch bản được vẽ lại thành những khung hình như truyện tranh. Hình sao là nó vậy chứ không cần phải đoán mò. Để làm được việc này, chúng ta cần họa sĩ vẽ storyboard. Khi có storyboard, có kịch bản rồi, để làm được chuyển động cần đến hình minh họa/đồ họa. Việc này do các nhà thiết kế/minh họa đảm nhận. Rồi làm chuyển động xong thì phải có âm thanh mới hấp dẫn. Những nghệ sĩ chuyên hiệu ứng âm thanh như tiếng chày nổ, và nghệ sĩ sáng tác nhạc sẽ đảm nhận việc

này. Ngoài ra còn nhiều vị trí khác, thay đổi theo từng lĩnh vực ngành nghề các bạn chọn. Chẳng hạn, trong giai đoạn làm chuyển động lại chia ra nhiều vai trò nhỏ hơn nữa: có hoạ sĩ chuyên đi nét, có hoạ sĩ chuyên tô màu,... Animation là sự phối hợp của cả một tập thể nhiều con người đảm nhận những vai trò khác nhau. Một người làm được không? Được chứ, như anh nè. Sau khi tốt nghiệp Đại học, anh đã rong ruổi trên con đường này 10 năm, đủ kinh nghiệm để làm được nhiều vị trí. Nhưng phải thừa nhận rằng, một mình tuy vẫn làm được, thời gian hơi lâu, nhưng sẽ không xịn sò bằng việc có cả một tập thể, mỗi người lại cực giỏi ở lĩnh vực của riêng mình.

## Vậy, bạn có thể bắt đầu như thế nào?

Đọc đến đây, các bạn vẫn thích và cho rằng nghề này dành cho mình? Quá tốt. Vậy câu hỏi tiếp theo, có lẽ ai cũng thắc mắc: "Mình sẽ bắt đầu thế nào? Con đường học vấn và làm việc ra sao?" Quan trọng nhất, các bạn cần hình dung được bức tranh ngành sẽ thế nào. Cách dễ nhất là kiếm

người hỏi. Hồi đó, anh không có ai để hỏi, chỉ có niềm tin thôi. Còn bây giờ, có nhiều anh chị, bậc lão làng để các bạn tham khảo nên hãy mạnh dạn.

Đầu tiên là việc học. Học ở đâu không còn quan trọng nữa, nhưng học thế nào cần được quan tâm hơn. Việt Nam hiện chưa có trường Đại học dạy ngành này, chỉ có ở nước ngoài (các quốc gia nổi tiếng như Mỹ, Pháp, Anh, Úc, Singapore, Nhật Bản). Còn trong nước chỉ có các trung tâm như Red Cat Academy, Keyframes. Tuy nhiên, các trung tâm vẫn có nhiều hạn chế. Kiến thức được truyền dạy theo nhu cầu thị trường là chính, vì các khóa học ngắn, vài tháng là cùng. Bạn muốn học bài bản hơn mà không có điều kiện ra nước ngoài thì học online. Anh từng đăng ký khóa học online 1 năm với đạo diễn Don Bluth<sup>(1)</sup>, vô cùng hiệu quả, nhưng những bạn tiếng Anh tốt và đã có kinh nghiệm làm việc 1 - 2 năm cùng kỹ năng vẽ tay ổn ổn thì học mới vô, chứ không dễ bỏ cuộc... vì khó. Vâng, ngành này rất khó, khó vô cùng... Hãy tìm hiểu thật kỹ trước khi quyết định học nhé. Nếu muốn học Đại học tại Việt Nam, bạn vẫn có thể lựa chọn các khoa năng khiếu, đồ hoạ, mỹ thuật. Các kỹ

<sup>(1)</sup> Donald Virgil Bluth: đạo diễn người Mỹ, ông cũng là animator, nhà thiết kế sản phẩm và video games, người giảng dạy Animation.

năng phần mềm khác bạn có thể tự học thêm hoặc xin vào một công ty nào đó để học. Việc học bây giờ không khó như hồi trước nhưng lượng thông tin quá nhiều dễ khiến bạn bị rối. Cuối cùng, anh nhắc lại, tìm hiểu thật kỹ và đừng bỏ cuộc.

Ai làm gì cũng cần một số vốn cả. Bạn sẽ cần một cái máy tính. Chi phí trong khoảng 20 - 40 triệu tùy nhu cầu và mong muốn của bạn. Học phí có thể hỏi trực tiếp các trường và trung tâm. Học ở nước ngoài sẽ mắc hơn, có thể mất đến vài tỷ (lựa chọn học online sẽ tiết kiệm hơn rất nhiều). Tin vui là sau 1 - 2 năm đi học, nếu tự tin, bạn có thể xin thực tập hoặc đi làm thêm kiếm thu nhập. Khi học ở nước ngoài, anh có một trải nghiệm khá liêu. Anh đi tìm việc trong lúc học. Ban đầu, anh quyết tâm tìm công việc thiết kế, nhưng sau 6



tháng vẫn chưa có công việc phù hợp. Chính xác là không ai nhận mình. Bí quá, anh mới xin việc rửa chén tại một nhà hàng Việt Nam. Cuối cùng, bà chủ không nhận, mà anh không biết vì sao. Vì vậy, anh quyết tâm tìm việc thiết kế tiếp. Một tháng sau, anh được một trong những thầy cô của mình thuê làm và từ đó giới thiệu anh nhiều hơn. Có một chuyện thú vị nhất, đến giờ kể lại anh vẫn cười, một người bạn của anh (học khác ngành) cũng làm việc cho nhà hàng đó nói là bà chủ kêu: “Nhìn mặt thẳng đó thấy gian quá nên chị không nhận”. Không biết có phải là hên không.

Do lĩnh vực này cần sự cộng tác của nhiều vai trò khác nhau nên bạn chỉ cần xác định khâu mình thích, hoặc nếu thích hết thì xác định khâu mình muốn làm trước. Nếu thích làm hình ảnh, bạn có thể tham gia vào các team thiết kế. Nếu thích chuyển động thì nhảy vào team làm chuyển động. Còn thích ý tưởng, thích nghĩ, thích viết nhiều hơn thì vào team biên kịch. Team nào cũng sẽ bắt đầu từ vị trí học việc, thử việc, rồi lên làm chính thức. Làm nhiều năm có kinh nghiệm hoặc nếu phát triển xuất chúng, bạn có thể lên làm trưởng nhóm của team. Khi bạn đã có kinh nghiệm hoặc muốn tiếp tục phát triển, học thêm, việc tìm môi trường

khó hơn để trở thành bậc thầy hoặc thử sức một kỹ năng mới đều có thể thực hiện được.

Mỗi người khi làm nghề đều có đích đến của riêng mình. Ví dụ, đích đến của anh là làm được các bộ phim hoạt hình chiếu ra thế giới, xây dựng một sân chơi hoạt hình cho các bạn trẻ. Nhưng bạn Hải Dương team anh lại muốn trở thành đạo diễn hoạt hình. Còn bạn Mai hiện đang là trưởng nhóm lại muốn trở thành bậc thầy trong cái mình đang làm. Hoặc bạn Min muốn phát triển theo hướng trở thành giám đốc sáng tạo. Thường các bạn sẽ không trả lời được liền hoặc không chắc chắn lắm về con đường tương lai cho đến khi đi làm, từng trải và biết bản thân muốn gì. Những người mới vào nghề mà anh biết đa phần sẽ nói bạn muốn làm tốt cái mình đang làm, và câu trả lời cũng thay đổi qua từng năm.

## **Thu nhập và cơ hội việc làm**

10 năm trước, Animation còn khá mới mẻ ở Việt Nam. Nhắc tới hoạt hình ai cũng nghĩ là những bộ phim cho trẻ con, nhưng trên thế giới ai cũng xem hoạt hình cả. Anh nhớ ngày xưa, khi chia sẻ với khách hàng một trong

những dự án Red Cat làm, họ còn cho rằng anh nói xạo: "Việt Nam làm gì làm được thế này?". Nhưng đến 2021 thì khác rồi nhé, Animation đã phổ biến hơn ở Việt Nam. Các công ty Animation ngày càng nhiều. Nhiều công ty nước ngoài mở cả văn phòng tại Việt Nam. Khao khát tìm kiếm nguồn lực ở các công ty này ngày càng lớn. Thậm chí, các công ty còn mở cả chương trình đào tạo. Chính việc này tạo ra cơ hội lớn cho các bạn theo đuổi lĩnh vực Animation trong nước. Trong khi nước ngoài họ phải đóng cửa các studio, nhân sự thất nghiệp rất nhiều.

Ngoài các công ty chuyên làm về Animation, các bạn có thể làm trong lĩnh vực quảng cáo, truyền hình, các công ty truyền thông giải trí, thậm chí là truyện tranh. Theo xu hướng gần đây, anh thấy các công ty quảng cáo, agency tuyển thêm Animator/Motion Designer vì khách hàng có nhu cầu. Việc này thể hiện sự dịch chuyển lớn trong lĩnh vực sáng tạo, khi khán giả, người tiêu dùng dễ dàng tiếp xúc với thiết bị số.

Các bạn cũng có thể trở thành freelancer, làm việc với các công ty trong và ngoài nước. Nếu trang bị thêm tiếng Anh, cơ hội rộng mở hơn rất nhiều.

Thu nhập của ngành cũng khác nhau theo từng công ty và quốc gia nha. Tại Việt Nam, nhìn chung, mức lương cơ bản sẽ là 8 triệu. Sau 1 - 2 năm có kinh nghiệm là 12 - 18 triệu. Nếu bạn có tiềm năng lên trưởng nhóm, mức lương sẽ trên 20 triệu. Ở cấp độ giám đốc thì trên 40 triệu là bình thường. Mức lương còn tăng dần lên theo thời gian và kinh nghiệm của bạn. Mức lương trăm triệu là có thể mơ tới, nhưng chặng đường sẽ gian nan hơn đó.

Nói về mức lương bây giờ hơi sớm, nhưng anh tự tin nói ngành này có tương lai, khi nhu cầu giải trí luôn tăng cao. Nếu học một cách bài bản, bạn sẽ có những kỹ năng bao gồm sáng tạo, storyboard, vẽ tay, mỹ thuật, phác thảo, kỹ năng minh họa/thiết kế, làm chuyển động. Bạn có thể học hết hoặc chọn cái chính mình theo đuổi. Chẳng hạn, nếu chỉ muốn làm hình ảnh, bạn không cần học chuyên sâu về chuyển động (biết thêm thì tốt).

Trong lĩnh vực này, nếu có năng khiếu bạn sẽ tiếp thu nhanh hơn, còn không cũng chẳng sao cả, cần cù bù thông minh. Nếu thấy vẽ khó quá bạn có thể đổi môn khác phù hợp với bản thân hơn mà.



**TRONG LĨNH VỰC NÀY, NẾU CÓ NĂNG  
KHIẾU BẠN SẼ TIẾP THU NHANH HƠN,  
CÒN KHÔNG CŨNG CHẴNG SAO CẢ, CẦN  
CÙ BÙ THÔNG MINH. ”**

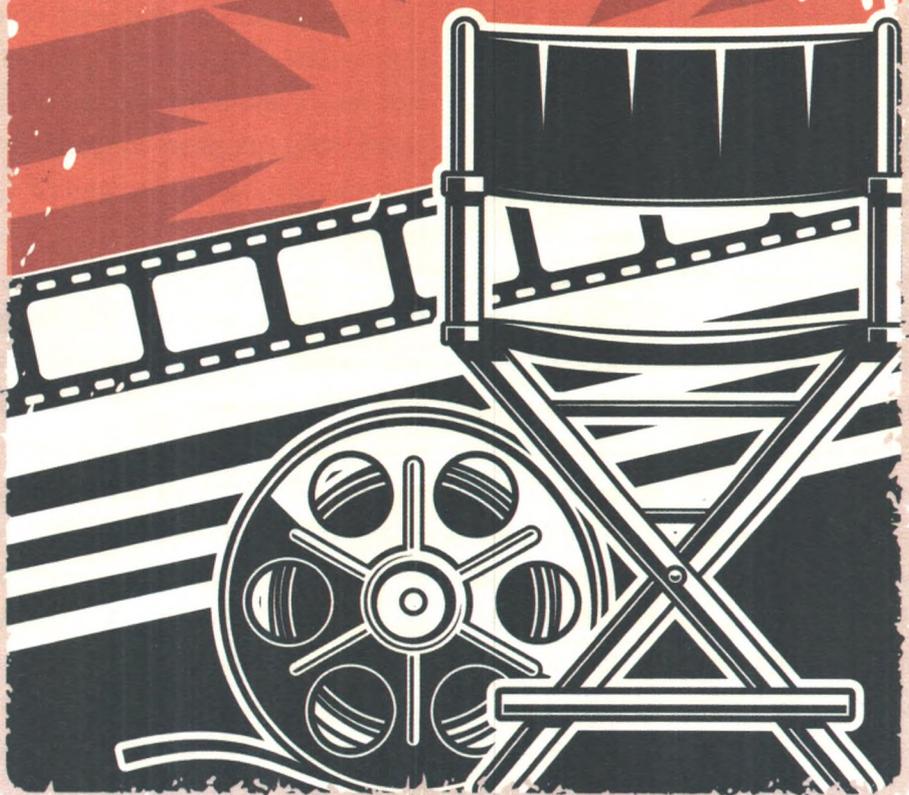
### **Gai góc, gan dạ và quyết tâm theo đuổi niềm tin**

Làm Animation, bạn sẽ được thỏa trí óc sáng tạo, thu nhập khá. Tuy nhiên, anh nghĩ các bạn nên vận động thường xuyên vì công việc phải ngồi nhiều. Mặt khác, công nghệ phát triển liên tục nên bạn phải liên tục học hỏi, nếu không dễ tụt hậu. Ngành này phục vụ cho số đông, lại thiên về thẩm mỹ nên bạn phải biết cách đón nhận lời khen chê. Các tác vụ cũng không cái nào giống cái nào, nhiều khi phải làm cả việc mình chưa làm bao giờ, thành ra dễ gặp áp lực về mặt thời gian. Làm trong ngành quảng cáo sẽ áp lực về mặt tiến độ, vì bản chất ngành quảng cáo là chạy đua với xu hướng thị trường, nên yêu cầu về

thời gian lúc nào cũng gấp gáp. Vẫn có những công ty không có áp lực về thời gian, đó có thể là một công việc hơi nhàn. Ví dụ các Corporate tuyển Motion Designer/Animator giống như một vai trò nhỏ trong đội ngũ của họ chẳng hạn. Lựa chọn công việc vẫn là do các bạn. Nghề nào cũng có mặt trái mà.

Để theo nghề này, bạn cần sự gai góc, gan dạ và quyết tâm theo đuổi niềm tin của mình. Bên cạnh đó, đừng quên chịu khó cập nhật thông tin, thị trường và kiến thức, biết đâu cơ hội sẽ đến? Bạn nào đã từng xem bộ phim hoạt hình Toy Story sẽ biết tới câu thoại kinh điển: "To infinity... and beyond!". Anh tin tiềm năng và sức sáng tạo của ngành này cũng rất giống câu nói đó: Tới vô cực, và hơn thế nữa! ■

**Nếu không có  
cái tôi riêng biệt  
thì đừng làm  
đạo diễn!**





**KHÁCH MỜI  
PHỎNG VẤN:**  
Trần Lực, Đạo diễn

**BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:**  
Ban biên tập

➤ Nói đến Trần Lực, người ta không chỉ nhớ tới một NSUT với những vai diễn để đời trong “Nguyễn Ái Quốc ở Hồng Kông”, “Mẹ chồng tôi”, “Hoa ban đỏ”,... mà còn là một đạo diễn tài hoa trong cả lĩnh vực điện ảnh lẫn sân khấu. Sở hữu chất nghệ thuật ăn sâu vào máu, Trần Lực là một cá tính rất nguyên bản, chân thật và không pha trộn khi nói tới “tình yêu nghệ thuật”.

Hãy tưởng tượng trên đời tồn tại một công việc tổng hoà những thứ sau: Bạn vừa là thuyền trưởng Jack Sparrow<sup>(1)</sup> hiên ngang trên mũi tàu chỉ đạo con thuyền đi đúng hướng tới miền đất hứa; nhưng đồng thời cũng là “culi” với vô vàn việc không tên, phải quan tâm tới từng biểu cảm, điệu bộ, khung hình. Bạn vừa là nhạc trưởng của dàn hợp xướng, chỉ đạo và định hình yếu tố nghệ thuật xuyên suốt tác phẩm, phiêu lưu trong những tầng cao nhất của cảm xúc; nhưng cũng cần “toan tính”, chi li, cân đối giữa những tham vọng nghệ thuật và nguồn lực (nhiều khi là) hạn chế. Bạn được tạo ra những sản phẩm lay động cảm xúc của khán giả; nhưng đồng thời phải rất thực tế và thức thời. Và quan trọng nhất, bạn phải là chính bạn, với cái “tôi” cá tính riêng biệt,

với cảm quan nghệ thuật không vay mượn. Chào mừng bạn đến với công việc của một đạo diễn.

## Từ sân khấu đến điện ảnh: Mãi mãi một tình yêu

Tôi sinh ra trong gia đình có bố mẹ đều làm nghệ thuật: bố là tác giả, đạo diễn và nhà lý luận phê bình nghệ thuật chèo, mẹ là nghệ sĩ chèo. Nhà tôi lại ở ngay trong khu văn công Mai Dịch: bên cạnh nhà ba bước là đoàn hát tuồng, đằng sau ba bước là đoàn ca múa nhạc, xa xa là nhà hát giao hưởng, sáng mở mắt ra đã nghe thấy màn hợp xướng của những âm thanh nào kèn tuồng nhị trống chèo, nào opera “ma mi mo” luyện giọng,... Hồi bé, tôi hay đi theo bố mẹ đến

<sup>(1)</sup> Là nhân vật hư cấu trong loạt phim nổi tiếng Cướp biển vùng Caribbean (Pirates of the Caribbean)

sân khấu, ngồi xem bố chỉ đạo và chăm chú theo dõi mẹ diễn vở Quan Âm Thị Kính, được thấy bố mẹ làm việc với những nhân vật gạo cội của ngành chèo sau năm 1954 như hoạ sĩ Nguyễn Đình Hàm, diễn viên Diễm Lộc, Bạch Tuyết,... Đứa trẻ là tôi khi ấy thấy phấn khích vô cùng.

Tình yêu nghệ thuật đến với tôi tự nhiên như hơi thở vậy. Lớn lên một chút, tôi biết mình chắc chắn sẽ đi theo con đường này, không thể khác được. Tôi quyết định thi vào trường Sân khấu Điện ảnh Việt Nam.

Năm 1983, khi còn đang đi học, tôi được tham gia đóng vai chính ngay bộ phim đầu tay "Sẽ đến một tình yêu". Không biết có phải do số trời thương hay không, ngay từ những tác phẩm điện ảnh đầu tiên, tôi luôn được đóng vai chính, mà lại hay đóng cặp các vai "yêu đương" với những chị hơn mình 7, 8 tuổi như nghệ sĩ Phương Thanh, nghệ sĩ Như Quỳnh, cảm thấy oách lắm! Tuy vậy, tôi vẫn nung nấu niềm đam mê sân khấu từ thuở nhỏ, nên sang Bulgaria học tiếp ngành đạo diễn sân khấu.

Tinh thần thanh niên sôi nổi của tôi ở Bulgaria được tiếp thêm lửa nhờ sự ủng hộ của người thầy dạy tôi khi đó. Ông khuyên tôi nên đi theo phong cách ngôn ngữ ước lệ<sup>(2)</sup>. Du học xong, tôi hồ hởi mang tinh thần đó về nước vì biết các cô chú ở nhà hát kịch Việt Nam và các nhà hát khác đang rất chờ mong mình về dựng vở. Tuy vậy, phong cách của tôi quá khác so với các cô chú nên không được chấp nhận (khi đó ở Việt Nam mọi người đang đi theo trường phái hiện thực tâm lý<sup>(3)</sup>). Tuổi trẻ hừng hực khí thế bị vấp phải sự phản đối, tôi đâm ra chán nản. Đang lúc cảm thấy buồn nhất thì một lần nữa tôi được mời đi đóng phim. Thế là sau bộ phim đầu tay từ năm 1983, đến năm 1991 tôi quay lại với điện ảnh, với bộ phim "Chuyện tình bên dòng sông" của đạo diễn Đức Hoàn. Kể từ đó, tôi chuyên tâm với điện ảnh hơn, dù trong lòng vẫn đau đáu giấc mơ được làm một sân khấu riêng của mình.

May mắn thay, chú của tôi – NSND Trần Đắc – khi ấy đang làm đạo diễn điện ảnh (chú rất nổi tiếng với phim "Bài ca ra trận"). Tôi ngồi tâm sự với

<sup>(2)</sup> Tính ước lệ là sự "thoả thuận" ngầm giữa nghệ sĩ và khán giả để chấp nhận những chi tiết, sự việc có thể "phi lý" ngoài đời thực trở nên "hợp lý" trên sân khấu. Sân khấu ước lệ hướng đến trọng tâm là biểu đạt ngôn ngữ & hình thể của người diễn viên, thay vì đạo cụ hay bối cảnh.

<sup>(3)</sup> Trường phái sân khấu được khởi xướng bởi nhà biên kịch người Nga Stanislavski (1863 - 1938), hướng diễn viên tới sự chân thực, tới những yếu tố thực tế trong diễn xuất, hành động thể hiện phải hợp logic, phù hợp với sự vận động tâm lý và cá tính nhân vật.

chú về những điều mình đang trần trờ, ấp ủ nhưng không làm được. Vậy là từ những câu chuyện hàn huyên giữa hai chú cháu, tôi đi theo chú vừa đóng phim, vừa học hỏi những kiến thức còn thiếu về nghề đạo diễn điện ảnh. Có thể nói, con đường đạo diễn chuyên nghiệp của tôi chính thức bắt đầu từ đây.

### **“Nhạc trưởng” của một tác phẩm nghệ thuật**

Hiểu nôm na, vai trò của đạo diễn trong một bộ phim/vở kịch cũng giống người nhạc trưởng trong dàn nhạc, anh ta ở đó nhằm giúp các bộ phận có thể phối hợp nhịp nhàng. Đạo diễn là người “tổng chỉ huy” tất cả: từ những vấn đề trừu tượng như đảm bảo được cảm hứng nghệ thuật xuyên suốt, thông điệp chủ đạo; cho tới những công việc cụ thể, chỉ mặt đặt tên như xử lý kịch bản, chỉ đạo diễn xuất, bối cảnh, tiền kỳ, hậu kỳ, âm thanh, ánh sáng,... Trong khuôn khổ bài viết này, tôi sẽ chia sẻ với các bạn trải nghiệm của tôi với tư cách là đạo diễn điện ảnh cũng như sân khấu. Còn ở thế giới ngoài kia, có rất nhiều lĩnh vực khác nhau cần đến vị trí đạo diễn như làm phim quảng cáo, sự kiện, chương trình truyền hình, hoặc trong sân khấu thì còn chia ra

hiều thể loại như sân khấu kịch, tuồng, chèo, cải lương, bài chòi,...

Người đạo diễn sẽ tái hiện không gian, thời gian và các nhân vật từ ngôn ngữ văn học trở nên sống động trên màn ảnh hoặc sân khấu. Vì thế, công việc này đòi hỏi bạn có óc tưởng tượng tốt, có khả năng tổ chức đời sống nhân vật, mạch truyện, không gian, thời gian sao cho logic, hợp lý, nhưng vẫn hấp dẫn khán giả.

Ví dụ như trên sân khấu, với tính chất ước lệ của nó, tuy diện tích nhỏ, nhưng có thể lúc là phòng khách, lúc lại là một ngọn núi, một góc phố, lúc là ban ngày, khi lại ban đêm,... Trong không gian nhỏ hẹp như thế, người đạo diễn sân khấu phải rất sáng tạo để biến những câu chuyện bằng chữ viết được hữu hình hoá trước mắt khán giả. Anh ta còn phải giúp cho các diễn viên vận dụng tối đa khả năng giải phóng cơ thể, từng cơ bắp, từng nét mặt, từng cách nhả chữ,... để bày tỏ cảm xúc, lôi cuốn khán giả vào vở kịch. Khi thường thức kịch trên sân khấu, khán giả ngồi xa nên không thể thấy những diễn biến tâm lý thoáng qua, không thể nhìn nước mắt rơi, không thể nghe tiếng nói thì thầm,... nên phải nói thế nào để họ nghe được, bộc lộ cảm xúc bằng hình thể ra sao để họ cảm nhận được. Mọi

thứ diễn trên sân khấu đều là trực tiếp trước mắt khán giả nên không thể sửa sai.

Đối với lĩnh vực phim ảnh, công việc của đạo diễn cũng khác. Làm phim dễ dàng hơn sân khấu ở khoản cho phép "sai thì diễn lại", nhưng cái khó lại nằm ở việc làm sao kể được câu chuyện chân thật nhất thông qua cảnh quay, ví dụ như khi nào chọn góc máy trung - cận - toàn cảnh? Phim điện ảnh và phim truyền hình cũng có những yêu cầu khác nhau cần người đạo diễn phải tư duy cụ thể hơn.

Một bộ phim điện ảnh thường chỉ gói gọn trong khoảng 2 tiếng đồng hồ, anh muốn làm sao thì làm, phải

kể được câu chuyện cần kể, phải nói được thông điệp cần nói. Phim điện ảnh hướng tới chiếu ở rạp, ở màn ảnh rộng, nên hình ảnh đòi hỏi sắc nét, có chiều sâu (có khi rõ tới từng nếp nhăn trên khuôn mặt), chất lượng âm thanh cũng phải hoàn hảo,... do đó, yếu tố thẩm mỹ, nghệ thuật được đề cao.

Trong khi đó, phim truyền hình hướng đến những nội dung gần gũi và bình dị hơn: kể những câu chuyện hết sức đời thường, thực tế, như chuyện ăn uống, rửa bát, chuyện yêu đương tay ba, tay tư,... Phim truyền hình không quá chú trọng yếu tố nghệ thuật mà đề cao sự gần gũi, chân thật do thể loại này thường được xem ở gia đình, trên màn hình tivi nhỏ hơn nhiều so với rạp.



Người đạo diễn cần hiểu rất rõ đặc thù của thể loại mình đang làm để đạt tới mục tiêu cuối cùng. Như tôi từng làm cả hai thể loại phim điện ảnh lẫn phim truyền hình rồi, mặc dù quy trình làm có phần tương đối giống nhau, nhưng đối tượng người xem và yêu cầu về sản phẩm đầu ra khác nhau nhiều, nên tư duy làm và quy mô sản xuất cũng hoàn toàn khác.

Làm đạo diễn, nhất định anh không thể chỉ biết một thứ mình làm được. Đạo diễn sân khấu phải hiểu cả tuồng, chèo, cải lương, đạo diễn phim phải nắm được cả các thể loại phim truyện, phim điện ảnh, phim tài liệu, phim hoạt hình,... tựu trung lại là phải có kiến thức đầy mình. Nhưng kiến thức cũng mới chỉ một phần, quan điểm của tôi là người đạo diễn giỏi cần có tố chất. Bạn làm các ngành nghề khác thì dù có yếu kém một chút đôi khi có thể "xuề xoà" được, nhưng trong nghệ thuật thì đẹp - xấu, hay - dở thể hiện rất rõ, khán giả dễ dàng nhận thấy ngay diễn viên tồi hay đạo diễn kém, không thể nào biện hộ. Làm nghề này, bạn phải chấp nhận đương đầu những vấn đề như vậy.

Thật ra, đạo diễn cũng là một nghề, mà đã là nghề thì sẽ có người giỏi,

khá, trung bình. Tôi có nhiều người bạn tốt nghiệp Sân khấu Điện ảnh, học thêm các khóa phó đạo diễn, trợ lý đạo diễn,... và họ theo đuổi công việc đó, rồi thì thành một cái nghề. Ai cũng có vai trò của mình, nếu giả như anh tự nhận thấy mình không quá tài năng nhưng vẫn muốn theo đuổi con đường này, không thể làm vai "số 1" thì làm "số 2", "số 3",... cũng không sao cả. Không làm được tác phẩm điện ảnh thì mình làm nghệ thuật quần chúng, tuyên truyền,... cũng là một con đường. Không có tài mà cứ lao đầu vào, bỏ tiền ra, có ngày nợ nần chồng chất.

Nhưng làm sao đánh giá được "tài năng"? Ở trường Sân khấu Điện ảnh, một lớp đạo diễn thông thường không quá 10 người, và nhiều khi, chính các thầy là người sẽ phát hiện và định hướng cho các bạn phát huy hết khả năng của mình. Với tôi, tài năng là khi bạn có cái "tôi" riêng biệt, có triết lý của riêng mình về nghệ thuật. Có nhiều bạn rất chịu khó đi lang thang, học hỏi khắp nơi, cái này một tí cái kia một tẹo, quy trình làm việc rất bài bản, âm thanh ánh sáng đủ cả, nội dung cũng có các "yếu tố thành công", nhưng khi ra sản phẩm thì nhạt toẹt, cứ giống giống của ai đó. Tôi không nói việc đi làm phụ, làm phó cho người khác có gì xấu, nhưng

bạn nên nhớ không phải việc gì cũng làm, chỗ nào cũng lẫn lộn, kéo phông, kéo màn mỗi nơi một tí,... là trở thành đạo diễn giỏi. Học trong trường là một chuyện, nhưng để trở thành một đạo diễn giỏi, là một “ai đó” trong lòng công chúng, bạn phải tự học rất nhiều để vun trồng cảm quan nghệ thuật của chính mình. Những người đơn thuần “làm theo quy trình” chỉ là thợ thô. Tất nhiên, người thợ rất quan trọng, quy trình chuẩn cũng rất tốt, nhưng để vở diễn hay bộ phim của mình vượt lên được thì phải có chất riêng chứ không chỉ là sự cóp nhặt. Và sản phẩm từ tư duy chấp vá sẽ luôn luôn nhờ nhờ, nhạt nhẽo.

### **Đường vào nghề: Không đi riêng lối, không thể thặng hoa!**

Còn trẻ, bạn đừng sợ học ra không làm được, quan trọng là có say mê không, có năng lượng không, có kiên định với triết lý nghệ thuật của mình không? Nếu tự tin với năng lực của bản thân, bạn có thể tự bỏ vốn hoặc mang dự án đi xin tài trợ. Trần Lực này cũng sẵn sàng đầu tư vào các dự án hay, lạ, độc đáo. Giờ không phải thời bao cấp ngày xưa mà ngồi chờ ai đó rót kinh phí cho mình làm phim, dựng vở nữa. Mình phải tìm được nguồn vốn

để bằng mọi cách thực hiện dự án. Ở Việt Nam, tuy số lượng các bạn trẻ độ tuổi 25 - 30 tự đạo diễn một tác phẩm còn hiếm, nhưng không phải là không thể, trên thế giới người ta cũng làm được nhiều rồi. Tài không đợi tuổi.

Nhìn chung, thu nhập của đạo diễn là con số thay đổi theo thời gian, nhưng về cơ bản, đạo diễn thường thuộc nhóm có mức lương cao nhất trong cả ekip (trừ những nghệ sĩ nổi tiếng), vì anh ta đóng một vai trò quá quan trọng: vừa làm công việc sáng tạo, vừa làm sao tiết kiệm cho nhà sản xuất. Mặt bằng chung cũng là nghề có thu nhập tốt. Năm 1983, cát xê của tôi chỉ đủ mua được một bộ quần áo bò, mà đã cảm thấy sung sướng lắm rồi. Nhưng đó là câu chuyện của thời bao cấp. Ngày nay, nhà sản xuất bỏ tiền ra đầu tư một tác phẩm, họ kỳ vọng phải thu về lợi nhuận, nên sẽ tìm một đạo diễn thật “oách” để ông ta chịu trách nhiệm, từ các khâu kịch bản, casting cho đến quay, hậu kỳ,... Tất nhiên, đạo diễn giỏi thì thu nhập không thể kém.

Bên cạnh cách trả lương thông thường, đạo diễn hoặc các thành viên trong ekip có thể được thưởng theo doanh thu bộ phim/vở diễn – hình thức này hiện đã tương đối phổ biến ở nước ngoài nhưng còn khá hiếm

ở Việt Nam. Hoặc bạn cũng có thể không nhận cát xê mà lấy theo tỷ lệ doanh thu. Ví dụ, tôi làm một vở kịch của tác giả nước ngoài, họ sẽ lấy 6% doanh thu của mỗi đêm diễn. Cách trả công này cũng là một hình thức hay, vì một khi đã góp cổ phần, người đạo diễn sẽ có động lực làm hết mình hơn.

Không giống như nhiều nước trên thế giới có rất nhiều cơ sở công - tư đào tạo, Việt Nam hiện mới chỉ có Đại học Sân khấu Điện ảnh tại Hà Nội và Tp.HCM dạy ngành đạo diễn, còn khá thiếu những trung tâm tổ chức dạy nghề đạo diễn. Bên cạnh hai lựa chọn đó, các bạn trẻ cũng có thể ra nước ngoài để tiếp cận môi trường điện ảnh phát triển hơn. Thời đi học ở Bulgaria, tôi cảm nhận được sự cởi mở trong môi trường sáng tạo ở nước ngoài, học viên được tự do sáng tạo, tự do lựa chọn phong cách và hướng đi cho mình. Trong tương lai, tôi cũng ấp ủ có thể mở một trung tâm đào tạo nghề đạo diễn và diễn viên cho cả mảng điện ảnh lẫn sân khấu, để truyền đạt lại cho các bạn trẻ những kinh nghiệm của mình.

Nói về câu chuyện đi học đạo diễn ở Việt Nam bây giờ, có một vấn đề là các bạn thi đạo diễn điện ảnh rất nhiều, nhưng rất ít lựa chọn đạo diễn

sân khấu. Các bạn tưởng đạo diễn điện ảnh dễ “nổi” hơn, nhưng thật ra, sân khấu mới là mảnh đất chưa ai khai phá, bởi vì sân khấu ở Việt Nam đã quá cũ, đã “chết lâm sàng” rồi! Khán giả chán ngán những thông điệp giáo điều, dạy dỗ – thứ ngôn ngữ thể hiện đó đã quá cũ. Họ muốn đến sân khấu để khám phá điều gì đó mới mẻ hơn. Ấp ủ từ những năm chín mẩy, tới năm 2017, tôi đã hiện thực hoá ước mơ được làm sân khấu tư nhân của riêng mình với việc ra mắt Lucteam. Sân khấu của tôi thường đi theo trường phái ước lệ biểu hiện, là thứ “ngôn ngữ thể hiện” xuất phát từ các bộ môn nghệ thuật truyền thống như tuồng, chèo, với đặc trưng là “tả ý” chứ không “tả thực”, rất khác những gì mọi người đang làm. Đó là lý do khi Lucteam ra mắt, tôi dự định phải 5 năm mới có khán giả, nhưng chỉ mới 1 năm mà mọi người đã nồng nhiệt đón nhận, đến mức phải... hốt hoảng đi tìm địa điểm cố định.

Nghề đạo diễn nghe có vẻ “chỉ tay năm ngón”, thậm chí rất “hoành tráng” trong mắt nhiều người, nhưng không phải không có những khó khăn. Làm nghệ thuật đồng nghĩa với việc bạn phải làm việc với cường độ cao, hi sinh thời gian rất nhiều, chuyện phải xa nhà và xa người thân là “bình thường ở huyện”. Đôi khi, đạo diễn là

người cầm trên tay ý tưởng và trực tiếp đi tìm kiếm nhà đầu tư: nếu thực hiện được ý đồ nghệ thuật mơ ước thì cực kỳ sung sướng hạnh phúc, nhưng lắm khi cũng lỗ “chồng vó”, ngày đêm mất ăn mất ngủ...

Xu hướng chung của Việt Nam và toàn thế giới sẽ là sự đi lên của những nhà đạo diễn độc lập – những người tiên phong thử nghiệm tính cá nhân, sự sáng tạo và mạo hiểm với các cách làm nghệ thuật mới. Tuy vậy, các đạo diễn độc lập tại Việt Nam cũng gặp không ít khó khăn, bởi từ trước tới nay, chúng ta làm gì cũng có “tổ chức” chứ ít khi “độc lập”. Trên thế giới có các Hiệp hội đạo diễn độc lập, nhưng ở Việt Nam, đạo diễn phải là đạo diễn của nhà hát kịch, hoặc của nhà hát cải lương, nói chung thuộc sự kiểm soát một tổ chức nào đó. Các đạo diễn muốn tách riêng và tự đứng trên đôi chân mình cũng khó, vì cơ chế này quá ăn sâu rỗng. Xét cho cùng, tôi tự hỏi sẽ còn lại gì đây nếu người đạo diễn không được tự do sáng tạo theo phong cách của họ? Có lẽ chỉ còn lại sự... dờ hơi. Vì vậy, tôi rất ủng hộ xu hướng đạo diễn độc lập và tôi tin các bạn trẻ muốn thực sự thăng hoa thì cần đi theo xu hướng này.

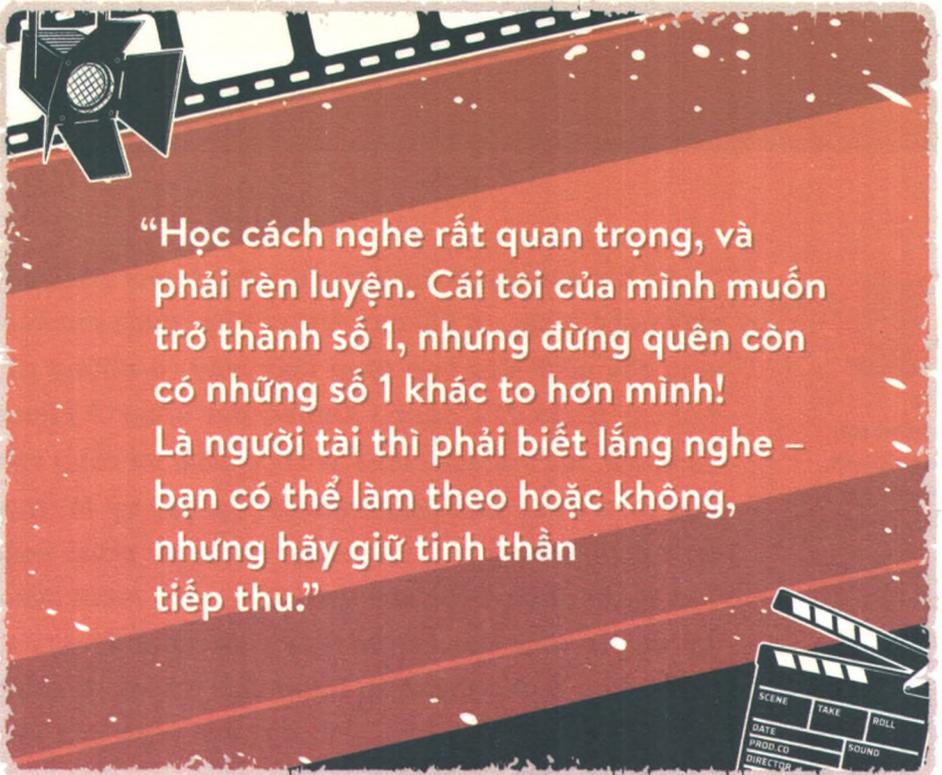
Tôi nghĩ một cái khó nữa của nghề đạo diễn là làm sao cân bằng giữa

cái tôi cá nhân và sự tiếp thu, học hỏi từ bên ngoài. Một mặt, bạn phải luôn kiên định với triết lý nghệ thuật của mình, không thể gió chiều nào xoay chiều ấy: là người làm sản phẩm cho công chúng, đôi khi, bạn cũng phải giả vờ... cảm động trước những khen, chê của khán giả. Nhưng mặt khác, một người đạo diễn giỏi cũng cần độ “chín” – ấy là biết lắng nghe. Tuổi trẻ thường rất hăng máu, phăm phăm nhất định làm theo ý mình, nhưng với nghề đạo diễn, chuyện đó đôi lúc cũng nguy hiểm. Còn nhớ hồi trẻ, tôi hay thích “cãi” thầy. Thầy giáo khi đó nghe mình nói họ rất khoái, họ cứ cười và để cho mình trình bày xong xuôi hết, nhưng sau đó, lý luận của mình bị họ “bè” rắc rắc như bè que củi khô vậy! Khi trưởng thành hơn, tôi nhận ra: học cách nghe rất quan trọng, và phải rèn luyện. Cái tôi của mình muốn trở thành số 1, nhưng đừng quên còn có những số 1 khác to hơn mình! Là người tài thì phải biết lắng nghe – bạn có thể làm theo hoặc không, nhưng hãy giữ tinh thần tiếp thu.

Khó khăn là thế, nhưng có một thứ vô cùng tuyệt vời ở những người đạo diễn trẻ, ấy là nhiệt huyết. Hỡi ôi, ở tuổi của tôi bây giờ cần phải luôn ý thức giữ gìn tư duy của mình tươi trẻ, nhưng các bạn có sẵn nguyên liệu đó

rồi, chỉ cần “mồi lửa” nhỏ là bùng lên mãnh liệt! Khi nào mình biết là mình đam mê? Đó là lúc bạn sáng tạo ra những ý tưởng mới mà không thấy chán, quên ăn quên ngủ, bạn cảm thấy có một dòng năng lượng đang tràn trề. Quá trình thử nghiệm và “dạo chơi” với các ý tưởng ấy khiến con người mình cứ trẻ mãi, yêu đời hơn, tăng lên mấy cân! Những thứ “sung sướng” này tiền cũng chẳng mua được. Tất nhiên, khi mình làm ra sản phẩm hay thì tiền nó tự động tới.

Tôi yêu nghề này cũng vì luôn được tìm thấy một thứ gì đó mới mẻ khi dựng một bộ phim hoặc một vở kịch: vở này phải khác vở kia, phim này phải khác phim kia. Thậm chí, cùng một vở kịch, đêm nay ta diễn thế này nhưng tuần sau diễn đã thay đổi để khiến chính nó hay hơn. Mỗi lần được làm một bộ phim, dựng một vở diễn mới, tôi có cảm giác đang làm “tươi” mình, cảm thấy tâm hồn được gột rửa, được nạp lại năng lượng mới tinh. Nếu đây không phải là hạnh phúc, thì là gì? ■



**“Học cách nghe rất quan trọng, và phải rèn luyện. Cái tôi của mình muốn trở thành số 1, nhưng đừng quên còn có những số 1 khác to hơn mình! Là người tài thì phải biết lắng nghe – bạn có thể làm theo hoặc không, nhưng hãy giữ tinh thần tiếp thu.”**

# Tôi làm gì đang sau ống kính?



**KHÁCH MỜI  
PHỎNG VẤN:**  
Andrew Bay Bồng,  
Video Producer

**BIÊN SOẠN  
BÀI VIẾT:**  
Ban biên tập

➤ Đã bao giờ bạn bị ấn tượng mạnh bởi một góc quay đầy nghệ thuật, tự hỏi một MV ca nhạc được sản xuất như thế nào? Nếu bạn từng may mắn có những câu hỏi này trong đầu, mình - Andrew Bay Bồng (A Flying Andrew), rất vui được chia sẻ cuộc sống và công việc của một video producer trọn bộ. Tại sao lại là “trọn bộ”? Bình thường mọi người hoặc làm quay phim, hoặc làm dựng phim, hoặc làm đạo diễn,... còn mình làm... tất cả. Hy vọng bạn sẽ tìm thấy cảm hứng để đưa sự tò mò đơn thuần thành sự hứng khởi đủ lớn để đứng lên, cầm máy và ghi lại những thước hình đầu tiên của chính mình.

## TỪ LÀM NHẠC ĐẾN LÀM PHIM

Thực ra, mình không hề biết mình thích làm video đến thế. Hồi cấp 3, đam mê lớn nhất của mình là làm nhạc sĩ, viết nhạc, đánh đàn. Nhưng mình nghĩ nếu chỉ đàn hát rồi thu âm và đăng lên SoundCloud cũng chẳng ai biết đến, độ phủ sóng chắc chắn không rộng như YouTube, nên mình học cách tự quay, làm video. Sang Mỹ học Đại học mình vẫn thích làm nhạc. Đến cuối năm nhất, mình có bản hit đầu tiên viral ở trường, hồi đó còn quay bằng iPhone 5, được 20.000 view trong mấy tháng. Lúc đó mình mới thấy: Làm video vui đấy nhỉ, vui hơn làm nhạc. Mình cũng nhận ra dù thích làm nhạc thật đấy, nhưng mình không thể giỏi bằng nhiều người ngoài kia. Còn với chuyện sản xuất video, mình có nhiều đam mê và hứng thú để liên tục mày mò, tự học đủ thứ.

Từ thời điểm đó, mình ít làm nhạc lại, chuyển sang làm YouTube nhiều hơn, quay nhiều Vlog song ngữ để chia sẻ về cuộc sống, trải nghiệm, quan điểm của mình với bạn bè, tập luyện edit video dần dần. Mình cũng nhận quay một vài video cho trường Đại học của mình ở Mỹ. Hồi đó làm vì đam mê, cho vui thôi, chứ gần như chưa hề

có thu nhập từ công việc này. Thông qua việc làm Vlog cho kênh YouTube cá nhân (tên là A Flying Andrew TV), mình hiểu thêm về quay dựng, chủ động thử nghiệm những góc quay và edit kiểu mới, dần dần “cứng tay” hơn trong việc edit. Đợt về Việt Nam nghỉ hè, mình có job đầu tiên được trả tiền là quay một sự kiện của các bạn sinh viên trường Đại học Hà Nội. Chi phí job đó chỉ có 1 - 2 triệu, nhưng mình thấy rất vui vì được trả tiền làm việc mình thích. Mình được đà, bắt đầu tập trung học hỏi và đầu tư vào thiết bị nhiều hơn để đi quay cho xịn (thực ra ngay từ lúc ấy, mình đã thấy máy mình quay siêu đẹp rồi).

Sau đó, mình chuyển sang học ở Pháp – một đất nước nhìn đâu cũng thấy cảnh đẹp, nhìn đâu cũng thấy nghệ thuật. Mình bắt đầu quay những video về thời trang nhiều hơn. Video đầu tiên mình vẫn nhớ là quay Châu Bùi. Bọn mình chơi với nhau cũng khá lâu rồi, Châu nhìn mình trước khi sang Pháp, thế là hai đứa có một ngày quay siêu vui. Các bạn có thể tưởng tượng được không: cảnh đẹp, mẫu xịn, cứ giơ máy quay lên là có pose đẹp liền, trang phục quần áo phụ kiện cũng rất đẹp nữa. Mấy video thời trang bên Pháp mình đều rất ưng. Đây cũng là thời gian mình bắt đầu kiếm ra tiền từ quay phim. Mình còn

nhận quay các đám cưới bên Pháp (quay cưới hơi chán một chút nhưng lại có tiền). Đến mùa thời trang, mình lại quay cho Châu Bùi cùng một vài thương hiệu thời trang khác.

Năm 2019, mình học xong chương trình Đại học ở Pháp. Lúc đầu mình cũng có suy nghĩ ở lại châu Âu, lập một team production đi quay cưới hoặc quay cho các thương hiệu thời trang lớn nhỏ, nhưng một phần vì môi trường xã hội bên Pháp nguy hiểm quá, ra ngoài trộm cướp đầy đường. Một phần khác, mình thấy Việt Nam có quá nhiều tiềm năng: những đợt về Việt Nam nghỉ hè, mình thấy nhu cầu quay video của các thương hiệu thời trang cũng rất nhiều, mỗi tháng đến cả chục video. Vậy là tháng 6/2019 mình về hẳn Việt Nam.

Tính đến nay, sau 2 năm ở Việt Nam, đội production của mình gọi là tạm ổn. Giai đoạn đầu, mình có nhận quay cho các sự kiện, nhưng quay sự kiện rất mệt, đi từ sáng đến tối, mà đặc thù công việc cũng hơi nhàm chán, nên gần đây, team mình tập trung vào quay video quảng cáo cho các nhãn hàng là chính. Nhu cầu rất nhiều, nhưng mỗi tháng mình cũng chỉ nhận 2 - 3 dự án, thời gian còn lại mình làm những việc khác nữa, hoặc nghỉ ngơi để chill. Tháng 6/2021 vừa

rồi, team mình có làm MV "Gái độc thân" cho Tlinh. Đây là dự án mình ôm hết từ đầu đến cuối: làm đạo diễn, làm producer rồi tự edit luôn. MV này có lẽ là một trong những dự án quan trọng nhất của mình trong năm nay. Đến đầu tháng 7, MV đã lọt vào #5 trending và đạt hơn 1 triệu view YouTube, #2 Apple Music New In Hip-Hop, #3 Spotify Weekly V-POP.

## MỘT PRODUCTION TEAM HOẠT ĐỘNG RA SAO

Theo quan sát của mình, các bạn trẻ lúc mới bắt đầu vào nghề thường làm theo nhóm, sau một thời gian có kinh nghiệm sẽ tách ra làm riêng. Đội production của mình là tập hợp một nhóm các bạn làm việc tự do. Cứ khi nào có dự án mới, mình gọi và các bạn thấy hứng thú là sẽ làm cùng. Mình cũng khá kỹ tính trong việc chọn người, nên với những vị trí quan trọng, mình luôn tìm các bạn giỏi nhất, đảm bảo chất lượng đầu ra cho sản phẩm.

Ở giai đoạn tiền sản xuất (pre-production), việc đi gặp và trao đổi khách hàng thường sẽ do một nhóm gồm đạo diễn, creative và producer thực hiện. Thông thường, mình thay mặt cả nhóm đi gặp khách hàng, đôi

khi có 1 - 2 bạn đi cùng để hỗ trợ. Mình chủ động phần chốt nội dung kịch bản, phong cách quay, dự trù kinh phí,...

Sau khi chốt được chi phí, ý tưởng quay, sẽ đến ngày quay trực tiếp, hay còn gọi là ngày on-set. Một ngày on-set thường cần những vị trí:

- ◆ Đạo diễn: Chịu trách nhiệm về kịch bản, diễn xuất, biểu cảm của diễn viên.
- ◆ Đạo diễn hình ảnh: Sắp xếp đèn, thiết bị ánh sáng, góc quay,...
- ◆ Quay phim: Trực tiếp điều khiển máy quay ghi hình.
- ◆ Kéo nét (Focus puller): Điều chỉnh ống kính, khẩu độ,... để lấy nét.
- ◆ Makeup - Stylist: Trang điểm, chuẩn bị đồ, hỗ trợ diễn viên.
- ◆ Catering: Lo đồ ăn đồ uống cho cả team.
- ◆ Logistics: Chuẩn bị hậu cần, đồ đạc, đi lại, studio,...



Máy móc thiết bị cũng tùy theo từng dự án. Dự án nhỏ có thể dùng máy của mình luôn. Đèn thường đi thuê vì rất to và nặng. Các máy quay chuyên dụng cũng đi thuê vì máy sẽ đi cùng lens và chân tripod to. Những thiết bị này tương

đối đất, từ vài trăm triệu đến cả tỷ, nên thường các production team đi thuê theo từng dự án thay vì tự đầu tư.

Ở Việt Nam, các bạn làm video chủ yếu xuất phát từ làm phim, nên các nhiệm vụ thường phải phân chia khá rõ ràng. Còn mình xuất phát từ làm YouTube, nên gần như khâu nào mình cũng nắm được. Trong các dự án mà kịch bản, cốt truyện không quá phức tạp, mình thường chủ động điều phối tất cả các mảng việc quan trọng, các công việc hậu cần khác mình sẽ chỉ nắm đầu việc và tiến độ, giao cho các bạn bên dưới triển khai.

Sau khi hoàn thành phần quay là phần xử lý hậu kỳ. Hậu kỳ cần 3 vị trí cơ bản như sau:

- ♦ Editor - Biên tập: Với các dự án lớn cần xử lý kỹ thuật cầu kỳ, mình sẽ tự làm phần biên tập này luôn. Với các dự án nhỏ và đơn giản, sau khi khách đã ưng ý phần hình ảnh quay xong, mình sẽ giao cho một bạn editor trong team tự thực hiện.
- ♦ Visual Effects - Hiệu ứng hình ảnh: Thêm các hiệu ứng hình ảnh để hỗ trợ cho các cảnh quay sẵn có. Ví dụ, với dự án quay cho Vinfast năm trước, mình cũng cần thuê riêng một bạn làm visual effects để xử lý

các chuyển động (animation), chữ chạy trong môi trường 3D,...

- ♦ Colorist - Hiệu chỉnh màu: Chịu trách nhiệm biến đổi màu sắc, ánh sáng để thể hiện đúng tinh thần và dụng ý đạo diễn. Chẳng hạn, những thương hiệu mỹ phẩm yêu cầu về làn da đẹp, son đúng màu,... mình sẽ cần các bạn colorist chuyên nghiệp làm cho chuẩn. Còn có những video phong cách nghệ hơn, không cần da láng mịn, ánh sáng tự nhiên đã ổn rồi thì mình sẽ tự xử lý phần này.

Như đã nói từ đầu, mình luôn muốn đảm bảo chất lượng đầu ra của từng sản phẩm, vì vậy, mình sẽ quản lý tất cả các khâu, chủ động thực hiện các phần việc trong khả năng. Vì vậy, một ngày của mình có thể sẽ rất khác so với các bạn chỉ đơn thuần làm quay, dựng hoặc các vị trí chuyên sâu khác.

Thông thường, mình có 3 đầu việc chính. Một là đi gặp khách hàng để trao đổi, nắm bắt nhu cầu của họ, chi phí, ý tưởng và phong cách quay,... Thời gian đi gặp khách hàng thường không nhiều, 3 - 4 ngày/tháng là cùng, giai đoạn dịch bệnh có thể call online. Thứ hai là những ngày on-set quay, mình đi biển biệt từ sáng đến đêm luôn, có hôm 2 giờ sáng mới xong, có những dự án quay đến 2 - 3

ngày liên tiếp. Đây thường là những ngày mệt và yêu cầu sức khỏe nhiều nhất. Thời gian còn lại, mình ngồi ở nhà biên tập, xử lý các công việc giấy tờ, và làm kênh YouTube cá nhân.

Làm nghề này, bạn hãy chủ động cho bản thân những ngày nghỉ để lấy lại cân bằng. Mình hiếm khi nhận quá nhiều dự án vì phải luôn giữ sức khỏe để làm việc. Nhiều bạn làm quay phim, kéo nét,... mà đi on-set liên tục là rất dễ kiệt sức. Mình từng thuê một bạn kéo nét rất chuyên nghiệp tham gia vào một dự án, vậy mà hôm quay bạn ấy trông mặt mũi bơ phờ, có vẻ thiếu ngủ mấy ngày rồi nên phải cho về nhà nghỉ. Dù thoát nhìn, công việc kéo nét không phải lao động chân tay nặng nhọc, chỉ ngồi một chỗ xoay xoay máy lấy nét thôi, nhưng thực ra rất căng thẳng áp lực: góc máy đẹp, diễn xuất tốt mà lấy nét hỏng thì cảnh quay đó cũng hỏng luôn.

## **BẠN CẦN BIẾT NHỮNG GÌ ĐỂ BẮT ĐẦU?**

Như vậy, bạn đã hiểu được sơ bộ về cơ cấu và cách thức hoạt động cơ bản của một production team. Nếu muốn dẫn thân vào con đường này, có những thông tin cơ bản gì về nghề mà bạn nên biết?

## **VỀ KIẾN THỨC, KỸ NĂNG**

Về mặt kiến thức, video production là ngành tương đối đặc thù, nên kiến thức làm nghề là quan trọng nhất, ví dụ như cách sử dụng máy, các thông số kỹ thuật của từng máy móc, các phần mềm quay dựng,... Tất cả những kiến thức này, mình đều tự học trên YouTube hết. YouTube như một “thầy giáo quốc dân”, cần học gì cũng có. Tiếng Anh của bạn không tốt lắm có thể mở phụ đề, thực hành các phần mềm thì cứ đi theo từng bước được hướng dẫn trên màn hình là sẽ hiểu được. Sau này, khi có điều kiện hơn, mình có mua một vài khóa học online, đi sâu về kỹ thuật xử lý màu sắc, về sử dụng phần mềm nâng cao,...

Nhiều bạn hay hỏi là học làm video, học làm phim có cần qua trường hợp bài bản hay không. Theo quan điểm của mình, việc học trong trường lớp chuyên nghiệp đóng một vai trò nhất định, nhưng không phải hoàn toàn bắt buộc. Quan trọng nhất vẫn là mình ra ngoài, trải nghiệm thực tế xem mọi chuyện diễn ra như thế nào, có nhiều vấn đề mà trường học không thể dạy hết được. Một số bạn học trường phim mình từng làm việc cùng đôi khi còn hơi cứng nhắc. Trong một vài dự án, đạo diễn hình ảnh với mình nhiều khi cũng tranh luận với

nhau, mình muốn đơn giản hoá, còn các bạn ấy cứ nhất định phải có 3 cái đèn theo đúng lý thuyết. Nhưng đó là lý thuyết của quay phim truyền hình, còn khi quay sản phẩm nghệ thuật, quay quảng cáo, không cần thiết phải rập khuôn như vậy.

Về kỹ năng, mình nghĩ quan trọng nhất là kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm. Bạn làm việc hiệu quả và hài hoà với mọi người thì mới có thể đi lâu dài được với nhau. Hơn nữa, quay phim không phải công việc có thể làm một mình, để hoàn thành được một dự án, chúng ta luôn cần trao đổi, giải thích, đàm phán với nhiều nhân sự khác để đảm bảo công việc được trôi chảy.

## Về lộ trình phát triển

Hiểu đơn giản, lộ trình phát triển có thể đi theo 2 hướng: hoặc phát triển chiều sâu, hoặc phát triển chiều rộng.

Phát triển theo chiều sâu là bạn sẽ chỉ tập trung vào một chuyên môn cụ thể: làm quay phim, làm producer, làm editor,... Mình quen rất nhiều bạn chỉ thích quay, không thích phải đi gặp khách hàng. Có những bạn chỉ thích ở nhà dựng video, không muốn ra ngoài hay tham gia vào những ngày

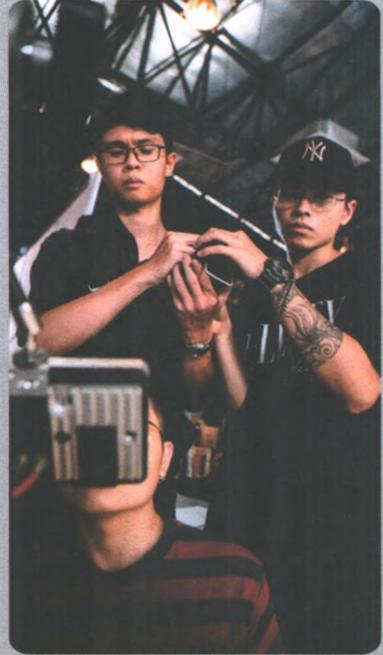
on-set. Có những bạn nổi tiếng về lấy nét, công việc của bạn chỉ ngồi một chỗ, điều chỉnh lấy nét. Với các bạn phát triển theo chiều sâu và có tay nghề giỏi, công việc không bao giờ thiếu, liên tục chạy từ phim trường này đến phim trường khác, từ tỉnh này đến tỉnh khác.

Thứ hai là phát triển theo chiều rộng (hướng mình đang lựa chọn). Mình thích được tham gia vào nhiều khâu trong quá trình tạo ra sản phẩm, muốn làm việc ở vị trí đạo diễn để có thể làm chủ sản phẩm sáng tạo theo đúng ý. Thế nhưng, điều đó không đồng nghĩa với việc mình phải tự đưa ra tất cả các quyết định. Mình thấy ở Việt Nam, vị trí đạo diễn như "trùm cuối", nói gì người khác cũng phải nghe. Nhưng trong những dự án từng làm, mình luôn tham khảo ý kiến các bạn trong team, bởi mình tin vào chuyên môn chuyên sâu của các bạn, có những thông số kỹ thuật và các thiết bị mình không thể nắm rõ bằng họ được. Ví dụ, mình biết cần đặt một cái đèn ở vị trí đó, nhưng mình không biết phải dùng chính xác loại đèn gì nên sẽ hỏi những bạn có chuyên môn sâu. Nếu đi theo hướng phát triển chiều rộng như mình, bạn có thể không cần phải giỏi nhất ở tất cả các lĩnh vực chuyên môn, nhưng mảng nào bạn cũng phải biết đủ để hiểu mọi người đang làm

gì, để đánh giá phương án mọi người đang thực hiện đã tối ưu hay chưa, có vấn đề gì hay không.

Đến thời điểm này, mình thấy lộ trình mình đang đi khá ổn: được làm công việc mình thích và tạo ra nhiều sản phẩm ứng ý. Giai đoạn đầu mới vào nghề, mình sẵn sàng làm miễn phí cho những dự án nghệ thuật mà mình hứng thú. Thấy ý tưởng mới thú vị hấp dẫn là nhận làm luôn, không tính toán tiền nong gì nhiều. Những dự án miễn phí này vừa để mình học hỏi, cũng là cách để mọi người biết đến mình nhiều hơn, quan trọng là quen thêm nhiều bạn bè trong nghề, giúp hỗ trợ công việc sau này.

Đó là lộ trình cơ bản với một bạn mong muốn đi theo hướng video production. Còn nếu theo hướng làm phim điện ảnh, phim chiếu rạp, lộ trình sẽ có nhiều khác biệt. Màng này mình chưa trải nghiệm nên không nói được một bức tranh toàn cảnh. Nhìn chung, để có bộ phim chất lượng, đoàn làm phim cần một đội rất giỏi ở tất cả các khâu, chưa tính đến chuyện quảng cáo, truyền thông cho một sản phẩm điện ảnh. Mình có một vài người bạn đi theo hướng làm phim, tụi nó sẽ rất muốn tham gia vào những đoàn làm phim có đạo diễn nổi tiếng.



Những lựa chọn này không có đúng hay sai, không có chuyện hướng mình đi tốt hơn hướng bạn chọn. Điều quan trọng là con đường bạn đi phù hợp với mong muốn, sở thích và tham vọng của bản thân. Với cá nhân mình, sau khi đã có nhiều sản phẩm chất lượng với các nghệ sĩ lớn Việt Nam, mình muốn làm cho cả các nghệ sĩ nước ngoài, những rapper mà mình thích. Hy vọng một vài năm tới mình sẽ có được những sản phẩm tầm quốc tế.



## Về mức thu nhập

Mức thu nhập của từng vị trí trong một production team thực sự rất "bao la", phụ thuộc vào mức độ phức tạp mà sản phẩm yêu cầu và kinh nghiệm của nhân sự. Có một vài công việc có mức phí cố định như hỗ trợ đèn, lắp đặt máy, chạy máy quay,... Còn lại, các vị trí khác không thể xác định được mức giá cố định. Mình có thể liệt kê một số mức giá trung bình trên thị trường như sau:

- ◆ Quay phim: 4 triệu - 8 triệu/ngày. 8 triệu là mức giá cho những người quay ở mức giỏi đến xuất sắc.
- ◆ Kéo nét: 2 triệu - 4,5 triệu/ngày.
- ◆ Editor: 1 triệu - 2 triệu/sản phẩm cho những video đơn giản. Các video quảng cáo, TVC thường ở mức 5 triệu - 15 triệu/sản phẩm.
- ◆ Colorist: 5 triệu/sản phẩm với các bạn trẻ mới bắt đầu học. Tuy nhiên, vị trí này có thể lên đến 25 - 30 triệu/sản phẩm với các bạn chuyên nghiệp và sản phẩm có độ khó cao. Vị trí này nếu làm tốt đôi khi có thể cứu được cả những cảnh quay xấu.
- ◆ Visual Effects: Không thể có mức giá chuẩn, những video phức tạp mức phí lên đến mấy chục triệu, thậm chí cả trăm triệu.
- ◆ Đạo diễn: Mức lương cũng vô vàn, không có một con số cố định nào cả. Tuy nhiên, đây thường là vị trí quan trọng nhất, nên mức thu nhập cũng khá cao.

Với vai trò đạo diễn, hoặc cũng có thể gọi là quản lý dự án như mình, thu nhập của mình sẽ phụ thuộc vào từng dự án. Với những dự án hoàn toàn mới, concept rất hay, mình sẽ dành rất nhiều chi phí cho việc dựng set (dựng cảnh, sân khấu) và thuê những người giỏi nhất về làm cùng (đôi khi mình còn không có tiền công). Ví dụ như MV của Tlinh vừa rồi, mình xin

được khá nhiều tiền tài trợ từ một hãng điện thoại lớn và hai local brand gần như lớn nhất Việt Nam. Mình dùng đến 2/3 ngân sách để dựng sân khấu, thuê studio, thuê đèn, màn hình led. Tiền bay nhanh lắm! Cách tiêu tiền như mình đang đi ngược lại với thông lệ chung của các đoàn làm phim Việt, thường họ sẽ chỉ chi 1/3 ngân sách để dựng set thôi. Số tiền còn lại mình dùng để trả cho mọi người trong team. Thực ra, ngay từ đầu, mình đã nói rõ tinh thần là dự án nghệ thuật nên anh em làm cùng cho vui, mọi người cũng giảm nửa giá bình thường, lúc đầu còn nhận làm miễn phí. Dù cuối cùng tiền công cho cá nhân mình chẳng còn bao nhiêu, nhưng mình chấp nhận, bởi mục đích của mình là tạo ra được một sản phẩm nghệ thuật đột phá.

## Về cơ hội trên thị trường

Với riêng lĩnh vực video production, thị trường Việt Nam đang khá thuận lợi với nhiều dấu hiệu tích cực. Những xu hướng mới, độc đáo hơn, cá tính hơn, trẻ trung hơn bắt đầu xuất hiện 1 - 2 năm trở lại đây. Mình bắt đầu thấy những video âm nhạc, quảng cáo mang màu sắc hiện đại, không còn bị "sến" với phong cách phim truyền hình như giai đoạn trước. Ngân sách

dành cho video cũng có xu hướng tăng, dù chưa thể đầu tư mạnh như ở nước ngoài.

Mọi người hay hỏi tại sao ngành giải trí Hàn Quốc lại phát triển mạnh đến thế. Mình tìm hiểu thì biết được từ 10 - 20 năm trước, sinh viên Hàn Quốc đã được đi học điện ảnh ở Mỹ, nên cách họ làm rất hiện đại. Còn ở Việt Nam, các đài truyền hình trong nước vẫn còn dùng máy móc rất "cổ", nhiều người làm truyền hình vẫn mang tư duy của thế hệ cũ, trước nay như thế nào thì cứ thế làm tiếp thôi, không có nhiều sự cải tiến. Gần đây, mình thấy không chỉ video quảng cáo, TVC, mà các gameshow ở Việt Nam cũng đã có nhiều sự đổi mới, chỉ còn phim truyền hình vẫn hơi... sến thôi. Nói như vậy để thấy rằng, tất cả là do con người. Con người cập nhật thì sản phẩm nghệ thuật cũng sẽ cập nhật theo. Khi Việt Nam bắt đầu xuất hiện các đội production trẻ, được tiếp xúc nhiều với kiến thức, xu hướng nước ngoài, thị trường chắc chắn sẽ có nhiều màu sắc mới.

Thị trường việc làm trong lĩnh vực này cũng đang rất sôi động bởi nhu cầu quay chụp của các nhãn hàng ngày càng nhiều, nhưng luôn thiếu những đội production chất lượng. Mình làm trong ngành mới thấy, từ các agency

đến các production house, rất ít đội làm việc tử tế và chuyên nghiệp. Các đội quay xịn thì vẫn có, nhưng giá cực kỳ cao, toàn hợp đồng mấy tỷ, và lịch làm việc của họ cũng kín mít. Giá thấp hơn chỉ còn toàn những đội quay không chất lượng, nhưng vì quá ít sự lựa chọn nên các bên vẫn phải thuê. Vì vậy, khi xây dựng một production team, mình nhắm đến thị trường tầm trung, giá không cao như các đội chuyên nghiệp và vẫn đạt chất lượng sản phẩm tốt. Nếu có năng lực thực sự, bạn không bao giờ thiếu việc.

Tuy nhiên, đầu đó vẫn còn có một vài khó khăn. Đáng nói nhất có lẽ là vấn đề trang thiết bị. Ở Việt Nam, rất khó tìm được đủ vật liệu, đồ dùng cần thiết để dựng một sân khấu đẹp và thực sự nghệ thuật. Hoặc nếu có vật liệu thì cũng rất tốn kém.

## THÚ VỊ VÀ ĐÀU CÓ BẮP BÈNH

Muốn đi xa, bạn phải có đủ đam mê và không ngừng trải nghiệm. Đam mê đủ lớn giúp bạn đủ động lực vượt qua khó khăn. Mình không đủ đam mê để cố gắng cho việc làm nhạc, nhưng mình đủ hứng thú để liên tục tự học những kiến thức kỹ năng liên quan đến làm phim. Có thể có một vài

người năng khiếu xuất chúng trong việc quay phim, dựng hình, nhưng họ cũng không thể thành công nếu không có kinh nghiệm. Có năng khiếu mà không làm nhiều, không trải qua nhiều dự án, bạn sẽ chẳng bao giờ có được những sản phẩm hay. Với những bạn mới bắt đầu, hãy sẵn sàng tham gia các dự án miễn phí, để hiểu về quy trình, để biết trong một đội sản xuất cần những vị trí gì, để có thêm nhiều mối quan hệ trong công việc.

Thứ hai, hãy xem thật nhiều những video chất lượng, theo đúng phong cách mà bạn muốn theo đuổi. Mình xem rất nhiều MV của Mỹ, của Hàn, chất lượng sản phẩm của họ cực xịn. Đến khi làm những dự án riêng, mình cũng muốn nó được xịn như vậy, hoặc ít cũng phải bằng một nửa. Như MV mình làm vừa rồi, hình ảnh video không hề giống bất cứ một MV Việt Nam nào. Nhà tài trợ cũng không có quyền can thiệp hình ảnh, mình chỉ đảm bảo đúng số giây xuất hiện sản phẩm. Khi mình tiếp xúc với nhiều sản phẩm nghệ thuật vượt ra ngoài khuôn mẫu, những thứ mình làm ra cũng sẽ có hơi hướng mới mẻ, không bị nằm trong vùng an toàn. Ngược lại, nếu bạn hay xem những video viral linh tinh, kém chất lượng, sản phẩm bạn làm ra cũng sẽ bị ảnh hưởng.

Chất lượng đầu vào sẽ ảnh hưởng đến sản phẩm đầu ra.

Mình đi theo xu hướng quốc tế, cũng hay chơi với các bạn trẻ "nghệ nghệ, tây tây", nên sản phẩm video của mình cũng mang màu sắc như vậy. Khách hàng mà muốn làm video theo phong cách "sến", mình sẽ không nhận vì không muốn làm và cũng chẳng làm được. Có những trường hợp khách hàng thay đổi phong cách video quá sát ngày quay thì mình buộc phải chấp nhận, còn phần nhiều mình sẽ từ chối. Mỗi một người quay sẽ theo đuổi một phong cách riêng, bạn cần xác định rõ được màu sắc bạn hướng đến, và thường xuyên tham khảo những sản phẩm quốc tế mang màu sắc như vậy.

Khi mình theo đuổi công việc này, bố mẹ mình cũng không thực sự ủng hộ vì nghĩ đây không phải một sự nghiệp ổn định. Nhưng thực ra, công việc nào chẳng có rủi ro, đi làm văn phòng mà công ty thua lỗ cũng mất việc thôi, đâu có an toàn như bố mẹ vẫn nghĩ. Các bạn yên tâm, công việc quay phim không bấp bênh như mọi người vẫn tưởng. Chỉ cần bạn làm việc tử tế, uy tín, luôn luôn có nhiều công việc thú vị đang mời gọi. ■



TÁC GIẢ: Nguyễn Anh Tuấn

Giám tuyển nghệ thuật

↳ “Giám tuyển là người tạo ra một kết nối nào đó giữa nghệ thuật và khán giả.” – Hans-Ulrich Obrist<sup>(1)</sup>

Trong khung cảnh văn hóa nghệ thuật đương thời thế giới và Việt Nam, *curator* (tạm dịch là *giám tuyển*<sup>(2)</sup>) đang đóng vai trò năng động và quan trọng bậc nhất. Giám tuyển vừa là những cá nhân cụ thể, nhưng cũng đồng thời là cách gọi tên một công việc - chức nghiệp mang tính thực hành trên phương diện trí tuệ và kỹ năng để trình diễn các xuất phẩm văn hóa, sáng tạo đến với công chúng.

Có lẽ chưa bao giờ trong thế giới nghệ thuật xuất hiện một danh từ có tính bao gồm như thế, một chức nghiệp có tính tổng hợp như thế, với vai trò rộng và khả năng bao phủ từ dưới lên trên: từ chăm sóc một triển lãm nhỏ, một nghệ sĩ, cho đến định hướng thẩm mỹ hay chính sách văn hóa cho cả một cộng đồng. Trong *Power 100*<sup>(3)</sup> của trang *Art Review* (bảng xếp hạng vinh danh 100 nhân vật, sự kiện có ảnh hưởng lớn tới nghệ thuật năm 2020) có tới 25 cái tên là các giám tuyển, bên cạnh những nghệ sĩ, giám đốc bảo tàng và trung tâm nghệ thuật hay các sưu tập gia. Có thể nói, giám tuyển là một bộ phận cơ hữu vẽ nên bức tranh của các trường phái hay trào lưu, tiến trình và hiện diện thẩm mỹ, và họ chia sẻ ¼ quyền lực (cứng và mềm) hoặc có thể nhiều hơn trong giới nghệ thuật. Bình diện trao đổi và sản sinh văn hóa toàn cầu hiện nay sẽ không thể phong phú, đa dạng, nhiều tầng lớp, phức tạp, mâu thuẫn và kích động như hiện nay nếu thiếu các giám tuyển và thực hành giám tuyển (curatorial practice).

Để hiểu về "nghề giám tuyển" cũng như vai trò của giám tuyển trong bức tranh văn hóa đương thời, chúng ta cần tìm hiểu khởi nguồn của công việc này và những ý nghĩa ban đầu của nó để lần theo dấu vết tới hiện tại. Từ điển *Encyclopedia* và *Tate Modern* cho biết từ "curator/curate" có gốc Latin là từ "cura", nghĩa là săn sóc (từ "care" trong tiếng Anh). Vào thời trung đại ở phương Tây, khi các gia đình quý tộc có những bộ sưu tập nghệ thuật với giá trị cao, họ cần một "quản gia" chuyên biệt cho việc đó, và đó có lẽ là các "giám tuyển" đầu tiên. "Curator" xuất hiện với tư cách là người chăm sóc, giám hộ, giám sát và đảm bảo sự an toàn, chất lượng cho các bộ sưu tập nghệ thuật, sau đó là các bảo tàng. Họ cần hiểu rõ nguồn gốc xuất xứ của từng hiện vật, từng bức tranh, pho tượng trong bộ sưu tập. Họ cần có năng lực diễn giải về giá trị lịch sử, giá trị văn hóa, giá trị nghệ thuật và tính độc bản định vị nên giá trị tác phẩm. Vai trò giám tuyển lúc đó là đảm bảo phẩm giá của một bộ sưu tập và gia tăng các lớp giá trị vô hình của chúng theo thời gian.

(1) Nguyên bản tiếng Anh: "A curator is a man who creates a certain connection between the art and the audience." – Hans-Ulrich Obrist, 2011.

(2) *Giám tuyển* là từ tiếng Việt được dịch và sử dụng bởi Nguyễn Như Huy vào khoảng 2008. Cách dịch này chưa biểu đạt được đầy đủ ngữ nghĩa của từ "curator", tuy nhiên vì hạn chế ngôn ngữ và chưa có một lựa chọn tốt hơn, bài viết này vẫn sử dụng từ vựng này. Bài viết cũng chỉ đề cập đến vai trò giám tuyển trong lĩnh vực Nghệ thuật Thị giác, không làm bản sang các chuyên ngành khác.

(3) <https://artreview.com/power-100/>

Khoảng sau các cuộc cách mạng công nghiệp thế kỷ 17 ở châu Âu, triển lãm nghệ thuật bắt đầu nở rộ, không chỉ giới hạn trong giới thượng lưu mà còn tiếp cận đến công chúng bình dân, và với phương pháp trưng bày “hộp trắng” (white cube)<sup>(4)</sup> được phát triển bởi giáo sư Alfred Barr – giám đốc, giám tuyển đầu tiên của Bảo tàng Nghệ thuật Hiện đại New York (MoMA) khoảng thập niên 1930, vai trò của giám tuyển bắt đầu mở rộng<sup>(5)</sup>. Là người “chăm sóc” cho triển lãm, họ đảm nhiệm nhiều công việc khác nhau: xây dựng ý tưởng chung của triển lãm; viết các bài giới thiệu và chú giải từng tác phẩm; lên phương án trưng bày và vị trí sắp đặt cho từng hiện vật; thảo luận, thống nhất các giải pháp kỹ thuật về dàn dựng và ánh sáng; tổ chức các sự kiện ra mắt; tiếp tân, hướng dẫn triển lãm; tổ chức các hoạt động giáo dục dành cho nhiều đối tượng; định giá và tiếp xúc với khách hàng, cùng các phương án hậu cần của toàn bộ quá trình. Nói

như Michael Kelly<sup>(6)</sup>: “Không chỉ chăm sóc cho hiện vật của triển lãm, giám tuyển còn chăm sóc cho *tâm hồn* của người xem về nhận thức và hiểu biết”<sup>(7)</sup>. Các giám tuyển bắt đầu có vai trò ảnh hưởng lớn đến nhận thức nghệ thuật của công chúng.

Cho tới hiện tại, ít nhất khoảng 30 năm trở lại đây, cùng với sự phát triển nhiều mặt của nghệ thuật đương đại, tính liên ngành, độc lập, len lỏi sâu rộng vào nhiều lĩnh vực, góc ngách địa lý, lịch sử, văn hóa của loài người, công việc giám tuyển cũng trở nên phức tạp hơn bao giờ hết. Không chỉ chăm sóc và chịu trách nhiệm thuần túy bên trong không gian triển lãm hay trưng bày, hoặc bảo tàng hay một chính thể văn hóa nào đó, họ đảm nhiệm vai trò đa năng hơn, chuyên biệt hơn, với độ phủ sóng rộng hơn bao giờ hết, băng qua các biên giới địa lý quốc gia và biên giới nhận thức của nhiều chuyên ngành tri thức. Bên cạnh các công việc và yêu cầu năng

<sup>(4)</sup> Là cách trưng bày hiện vật nghệ thuật với chiều cao ngang tầm mắt người xem trong phòng có nền tường trắng hoặc trung tính. Cách trưng bày này giảm thiểu sự ảnh hưởng của môi trường lên màu sắc của tác phẩm, qua đó giảm tối đa độ sai lệch thị giác của người xem – theo *Art Terms*, Tate Museum.

<sup>(5)</sup> Theo Ace Lê.

<sup>(6)</sup> Nhà sử học chiến tranh tại Australia War Memorial.

<sup>(7)</sup> Nguyễn Văn: “rating extends beyond the care and exhibition of the artifacts to the “care of the souls” of the persons who look to the museum for knowledge and understanding. Drawing again on the suggested linguistic connection of the term “curator” to *curare* suggests that the curator may exercise considerable influence on the viewers’ understanding of art (blished version. “Curating [Encyclopedia entry],” in *Encyclopedia of Aesthetics*, 2nd edition. Ed. Michael Kelly. New York, NY: Oxford University Press, 2014: 231-236. Publisher Link. © 2014 Oxford University Press).

lực như trước đây, họ phải tham gia nhiều hơn vào công tác quản lý, gây quỹ, truyền thông, điều vận. Các giám tuyển độc lập ngoài việc tự lên ý tưởng cho một triển lãm hay trưng bày, còn phải (tự) thực hiện hoặc tham gia hầu hết các hoạt động triển khai: viết các hồ sơ tài trợ; lập lịch trình và công tác điều phối; am hiểu kỹ thuật trưng bày ở nhiều địa hình khác nhau, các phương tiện và nền tảng kỹ thuật đa dạng, công nghệ âm thanh, ánh sáng và kỹ thuật số. Họ xây dựng mạng lưới trực tiếp và gián tiếp cho một tác phẩm, triển lãm, hay chính họ là một trong những đầu mối trung tâm của mạng lưới văn hóa. Họ là một tiểu-trung-tâm văn hóa tri thức di động, là một kho dữ liệu về tri thức và thực hành văn hóa, là những bảo-tàng thu nhỏ của các tập dữ liệu nhân học, là những mạng lưới và trung tâm mạng lưới thông tin của giới nghệ thuật. Khi tạo dựng được nhiều ảnh hưởng tới công chúng bằng lý thuyết thẩm mỹ và cách tiếp cận xã hội của mình, những giám tuyển hàng đầu còn đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng các chính sách văn hóa, chiến lược phát triển hay các dự đoán cho xu hướng tương lai của thẩm mỹ, trào lưu và các định vị

giá trị trong giới nghệ thuật. Họ định hình nhận thức và tham gia việc ghép nên bức tranh xã hội đương thời, bên cạnh những kiến trúc sư của thượng tầng xã hội (các nhà lập pháp, chính khách, thương nhân, triết gia). Như giám tuyển gạo cội Hans Ulrich Obrist từng nói: “Đối với tôi, ý nghĩa về công việc giám tuyển càng ngày càng được mở rộng. Giám tuyển xuất hiện trong khoa học, nghệ thuật, âm nhạc, sân khấu, trình diễn. Không chỉ mang nhiều nhân tố mới đến với nghệ thuật, nó còn cần mang nghệ thuật đến với các lĩnh vực đó”.<sup>(8)</sup>

Vậy một giám tuyển nên bắt đầu từ đâu và phát triển như thế nào? Như trên đã nói, hiện tại, giám tuyển đã trở nên đa dạng, chuyên biệt hóa theo nhiều cách thức và phạm trù công việc khác nhau: từ những giám tuyển chuyên nghiệp làm việc trong các bảo tàng, bộ sưu tập nghệ thuật hay gallery, cho tới các giám tuyển độc lập, và những giám tuyển không chuyên: họ là nghệ sĩ hoặc những người có nghề nghiệp khác nhưng có năng lực tổ chức, hiểu biết kỹ thuật để tự giám tuyển một số sự kiện hay chương trình theo đặt hàng.

<sup>(8)</sup> Nguyên văn: “For me, the idea of curating can be expanded. Curating science, curating art, music and theater and performance and not only brings those things into art but brings art into those areas.” – Hans-Ulrich Obrist.

Để trở thành một giám tuyển, mỗi người cần tự xây dựng một nền tảng kiến thức chắc chắn về một lĩnh vực hoặc trải qua một hệ thống đào tạo hàn lâm để có được nền tảng lý luận trụ cột. Giám tuyển chuyên nghiệp trong bảo tàng, gallery thường được đào tạo trong ngành Lịch sử Nghệ thuật, hoặc chuyên biệt hơn, họ theo đuổi các cấp độ học tập và nghiên cứu chuyên sâu về một phân vùng lịch sử hay địa lý: Nghệ thuật châu Á, nghệ thuật Phục Hưng Ý, nghệ thuật Thổ dân châu Phi, nghệ thuật Đông Nam Á hiện đại,... Thông thường, các giám tuyển có bằng Cử nhân của một chuyên ngành trên, nhưng thực tế, để làm việc trong các hệ thống văn hóa-nghệ thuật lớn, các giám tuyển thường có cấp bậc Thạc sĩ hoặc Tiến sĩ. Một số người có thể có văn bằng hai là một chuyên ngành nghiên cứu xã hội bổ trợ khác (Văn học, Lịch sử, Triết học, đôi khi có thể là khoa học tự nhiên như Sinh học, Môi trường hay Công nghệ). Sau đó, họ bắt đầu với các công việc trợ lý cho giám tuyển chuyên nghiệp, hoặc nghiên cứu trong bảo tàng, viện nghệ thuật, gallery, hoặc tham gia sinh hoạt trong các nhóm nghệ sĩ để tiếp cận với việc trưng bày triển lãm, học hỏi từ thực tế, và dần dần tự phát triển những dự án, công việc giám tuyển riêng của mình. Quá trình từ tập sự

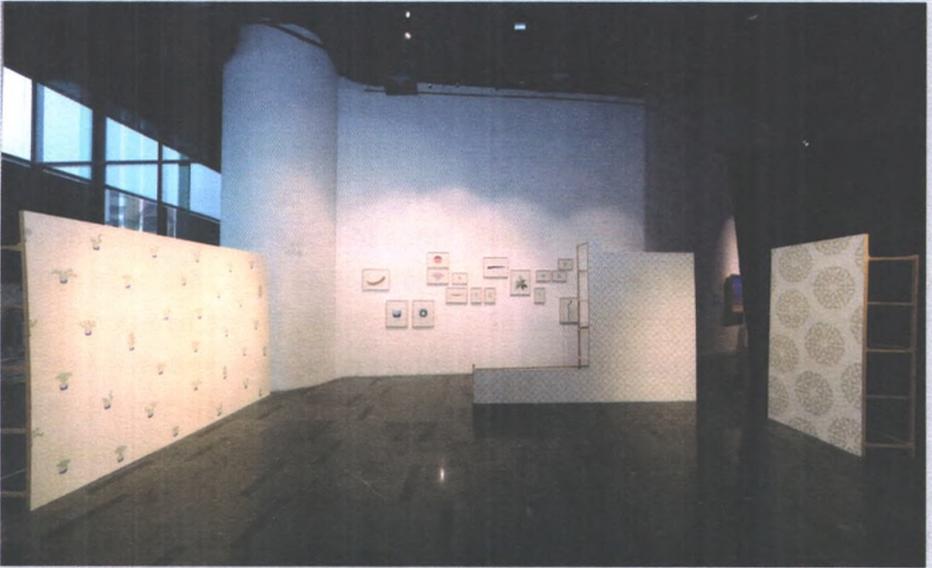
đến lúc có thể làm việc độc lập và tìm được chỗ đứng riêng trong giới nghệ thuật có thể mất từ 10 - 15 năm.

Tuy nhiên, giám tuyển còn có thể bắt đầu bằng những con đường khác, từ những lĩnh vực rất ít liên quan, hoặc từ trải nghiệm thực tế. Từ sau thập niên 1960, với sự phát triển của nghệ thuật đương đại bao gồm các loại hình phức tạp như Sắp đặt, Trình diễn, Video, Đa phương tiện, Kỹ thuật số (Digital Art), chúng đòi hỏi các giám tuyển có kiến thức ở nhiều lĩnh vực khác nhau. Công việc giám tuyển trở nên rộng hơn với sự bùng nổ của cách mạng thông tin, các nền tảng trực tuyến, công nghệ số, và từ đó, nhiều cá nhân xuất thân trong các lĩnh vực khác nhau có thể tham gia công việc giám tuyển. Từ đây dẫn đến sự xuất hiện của các giám tuyển không chuyên, những chuyên gia của lĩnh vực ít liên quan đến nghệ thuật, thực hiện triển lãm hoặc trưng bày mang tính giám tuyển. Họ có thể là nhà thiết kế thời trang, nhạc sĩ, nhà văn, nhà hoạt động về bình đẳng giới, nhà nghiên cứu nhân học, chuyên gia công nghệ thông tin, hoặc chính các nghệ sĩ với sự hiểu biết rộng và năng lực thẩm mỹ của mình cũng tự giám tuyển các chương trình theo ý muốn của họ (hoặc theo đặt hàng). Có những người chỉ làm một vài thực

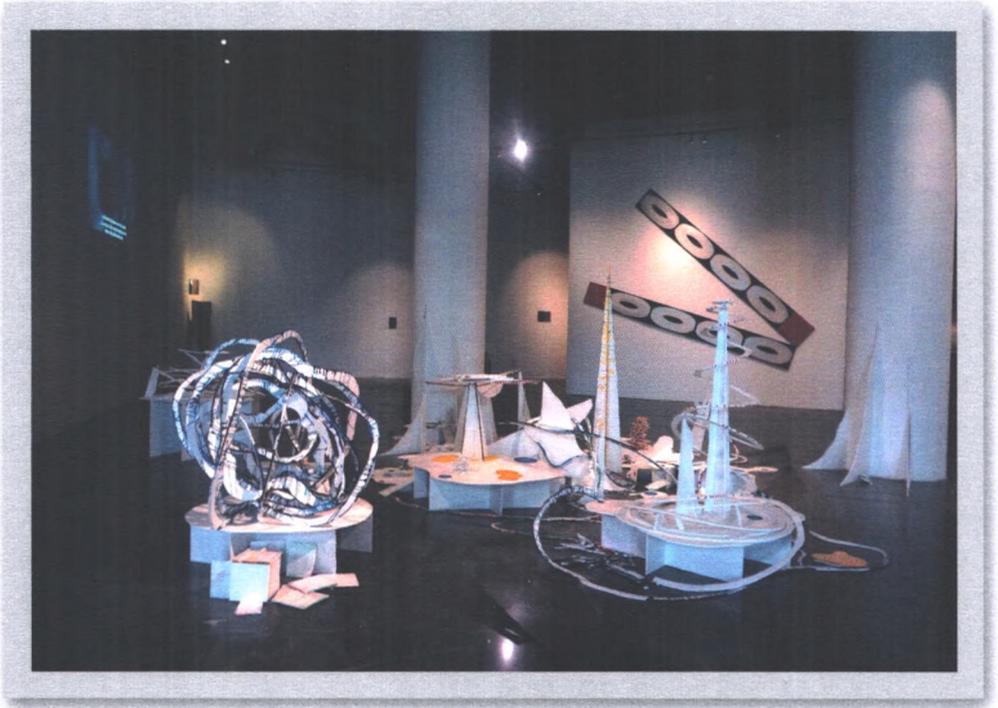
hành giám tuyển tùy theo dịp hoặc yêu cầu nhất thời của công việc, một số người tìm thấy đam mê và nhu cầu bản thân trong đó rồi hướng đến theo đuổi lâu dài và trở thành các giám tuyển chuyên nghiệp.

Bởi thế, chúng ta có các giám tuyển/ thực hành giám tuyển rất đa dạng và đến từ nhiều đối tượng: các giám tuyển chuyên nghiệp trong bảo tàng, học viện nghệ thuật hoặc gallery, các giám tuyển độc lập, các nghệ sĩ-giám tuyển và các công việc giám tuyển đến từ những người “đột xuất” thực hiện theo một dự án, đơn đặt

hàng, triển lãm hay chương trình ở một vài thời điểm nào đó. Như vậy, giám tuyển/ thực hành giám tuyển vừa là một, vừa là hai khái niệm song song. Các thực hành giám tuyển đơn lẻ đến từ những công việc cụ thể, và có thể bắt đầu bằng bất cứ ai. Xâu chuỗi các thực hành giám tuyển giúp chúng ta định hình một triết thuyết thẩm mỹ hay một hệ tư tưởng, nhận thức tuyển tính. Người có các thực hành xuyên suốt, nhất quán, liên tục trong thời gian dài sẽ là những giám tuyển toàn phần (full-time) với mức độ chuyên nghiệp cao.



*Unlimited Boundaries* (Ranh giới vô hạn), triển lãm trao đổi nghệ thuật đương đại Việt Nam Hàn Quốc, đồng giám tuyển bởi Nguyễn Anh Tuấn & Hye Young Kim, đồng tổ chức bởi Heritage Space & Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc tại Việt Nam, trưng bày ở Heritage Space, Hà Nội tháng 3-2017



*Vùng Không Tưởng*, triển lãm dự án Tháng thực hành Nghệ thuật 2017, tổ chức bởi Heritage Space, tháng 11-2017

Vậy quay lại câu hỏi để “trở thành” một giám tuyển sẽ cần những gì? Đó là một nền tảng kiến thức bài bản, và quá trình thực hành có chiều sâu về thời gian và công việc. Là giám tuyển có nghĩa bạn sẽ liên tục tự hệ thống hóa kiến thức, tài liệu, mài dũa chúng qua các thực hành ở nhiều cấp độ: các triển lãm, bài viết, thảo luận, thuyết trình công chúng, giảng dạy, diễn dã và hướng tới những mục tiêu, chủ đích lâu dài về nhận thức xã hội hay tiêu chuẩn thẩm mỹ. Khi bạn hình thành được một triết thuyết riêng về thẩm mỹ, phong nền kiến thức về bối

cảnh chính trị văn hóa đương thời, một lộ trình tư duy để đánh giá mọi vấn đề, và một phương pháp tiếp cận thực tế hóa ý tưởng đó ra cuộc sống một cách đa dạng bằng ngôn ngữ của nghệ thuật, lúc đó bạn là một giám tuyển đủ tư cách. Khó có thể coi một người là giám tuyển “trưởng thành” nếu chưa có tối thiểu 10 năm làm việc với sự va chạm và mức độ công việc ở nhiều tầng bậc, quy mô, khung cảnh địa lý và văn hóa khác nhau.

Như vậy, làm cách nào để các giám tuyển tiếp cận và tham gia vào thế

giới nghệ thuật? Con đường và cách thức nào giúp họ dần dần “can thiệp” và ghi dấu ấn vào hệ thống lớn, thủ cựu, nhiều quy luật và đầy tính phân biệt như các “pháo đài” văn hóa Âu châu vốn có những chuẩn mực riêng và khoảng cách không nhỏ về mặt bằng xã hội với các nước đang phát triển? Chúng ta hãy nhìn một số trường hợp cụ thể gần gũi với mình như Trần Lương - nghệ sĩ/giám tuyển gạo cội ở Việt Nam từ giai đoạn đầu tiên khi khái niệm này vào Việt Nam trong thập niên 1990, và ruangrupa - nhóm giám tuyển độc lập sẽ chịu trách nhiệm chính cho Documenta 15 – triển lãm nghệ thuật đương đại 5 năm một lần tại Kassel (Đức) (có lẽ thuộc loại có quy mô lớn nhất và là sự kiện văn hóa nghệ thuật đương đại quan trọng bậc nhất thế giới hiện nay).

Trần Lương (sinh 1960) có thể nói là một nghệ sĩ-giám tuyển quan trọng nhất của Việt Nam trong giai đoạn 30 năm trở lại đây, tính từ thời gian cuối thập niên 1990, khi ông đồng sáng lập Nhà Sàn – không gian nghệ thuật phá cách đầu tiên của Hà Nội, nơi tạo nền tảng cho các nghệ sĩ trẻ nghiên cứu và thử nghiệm các loại hình nghệ thuật đương đại như Sắp đặt, Trình diễn và Video. Xuất thân từ gia đình nghệ thuật và được đào tạo là

một họa sĩ, Trần Lương cũng là thành viên của Gang of Five – nhóm họa sĩ nổi bật nhất, thành đạt nhất Việt Nam giai đoạn Đổi mới. Tuy nhiên, ông đã sớm từ bỏ cách làm nghệ thuật để dãi, tháp ngà và thiếu tính gắn kết xã hội của số đông họa sĩ lúc đó. Ông là người cổ vũ, khuyến khích các nghệ sĩ trẻ thực nghiệm tối đa các hình thức mới, và bản thân Trần Lương cũng là người đi đầu trong việc thực hành. Đầu những năm 2000, ông được giao quản lý Trung tâm Nghệ thuật Đương đại của Hà Nội trong hơn 2 năm, và bắt đầu tổ chức nhiều hoạt động trao đổi cho nghệ sĩ trong nước và nghệ sĩ quốc tế: các triển lãm, workshop thực hành nghệ thuật, các tọa đàm của nghệ sĩ và giám tuyển nước ngoài, các chương trình trao đổi nghệ sĩ và giao lưu văn hóa. Quá trình này, ông cũng xây dựng được mạng lưới kết nối với các trung tâm và cá nhân nước ngoài, cũng như tạo dựng uy tín của bản thân. Sau khi rời khỏi vị trí giám đốc Trung tâm Nghệ thuật Đương đại, Trần Lương làm việc với tư cách nghệ sĩ và giám tuyển độc lập. Không chỉ tiếp tục theo đuổi nghệ thuật với tâm thế phá vỡ các giới hạn nhận thức, ông còn tham gia các dự án nghệ thuật mang tính xã hội với nhiều cộng đồng khác nhau: trẻ em nghèo vùng cao, ngư dân trên đảo, cộng đồng dân chài ven biển, công nhân

vùng than,... Năm 2016, Trần Lương được bảo tàng Bildmuseet<sup>(9)</sup> mời làm giám tuyển cho triển lãm lớn về nghệ thuật đương đại Việt Nam, trưng bày 6 tháng. Năm 2014, ông được quý Prince Claus<sup>(10)</sup> trao giải thưởng về sự cống hiến cho nghệ thuật đương đại. Con đường của Trần Lương cho thấy tấm gương về sự cởi mở, không chấp nhận các giới hạn của bản thân và điều kiện sống thực tại, sự dũng cảm đi trước đối đầu các áp lực định kiến xã hội, và sự tự thức tỉnh cũng như bền bỉ trong ý hướng đã chọn, vươn

lên từ bối cảnh nội địa tới sân khấu nghệ thuật quốc tế.

*ruangrupa* – nhóm nghệ sĩ-giám tuyển nổi bật nhất khu vực Đông Nam Á hiện nay – là một ví dụ khác về nhóm giám tuyển hình thành từ nhiều người đến từ nhiều lĩnh vực khác nhau. Thành lập năm 2000 bởi một nhóm nghệ sĩ với lý do hết sức đơn giản (mang tính tình thế) là họ cần một không gian để làm việc, vừa thực chất (không gian vật lý) vừa mang tính tinh thần. Từ đó,



Trình diễn nhóm của nghệ sĩ Lại Thị Diệu Hà, thuộc *Unlimited Boundaries* (Ranh giới vô hạn), triển lãm trao đổi nghệ thuật đương đại Việt Nam Hàn Quốc, đồng giám tuyển bởi Nguyễn Anh Tuấn & Hye Young Kim, đồng tổ chức bởi Heritage Space & Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc tại Việt Nam, trưng bày ở Heritage Space, Hà Nội tháng 3-2017

<sup>(9)</sup> Bảo tàng Nghệ thuật Đương đại tại Umea, phía bắc Thụy Điển.

<sup>(10)</sup> Quý kết nối và trao đổi, thúc đẩy văn hóa, hoạt động chính tại Mỹ Latin, châu Phi, châu Á, Caribe và Đông Âu.

*ruangrupa* hình thành là một không gian làm việc chung của họ, đồng thời là nơi truyền đạt, chia sẻ, học hỏi về mọi thứ liên quan đến nghệ thuật: nghệ thuật trình diễn, nghệ thuật cộng đồng hay các thực hành nghệ thuật video – và họ cho rằng đây là cách thức tối ưu để duy trì sự phát triển của nghệ thuật tiệm cận với các vấn đề cộng đồng và xã hội. Gồm 10 người đến từ nhiều lĩnh vực khác nhau: kiến trúc sư, nhiếp ảnh gia, nhà nghiên cứu xã hội học, nhạc sĩ, nghệ sĩ trình diễn, nhà báo, nhà giáo, ông bầu ban nhạc, *ruangrupa* tự thiết kế một quy trình làm việc linh hoạt để mọi người vừa hợp tác trong các dự án chung, và vẫn có thể phát triển các dự án cá nhân mà luôn được hỗ trợ khi cần thiết, với bí quyết coi mỗi cá nhân là một chìa khóa của một kho tàng lịch sử và văn hóa. *ruangrupa* thiết lập một không gian làm việc chung có hình thức như một nhà kho lớn, sử dụng cho nhiều mục đích và chương trình khác nhau: lớp học, tọa đàm, hội thảo, không gian triển lãm, tiệc, không gian cộng đồng, xưởng làm việc và thí nghiệm, thư viện và hội quán, nghiên cứu và xuất bản ấn phẩm về văn hóa nghệ thuật đương đại. Những hoạt động của họ dần dần thu hút sự chú ý, quan tâm và tham gia của nhiều nghệ sĩ, giám tuyển trong khu vực và thế giới, cũng như

mô hình làm việc tập thể mà vẫn tối ưu sức sáng tạo cá nhân tạo ra sức ảnh hưởng lan tỏa để *ruangrupa* bước lên những tầm cao mới. Bên cạnh đó, họ cũng gia nhập mạng lưới của nghệ sĩ và tổ chức nghệ thuật quốc tế như Rain Artist' Initiatives Network (Mạng lưới nghệ sĩ châu Á, Phi và Mỹ La tinh) để tạo ra những kết nối và vươn đến các nền tảng thực hành trao đổi đa dạng xuyên lục địa. Năm 2019, họ được mời làm giám đốc nghệ thuật cho Documenta 15 (ra mắt vào 2022) – cho thấy một nhóm nghệ sĩ địa phương với xuất thân đa dạng vẫn có thể tạo ra sức tác động mang tính toàn cầu như thế nào. Câu chuyện của *ruangrupa* có thể ví dụ cho những người đến từ nhiều chuyên ngành khác nhau vẫn có thể trở thành giám tuyển và tham gia vào hoạt động sản sinh văn hóa ở mức độ cao nhất nhờ vào sự hợp tác, sự gắn kết trong thời gian dài, năng lực tổ chức tối ưu nguồn lực và tinh thần phê phán, hợp tác xã hội.

Trong bối cảnh là một quốc gia đang phát triển như Việt Nam, hệ thống hạ tầng cho văn hóa nghệ thuật chưa đầy đủ và đồng bộ, thực hành giám tuyển vẫn gặp nhiều khó khăn lớn. Các giám tuyển hiện tại chủ yếu phát triển công việc trong các tổ chức và không gian nghệ thuật tư nhân, hoặc

các nhóm nghệ sĩ độc lập với quy mô nhỏ. Tính chất công việc chưa bền vững, sự chủ động và tìm kiếm cơ hội chiếm phần lớn thời gian và năng lượng của họ, dẫn đến khả năng phát triển nghề nghiệp chậm và sự thiếu chuyên tâm trong chuyên môn giám tuyển (khi phải tự quán xuyến và chịu trách nhiệm nhiều công việc bên ngoài khác).

Bởi hệ thống hạ tầng chưa phát triển đầy đủ, hoặc có nhưng lạc hậu và thiếu động lực (hệ thống bảo tàng quốc gia, các tổ chức văn hóa nghệ thuật nhà nước), các giám tuyển chuyên nghiệp trong lĩnh vực bảo tàng hay thể chế nghệ thuật cao cấp chưa có không gian và cơ hội phát triển như các nước phương Tây hay ngay trong khu vực Đông Nam Á (Singapore, Thái Lan). Tình trạng này dẫn đến thực tế là các cơ hội và lựa chọn công việc của giám tuyển ở Việt Nam chưa có nhiều. Hiện tại chỉ có một vài trung tâm và tổ chức nghệ thuật độc lập do tư nhân bảo trợ có vị trí giám tuyển với mức lương trung bình<sup>(1)</sup> như Trung tâm Nghệ thuật Đương đại Factory (TP. Hồ Chí Minh) hay VCCA, Mơ Art Space (Hà Nội). Chưa có các vị trí giám tuyển chuyên nghiệp trong hệ

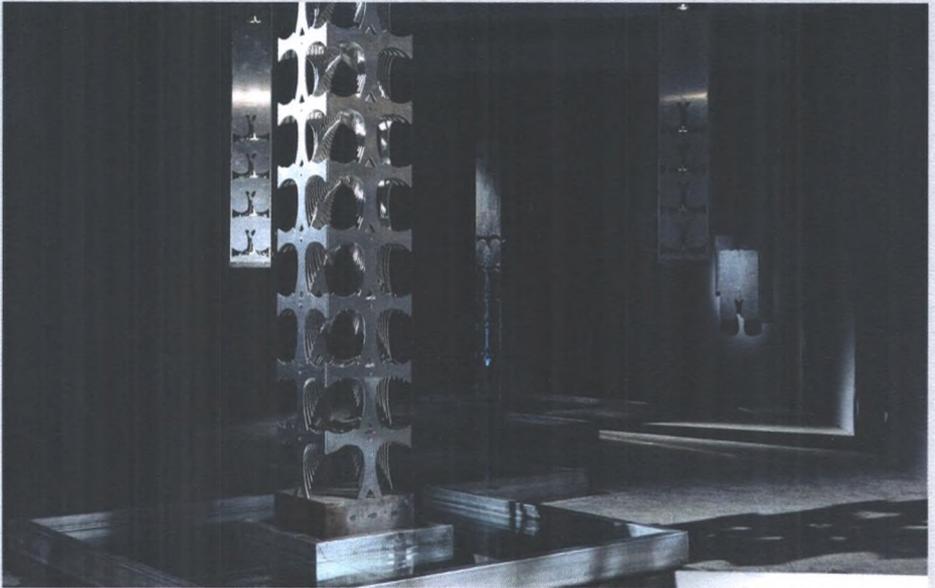
thống bảo tàng và viện nghệ thuật trong nước, giám tuyển chưa được định vị trong danh mục nghề nghiệp theo thang bậc quản lý lao động quốc gia, cũng như chưa có một mức lương theo chuẩn nghề nghiệp và các chế độ xã hội dành cho chức nghiệp này. Hiện tại, giám tuyển vẫn là một chức nghiệp mang tính theo đuổi bởi lý do cá nhân và đam mê, hoàn toàn thiếu vắng cách hỗ trợ mang tính nền tảng vật chất và chuyên môn ở Việt Nam. Những giám tuyển độc lập nội địa hầu hết đều có công việc riêng cho thu nhập, và tự đầu tư bằng các nguồn lực tự có để phát triển bản thân. Đó là lý do ngày càng có nhiều thực hành giám tuyển, nhưng các giám tuyển chuyên nghiệp vẫn vô cùng ít ỏi so với số lượng nghệ sĩ và tiềm năng nghệ thuật trong nước.

Những rào cản của nhận thức và pháp lý là một khó khăn khác cản trở thực hành giám tuyển ở Việt Nam, đặc biệt là khâu kiểm duyệt. Hiện tại, Việt Nam vẫn đang duy trì quy định "kiểm duyệt trước" (tiền kiểm), hiểu đơn giản là tất cả các tác phẩm sáng tạo trong mọi lĩnh vực văn hóa nghệ thuật phải thông qua hệ thống kiểm duyệt nhà nước và được chấp nhận

<sup>(1)</sup> Khoảng từ 10 - 15 triệu/tháng (theo hiểu biết của người viết).

thì mới giới thiệu ra công chúng: sách báo, phim, âm nhạc và biểu diễn, nghệ thuật thị giác cho đến những sáng tạo ứng dụng như quảng cáo, đồ họa web, minh họa đa phương tiện và thiết kế kỹ thuật số. Cơ chế tiền kiểm này, với các định nghĩa và quy định lỗi thời về hình thức sáng tạo (đặc biệt gần như không có mục riêng cho các sáng tạo đương đại đa phương tiện, đa chất liệu hay trên nền tảng số) không chỉ hạn chế việc giới thiệu tác phẩm mới ra công chúng, mà còn ngăn cản tư duy sáng tạo

của chính nghệ sĩ và giám tuyển khi bắt đầu phát triển một dự án mới, và hình thành nên một tâm lý “tự kiểm duyệt” trong mỗi người. Khi thực hành giám tuyển ngày càng yêu cầu phá vỡ các đường biên nhận thức và tìm kiếm các hình thức biểu đạt mới, cơ chế kiểm duyệt hiện hành lại tạo ra lực cản cực lớn. Chỉ khi chuyển từ “kiểm duyệt trước” (tiền kiểm) sang “kiểm duyệt sau” (hậu kiểm)<sup>(12)</sup> thì khó khăn trong sáng tạo mới có thể tháo gỡ, và tạo ra nhiều cơ hội cho giám tuyển cùng nghệ sĩ.



THINH, triển lãm điêu khắc địa hình của Đào Châu Hải, giám tuyển bởi Nguyễn Anh Tuấn, Manzi Art Space, Hà Nội, tháng 1-2021

<sup>(12)</sup> Việt Nam đã ký cam kết với Liên Hợp Quốc về tháo gỡ kiểm duyệt, tuy nhiên, từ cam kết chuyển sang các Nghị quyết và Thông tư để đưa pháp luật vào đời sống vẫn còn là một bước đi dài, có thể kéo dài 5 - 10 năm.

Giám tuyển, như trên đã nói, là một chức nghiệp nhiều quyền lực và một nghề nghiệp yêu cầu kỹ năng tổng hợp rất lớn, đồng thời đòi hỏi một khoảng thời gian không nhỏ để tự định vị bản thân và được cộng đồng ghi nhận như một giám tuyển đủ tư cách. Do đó, chúng ta thấy có rất nhiều thực hành giám tuyển trong nước hiện nay (chưa bàn đến chất lượng), trong khi giám tuyển và những người theo đuổi giám tuyển bằng con đường chuyên nghiệp vẫn rất ít. Cho tới hiện tại, con số những người đó chỉ xấp xỉ trên dưới 20 người theo hiểu biết chủ quan của người viết. Điểm sáng là trong 5 năm trở lại đây, nhiều người trẻ bắt đầu quan tâm và có những suy nghĩ làm việc nghiêm túc về công việc giám tuyển. Một số đã làm việc trong những thể chế nghệ thuật lớn nhất trên thế giới và trong khu vực<sup>(13)</sup>, một số khác trải qua đào tạo trong các chương trình tiêu chuẩn của thế giới. Họ tạo ra những trao đổi và nâng cao chất lượng thực hành nghề nghiệp này lên tầm quốc tế, cùng với một số giám tuyển nước ngoài gắn bó với nghệ thuật Việt Nam như

Zoe Butt (Factory of Contemporary Art Center), Iola Lenzi, Veronika Radulovic (Đức) hay Phoebe Scott (Singapore National Gallery). Các thực hành giám tuyển bắt đầu được coi trọng và tên tuổi những cá nhân theo đuổi chức nghiệp này bắt đầu xuất hiện một cách nghiêm túc, đều đặn trên truyền thông đại chúng, ghi dấu trong nhận thức cộng đồng, xã hội. Giám tuyển là một chức nghiệp đang dẫn đi vào cấu trúc vận hành văn hóa xã hội và không gian phát triển của nó vẫn vô cùng phong phú với Việt Nam.

Là một hình thức nghề nghiệp vẫn còn tương đối mới mẻ ở Việt Nam, giám tuyển/thực hành giám tuyển đang dần từng bước đóng vai trò quan trọng trong sân khấu nghệ thuật và nhận thức xã hội trong 10 năm gần đây. Tuy chưa có một cơ sở đào tạo chính thức trong nước<sup>(14)</sup>, vẫn có những con đường khác nhau để tự học và theo đuổi chức nghiệp này. Chưa bao giờ khái niệm giám tuyển lại mở rộng như hiện tại, chưa bao giờ giám tuyển được trao nhiều quyền lực như hiện tại trong cách

<sup>(13)</sup> Trường hợp giám tuyển Nhung Walsh từng làm việc tại Chicago Museum of Contemporary Art (MCA) – 1 trong 5 bảo tàng nghệ thuật lớn nhất nước Mỹ, hay Ace Lê đang theo học khóa Master về Thực hành Giám tuyển của Nanyang Technological University (NTU Singapore).

<sup>(14)</sup> Cho tới thời điểm hiện tại, chưa có ngành đào tạo về Giám tuyển và Thực hành giám tuyển ở các cơ sở giáo dục nghệ thuật trong nước. Ở khu vực Đông Nam Á, chỉ có trường Đại học Nanyang Technological University (NTU) mới có ngành đào tạo cấp bậc Thạc sĩ về chức nghiệp này.

thức họ tiếp cận, can thiệp vào quá trình sáng tạo và tạo dấu ấn với thế giới. Giám tuyển hiện đại là những nhà nghiên cứu, nhà tổ chức, nhà quản lý, chuyên gia bảo tàng, chuyên gia kỹ thuật, cây viết truyền thông, nhà giáo dục, tìm kiếm tài trợ và gây quỹ, chuyên gia tư vấn thương mại nghệ thuật. Để trở thành một giám tuyển, bạn cần nhiều kĩ năng và kiến thức tối đa, nhưng cũng có thể chỉ cần một điều duy nhất: một cái đầu mở và đặt câu hỏi không ngừng với những điều xung quanh. Con đường của giám tuyển là làm việc với những đối tượng nghệ thuật để tìm kiếm nhận thức mới, tìm kiếm giá trị chưa xuất hiện và đặt dấu ấn của mình lên đời sống xã hội, tạo ra những động lực và thúc đẩy nhất định đối với cộng đồng. Cuối cùng, ý nghĩa chung cuộc của một chức nghiệp là gì, nếu không để bạn thực sự khám phá các giới hạn của bản thân, và tạo nên một chút gì đó ảnh hưởng tới thế giới theo cách của riêng mình? ■

“Cuối cùng, ý nghĩa chung cuộc của một chức nghiệp là gì, nếu không để bạn thực sự khám phá các giới hạn của bản thân, và tạo nên một chút gì đó ảnh hưởng tới thế giới theo cách của riêng mình?”

---

#### Tài liệu tham khảo:

1. Bài viết có tham khảo các nhận định về giám tuyển của Nguyễn Như Huy và Ace Lê đăng trên Blog và Facebook cá nhân.
2. Dorothee Richter, *Thinking About Curatorial Education*, *OnCurating* issue 26, 10/2015. Link: <https://www.on-curating.org/issue-26-reader/thinking-about-curatorial-education.html#.YNvprBMqXow>
3. Ed. Michael Kelly, “*Curating [Encyclopedia entry]*,” in *Encyclopedia of Aesthetics*, 2nd edition. New York, NY: Oxford University Press, 2014: 231-236. © 2014, Oxford University Press.
4. Hans Ulrich Obrist, *A Brief History of Curating*, © 2011, Hans Ulrich Obrist, JRP | Ringier Kunstverlag AG.
5. Claire Bishop, *What is a Curator?*, 2007. [https://monoskop.org/images/e/e1/Bishop\\_Claire\\_2007\\_What\\_Is\\_a\\_Curator.pdf](https://monoskop.org/images/e/e1/Bishop_Claire_2007_What_Is_a_Curator.pdf)
6. Ieva Vitkienė, *The Role of Freelance Curator in an Art Exhibition*, *European Journal of Interdisciplinary Studies*, Vol. 7, Issue 2, 2015.
7. Martinon, Jean-Paul. © 2013, *The Curatorial: A Philosophy of Curating*, London: Bloomsbury.

# "ANH THẦY GIÁO" CHẮN ĐẮT KHỦNG LONG



**TÁC GIẢ:**  
**Trọng Nguyễn**  
Creative Director

Cho đến giờ, ba mẹ vẫn không biết tôi thật sự làm gì.

Gần 15 năm trong ngành quảng cáo, tôi vẫn cảm thấy khó khăn khi giải thích cho gia đình, họ hàng, bạn bè, hay mỗi lần các anh tài xế xe công nghệ thích bắt chuyện và hỏi tôi: "Quảng cáo là làm gì?" Cũng phải thôi, theo tôi được biết, cho tới giờ vẫn chưa có trường lớp chính quy nào dạy chuyên sâu dạng 4 năm Đại học để ra trường làm quảng cáo, nên ít người biết âu cũng là dễ hiểu.

Tôi học Ngoại thương, nhưng từ năm 3, năm 4 đã cảm thấy mình không hợp với ngành nghề xuất – nhập khẩu. Thế là loay hoay một vài năm tham gia các tổ

chức phi chính phủ, thử mình trong các lĩnh vực du lịch, dịch thuật, báo chí, bán phần mềm, và cả Marketing,... nhưng tất cả đều là những cuộc dạo chơi ngắn ngủi. Mãi đến khi bạn bè cùng trang lứa đi làm khoảng gần 2 năm, tôi mới được giới thiệu vào một Agency quảng cáo đa quốc gia với vai trò phiên dịch, vì tôi thích học môn Văn và cũng khá khá tiếng Anh.

Thời điểm bấy giờ, ngành quảng cáo Việt Nam vẫn còn khá sơ khai. Rất nhiều quảng cáo chiếu trên TV là lấy từ các nước như Thái Lan, Trung Quốc, Singapore,... nên cần chuyển ngữ từ tiếng Anh sang tiếng Việt. Lúc đó, vai trò của tôi chỉ là Việt hoá một thứ ngôn ngữ xa lạ, biến nó trở nên mềm mại, gần gũi hơn với người Việt. Và trong 6 tháng đầu ở Agency đó, tôi vẫn chưa thật sự biết quảng cáo là gì. Mỗi lần nói tôi làm quảng cáo, người khác liền hỏi có phải tôi làm pa-nô, bảng hiệu, phát tờ rơi ở mấy ngã tư hay trong siêu thị hay không. Dĩ nhiên, tôi chỉ biết cười trừ.

## Rốt cuộc, quảng cáo là làm gì?

Để giải thích về quảng cáo, trước hết, các bạn cần biết đến **"Bộ ba hoàn cảnh"**:



**Brand** (thương hiệu/nhãn hàng mà Agency lúc vui thì gọi trêu mếu là "Khách hàng", còn lúc cáu gọi là "Mẹ thiên hạ"): Cung cấp sản phẩm/dịch vụ với mục tiêu làm cho cuộc sống tốt đẹp hơn.



**Người tiêu dùng:** Mua sản phẩm/dịch vụ để cuộc sống thêm tốt đẹp.



**Agency quảng cáo:** Là người đứng giữa, mang đến những giải pháp truyền thông sáng tạo, giúp đưa thương hiệu đến với người tiêu dùng một cách hiệu quả nhất. Tóm lại là cũng làm đẹp cho đời.

Và trong mỗi Agency quảng cáo cũng thường có **"Bộ ba huyền thoại"**, là 3 bộ phận chính:



**Account/Client service:** Là bộ phận "tình thương mến thương" với khách hàng nhất, hiểu brand có điểm mạnh điểm yếu gì, có chức năng và vai trò gì, mang đến giá trị lý tính và cảm tính gì cho người tiêu dùng,...



**Planning:** Thấu hiểu thị trường, nắm rõ đối thủ cạnh tranh, "đi guốc trong bụng" người tiêu dùng để hiểu tâm tư nguyện vọng, nhu cầu tiềm ẩn sâu xa bên trong họ,... từ đó lên định vị, chiến lược cho thương hiệu.



**Creative:** Là bộ phận sáng tạo, kết nối với bộ phận Account và Planning đưa ra những giải pháp truyền thông sáng tạo, thú vị, hiệu quả để người tiêu dùng yêu thích và mua sản phẩm/ dịch vụ.

Bộ ba này phải phối hợp với nhau thật ăn ý thì mới tạo thành **một quy trình làm việc như ý**:

Đầu tiên, Account nhận *Brief* từ khách hàng với tỉ mỉ các thông tin, nhưng vẫn đặt ra thêm hàng chục câu hỏi cho khách hàng để tìm ra mấu chốt vấn đề.

Song song đó, các bạn Planner cũng bơi trong bể dữ liệu người dùng, đi tìm data, tham khảo các bảng nghiên cứu, thậm chí tự phỏng vấn người tiêu dùng để tìm hiểu insight, phân tích đối thủ cạnh tranh, tìm ra định vị và chiến lược khác biệt cho sản phẩm/dịch vụ của khách hàng.

Tiếp theo, Account và Planner cùng lên một bảng *Creative Brief* súc tích và đủ truyền cảm hứng cho bộ phận sáng tạo.

Với chiếc *Creative Brief* trong tay, người đứng đầu bộ phận Creative là Giám đốc Sáng tạo sẽ đưa ra những định hướng chung nhất. Từ đó, các bạn Creative

cùng nhau brainstorm, lên ý tưởng chi tiết dưới sự chỉ đạo (và sẵn sàng giết ý tưởng) của sếp mình.

Khi Creative đã có được định hướng và ý tưởng nhất định, Agency sẽ có những buổi trao đổi nội bộ gọi là *Internal* với sự tham gia của bộ ba nói trên, cùng nhau đóng góp, xây dựng, đập phá để đưa đến những giải pháp sáng tạo hoàn chỉnh.

Cuối cùng, tất cả chiến lược, định hướng, ý tưởng sáng tạo,... được đưa vào trong một bài trình bày gọi là *Proposal* để đem đi "trình diễn" cho khách hàng. Thời bấy giờ, với mỗi dự án, các khách hàng đều thường gọi vài ba Agency khác nhau để đấu thầu (hay gọi là Pitching). Nếu được chọn thì đi tiếp vào vòng trong cho đến khi có thể thực hiện được dự án. Còn nếu xui xẻo thì cất giữ ý tưởng cho những lần trình diễn tiếp theo.

Như vậy, quảng cáo khá rộng, và có nhiều chuyên môn khác nhau. Ngay trong bộ phận Creative cũng có rất nhiều vị trí, chẳng hạn như:



**Copywriter** (Tạm dịch là Chuyên viên viết Quảng cáo): Người sáng tạo và thể hiện ý tưởng bằng câu chữ, ví dụ như viết slogan hay viết kịch bản phim quảng cáo,...

Thông thường con đường sự nghiệp của Copywriter sẽ trải qua các vị trí với khoảng cách thời gian khoảng 2 đến 3 năm: Junior Copywriter – Senior Copywriter – Head of Copywriting – Associate Creative Director – Creative Director.



**Art Director** (Tạm gọi là Giám sát Mỹ thuật): Thường là cặp bài trùng với Copywriter để lên ý tưởng và chịu trách nhiệm mảng hình ảnh.

Tương tự, Art Director cũng có con đường tiến thân như cộng sự của mình: Junior Art Director – Senior Art Director – Head of Art – Associate Creative Director – Creative Director.



**Designer** (Nhân viên thiết kế): Có thể làm việc độc lập hay dưới sự chỉ đạo của Art Director để thực hiện các thiết kế cho quảng cáo báo chí (print ad), poster, bao bì, bảng hiệu,...



**Social content writer** (Chuyên viên viết nội dung quảng cáo cho mạng xã hội): Giống như Copywriter, nhưng phần lớn viết nội dung cho các mạng xã hội như Facebook, Instagram,...



**Editor** (Chuyên viên dựng phim): Biên tập, chỉnh sửa phim ảnh và thậm chí có thể thực hiện animation hay motion graphic (đồ họa chuyển động).

Bạn thấy đấy, Agency đón nhận nhiều "thành phần xã hội" với xuất thân rất đa dạng, từ kiến trúc, mỹ thuật, nhiếp ảnh, đến báo chí, nhân văn, ngoại thương, ngân hàng, kinh tế, thậm chí là IT hay tâm lý học,... Vậy nên, các bạn đừng lo, dù không học quảng cáo thì Agency và bạn vẫn có cơ hội thuộc về nhau!

## Quảng cáo có gì dzui?

Theo lý giải như trên, sáng tạo trong quảng cáo hầu như không phải ngẫu hứng hay thoải măn cái tôi cá nhân. Một họa sĩ có thể vẽ một bức tranh với cảm hứng của riêng mình, mặc cho người ngoài thích hay không thích. Còn người làm quảng cáo sáng tạo là để đưa ra giải pháp truyền thông, phải hiểu rõ brand và hiểu rõ người

tiêu dùng, mỗi ý tưởng đều có mục đích, sáng tạo nhưng cũng rất logic.

Nhiều người nghĩ người làm sáng tạo phải bay bổng, lúc nào cũng "high", còn bề ngoài phải xăm trở hồ báo hay tỏ ra rất nghệ sĩ. Điều đó không hẳn đúng. Quảng cáo là ngành khá cởi mở và dung nạp bất kỳ ai, nhưng số lượng hình xăm hay số lần bạn "phê" không đồng nghĩa với việc bạn có khả năng sáng tạo hay không. Riêng đối với tôi, nhiều nhân viên hay gọi tôi là "thầy giáo" vì phong cách "sơ mi trắng" và cách nói chuyện đều đều như giảng bài (thậm chí các bạn ấy còn "ép tặng" tôi bài "Khi Trọng viết bằng, bụi phấn rơi rơi..." nhân dịp 20/11).

Vậy thì quảng cáo đâu có gì vui? Thật ra vui lắm các bạn ạ!

Hiếm có ngành nào mà đi làm suốt ngày lướt Facebook, xem YouTube, đọc tin tức, coi mạng xã hội để biết đang có trend gì. Đi du lịch, xem Netflix, đọc sách báo, xem truyện tranh, xem livestream thị phi, hay một cuộc trò chuyện với bà hàng xóm,... cũng có thể là nguồn cảm hứng và phục vụ cho công việc. Tôi đã sắp đi qua U40 nhưng suốt ngày được các bạn đồng nghiệp trẻ cập nhật nào Phương Hằng, múa quạt Khả Bảnh, Trần Đức Bo meo meo,... nên cũng có chút tự hào về sự trẻ trung (ít nhất về mặt tinh thần) của mình.

Mỗi ngày đi làm, tôi cảm tưởng mình như con tắc kè hoa, được hoá thân thành nhiều nhân vật, con người, thậm chí là con vật khác nhau để đóng vai người tiêu dùng, tưởng tượng họ có vấn đề gì, nhu cầu gì, nếu mình là họ thì sẽ như thế nào,... Bởi vậy, làm quảng cáo thường không bị chán vì luôn được làm mới bản thân, ít nhất là trong tưởng tượng.

Có thể nói, quảng cáo một phần nào đó có thể giúp chúng ta sống với con người thật bên trong mình. Bạn không nhất thiết có bề ngoài "hỗ báo", nhưng quảng cáo có thể giúp bạn bộc lộ những ý tưởng táo bạo, khác người, quái lạ. Bạn là nam giới nhưng vẫn có thể làm quảng cáo cho

băng vệ sinh, dù bạn còn "zin" nhưng "chiến đấu" với các thể loại quảng cáo bao cao su, thuốc cường dương,... vẫn ổn. Cũng như văn chương giúp Haruki Murakami viết nên những ý tưởng siêu thực kỳ quái, cho dù đời sống thật của ông có vẻ rất đời bình thường như lập gia đình sớm, làm kinh doanh và sống chừng mực,...

Riêng bản thân tôi, dù được mệnh danh là "anh thầy giáo", nhưng sở thích và mong muốn của tôi là làm ra những ý tưởng có thể có nhiều người chửi "banh xác", nhưng cũng nhận được nhiều lời khen là đáng nhớ.

Đây là một vài ví dụ mà tôi đã tham gia:



*Quảng cáo nước trái cây chỉ sử dụng 3 con vật gà – vịt – cá sấu để kể một câu chuyện tình lâm li bi đát dựa vào truyện Romeo & Juliet mà không dùng người thật như các quảng cáo khác.*



*Quảng cáo GrabFood với nhân vật Thần Lười độc nhất vô nhị để quảng bá chương trình "Món độc quán quen".*



*Quảng cáo sữa tươi cho trẻ con có con bò cười ha há toét miệng đến nỗi gãy ghế.*

Mỗi lần thấy sản phẩm sáng tạo có mình tham gia được lên sóng, được "viral", cũng nở mày nở mặt với tổ tiên họ hàng lắm! Khoái nhất là được mẹ đi khoe hàng xóm thành Trọng nó làm phim quảng cáo cái sữa này, hay cái dầu gội đầu kia,... để rồi tự động đi siêu thị mua về dùng.

Ngành quảng cáo cũng luôn khuyến khích tài năng sáng tạo bằng những giải thưởng danh giá. Hằng năm, người làm quảng cáo cũng mong đợi và đón xem các tác phẩm đoạt giải trong các lễ hội quảng cáo như người ta xem giải Oscar. Nếu tác phẩm của chúng ta may mắn đoạt giải thưởng, đó cũng là điều hân hạnh lớn, đi kèm với tiếng tăm và cơ hội "thay đổi cuộc đời".

À còn nữa, "nghe đồn" so với nhiều nghề khác như bán hàng, bảo hiểm, ngân hàng,... một nhân viên mới ra trường trong lĩnh vực Quảng cáo - Sáng tạo thường có mức lương cao hơn khoảng 20% đấy. Và nếu bạn đạt những giải thưởng sáng tạo quốc tế, trở thành "celeb" trong ngành, việc tăng lương, thăng chức là chuyện nhỏ.

Vui thế còn gì!

## Nhưng quảng cáo có nhiều thử thách lắm đấy

Đi kèm với sự thú vị, danh tiếng và (ngỡ như là) sự tự do trong sáng tạo, quảng cáo là ngành rất "kén cá chọn canh" bởi không phải ai cũng có thể trụ nổi.

Thử thách đầu tiên và có lẽ lớn nhất, đó là khối lượng công việc nhiều với áp lực deadline nhanh khủng khiếp. Làm quảng cáo có cảm tưởng công việc nó bò vào cuộc sống, trong bữa ăn với gia đình, đôi khi vào những ngày cuối tuần, thậm chí lên cả giường ngủ. Hãy thử hỏi ai có người yêu trong ngành quảng cáo là sẽ biết đã bị cho leo cây bao nhiêu lần. Hoặc làm gì có thời gian để có người yêu?

Yếu tố "con người" trong ngành quảng cáo cũng là một thử thách lớn. Bản chất ngành vừa là sáng tạo, vừa là kinh doanh với những cá tính lớn, trong những phòng ban có thể đối nghịch nhau (chẳng hạn như Account với thiên hướng đề cao hiệu quả kinh doanh và Creative đưa ra những ý tưởng quá bay bổng) nên dễ xảy ra xích mích, tranh cãi. Điều này đòi hỏi người làm quảng cáo không chỉ giỏi về chuyên môn mà còn là những "nhà ngoại giao" tài giỏi.

Áp lực cạnh tranh trong thế giới sáng tạo là khó khăn tiếp theo. Trong ngành quảng cáo, ý tưởng mới ra liên tục, không chỉ ở Việt Nam mà còn cả thế giới, khiến bạn luôn sống trong nỗi lo “chậm là chết”. Các Agency khác nhau luôn đụng độ trong các cuộc đấu thầu căng thẳng nên áp lực sáng tạo lại càng tăng gấp bội. Có thể vì vậy mà ngành này khó “thọ”. Rất nhiều người đã “tắt lửa”, nghỉ làm, chuyển ngành, hoặc thậm chí “lên núi” sống đời tu tiên và “detox tâm hồn”.

Thú thật, sau 4 năm làm việc tại 2 Agency quốc tế, tôi bắt đầu cảm thấy cụt hứng, cạn lửa. Vì ngành quảng cáo thời bấy giờ khá mới tại Việt Nam nên các sếp toàn là nước ngoài, nhất là Tây và Ấn Độ. Trong hầu hết các Agency, người Việt thường không có ở vị trí lãnh đạo cấp cao. Điều này không hoàn toàn xấu vì tôi đã may mắn gặp được nhiều sếp tốt, tuy nhiên, lắm lúc tôi vẫn cảm thấy bứt rứt: Làm thế nào để phát triển bản thân nếu không được học quảng cáo bài bản trước kia? Làm thế nào để người Việt có thể tiến lên vị trí quản lý?

Có lẽ đó là động lực giúp tôi quyết tâm hơn trong việc “tìm đường cứu thân”, và con đường duy nhất chính là giành học bổng toàn phần để đi học

nước ngoài. Tôi vẫn còn nhớ cảm giác lâng lâng khi nhận được học bổng Fulbright, và được học chính ngành Copywriting mà mình đang theo đuổi tại Brandcenter, một trường quảng cáo khá tiếng tăm ở Mỹ. Hai năm “trầy da tróc vẩy” nơi đất khách quê người, trong môi trường tất cả dùng tiếng Anh mẹ đẻ, chỉ riêng tôi bập bõm vẫn ráng học hết mọi thứ có thể, từ việc thực hành viết lách cho đến tư duy, làm việc nhóm,... Thật may mắn khi chương trình học không chỉ giúp tôi rèn luyện khả năng sáng tạo, nâng cao kỹ năng viết (như viết truyện ngắn 6 chữ, viết tựa đề phim,...) mà còn được học cả khả năng quản lý cũng như gặp gỡ những nhân vật nổi tiếng trong ngành.

Có thể nói thời gian đi học đã khơi lại ngọn lửa trong tôi, giúp tôi nung nấu quyết tâm sau này về nước sẽ truyền đạt lại những điều mình đã học hỏi và trải nghiệm cho các bạn trẻ. Và biết đâu trong tương lai xa hơn, tôi sẽ làm anh thầy giáo thật sự, mở lớp mở trường đào tạo thế hệ trẻ. “Thọ” với nghề không hẳn là phải đi làm công sở, mà là biết cách truyền cảm hứng để các thế hệ sau tiếp tục giữ ngọn lửa của mình.

Hoàn thành bằng Thạc sĩ và về lại Việt Nam khi cảm thấy đủ trường

thành về kiến thức cũng như khả năng, tôi quyết định nhận vị trí CD tại Dinosaur (Khủng Long) – một Agency khá cá tính tại Sài Gòn. Nhiều người hỏi tôi, làm CD có gì khác khi còn làm Copywriter? Thật lòng mà nói, đối với tôi, chức danh không quan trọng. Ở vị trí CD, công việc chính của tôi vẫn là sáng tạo và sử dụng câu chữ để thể hiện ý tưởng như trước kia. Tôi vẫn đọc truyện, đọc thơ, thỉnh thoảng viết status trên Facebook câu like, và vẫn rèn luyện con chữ mỗi ngày. Bản chất Copywriter của tôi không bao giờ thay đổi.

Tuy nhiên, điều khác biệt lớn nhất là sự lãnh đạo, “đứng mũi chịu sào”. Ngày xưa chỉ chịu trách nhiệm cho câu chữ mình viết ra, ngày nay, tôi phải đứng ra lo cho cả một bộ máy hoạt động suôn sẻ: ai bế tắc ý tưởng thì mình gợi ý, ai kém khả năng nói chuyện trước đám đông thì mình luyện tập, khách hàng la thì mình nghe, ý tưởng nhạt thì thêm muối, nhân viên nghỉ thì tuyển dụng. Đôi khi không chỉ lắng nghe đồng nghiệp chia sẻ về công việc mà còn để ý cả chuyện riêng tư, bổ bịch của các bạn trẻ để các bạn yên tâm làm việc.

Thường làm sáng tạo, người ta chỉ thích một mình. Nhưng làm lãnh đạo chắc chắn phải biết cách điều phối đám đông và nhất là khơi lửa, truyền cảm hứng cho người khác. Như đã nói, ở Dinosaur tôi có biệt danh “anh thầy giáo” cũng vì tôi ở vị trí như một người thầy. Bên cạnh những công việc thường ngày, tôi còn cố gắng tổ chức các buổi Workshop, Training cho các bạn trẻ. Hàng tháng, Dinosaur thường làm các hoạt động như Friday Fun – khuyến khích mọi người chia sẻ, bổ sung kiến thức cho nhau, hoặc mời những người nổi tiếng, các nhân vật truyền cảm hứng trong nhiều ngành nghề đến nói chuyện,... Vậy đó, việc “chăn dắt khủng long” không chỉ giúp bồi dưỡng chuyên môn mà còn rèn luyện thế hệ trẻ trở thành những người lãnh đạo tương lai.

## Nhìn lại quảng cáo xưa và nay

Chặng đường 15 năm dấn thân trong ngành, đi từ Copywriter đến Creative Director cũng đủ để chiêm nghiệm, so sánh quảng cáo xưa và nay có những điểm khác nhau như thế nào.

## XƯA

Thời Việt Nam mới mở cửa, các tập đoàn đa quốc gia đầu tư rất lớn vào Việt Nam, còn các công ty Việt Nam cũng muốn bứt phá để cạnh tranh với đối thủ nước ngoài. Vì vậy, ngân sách dành cho Truyền thông - Quảng cáo khổng lồ. Còn nhớ thời đó đi quay phim, chụp ảnh ở nước ngoài như đi chợ, từ Thái Lan, Singapore cho đến cả Úc, Âu, Mỹ,...

Các thể hệ Marketing đi trước rất chú trọng vào chiến lược lâu dài. Mỗi lần đi pitch là làm hẳn chiến lược 3 năm, hay ít nhất cũng 1 năm. Vì vậy, các bài pitch được đầu tư rất kỹ. Ngày đó, khi đi pitch cho Vinamilk, công ty tôi đã thuê cả một rạp xi-nê để chiếu bài Proposal được làm như 1 bộ phim ngắn khiến khách hàng vô cùng thích thú. Kết quả là thắng pitch, và tôi cũng như mỗi đồng nghiệp đều được tặng hẳn một chiếc TV màn hình phẳng cool ngầu nhất thời ấy.

## NAY

Ngân sách ngày càng eo hẹp. Từ khi chuyển sang Digital, mọi thứ bỗng "rẻ" hơn đến khó tin. Trước kia, ngân sách sản xuất một phim TVC 30s giờ có thể làm phim digital 3 phút và thực hiện cả một chiến dịch social content 3 tháng.

Tuy nhiên, điều đáng mừng là Việt Nam đã có những công ty chuyên sản xuất phim ảnh, những đạo diễn, nhiếp ảnh gia chuyên làm quảng cáo "hàng Việt Nam chất lượng cao" mà không phải ra nước ngoài.

Thời bây giờ cái gì cũng gấp, cũng nhanh. Đôi khi pitch chỉ trong 1 tuần để kịp với tốc độ digital luôn luôn thay đổi. Điều này là một thách thức lớn, nhưng người làm sáng tạo (nhất là thế hệ "già" như tôi) phải biết thích ứng với nhu cầu mới của thị trường, nắm bắt nhu cầu người tiêu dùng mọi lúc mọi nơi.



## XƯA

Thế mạnh của nhiều người làm quảng cáo trước kia là sự chuyên tâm, kiên nhẫn học hỏi, đi sâu vào góc ngách đến từng chân tơ kẽ tóc của vấn đề; có lẽ vì tình yêu dành cho ngành rất lớn, thậm chí "vô điều kiện". Khi Google và YouTube còn chưa phát triển, chúng tôi đi tìm thông tin và cảm hứng trong thư viện, hay tìm mua những DVD tổng hợp các quảng cáo nước ngoài rất hiếm hoi để xem. Tôi còn nhớ lúc chưa mua nổi một chiếc smartphone, tôi và đồng đội vào siêu thị cặm cụi ghi chép từng thông tin trên bao bì của đối thủ cạnh tranh và thương hiệu mình đang làm để so sánh, đến nỗi các bác bảo vệ bắt giải trình là đang có âm mưu gì,...

Thế nhưng, sự vô tư của những ngày trẻ tuổi cũng thường đi kèm sự thiếu tự tin, kiến thức về quảng cáo còn hạn hẹp và khá phụ thuộc vào sự dẫn dắt của các sếp nước ngoài.

## NAY

Ngược lại, các bạn trẻ rất giỏi, rất tự tin, sẵn sàng thể hiện cái tôi của mình. Khi Internet có tất cả mọi thứ, ai cũng có thể tự học và kết nối với thế giới dễ dàng, các bạn chứng tỏ người Việt có thể làm được những điều mà thế giới làm được. Nhiều bạn chủ động lập nhóm trên Facebook, tổ chức các lớp học, tự làm livestream,... để chia sẻ, học hỏi và truyền cảm hứng về ngành. Đặc biệt, có bạn dám nghĩ dám làm đến mức quyết định đi học quảng cáo ở nước ngoài ngay sau khi mới tốt nghiệp Phổ thông trung học.

Tuy nhiên, sống trong thời đại Digital, chúng ta dễ bị bội thực với quá nhiều nguồn tin và sự thay đổi. Các bạn trẻ dễ chạy theo trend (xu hướng ngắn hạn) mà quên đi những giải pháp sáng tạo mang tính chiến lược sâu sắc, lâu dài. Nhiều bạn đến với nghề thường "cả thèm chóng chán" vì thiếu kiên nhẫn trong những lúc khó khăn. Bên cạnh đó, do thiếu nhân sự và muốn cạnh tranh trong ngành, nhiều Agency đã "ép" các bạn trẻ ngồi vào vị trí lãnh đạo rất cao trong khi chưa thật sự sẵn sàng.

Nói tóm lại, cho dù ngành quảng cáo đã có những thay đổi tích cực nhờ vào các bạn trẻ, nhưng có lẽ để tạo nên một thể hệ lãnh đạo mới vẫn là một thử thách cho đến bây giờ.

## Vài lời nhắn nhủ cho những Newbie

### 1. Hãy tự hào với nghề quảng cáo:

Nhiều người thường trêu đùa “Quảng cáo nói láo ăn tiền” và cho rằng quảng cáo thực dụng, chỉ biết đẩy mạnh chủ nghĩa tiêu thụ. Đúng là nghề mình không đi cứu người sắp chết như bác sĩ, y tá, nhưng hãy nhớ truyền thông sáng tạo cũng có thể cứu người theo cách riêng, và cũng đóng góp cho đời sống, kinh tế đất nước đi lên,... Có lần đi chơi trên một hòn đảo hẻo lánh thuộc Côn Đảo, một người dân đảo cầm chai nước tương ghi dòng chữ “Có chứa 1-ốt” và thốt lên “Xời, tương gì?!!”, tôi chợt nghĩ, hoá ra Truyền thông - Quảng cáo đã làm được những chuyện tốt như thế, để 1-ốt trở thành chuyện bình thường, và giờ xã hội không còn nhắc đến bệnh bấu cổ như xưa nữa.

### 2. Xem quảng cáo là cuộc sống:

Trong quảng cáo, việc xem phim, nghe nhạc, đọc truyện, giải trí, đi nhậu, du lịch, gặp gỡ người này người

kia,... đều là một phần của công việc, và công việc là một phần của cuộc sống. Có thể đó là điều xấu với một số người, nhưng với tôi, giữa công việc và cuộc sống đã dần dần mất đi ranh giới. Chẳng cần phải thức dậy mỗi sáng và cảm thấy “HÔM NAY PHẢI ĐI LÀM”, mà tôi thật sự nghĩ “HÃY SỐNG NGÀY HÔM NAY”.

### 3. Biến ý tưởng thành một phần của cuộc sống:

Là dân Creative, tôi cũng luôn vò đầu bứt tai trong chuyện sáng tạo và nghĩ ý tưởng. Nhưng càng làm, tôi càng cảm thấy mọi thứ thật ra đơn giản, và đều từ cuộc sống mà ra. Làm sáng tạo không nhất thiết phải khoa trương ý tưởng cool ngầu xuất chúng để chứng tỏ mình thông minh đỉnh cao thiên hạ. Làm sáng tạo, đối với tôi, là làm thế nào để mẹ mình, ba mình, những người xung quanh mình,... thấy vui và thỏa mãn khi mua một cái gì đó, và thấy cuộc sống của họ có một chút xíu dễ thở hơn. Vì vậy, ngoài việc học hỏi kiến thức từ sách vở, trường lớp, việc đi nhiều, nghe nhiều, nói nhiều, gặp gỡ nhiều, quan sát nhiều, sống nhiều,... sẽ có ích cho việc ra ý tưởng.

Trước đây, khi làm cho một nhãn sữa bột Việt Nam muốn cạnh tranh với các nhãn sữa ngoại, tôi tắc tị ý tưởng vì: là đàn ông chưa có gia đình, chưa

có trải nghiệm bầu bí con cái, lúc bé cũng không có sữa bột mà uống,... Nhưng việc bị tắc ý tưởng chính là động lực để tôi gặp gỡ thật nhiều các bà mẹ vốn tin “hàng ngoại tốt hơn hàng nội”, hoặc bị áp lực của xã hội rằng “mua sữa ngoại mới là thương con”. Sau khi “tra hỏi”, tôi nghe được nhiều câu chuyện rất thú vị. Chẳng hạn có một bà mẹ trẻ bị mẹ chồng ép uống “nếu không mua sữa ngoại cho cháu tôi uống thì đừng làm con dâu của tôi!” Nhưng biết con mình không hợp với sữa ngoại, chị đã rất thông minh khi quyết định mua nhãn sữa nội (mà tôi đang làm) và giấu mẹ chồng đổ vào vỏ lon sữa ngoại kia. Sau gần một năm, khi con mình phát triển khoẻ mạnh, chị mới “thú tội” với mẹ chồng, và lúc này mẹ chồng chỉ biết “câm nín”. Đó cũng chính là nội dung “người thật, việc thật” rất đời thường trong quảng cáo cho nhãn sữa bột mà nhiều bà mẹ Việt Nam sau này rất tin dùng.

#### 4. Luôn trau dồi và làm mới bản thân:

Nghe nói não của chúng ta chỉ mới được sử dụng một phần nhỏ xíu xiu. Để đánh thức phần còn lại phải biết dung nạp những thứ mới. Ví dụ, bạn chỉ thích nghe nhạc Bô-lê-rô thì bây giờ thử nghe nhạc Rock, EDM. Hay bình thường rất ghét xem phim ma nhưng ráng thử sức với vài bộ kinh

dị. Làm mới mình, biến mình thành một con tắc kè hoa (không nhất thiết là về bề ngoài, mà chính là trong tâm) để đón chào cuộc sống mới mỗi ngày.

#### 5. Rèn luyện kỹ năng mỗi ngày

Bạn không cần học quảng cáo vẫn có thể làm quảng cáo. Nhưng để giỏi trong ngành này thì nhớ trau dồi những điều sau:

*Kỹ năng giải quyết vấn đề:* Quảng cáo thực chất là đưa ra những giải pháp sáng tạo để giải quyết một vấn đề nào đó. Vì vậy, hãy luôn quan sát cuộc sống, thường xuyên đặt câu hỏi “Who? What? How? When? Why”, và tưởng tượng nếu mình gặp phải vấn đề thì sẽ xử lý thế nào.

Ví dụ, vấn đề cần giải quyết: Người Việt Nam tiêu thụ sản phẩm động vật hoang dã (voi, tê giác, tê tê) nhiều nhất nhì thế giới.

Các câu hỏi đặt ra:

- ♦ Ai là người tiêu thụ sản phẩm động vật hoang dã nhiều nhất Việt Nam?
- ♦ Vì sao họ làm thế?
- ♦ Những người này có đặc điểm gì, thói quen gì, làm gì, ở đâu, khi nào?

Những câu trả lời tìm được:

- ♦ Có 2 nhóm đối tượng chính là những người mắc bệnh, đặc biệt là bệnh

nan y; và những người giàu, kinh doanh lớn hay có chức có quyền.

- ◆ Họ tin rằng sử dụng động vật hoang dã sẽ bớt bệnh; và mang lại may mắn hay quyền lực.
- ◆ Họ tin vào tâm linh, có thói quen đến chùa để cầu sức khoẻ và thành đạt.



Và đó chính là mấu chốt để chiến dịch “Không tạo thống khổ, ấy là cứu độ”

của Dinosaur ra đời khi tạo cơ hội cho những con thú hoang dã đến Chùa cầu an, ngay đúng dịp lễ phóng sinh cận Tết.

*Kỹ năng chinh phục người đối diện:* Bạn có nhiều ý tưởng sáng tạo vẫn chưa đủ vì người khác có thể giết đứa con tinh thần của bạn bất cứ lúc nào. Vì vậy, hãy tìm cách thuyết phục người khác, luyện tập cách thuyết trình trước đám đông, và học hỏi cách “chốt đơn” của nhân viên sales, hay những người bán hàng ở chợ hoặc livestream trên Facebook.

*Kỹ năng làm việc nhóm:* Chắc quảng cáo là một trong những ngành tiếp xúc giữa người với người nhiều nhất, từ brainstorm với nhóm, đến làm việc chung với các phòng ban khác nhau, đến tiếp xúc với khách hàng và cả người tiêu dùng. Nếu bạn ổn khi làm

việc chung với nhiều người, cho dù mình là người hướng nội, thì quảng cáo hợp với bạn đấy!

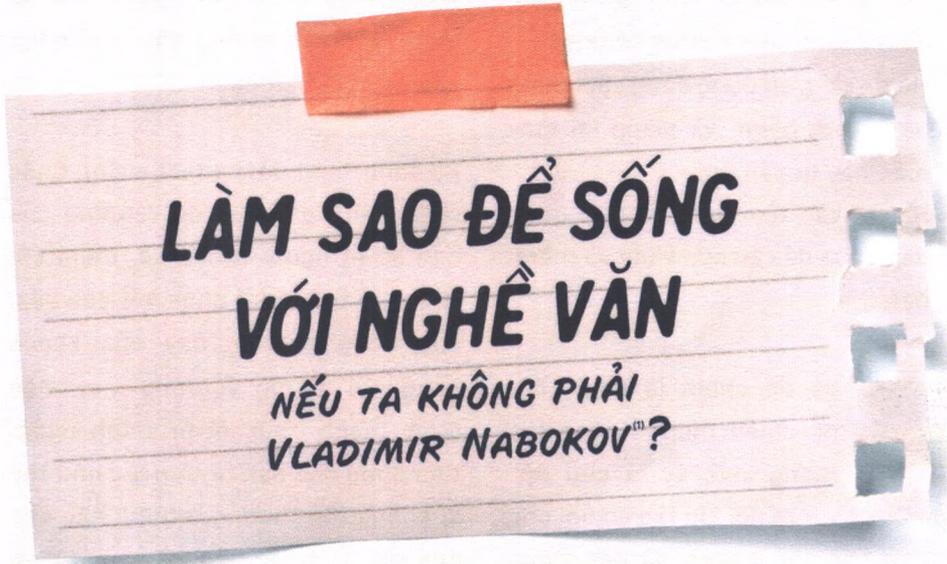
*Kỹ năng “mặt dày” (thick-skin):* Chắc chắn một ngày nào đó ý tưởng của bạn sẽ bị người ta mổ xẻ, thậm chí chết tức tưởi dưới phán xét của sếp, của đồng nghiệp, hay của khách hàng. Có những ý tưởng may mắn được thành hình lại bị chính người tiêu dùng chê bai. Những lúc như thế ai chẳng tổn thương. Nhưng hãy dẹp qua cái tôi, bước tiếp với niềm tin và niềm yêu quảng cáo.

## 6. Nếu quảng cáo khó quá, cứ mạnh

**dạn bỏ qua:** Dù bạn yêu quảng cáo và chuẩn bị đầy đủ “súng đạn” để đến với ngành này, thế nhưng, chẳng may bạn nhận ra mình không hợp với nó thì hãy nhớ rằng: Quảng cáo chỉ là một phần nhỏ trong thế giới sáng tạo, và bạn có thể phát huy sức sáng tạo của mình trong nhiều ngành nghề khác nữa. Ví dụ, nếu không phải Copywriter trong Agency, bạn vẫn có thể làm biên tập viên ở đài truyền hình, làm podcast, làm báo chí, hay làm trong phòng sáng tạo của chính khách hàng (in-house agency). Đừng bi quan và khổ tâm về quảng cáo.

## 8. Cuối cùng, hãy sống khoẻ và tích

**cực:** Nhớ ngủ đủ, và ráng cười nhiều! ■



**LÀM SAO ĐỂ SỐNG  
VỚI NGHỀ VĂN  
NẾU TA KHÔNG PHẢI  
VLADIMIR NABOKOV<sup>(\*)</sup>?**



**TÁC GIẢ:**  
Hiền Trang  
Nhà văn

↳ Nếu bạn cảm thấy mình có tài năng cỡ Nabokov, hoặc một phần ba thôi cũng được, thì đây không phải bài viết dành cho bạn.

"Em là nhà văn, hay em viết giúp chị cái thư chúc mừng sinh nhật sắp nhé?", đây là lời một chị đồng nghiệp cũ của tôi. Và thay cụm từ "cái thư chúc mừng sinh nhật sắp" thành "thư chúc mừng 8/3", "một bài thơ chào mừng ngày họp lớp", vân vân và mây mây, bạn sẽ có danh sách những điều mà một nhà văn phải đối mặt hằng ngày. Nếu bạn cảm thấy thế là quá nhiều thì một lời khuyên thành thật: Chớ có làm nhà văn.

Tôi không biết có nên gọi mình là một nhà văn không, nhưng phần lớn mọi người đều gọi tôi như thế. Thật ra, "nhà văn" là một khái niệm có trong tiếng Việt chứ không có trong tiếng Anh. Trong tiếng Anh, bạn có thể là một tác giả

(<sup>1</sup>) Vladimir Vladimirovich Nabokov: nhà văn, nhà thơ Nga, sáng tác bằng tiếng Nga và tiếng Anh, tác giả của nhiều tiểu thuyết nổi tiếng thế giới. Ngoài văn xuôi và thơ, ông còn là dịch giả, dịch những tác phẩm kinh điển từ tiếng Nga sang tiếng Anh và ngược lại.

(author), một tiểu thuyết gia (novelist), một nhà thơ (poet), một kịch tác gia (playwright), một người viết tiểu luận (essayist), hoặc đơn giản là một người viết (writer) – theo từ điển Cambridge, từ này nghĩa là người viết sách hoặc các bài báo được xuất bản, mà không phải sách nào cũng là văn chương, còn các bài báo đương nhiên không thể gọi là văn chương rồi, nên xét cho cùng, “writer” và “nhà văn” là không tương đương.

Khi mọi người hỏi tôi định nghĩa “nhà văn” trong tôi là gì, tôi thường nói: Một cái nhà đựng rất nhiều văn. Tôi vẫn giữ định nghĩa ấy cho đến hôm nay, người viết văn là nhà văn, nói đơn giản như vậy (dù có thể chẳng đơn giản chút nào, vì ở Việt Nam, ngay cả những người viết những cuốn sách self-help hay một vài thứ gần gần giống văn chương kiểu một dạng tản văn lè tè, và phải nói thêm những bài tản văn này còn xa mới đạt đến tầm mức tản văn của Sándor Márai<sup>(2)</sup>, nhưng họ cũng được báo chí và mọi người gọi là nhà văn).

## Vậy tôi đã trở thành “nhà văn” như thế nào?

Câu chuyện của tôi không có một phút giây đốn ngộ kiểu Murakami<sup>(3)</sup> khi xem cuộc đấu bóng chày giữa Yakult Swallows<sup>(4)</sup> và The Hiroshima Carp<sup>(4)</sup> năm 29 tuổi rồi chợt cảm thấy mình có thể viết được văn. Nhưng nó cũng đến rất đột ngột. Phải nói tôi chưa từng nghĩ mình sẽ làm nhà văn cho đến khi tôi viết bản thảo đầu tiên và có cuốn sách đầu tiên được in. Đó là năm 2015, năm cuối Đại học và tôi bắt đầu cảm thấy thời gian réo gọi vì suốt 3 năm trời trước đó tôi gần như không làm gì nên hồn. Tôi luôn cảm thấy tôi có năng khiếu viết, và điều đó không liên quan gì tới việc học văn ở trường. Tôi chỉ cảm thấy có thể mô tả những cảm xúc của mình khá sáng rõ khi xem một bộ phim, hay nghe một bài nhạc, điều mà ban đầu tôi nghĩ ai cũng làm được, nhưng hóa ra không. Vậy tôi tạm cho đó là một năng khiếu. Và đột nhiên có một cuộc thi viết văn của Quảng Văn tổ chức với đề tài về phụ nữ. Không phải đề tài tôi yêu thích lắm. Nhưng không sao, tôi nghĩ mình sẽ viết. Đây là lần đầu tiên tôi viết truyện.

<sup>(2)</sup> Márai Sándor: nhà văn người Hungary. Trong cuộc đời dài gần một thế kỷ, ông đã sáng tác gần 100 tác phẩm, chủ yếu là tiểu thuyết.

<sup>(3)</sup> Murakami Haruki: tiểu thuyết gia, dịch giả văn học người Nhật Bản.

<sup>(4)</sup> Hai đội tuyển bóng chày ở Nhật Bản.

Tôi biết có những người đồng nghiệp viết những mẩu truyện thiếu nhi từ rất sớm, nhưng tôi chưa bao giờ là dạng đó. Tôi khá thực dụng, tôi nghĩ thế. Sự thực dụng trong việc viết đeo đuổi tôi đến sau này, và tôi sẽ kể ở phần tiếp sau. Nhưng đại khái lúc đó, tôi nghĩ tôi có thể viết để in sách, và tôi viết thôi. Cuốn sách đầu tiên, lại là một truyện dài, được in thật, vào thời khắc ấy, tôi dương dương tự đắc nghĩ có khi nào mình đã thành nhà văn? Câu trả lời tất nhiên là không.

Sẽ có hai kiểu theo đuổi nghề văn ở Việt Nam, một kiểu chúng ta tạm gọi là "danh môn chính phái" – như phái Toàn Chân, phái Võ Đang, phái Thiếu Lâm – những người có học hành đàng hoàng ở các trường viết văn như trường Viết Văn Nguyễn Du hay khoa văn Tổng Hợp, họ thường khởi động sự nghiệp bằng cách gửi bài cho các tạp chí của Hội Nhà Văn các cấp; kiểu còn lại, chúng ta tạm gọi là "tà ma ngoại đạo" – như Minh Giáo, Nhật Nguyệt Thần Giáo – tức những người không có học hành gì về văn chương cả, vẫn làm những công việc khác hay được đào tạo ở các chuyên ngành khác, rồi họ hồn nhiên nhảy bổ vào việc viết và làm việc đó theo cách không giống ai. Tôi (xin tự vợ vào rằng tôi) thuộc kiểu thứ hai.

Vì không theo kiểu thứ nhất, tôi không có gì nhiều để nói về nó. Tôi chỉ có thể chia sẻ về kiểu thứ hai. Rất may, nghề văn là một trong những nghề dễ nhất trên đời. Tôi xin cam đoan về điều này. Dễ, ở đây tôi muốn nói theo nghĩa nó gần như không có rào cản. Dù sao, muốn làm một nhà toán học bạn vẫn phải theo học ngành toán, hoặc làm một luật sư bạn phải có chứng chỉ hành nghề. Tôi cũng chưa thấy bác sĩ nào không qua đào tạo một cách bài bản trong ngành y. Nhưng yên tâm, văn chương không cần điều đó. Thậm chí, bạn hãy thử phào vì không được học, xét cho cùng, người ta cũng không biết làm thế nào dạy cho bạn cách viết văn nếu bạn không tự tìm ra con đường của mình. Tất nhiên, đi học sẽ có lợi thế là bạn cảm thấy được thuộc về một môi trường văn chương, bạn sẽ nhanh chóng mở rộng những mối quan hệ, điều cần thiết cho sự thành công trong nghề nghiệp sau này. Nhưng kể cả không học, bạn vẫn có thể mở rộng các mối quan hệ như bình thường, chưa kể, việc không thuộc thế giới văn chương cũng giúp tâm tưởng bạn trở nên tự do hơn. Bạn sẽ không ngại bước sang những lĩnh vực khác và những lĩnh vực này lại đem đến nhiều lợi thế cho sự nghiệp sáng tác của bạn.

Sau khi cuốn sách đầu tiên ra mắt, tôi trở về nhà, làm nhân viên văn phòng mẫu mực. Chính xác thì một năm đầu sau cuốn sách đầu tiên, tôi làm một copywriter với mức lương bèo bọt của sinh viên mới ra trường. Việc viết văn không giúp tôi mấy trong công việc sáng tạo này ở thời điểm đầu sự nghiệp. (Nhưng nó sẽ giúp nhiều trong những tháng ngày sau này, và tôi dần học cách hài hòa các công việc và để chúng hỗ trợ cho nhau).

Khoảng thời gian đó, tôi làm một fanpage trên Facebook với tên gọi ban đầu là Những Tác Phẩm Nghệ Thuật Kinh Điển (về sau tôi đã chuyển fanpage ấy thành tên tôi – Hiền Trang – ở thời điểm tôi nghĩ cần xây dựng một chiến lược dài hạn hơn cho cái tên của mình). Cũng chẳng có gì, chỉ là một dạng blog, nơi tôi chia sẻ về âm nhạc, điện ảnh, sách, hội họa, tất tậ những gì tôi thích. Những bài viết đầu tiên khá ngô nghê, nhưng dần dần, khi thích ứng, tôi tìm ra nhiều loại nội dung hơn cho nó. Tôi bắt đầu có những bài viết dài về một vài tác phẩm tôi yêu thích.

Và có hai điều quan trọng đã đến với tôi nhờ blog ấy. Điều thứ nhất, một nhà phát hành có nhã ý muốn tập hợp các bài review sách của tôi làm thành một cuốn sách riêng, *Tuổi trẻ lạc lối* và *những cuốn sách của tôi*, một cuốn sách mà dù còn xa ngàn năm ánh sáng mới thành best-seller, nhưng bằng cách kỳ lạ nào đó, một số người quan trọng trong ngành xuất bản đã đọc nó, và có hứng thú muốn biết tôi là ai. Điều thứ hai, một ngày nọ, tôi vào fanpage của mình và thấy số lượng follower tăng chóng mặt. Tôi không giỏi về mạng xã hội và mới đầu thì không biết có chuyện gì xảy ra. Về sau, tôi mới biết có một KOL trong ngành đã chia sẻ một bài viết của tôi về cuốn 69 của Ryu Murakami<sup>(5)</sup>.

Anh tò mò không biết ai viết blog này. Một người bạn đã tag tên tôi vào. Anh kết bạn với tôi. Và sau đó, bạn bè anh, cả anh nữa, đều là những biên tập viên



<sup>(5)</sup> Murakami Ryu: nhà văn và nhà làm phim người Nhật Bản.



đáng kính trong nghề báo, đã cho tôi nhiều cơ hội để viết cho các mục văn chương – phim ảnh – âm nhạc trên các tờ báo/tạp chí lớn. Tôi luôn biết ơn anh, một người anh lớn, một người bạn thực sự đã thay đổi cuộc đời tôi, và nhân đây tôi muốn bày tỏ lời cảm ơn chân thành tới anh.

Rồi, nhưng đó là viết báo, dù là viết báo về lĩnh vực nghệ thuật, tức là rất gần văn chương rồi, nhưng nó đâu phải là văn? Đó không phải công việc chính mà một nhà văn thực hiện. Vậy, để tôi giải thích tầm quan trọng của nó. Như tôi đã nói, một người “tà ma ngoại đạo”

có nhược điểm là chẳng quen ai cả, không có ai kết nối bạn với những người trong thế giới viết lách. Và nhờ việc viết một blog vô thưởng vô phạt, nhưng lại mang rất nhiều tình yêu của mình, cánh cửa đã mở ra với tôi, cho tôi nhón một chân ló vào xem những người thuộc thế giới viết lách họ làm gì. Nhưng quan trọng hơn, bạn hãy nhớ không ai có thể sống bằng nghề viết văn ở Việt Nam cả, trừ Nguyễn Ngọc Tư và Nguyễn Nhật Ánh. Nhưng bạn có thể sống bằng nghề VIẾT, ý tôi là, viết những thứ thật sự hay ho ấy, những thứ bạn thật sự thích và chúng vẫn có thể đẩy tính văn chương, chỉ cần bạn muốn đưa văn chương vào đó, chứ không phải những content ngán ngẩm cho các nhãn hàng (mà nhiều khi bạn chán tới tận cổ nhưng vẫn làm vì đồng tiền).

Ngày hôm trước, tôi nhận được một lá thư của độc giả, xin rào trước rằng bạn độc giả ấy rất mến tôi và còn đánh giá tôi hơi cao so với sự thực chứ chẳng có ác ý gì, nhưng trong thư bạn ấy có một lời thế này: “cách bình luận sách của Hiền Trang bị rất nhiều người phản đối gay gắt, dù họ vẫn cứ đọc Hiền Trang viết.” Tôi cũng khá bất ngờ, vì vốn dĩ tôi tiếp cận với nghệ thuật bằng tình yêu, ít khi phê phán, nên tôi thường định ninh người ta có thể không thích mình, chứ hẳn không ghét mình. Nhưng chắc tôi đã nhầm. Tôi nhận ra những người không thích cách bình luận của tôi đều là những người có học hành rất bài bản về phê bình, họ có những tiêu chuẩn rất khắt khe về học thuật mà người ngoại đạo như tôi không hiểu. Nhưng không sao cả, đối tượng độc giả của tôi là đại chúng yêu nghệ thuật, tôi xác định như vậy, nên việc các học giả mũ cao áo

dài không thích mình là đương nhiên rồi. Bạn viết cho Zara mà độc giả của Versace lại thích thì mới là vấn đề. Tôi sẽ không chọn viết cho các tạp chí chuyên ngành, thay vì thế, tôi viết cho báo ngày như Tuổi Trẻ, hoặc cho tạp chí về phong cách sống như Đẹp, chuyên sâu nhất chắc là Tia Sáng (dù gì Tia Sáng cũng là của Bộ Khoa học Công nghệ chứ không phải của Hội Nhà Văn, họ vẫn thích một cái gì thú vị nhưng dễ tiếp cận). Những biên tập viên của các tờ báo và tạp chí mà tôi có dịp làm việc đều là những người rất tuyệt vời, họ sâu sắc, am hiểu và đặc biệt cởi mở. Những cái mà tôi “bị phản đối gay gắt”, họ lại chấp nhận và thậm chí thích thú.

Tôi được gì từ việc viết báo về các mảng nghệ thuật? Và điều đó giúp ích gì cho sự nghiệp văn chương? Thứ nhất, tôi được nhuận bút, phần nào góp thêm chút đỉnh vào quỹ hưu trí mà tôi đặt ra để một ngày kia nghỉ hưu non và an phận viết văn. Thứ hai, tôi được một lượng độc giả theo dõi mình, những người sẵn sàng đọc thêm cả văn tôi viết sau khi đã có chút cảm tình nhất định. Thứ ba, tôi không bị gò ép mình trong thế giới văn chương mà tôi cảm thấy hết sức tù túng. Tôi được dịp bay nhảy, tự làm mới bản thân mỗi ngày, tự học mỗi ngày, tự đọc và xem mỗi ngày. Thứ tư,

nếu tôi có thất bại trong văn chương, tôi vẫn có gì đó để ngã vào, rồi mong chờ một ngày kia nảy bật lại. Thứ năm, tôi học được cách nghiêm túc trong từng việc nhỏ nhất. Viết báo chắc chắn dễ hơn sáng tác truyện, nhưng tôi sẽ không đợi đến lúc viết truyện mới dồn năng lượng của mình, tôi sẽ dồn năng lượng trong từng cơ hội mình có. Điều tôi luôn tâm niệm là với bất cứ chủ đề nào, mình phải viết làm sao cho người biên tập gật gù. Họ chính là độc giả đầu tiên và là một trong những độc giả khó tính nhất. Thứ sáu, tôi đã tích lũy được nhiều kinh nghiệm viết thông qua việc viết liên tục một tháng 10 - 12 bài báo từ 1000 - 2000 từ, có những bài lên đến 3000 từ, mà vẫn phải dành thời gian làm công việc chính ở công ty và sáng tác.

Khi nói đến nhà văn chuyên nghiệp, bạn nghĩ về điều gì? Phải chăng là người ngồi bút lông nhỏ tóc hàng giờ trên bàn làm việc, chán lại ra làm một ly vang, rồi lên giường nằm khoèo đợi giây phút lóe sáng của cảm hứng? Tôi chưa là nhà văn chuyên nghiệp, nhưng tôi tin, nếu muốn thành nhà văn chuyên nghiệp, tôi sẽ phải cực kỳ kỷ luật. Tôi phải biết một ngày tôi cần viết bao nhiêu từ. Tôi phải viết cái gì. Tôi phải viết ra sao. Mọi thứ phải có quy trình. Sáng tạo cũng thế.

Đừng tin ai nói rằng viết cần một niềm cảm hứng đột khởi, bởi nếu bạn không phải là Vladimir Nabokov (mà ngay đến Nabokov cũng lao động rất miệt mài, nếu ta đã không tài năng lại còn không miệt mài thì sao có thể cạnh tranh với ai), bạn sẽ kết thúc cuộc đời mình như anh chàng suýt-thành-nhà-văn nhưng tình vợ mộng tan chỉ vì nhà lắm ruồi quá trong một truyện ngắn của Aziz Nesin<sup>(6)</sup>. Anh ta cứ đợi, đợi, đợi hết lần này tới lần khác, đợi đến khi có tiền, đợi đến khi nhà to hơn, đợi đến khi không phải đèo bồng vợ con, và rồi đợi đến khi... không có đám ruồi vo ve làm phiền thì anh ta sẽ viết một áng văn bất hủ. Tất nhiên, cuối cùng anh ta chẳng viết ra gì, đừng nói là áng văn bất hủ mà một áng văn thôi anh ta cũng không viết được.

Viết văn, như mọi nghề nghiệp, cần tính kỷ luật rất cao. Ai từng đọc Martin Amis<sup>(7)</sup> viết về lịch làm việc của ông chắc hẳn chẳng muốn làm nhà văn nữa. Tôi không nói bạn phải gục xuống bàn phím mà viết, nhiều người nghĩ phải làm việc đến phát cuồng mới viết ra được văn hay.

Tôi chắc chắn là không. Nếu bạn là Nabokov, bạn không phải gục xuống bàn phím mà viết đâu. Tôi sẽ không già vờ như thể năng khiếu không quan trọng trong viết văn, rất cần là khác, dù cố gắng mài dũa thế nào chúng ta cũng không thành Nabokov. Xin báo một tin buồn, những người có năng khiếu thường là những người chăm chỉ, họ viết dễ như lấy đồ trong túi nên họ viết hoài, càng viết thì họ càng viết hay. Cho dù có kể câu chuyện James Joyce<sup>(8)</sup> nặn cả ngày mới ra 7 từ đi chẳng nữa, nhưng sao nào, ông đã viết Ulysses dày thế cơ mà. Nói chung, trong viết lách, năng khiếu là cần thiết. Năng khiếu ở đây là khả năng tưởng tượng, khả năng mô tả, sự thính nhạy với cuộc sống, khả năng hấp thụ cuộc sống, và cả sự kiên nhẫn nữa. Sự kiên nhẫn, tôi không nói nhầm đâu. Chúng ta thường nghĩ người có năng khiếu thì không kiên nhẫn. Tôi không nghĩ thế. Phải có năng khiếu mới kiên nhẫn được, bởi họ biết họ sẽ làm được, họ biết họ có năng khiếu mà.

Ừ thì chúng ta cũng không nên chấp nhận mình chỉ có thể và không có

<sup>(6)</sup> Aziz Nesin: nhà văn châm biếm được ngưỡng mộ ở Thổ Nhĩ Kỳ, tác giả của hơn 100 cuốn sách.

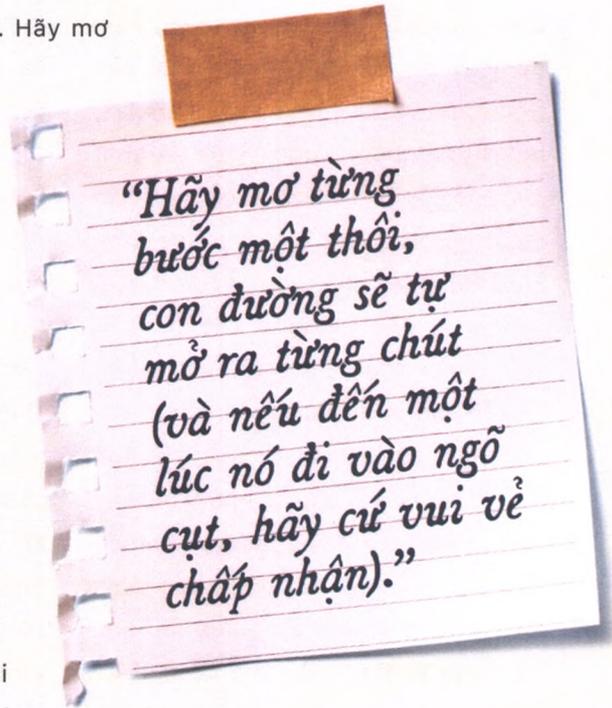
<sup>(7)</sup> Martin Amis: nhà văn châm biếm người Anh nổi tiếng.

<sup>(8)</sup> James Joyce: nhà văn và nhà thơ biệt xứ Ireland, được đánh giá là một trong những nhà văn ảnh hưởng nhất thế kỷ 20.

gắng, nhưng hãy biết giới hạn của mình, đừng để giấc mộng văn chương đè lún lên bạn, bởi bạn biết không, tôi dám cá nó sẽ khiến bạn điên tiết vì bạn không đạt được gì cả. Phần lớn chúng ta sẽ không đạt được gì đáng kể, trò “xổ số văn chương” này không trao giải cho chúng ta đâu. Chúng ta hãy nghiêm túc nhất có thể, chẳng hạn như đặt ra mục tiêu mỗi ngày phải viết bao nhiêu từ, phải đọc bao nhiêu trang sách, một tuần phải xem bao nhiêu bộ phim. Ngoài đọc sách thì xem phim và nghe nhạc rất quan trọng. Tôi nghĩ những nhà văn giỏi đều có nhạc tính rất cao, và khả năng tưởng tượng bằng hình ảnh siêu đẳng. Dù ta không có tài lắm, điều tốt là ta vẫn có thể trau dồi kỹ năng qua những thứ này. Nhưng, mài dũa và cố gắng không có nghĩa mơ quá xa. Hãy mơ từng bước một thôi, con đường sẽ tự mở ra từng chút (và nếu đến một lúc nó đi vào ngõ cụt, hãy cứ vui vẻ chấp nhận).

Đến đây, xin phép kể tiếp con đường viết văn của tôi. Tôi mừng là mình đã biến việc viết báo trở thành một phần lớn hơn trong sự nghiệp so với sáng tác. Nhưng sẽ vô ích nếu tôi không tiếp tục sáng tạo. Cái dở của báo chí là nó sẽ cuốn ta đi, một tháng 10 bài, vị chỉ 3 ngày một bài, chỉ nghĩ về việc phải viết đề tài gì thôi đã rất mệt rồi, lại còn phải tìm tư liệu để viết nữa. Khi đã bị cuốn vào nó, bạn cần ý chí để sắp xếp thời gian cho việc viết truyện.

Sau khi viết cuốn truyện dài đầu tay (mà khi đọc lại tôi thấy dở nhiều hơn là hay), tôi nghĩ mình nên học lại từ truyện ngắn. Tập truyện ngắn *Giấc mộng lang thang trên đồng cỏ úa* với tôi là những bài tập viết, đó đều là những truyện ngắn đầu tiên của tôi. Có một điều tôi hơi khác mọi người, tôi ít khi viết cho vui và viết để đấy, tôi viết với mong muốn được xuất bản. Hầu hết các tạp chí văn



*“Hãy mơ từng bước một thôi, con đường sẽ tự mở ra từng chút (và nếu đến một lúc nó đi vào ngõ cụt, hãy cứ vui vẻ chấp nhận).”*

nghệ khi hỏi tôi liệu có truyện ngắn nào trong kho để gửi họ đăng không, tôi nói là không, tôi không có, nếu họ cần, tôi sẵn lòng viết mới. Có thể tôi thực dụng chẳng? Tôi không biết, tôi nghĩ nó chỉ là phong cách làm việc của mỗi người. Cái dở là đôi khi tôi bỏ lỡ một vài cơ hội được đăng báo. Bạn hãy cân nhắc kỹ về điều này.

Quay lại *Giấc mộng lang thang trên đồng cỏ úa*, tôi gửi tới cuộc thi Văn Học Tuổi 20 của Nhà Xuất Bản Trẻ, một trong những cuộc thi uy tín nhất cho các cây bút trẻ hiện nay, và nhận được giải Ba, một giải thưởng cũng giúp ích nhiều cho tôi trên con đường viết văn chính thống và bắt đầu làm quen "văn đàn". Quy mô cuộc thi và truyền thống của nó giúp tác phẩm của tôi tiếp cận nhiều độc giả hơn (trong đó có cả những nhà văn, nhà báo và các trí thức nổi tiếng) và nhiều bạn đọc yêu mến tôi qua cuốn sách ấy, dù tôi biết nó còn nhiều lỗi lầm. Tôi cũng không ngờ rằng có một số anh chị tôi rất nể trọng cũng tình cờ đọc cuốn sách. Nhà văn Hồ Anh Thái mấy năm sau cũng dành cho nó những lời đánh giá tích cực.

Bài học ở đây là hãy dự thi Văn Học Tuổi 20. Thật đấy, hơn bất cứ cuộc thi

cho cây bút trẻ nào hiện nay, đây là cuộc thi thật sự cởi mở và đón nhận nhiều luồng văn học. Một số cuộc thi khác thường ưu ái các chủ đề hiện thực, đói nghèo, nông thôn, người lính,... Nếu bạn không phải người giỏi viết các chủ đề đó mà thiên về văn chương đô thị, Văn Học Tuổi 20 luôn có chỗ cho bạn.

*Giấc mộng lang thang trên đồng cỏ úa* cho tôi quá nhiều. Nếu không có nó, chắc sẽ không có cuốn sách thứ 4 của tôi là *Dưới mái hiên đêm, những khách lạ* với Phanbook, một tập truyện ngắn mà quả thực, sau đúng một năm, đọc lại, tôi vẫn khá hài lòng (tôi là người đọc thứ mình viết sau một tháng là thấy thật kinh khủng rồi). Nó giống như bài tốt nghiệp lớp "truyện ngắn" của tôi. Và phần lớn những độc giả trung thành khi đọc xong đều công nhận tôi có bước tiến lớn về mặt ngôn ngữ, dàn xếp câu chuyện, concept, nhạc tính, và nhiều thứ khác. Phải viết xong nó, tôi mới có đủ tự tin để tiếp tục những dự án dài hơi hơn, là trở lại với truyện dài, tôi không dám nói là tiểu thuyết, chính xác là viết lại một bản thảo tôi đã khởi thảo từ năm 2017 (hy vọng thời gian tới sẽ sớm ra mắt). *Giấc mộng lang thang trên đồng cỏ úa* cũng giúp tôi quen những biên tập

viên và nhà văn lâu năm trong nghề, những người đã tạo điều kiện và ngỏ ý cho tôi xuất hiện trên những tạp chí văn nghệ chính chuyên, những người “đặt hàng” tôi viết bản thảo cho nhà xuất bản của họ (cũng hy vọng sẽ hoàn thiện và in sớm), những người mời tôi dịch một số cuốn sách.

Nói đến dịch sách, hãy dịch sách. Tôi luôn sợ dịch sách vì công dịch quá thấp mà vất vả khôn cùng, còn dễ bị ném đá nữa. Cái gì hay là bởi nhà văn, cái gì dở là do dịch giả. Nhưng với một “thị trường sách nhập siêu” như ở Việt Nam, dịch sách là cách tạo mối quan hệ tốt đẹp với các nhà xuất bản và phát hành. Nếu may mắn được dịch một cuốn sách trọng tâm trong kế hoạch của nhà phát hành đó, bạn có cơ hội mở rộng mối quan hệ và khiến cái tên của mình xuất hiện nhiều hơn nữa. Dịch sách cũng là bước đệm nghỉ ngơi sau khi bạn hoàn thành một dự án sáng tác lớn của đời mình và cần thêm thời gian để nhảy vào một dự án sáng tác khác. Ngoài ra, đừng ngại viết khảo luận hay tiểu luận, tôi quan sát nhiều nhà văn thế hệ 7x, 8x nổi tiếng ở Việt Nam rất thành công với thể loại này, vì nói chung, kể cả trên thế giới cũng thể thôi, non-fiction đang lên ngôi, những cuốn sách non-fiction hấp

dẫn được viết chần chu sẽ giúp bạn nhiều trên con đường viết lách.

Có một điều tôi nghĩ mình không cần cảnh báo vì bạn đã biết rồi, đó là mức thu nhập viết văn. Một cuốn sách bạn viết ra trong 1 năm, in khoảng 1000 - 2000 bản (đây là con số không hề nhỏ đâu nhé), bạn sẽ được nhuận bút vào khoảng 12% tính trên giá bìa. Một số nơi đặt giá cao như Phanbook sẽ giúp tác giả có nguồn thu nhập tốt hơn một chút, song cũng không đủ để bạn trang trải cuộc sống ngày càng đắt đỏ. Câu trả lời là gì? Phải có một nghề nghiệp khác. Thực tế, nếu bạn muốn đảm mình 100% trong văn học thì cũng có một vài công việc biên tập dành cho bạn ở nhà xuất bản hoặc các tờ báo văn nghệ. Cá nhân tôi lựa chọn đứng ngoài thế giới ấy, bởi với tôi, một khi mình đứng quá gần với văn chương, tôi sợ mình không còn yêu thích nó nữa, có những thứ tôi tin sẽ đẹp hơn khi ta đứng từ xa, nhìn nó bằng con mắt đầy mộng ảo. Càng về sau, tôi càng nhận ra bản chất của mình là sự ở giữa, sự lưỡng chừng. Tôi không thực sự thuộc về một thế giới nào, không thực sự thuộc về văn đàn của Hội Nhà Văn, cũng không thuộc về giới báo chí, tôi không thực sự thuộc về nghệ thuật, cũng không thực sự thuộc về giải trí. Tôi đứng

ở giữa tất cả những điều đó và yêu tất cả, từ Nabokov đến J.K Rowling<sup>(9)</sup>, từ Andrei Tarkovsky<sup>(10)</sup> đến Steven Spielberg<sup>(11)</sup>, từ Louis Armstrong<sup>(12)</sup> đến Ed Sheeran<sup>(13)</sup>. Tôi không nói rằng ai đó nên yêu mọi thứ, nhưng có lẽ khả năng yêu nhiều thứ và yêu mọi thứ là một trong những điều tôi dám nhận là "phẩm chất" của mình mà không thấy ngưng ngạt hay hổ thẹn. Vì yêu mọi thứ nên tôi thấy mình đối phó được với nhiều thể loại, với nhiều chủ đề, với nhiều thế giới khác nhau, và qua đó có nhiều cơ hội hơn.

Nhưng tôi không muốn lạc đề và tiếp tục nói về việc sống với nghề văn. Bạn đừng buồn nếu mình không sống được với bản quyền bán sách, vì ngay cả ở nhiều nền văn chương lớn với thị trường khổng lồ, số lượng tác giả sống được bằng tiểu thuyết hay thơ ca của mình cũng chỉ đếm trên đầu ngón tay mà thôi. Nếu bạn cũng như tôi, không muốn chìm đắm quá sâu trong văn chương bằng cách làm biên tập ở một tờ báo văn nghệ hay nhà xuất bản văn chương nào đó, bạn có thể làm bất cứ điều gì bạn muốn.

Làm bất cứ điều gì bạn muốn mà vẫn có thể xuất bản sách, đây là một ưu thế vô cùng lớn của thế hệ nhà văn trẻ so với thế hệ trước. Với thế hệ trước, gia nhập Hội Nhà Văn dường như là con đường duy nhất với những ai muốn theo đuổi công việc này một cách nghiêm túc. Nhưng bây giờ thì khác, ai cũng có thể viết văn và ra sách. Những cây viết thú vị nhất mà tôi quan sát hiện nay đều không học hành bài bản và không thuộc về hội nhóm nào. Họ làm mới một nền văn chương cũ kỹ, nhàm chán và dường như chỉ chạy theo quán tính. Người ta thường bày tỏ sự lo lắng cho thế hệ nhà văn trẻ, nhưng tôi lại không thấy lo chút nào. Các cây viết trẻ biết rất rõ họ viết để làm gì, để thỏa mãn cái tôi hay để bán ra thị trường. Họ cũng có kiến văn rất rộng và rất quốc tế. Nhiều bạn đồng nghiệp tầm tuổi tôi thực sự sắc sảo và am hiểu triết học, khoa học, nghệ thuật. Một số nhà văn lớn tuổi cho rằng chúng tôi "thiếu kinh nghiệm sống", nhưng sự thực không phải vậy. Kinh nghiệm sống của các nhà văn thời đại trước khác với kinh nghiệm sống của chúng

<sup>(9)</sup> J.K Rowling: tiểu thuyết gia người Anh, tác giả bộ truyện nổi tiếng Harry Potter.

<sup>(10)</sup> Andrei Tarkovsky: đạo diễn lừng danh của điện ảnh Nga và thế giới.

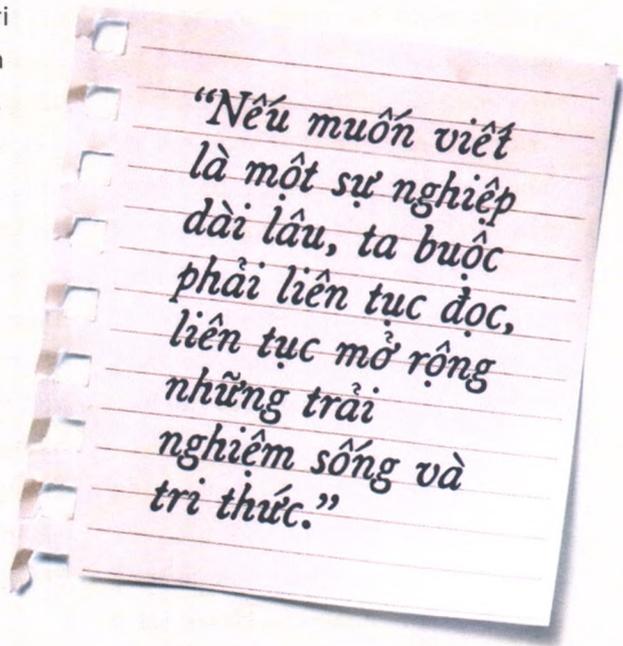
<sup>(11)</sup> Steven Spielberg: đạo diễn, nhà sản xuất kiêm biên kịch phim người Mỹ gốc Do Thái.

<sup>(12)</sup> Louis Armstrong: nghệ sĩ, nhà soạn nhạc, ca sĩ, và diễn viên người Mỹ.

<sup>(13)</sup> Ed Sheeran: nam ca sĩ-nhạc sĩ người Anh.

tôi, và không phải lúc nào cũng lao vào nghèo đói thì mới là “chất liệu hiện thực”. Hiện thực rất đa dạng và rộng mở. Tuy nhiên, vì cũng từng làm giám khảo một cuộc thi viết nho nhỏ (dù vậy, mỗi đợt thi cũng có khoảng 200 - 300 bài viết gửi về), tôi hiểu rằng có một bộ phận lớn những bạn yêu công việc viết lách, rất thích viết, nhưng họ chưa tích lũy đủ “bộ phóng” cho mình. Ý tôi là, họ chưa trang bị đầy đủ để dẫn thân vào con đường viết lách lắm hồ thắm hay những vách núi cheo leo. Văn chương không chỉ là câu chuyện của riêng cảm xúc. Nó là sự hài hòa của tư duy và xúc cảm. Không có ai viết hay mà tư duy tôi, bởi việc hoạch định được một câu chuyện, xa hơn là một tiểu thuyết, đòi hỏi khả năng tư duy vừa tổng thể, vừa chi tiết, và cả khả năng linh hoạt biến đổi và sẵn sàng thích nghi bất cứ khi nào những nhân vật và sự kiện trong truyện có dấu hiệu muốn vượt thoát. Nếu muốn viết là một sự nghiệp dài lâu, ta buộc phải liên tục đọc, liên tục mở rộng những trải nghiệm sống và tri thức nếu không muốn dậm chân tại chỗ và tự ăn đuôi của mình, để đến lúc, sau khi viết một hai cuốn sách, ta cảm thấy không còn gì để viết nữa.

Thời gian đầu, đừng kỳ vọng văn chương sẽ đem lại cho bạn điều gì. Bạn hãy làm các công việc khác để nuôi đam mê văn chương của mình. Tôi đã luôn nghĩ như thế, tôi làm freelance cho rất nhiều thương hiệu từ ăn uống, quần áo đến nghĩa trang để nuôi đam mê. Rồi một ngày, bạn biết điều gì xảy ra không? Tôi thấy đam mê không còn cần công việc chính kia nuôi nữa, nó tự nuôi được nó. Tất nhiên, trường hợp của tôi có chút khác biệt với nhiều người, vì đam mê của tôi ngoài sáng tác văn học còn là viết về các lĩnh vực nghệ thuật cho báo chí. Ngay cả ở đó, tôi vẫn thấy mình được viết những gì tôi thích và được “dung túng” cho tha hồ tung tẩy với câu chữ. Song, ngoài ra, những dự án sách



cũng đến nhiều hơn, cả những dự án do tôi tự khởi động, cả những dự án được đặt hàng, cả những lời ngỏ kiểu như "nếu có bản thảo em gửi cho chị nhé" đã tạo động lực để tôi liên tục viết. Tôi không hề giấu giếm rằng thu nhập từ "đam mê" ngày càng tăng tỷ trọng trong tổng số thu nhập của mình hằng tháng, và có những khoảng thời gian tôi đã có thể an tâm xin nghỉ công việc chính để sống cho đam mê theo nghĩa đen mà không lo chết đói. Kể cả khi tôi muốn đi làm ổn định trở lại để có nguồn thu nhập tốt hơn, việc là nhà văn cũng hỗ trợ tôi nhiều khi làm CV của một Content Creator. Ít nhất có 3 agency mà tôi đang làm freelance hoặc part-time hiện tại đã lựa chọn cộng tác với tôi vì kinh nghiệm sáng tác văn chương, bởi sáng tạo nội dung ngày nay ở một số ngành hàng và lĩnh vực cũng đang đến gần văn chương hơn bao giờ hết.

Thực ra, việc nội dung ngày càng bám sát văn chương vừa tốt, vừa không tốt. Tốt ở chỗ bạn sẽ có rộng đất dụng võ hơn. Nhưng không tốt ở chỗ, khi content ngày càng hay, văn chương có thể sẽ ngày càng mờ nhạt và mất đi vị thế nếu nó không thể tạo nên những đột phá. Bạn có thể nghĩ rằng mình sinh ra không gặp thời bởi độ vài chục năm trước, một tác phẩm văn chương của tác giả Việt có thể in

hàng chục ngàn bản, còn ngày nay, in được khoảng 1500 - 2000 bản đã là rất nhiều (mà bán lay lắt mãi không hết). Và vì khó bán nên việc tìm một nhà phát hành sẵn sàng chấp nhận đặt canh bạc vào cuốn sách của bạn cũng khó khăn hơn. Báo chí cũng không dành nhiều đất để bình luận văn chương như trước kia. Về phần các nhà phê bình, họ hầu như chẳng bao giờ muốn viết về nhà văn trẻ. Mọi điều kiện đều có vẻ không thuận lợi. Nhưng tôi nghĩ, nếu như chỉ vì thế mà ta rời bỏ văn chương thì kể cả có điều kiện thuận lợi đi chẳng nữa, ta cũng sẽ rời bỏ nó thôi. Ta đều biết ta viết văn trước hết vì một niềm thôi thúc rằng ta phải viết nó ra, không thì không chịu được. Nếu như có bất cứ lý do nào khiến ta cảm thấy không cần phải viết, dù vì lười, vì cơm áo, vì không có thời gian, vì chưa biết viết sao, dù lý do là gì, điều đó cũng có nghĩa ngay từ đầu câu chuyện ấy không cần thiết phải được kể ra. Ai sẽ muốn đọc nó đây nếu chính ta còn không muốn kể?

Để khép lại bài viết này, tôi muốn nói rằng, tôi vẫn luôn cho ưu điểm của văn chương là nó rất tiết kiệm. Nó chỉ bắt bạn trao cho nó chút ít thời gian thôi, nhưng có gì trên đời không đòi hỏi bạn trao cho nó thời gian – nên cái này không tính. So với những môn

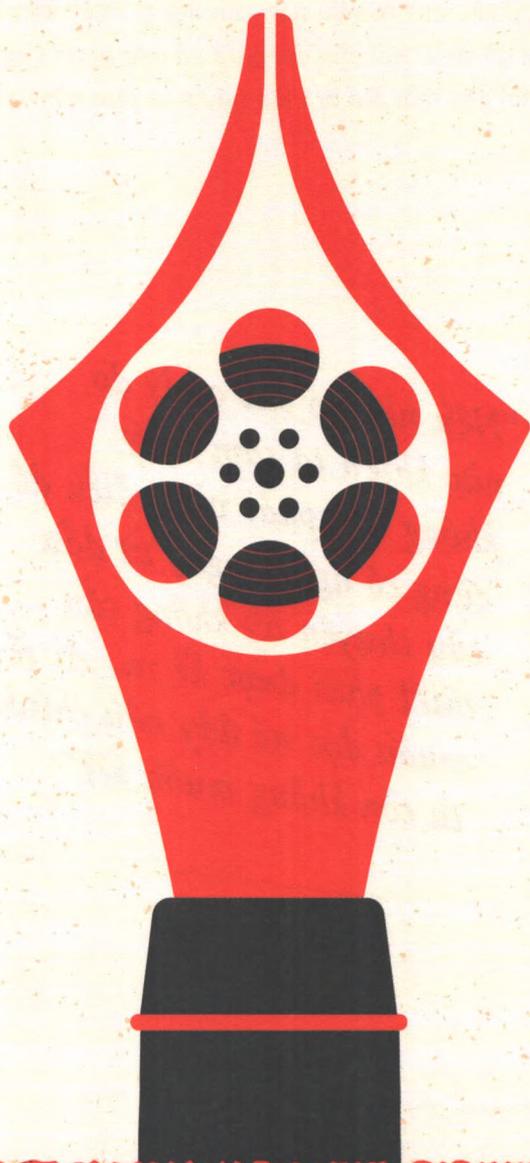
nghệ thuật khác, văn chương là thực hành nghệ thuật ít tốn kém nhất. Bạn không phải mua đàn piano, mua màu vẽ, mua máy quay hay mua lens, toàn những thứ hết sức đắt đỏ. So rộng hơn với những đam mê về khoa học, kinh tế, y học và vô thiên lủng những thứ khác, văn chương vẫn rẻ nhất. Bạn chỉ cần có một cái máy tính – mà dù làm nghề gì, bạn cũng cần một cái máy tính – nên đây không phải một sự đầu tư. Virginia Woolf<sup>(14)</sup> nói bạn còn cần phải có một căn phòng riêng nữa, nhưng tôi nghĩ bạn có thể tìm một quán café cũng không tệ nếu không thể lo một căn phòng riêng.

Như vậy chắc là đủ rồi nhỉ? Giờ thì bạn còn đợi gì nữa? Bạn tới đi, hãy lấy máy tính ra và bắt đầu gõ thôi. Nói cho cùng, ta có mất gì đâu cơ chứ? (Chỉ mất thì giờ khi phải từ chối vào mỗi dịp 8/3 khi người ta nhờ mình viết thiệp mừng). ■

*“Nếu như có bất cứ lý do  
nào khiến ta cảm thấy  
không cần phải viết, điều đó  
cũng có nghĩa ngay từ đầu  
câu chuyện ấy không cần  
thiết phải được kể ra. Ai sẽ  
muốn đọc nó đây nếu chính  
ta còn không muốn kể?”*

<sup>(14)</sup> Virginia Woolf: tiểu thuyết gia, nhà văn tiểu luận người Anh.

# PHÊ BÌNH PHIM: "CẢM" & "VIẾT"





**TÁC GIẢ:**  
Lê Hồng Lâm  
Nhà báo

↳ Hơn 20 năm làm báo, trải qua nhiều vị trí và vai trò trong các tòa soạn khác nhau, nhưng tôi được biết đến nhiều hơn với tư cách là một nhà báo về điện ảnh. Với trải nghiệm của bản thân, tôi chỉ có thể nói rằng, viết bình luận hay phê bình phim (film review hoặc film critic) là công việc thú vị và mang lại nhiều cảm hứng. Thậm chí, trong cuốn “Five Star”, nhà phê bình phim nổi tiếng Christopher Null gọi đó là “The world’s greatest job” (nghề hấp dẫn nhất thế giới). Tuy nhiên, đừng ảo tưởng về công việc này, bởi tôi đã từng chứng kiến không biết bao nhiêu cây bút... bỏ cuộc chơi, vì “cơm áo không đùa với khách... review phim”.

## Từ một tình yêu thuần khiết với điện ảnh

Hành trình đưa tôi đến với nghề phân tích phim là cả câu chuyện dài. Và thường với những câu chuyện như thế, người ta hay dùng chữ “duyên” để lý giải và hợp thức hóa nó.

Tôi có một tình yêu với điện ảnh từ nhỏ, tôi đã kể điều này trong lời mở đầu của cuốn sách “101 Bộ Phim Việt Nam Hay Nhất”. Những ngày thơ bé ở một làng quê miền Trung, tôi được mẹ và chị gái đưa vào thế giới điện ảnh qua những buổi chiếu phim lưu động thời bao cấp. Tiếng máy chạy rè rè và những luồng sáng chiếu lên màn ảnh rộng kể cho tôi những cuộc đời, những số phận lẫm nẫm truân chuyên mà vẫn tuyệt đẹp trong những năm tháng chiến tranh hào hùng hay thời hậu chiến nhiều gian khó.

Tôi yêu điện ảnh từ đó, một cách vô thức. Những năm tháng tuổi niên thiếu, tôi như miếng bọt biển không ngừng “hút” những câu chuyện trên phim vào mình. Tôi xem đủ mọi thể loại, từ phim bộ của Hongkong, Đài Loan thời video thịnh hành đến những bộ phim phát sóng trên truyền hình. Nhưng cảm giác sung sướng nhất luôn luôn là xem những bộ phim chiếu trên màn ảnh rộng, dù

hỏi đó, tôi chưa có một khái niệm cụ thể nào về truyền hình hay điện ảnh.

Những năm học khoa Báo chí tại Đại học Quốc gia Hà Nội, tôi bắt đầu xem phim có ý thức hơn và tuyển chọn hơn, dù vẫn với tinh thần tự phát chứ không qua trường lớp đào tạo điện ảnh nào cả. Những rạp chiếu phim kinh điển như Fansland Hà Nội hay sau này là Hanoi Cinematheque; những đĩa DVD (phim lậu) được săn lùng gần như mỗi tuần giúp tôi có bộ sưu tập lên tới hàng ngàn bộ phim vào đầu những năm 2000. Tiền mua đĩa và những thứ liên quan đến phim ảnh luôn chiếm khoảng 1/3 thu nhập hàng tháng của tôi. Tôi coi đó là số "vốn" đầu tư cho điện ảnh.

Tôi đồng cảm với những câu nói của Martin Scorsese<sup>(1)</sup>, Quentin Tarantino<sup>(2)</sup> hay Ngô Vũ Sâm<sup>(3)</sup>, rằng họ học được từ các bộ phim nhiều hơn từ trường lớp, hay những gì họ cảm thụ từ phim ảnh luôn tốt hơn những lý thuyết nặng tính học thuật ở các giảng đường điện ảnh. Đó có lẽ cũng là con đường tôi đi. Tôi xem hàng ngàn bộ phim của các bậc thầy, các đạo diễn tên tuổi cho đến những

bộ phim thương mại, phim giải trí và nhiều trong số đó là những bộ phim dở hoặc rất dở. Nhưng với tôi, chúng hoàn toàn không vô ích, bởi, càng xem nhiều phim dở ta mới nhận ra thế nào là một bộ phim hay. Và hơn thế nữa, tôi có một cái nhìn toàn cảnh về điện ảnh để không bị rơi vào định kiến, hoặc có cái nhìn một chiều khi đánh giá một tác phẩm điện ảnh.

Tôi viết review phim, về các đạo diễn và diễn viên tài năng, viết các bài đánh giá, phân tích về xu hướng điện ảnh, về thị trường từ khi còn là một phóng viên, biên tập viên và thậm chí ngay cả khi làm thư ký tòa soạn cho một tờ tạp chí về phong cách sống cho nam giới. Giai đoạn đó, tôi luôn coi điện ảnh như một niềm đam mê hay sở thích lớn nhất của mình. Và viết về điện ảnh, với tôi, là được trải nghiệm những cảm giác hạnh phúc nhất của cuộc đời.

Từ năm 2016, tôi hoàn toàn làm việc với tư cách một nhà báo và nhà nghiên cứu điện ảnh tự do, được dành nhiều thời gian hơn cho điện ảnh. Trong 5 năm qua, tôi xuất bản được 4 cuốn sách chuyên về điện

<sup>(1)</sup> Martin Scorsese: đạo diễn, nhà sản xuất phim, biên kịch và diễn viên của điện ảnh Mỹ.

<sup>(2)</sup> Quentin Tarantino: nhà làm phim và diễn viên người Mỹ.

<sup>(3)</sup> Ngô Vũ Sâm: đạo diễn nổi tiếng của điện ảnh Hồng Kông.

ảnh, trong đó có 2 dự án chuyên sâu về nghiên cứu và khảo cứu những di sản điện ảnh Việt Nam trong quá khứ; 2 dự án còn lại là tuyển tập những bài viết, bình luận, tiểu luận về điện ảnh mà tôi từng đăng trên báo chí, mạng xã hội trước đó. Bên cạnh một vài dự án lớn và dài hơi như viết sách, khảo cứu điện ảnh, tôi còn tham gia viết review phim cho nhiều tờ báo lớn trong và ngoài nước, giữ chuyên mục (columnist) bình luận phim cho một vài tờ báo khác. Tôi cũng tham gia giảng dạy khóa Cảm thụ phim tại trường Đại học Hoa Sen; làm mentor vài khóa học về phân tích phim; làm giám khảo vài cuộc thi viết về phim hoặc cuộc thi phim ngắn; tham dự vài workshop về điện ảnh của các tổ chức trong nước, quốc tế; viết những bài tiểu luận có tính tổng thuật hay phân tích về xu hướng của điện ảnh Việt Nam cho hai Liên hoan phim quốc tế ở Hàn Quốc và Ý. Tôi cũng có một trang cá nhân trên Facebook, nơi tôi chia sẻ chủ yếu về điện ảnh, giới thiệu và bình luận các bộ phim hay và kinh điển của thế giới hoặc Việt Nam.

Khởi đầu từ một tình yêu thuần khiết với điện ảnh, giờ đây, có thể nói rằng tôi trở thành một nhà báo, cây bút bình luận điện ảnh có chút tiếng tăm ở Việt Nam và hoàn toàn sống được bằng nghề viết của mình.

## Hai trường phái nhưng chỉ một mục đích

Vậy, hiểu một cách đơn giản, viết bình luận/phân tích phim là công việc như thế nào? Ở Mỹ (mà tôi nghĩ ở đâu cũng vậy thôi), người ta chia công việc bình luận phim thành hai trường phái khác nhau:

Một là giới “Bình luận Báo chí” (Journalist Criticism), chỉ những người viết bình luận trên báo giấy, tạp chí, các phương tiện truyền thông. Họ đánh giá và xếp hạng những bộ phim theo góc độ chuyên môn nhưng không cần quá chuyên sâu, nêu ý kiến cá nhân và định hướng cho khán giả. Số lượng nhà báo viết bình luận phim ở Mỹ rất đông đảo, lên đến con số hàng ngàn người.

Hai là giới “Bình luận Hàn lâm” (Academic Criticism), gồm những nhà nghiên cứu, nhà phê bình tiếp cận bộ phim theo hướng học thuật và chuyên sâu. Họ tìm hiểu lý do bộ phim thành công, phân tích các thủ pháp điện ảnh của đạo diễn, quay phim, dựng phim, âm thanh, âm nhạc,...; giải mã các tầng lớp ẩn dụ và biểu tượng của bộ phim, ý nghĩa và ảnh hưởng của nó đến mọi người,... Bình luận hàn lâm thường tồn tại trong các công trình nghiên cứu xuất bản hay giảng

dạy ở các trường Đại học chuyên về điện ảnh.

Nhưng dù làm công việc bình luận phim theo trường phái báo chí hay hàn lâm, điều quan trọng nhất của một nhà phê bình phim là mang đến những nhận định hay kiến giải mới mẻ về bộ phim, và tạo được cảm hứng cho độc giả.

Một trong những trích dẫn tôi đồng cảm nhất về công việc phê bình phim là của nữ tác giả Pauline Kael<sup>(4)</sup>, trong cuốn "I Lost It at the Movies" của bà: "Một nhà phê bình giỏi là người giúp độc giả hiểu rõ về tác phẩm hơn là khi họ chỉ xem chúng với mục đích giải trí. Một nhà phê bình giỏi là người – bằng sự hiểu biết, cảm nhận về bộ phim và đam mê của mình – kích thích niềm đam mê của độc giả, khiến khán giả muốn trải nghiệm nghệ thuật trong bộ phim đó. Anh ta không hẳn là một nhà phê bình tồi nếu đưa ra những đánh giá sai (bởi sai sót là khó tránh khỏi). Một nhà phê bình tồi là người không khơi gợi được sự tò mò, không kích thích được sự hứng thú và không tăng hiểu biết của khán giả về bộ phim đó."

Vì thế, bên cạnh những kiến giải mang tính chuyên môn, cảm xúc hay góc nhìn cá nhân riêng biệt luôn là yếu tố tôi đánh giá cao ở một bài bình luận phim. Như một câu nói của Roger Ebert, nhà phê bình phim (theo trường phái "Bình luận Báo chí") có sức ảnh hưởng lớn tại Mỹ và thế giới: "Trí tuệ của bạn có thể nhầm lẫn nhưng cảm xúc không hề nói dối bạn."



<sup>(4)</sup> Pauline Kael: nhà phê bình người Mỹ.

## 100 bài viết, 1000 bộ phim và 10.000 giờ tập luyện

Lộ trình phát triển trong nghề phụ thuộc vào năng lực cá nhân hay sự rèn luyện của mỗi người, nhưng chắc chắn, bạn không thể trở thành một nhà bình luận về phim và sống được bằng nghề, nếu không xem ít nhất khoảng 1000 bộ phim quan trọng và đã viết/dăng ít nhất trên 100 bài viết phân tích về phim.

Trong cuốn "Những kẻ xuất chúng", tác giả Malcolm Gladwell đã đưa ra quy tắc "10.000 giờ". Theo ông lý giải, để trở thành chuyên gia trong bất kỳ lĩnh vực nào, một người cần 10.000 giờ luyện tập có chủ đích. Tôi hoàn toàn đồng cảm với ý kiến của ông.

Với nghề nghiên cứu hay phê bình phim, ngoài chuyện phải rèn luyện 10.000 giờ một cách có chủ đích, bạn cũng phải tuân theo những lộ trình để phát triển và cần tuyệt đối tránh "chưa đỗ ông nghề đã đe hàng tổng". Lời khuyên của tôi là bạn hãy bắt đầu tập viết hoặc làm các video clip phân tích phim (nếu bạn thành thạo kỹ thuật cắt dựng) và post lên các nền tảng trực tuyến. Cố gắng tạo dựng được một phong cách riêng, thu hút nhiều độc giả/khán giả tiếp cận

trang của mình bằng các bài viết/video chất lượng. Các bạn cũng có thể tìm cách cộng tác với các tờ báo/tạp chí có chuyên mục điện ảnh để gửi bài, dần dần tạo dựng mối quan hệ.

Theo quan sát của tôi, các bạn trẻ hiện nay theo đuổi lĩnh vực này có điểm mạnh là trẻ trung, năng động và có cái nhìn tươi mới. Tuy nhiên, điểm yếu là các bạn còn ngại xem những bộ phim kinh điển, ít đọc và nghiên cứu nên hơi thiếu chiều sâu. Hãy chú ý bổ sung những kiến thức chuyên sâu, đa dạng; xem nhiều những bộ phim kinh điển và đọc thêm các tác phẩm văn chương quan trọng.

Trong cuốn sách "Five Star! – How to Become a Film Critic, the World's Greatest Job" của tác giả Christopher Null mà tôi đã dẫn ở trên, ông có đưa ra những bước cơ bản để trở thành một nhà phê bình phim. Tôi xin trích vài ý quan trọng nhất:

- ◆ Phải xem hàng ngàn bộ phim và sống trong "khí quyển điện ảnh".
- ◆ Hiểu biết về lịch sử điện ảnh, các trào lưu, các trường phái điện ảnh nổi bật của điện ảnh thế giới. Phải xem và nghiên cứu những kiệt tác điện ảnh quan trọng của các bậc thầy hàng đầu thế giới.

- ◆ Biết cách phân định được sự khác biệt giữa một bộ phim hay và một bộ phim dở, dù rất khó rạch ròi vì phim ảnh là bộ môn nghệ thuật của cảm xúc. Tuy nhiên, nếu bạn xem nhiều, nếu bạn thường thức các tác phẩm hay và thấy được sự khác biệt hoặc vượt trội của nó trong nghệ thuật kể chuyện, xây dựng nhân vật, sự sáng tạo trong các thủ pháp điện ảnh,... bạn sẽ dần dần phân biệt được.
- ◆ Có kỹ năng viết tốt và viết thật nhiều.

Ngoài những ý trên, tôi xin chia sẻ thêm một vài trải nghiệm cá nhân:

- ◆ Cần kiến thức chuyên sâu không chỉ về điện ảnh mà cả kiến thức cơ bản của các loại hình nghệ thuật khác có ảnh hưởng đến điện ảnh.
- ◆ Đọc thật nhiều, không chỉ những cuốn sách về điện ảnh mà còn về văn chương, ký sự, lịch sử, triết học,... bởi những kiến thức quan trọng này giúp người viết mở rộng được nhân sinh quan và thế giới quan của mình.
- ◆ Trải nghiệm thật nhiều và không ngần ngại đưa ra ý kiến cá nhân. Trải nghiệm ở đây bao gồm vốn sống, vốn văn hóa, hiểu biết xã

hội,... Dần dần, bạn sẽ có cách nhìn và tiếp cận các bộ phim mới mẻ, thú vị, riêng biệt.

Nếu muốn học bài bản, bạn có thể tham gia các khóa đào tạo cơ bản về cảm thụ/phân tích phim ở một số trường Đại học, Cao đẳng (Đại học Sân khấu - Điện ảnh; Đại học Hoa Sen, RMIT,...) hay các trung tâm như Trung tâm hỗ trợ Phát triển tài năng Điện ảnh TPD, Xinh House,... Những khóa học ngắn hạn này giúp bạn có kiến thức nền tảng cơ bản. Sau đó, nếu thấy say mê với phim ảnh, bạn có thể theo đuổi nghề. Và theo tôi, tự học là cách tốt nhất để trở thành một cây bút, một nhà bình luận phim.

Ngoài ra, những nghề liên quan đến sáng tạo hay viết lách, tôi nghĩ luôn cần có năng khiếu, hay nói cách khác, bạn phải có "taste" – có gu thẩm mỹ nhất định. Tuy nhiên, với nghề bình luận phim, bên cạnh năng khiếu (chiếm khoảng 30%), bạn cần những kỹ năng khác (mà tôi đã dẫn ở trên). Và đặc biệt, hãy nuôi dưỡng một tình yêu điện ảnh đủ lớn, để có thể tiếp tục với cái nghề đòi hỏi bạn phải luôn có một tư duy sắc bén và một ngòi bút mạnh mẽ, đủ sức chinh phục, hấp dẫn độc giả.

## Viết về phim với một niềm đam mê không bao giờ tắt

Ở các nước có ngành công nghiệp điện ảnh phát triển, nghề phân tích, phê bình phim được công nhận là một nghề, không những thế, nó còn là một nghề "khá quyền lực". Họ được xem những bộ phim bom tấn, phim nghệ thuật ở suất chiếu đầu tiên dành cho báo giới, được quyền tiếp cận các ngôi sao hàng đầu, tham dự các LHP trong nước và quốc tế,...

Nhưng ở Việt Nam, với một nền điện ảnh đang phát triển và số lượng phim sản xuất hàng năm không nhiều, các tờ báo chuyên về điện ảnh hiếm hoi, khó có thể coi phê bình phim là một nghề được công nhận rộng rãi hoặc có thể kiếm sống được.

Dù vậy, gần đây, khi thị trường rạp chiếu phim ở Việt Nam phát triển và số lượng phim quốc tế nhập về khá nhiều, nghề bình luận phim diễn ra khá xôm tụ và có sức ảnh hưởng ít nhiều trên các nền tảng internet, nhiều bạn trẻ có thể kiếm sống và thu nhập tốt từ nghề bình luận phim. Nguồn thu nhập này có thể đến từ lượt views trên các nền tảng internet, từ quảng cáo chèn vào clip,... Họ cũng có thể tạo được thu nhập khi làm PR và Marketing cho một số bộ phim nội

địa. Nhưng nguồn thu này là con dao hai lưỡi, bởi bạn sẽ khó giữ được sự trung lập của mình khi nhận định một bộ phim. Và về lâu dài, khán giả/độc giả có thể không tin những bình luận của bạn nữa.

Với cá nhân tôi, bình luận phim có thể được coi là một nghề và tôi có thể kiếm sống được bằng công việc này. Tuy nhiên, nó chỉ chiếm khoảng 30% tổng thu nhập của tôi. Nhuận bút của một bài viết về điện ảnh (review phim, bài đánh giá, phân tích thị trường,...) trên các tờ báo lớn dao động từ 1 - 2 triệu, tùy theo cái tên tác giả hay chất lượng bài viết. Nếu chăm chỉ, mỗi tháng tôi có thể viết trên 10 bài với nguồn thu nhập (cho việc viết báo) dao động trên dưới 20 triệu.

Ở Mỹ, Roger Ebert là nhà phê bình phim đầu tiên của Mỹ đoạt được giải thưởng danh giá Pulitzer cho một công trình về phê bình phim của ông. Ở Việt Nam, vì phê bình phim chưa được công nhận rộng rãi là một nghề chính thức, nên hầu như không có một giải thưởng nào cho công việc này cả.

Nhưng với tôi, không có giải thưởng hay sự công nhận nào quan trọng bằng sự đón nhận của độc giả. Đó là lý

do tôi thích viết về phim trên mạng xã hội hơn trên các phương tiện truyền thông chính thống, bởi những “tương tác” tuyệt vời mà độc giả dành cho các bài viết của tôi. Những comment của độc giả luôn là “kênh” phản hồi giúp tôi có định hướng cho bài viết tiếp theo. Rất nhiều độc giả comment rằng những bài viết về điện ảnh của tôi là kênh đáng tin cậy nhất để họ chọn phim; hoặc đôi khi, có những comment như “viết còn hay hơn cả phim” hay “không cần phải xem phim nữa”,... khiến tôi vừa có chút tự hào, vừa hơi ngẩn ngại. Vì điều quan trọng nhất đối với một người viết review phim hay bình luận điện ảnh là kích thích họ xem phim chứ không phải... “không cần xem phim nữa”.

Tôi không biết tôi có được coi là một người thành công với nghề này ở Việt Nam hay không, nhưng với tôi, công việc này không thể thiếu các yếu tố dưới đây:

- ◆ Niềm đam mê mãnh liệt điện ảnh.
- ◆ Xem phim và viết (gần như) mỗi ngày.
- ◆ Bắt tay vào viết một bộ phim với cái đầu thật lạnh và trái tim thật nóng. Tức là trong lúc xem phim, bạn phải giữ cho lý trí thật tỉnh táo, phải xem phim với con mắt phân tích, mổ xẻ của một nhà bình; nhưng đồng thời,

hãy để cảm xúc dẫn dắt hoặc tin vào trực giác của mình. Bởi vậy, điều đáng sợ nhất đối với tôi là xem phim với một cái đầu lạnh và một trái tim... lạnh.

- ◆ Phong cách cá nhân rõ nét. Phong cách này có thể là “cái tôi” không trộn lẫn của bạn trong ngôn ngữ, trong cách thể hiện bài viết; cũng có thể là một phương pháp phân tích đậm dấu ấn cá nhân.

Một ngày (hi vọng là không xa), khi điện ảnh Việt Nam phát triển thành ngành công nghiệp giải trí đủ mạnh, tôi nghĩ nghề bình luận phim ngày càng được coi trọng và có vị trí xứng đáng. Tôi tin những nhà bình luận phim giỏi sẽ hoàn toàn sống được bằng nghề này.

Để kết thúc bài viết, xin gửi đến bạn một vài dòng cảm nhận tôi viết về Nomadland – bộ phim có 6 đề cử tại lễ trao giải Oscar lần thứ 93.

Mong bạn có một tình yêu điện ảnh thuần khiết và viết về điện ảnh với một niềm đam mê không bao giờ tắt! Biết đâu, một ngày chúng ta có thể gặp nhau trên hành trình tuyệt diệu của thế giới đầy kỳ thú này.

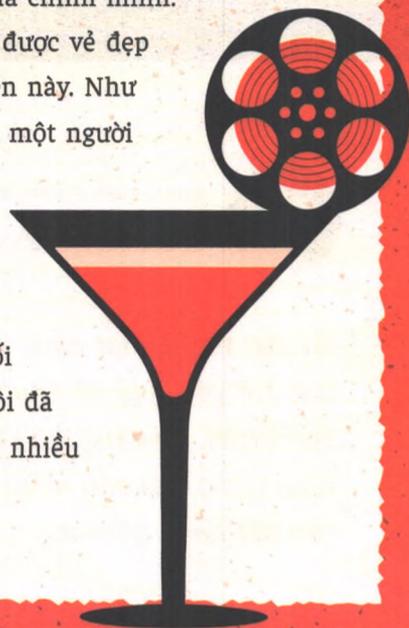
Hẹn gặp lại trên đường! ■

Nomadland có sức quyến rũ gì để chinh phục giới hàn lâm đến vậy? Có lẽ ngoài một câu chuyện mang tính thời điểm về sự khủng hoảng của con người trước biến động của thời cuộc, một lối kể chuyện vừa hiện thực vừa thấm đẫm chất thơ về vẻ đẹp siêu thực của vùng viễn Tây nước Mỹ, bộ phim còn giúp ta trả lời câu hỏi mang tính hiện sinh về nỗi cô đơn và cô độc của kiếp người khi đang ở bên kia sườn dốc cuộc đời.

Nomadland không chỉ đồng cảm với những người già cô độc mà còn đánh thức những người trẻ đang còn hoang mang chấp chới với cuộc đời này trước những câu hỏi về sinh tồn và hiện hữu. Bộ phim như một phép thiên tịnh cho những tâm hồn cô độc, rằng trước cuộc đời vốn nhiều biến động và bất ổn, hãy hướng nhiều hơn vào bên trong tâm hồn mình, làm bạn với chính bản thân ta, hơn là tìm kiếm nguồn vui hay sự nương tựa từ bên ngoài.

Như Fern (Frances McDormand đóng), người phụ nữ ngoài 60 vừa mất đi người chồng, người bạn đời lẫn công việc mưu sinh ở một nhà máy địa phương – nghĩa là mất đi những gì gắn bó và thân thuộc nhất – bà đã chọn cách sống du mục trên đường. Như ai đó đã nói, khi ta mất đi tất cả là lúc ta tự do tuyệt đối nhất. Fern lên đường và sống rày đây mai đó trên một chiếc xe van, tìm những công việc thời vụ để sinh tồn và kết bạn với những người du mục khác để chia sẻ với nhau những khoảnh khắc đẹp của sự hiện hữu, và rồi họ lại tiếp tục lên đường. Ở suốt cuộc hành trình đơn độc đó, ta thấy người đàn bà bên kia sườn dốc cuộc đời ấy không còn thấy cô đơn nữa, bởi bà đã quen dần với sự cô độc của chính mình.

Xem bộ phim này vài lần, tôi dần cảm nhận được vẻ đẹp của sự thức tỉnh trong tác phẩm mang tính thiên này. Như cuộc đối thoại cuối cùng giữa Fern và Bob Wells, một người đàn ông cô độc khác bên đồng lửa nhóm lên giữa đêm tối: “Một trong những điều tôi yêu thích nhất ở cuộc đời này là không có lời tạm biệt cuối cùng. Tôi đã gặp hàng trăm người trên đường và tôi chưa bao giờ nói lời tạm biệt cuối cùng. Tôi chỉ nói: “Hẹn gặp lại trên đường”. Và tôi đã gặp, cho dù một tháng, một năm hay thậm chí nhiều năm, tôi vẫn gặp lại họ trên đường”.



# NGHỀ LỒNG TIẾNG & CHUYÊN CHỮA KỂ



**KHÁCH MỜI PHỎNG VẤN:** Đạt Phi, Đạo diễn/Diễn viên lồng tiếng – Tổng GD Đạt Phi Media

**BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:** Ban biên tập

↳ Đạt Phi là một diễn viên, đạo diễn lồng tiếng quen thuộc được các bạn trẻ yêu quý và triu mến gọi là “thầy”. Trong cuộc trò chuyện với Spiderum, thầy Đạt Phi không chỉ chia sẻ về cái duyên đến với sự nghiệp lồng tiếng, mà còn nhắn nhủ với các bạn trẻ: Làm bất kỳ việc gì cũng cần hết lòng, hết sức.

## Niềm đam mê điện ảnh nhen nhóm mối lương duyên

Khi đất nước giải phóng, ba thầy mất, mẹ về quê mang theo cả chị lẫn em của thầy. Thầy sống ở Sài Gòn với ông bà nội. Cũng như tất cả mọi người lúc đó, cuộc sống gia đình thầy sau năm 1975 rất nhiều khó khăn. Khi còn là cậu bé 7, 8 tuổi, thầy đã leo đèo đi theo bà nội bán trái cây ở vỉa hè: bán đậu phộng rang, xoài, cam, bưởi,... đủ cả. Buổi trưa, hai bà cháu giăng cái bạt cao su ra để trú nắng.

Cuộc sống nghèo khó thật nhưng không phải không có những niềm vui. Gần vỉa hè nơi hai bà cháu ngồi có một rạp chiếu phim. Thầy mê phim lắm. Thời đó được xem những bộ phim như “Những người khốn khổ” sao mà say sưa đến vậy! Nhà nghèo nhưng bà thương, cũng cho tiền để thằng cháu mon men xin người ta cho vô rạp xem. Từ tiểu học, rồi lên trung học, niềm đam mê phim ảnh của thầy ngày càng sâu sắc. Ngoài phim, thầy cũng có năng khiếu với ca hát, nhảy múa, nên lúc nào đi diễn văn nghệ ở trường cũng được để cử vai chính.

Tới lớp 12, có một cô bạn gái khuyên thầy: “Đạt Phi ơi, mình nghĩ cậu phù hợp đi thi điện ảnh đấy, bạn được cả

giọng nói lẫn dáng đi”. Thầy răm rắp nghe lời (tuổi 18 thằng con trai nào mà chẳng... mê gái). Không thể ngờ đến giờ đã ngót nghét 50 năm, hoá ra lời khuyên hồn nhiên ấy lại mở lối cho thầy đến với đam mê của cuộc đời mình. Thầy vẫn cảm thấy biết ơn người bạn gái năm nào.

Năm 1987, thầy tốt nghiệp lớp 12, lúc đó thầy ở huyện Bình Minh, tỉnh Vĩnh Long. Trước đây, người ta không bao giờ về các tỉnh miền quê tuyển diễn viên điện ảnh, nhưng năm đó may sao, đại diện trường điện ảnh của thành phố Hồ Chí Minh về miền Tây tuyển sơ bộ. Đây là trường điện ảnh đầu tiên của Sài Gòn và trực thuộc Trung Ương, gọi là trường điện ảnh Việt Nam tại Tp. HCM khóa I. Họ về 9 tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long mở cuộc thi sơ bộ để chọn 10 người lên Sài Gòn thi tiếp. Thầy đại diện cho tỉnh Vĩnh Long (lúc đó chưa là thành phố Vĩnh Long như bây giờ), đạp xe lên Cần Thơ để thi. Trải qua 3 vòng thi, thầy được chọn cùng 9 người nữa ở Cần Thơ.

Ngày hôm sau, 10 người khăn gói lên Sài Gòn thi tiếp. Thầy nghĩ mình đã là 1 trong 10 người top đầu ở miền Tây rồi, trong lòng cảm thấy tự tin vào bản thân lắm. Nào ngờ khi đặt chân tới Sài Gòn, thấy một rừng... 900

thí sinh ai ai cũng ngoại hình đẹp, dáng dấp cao to, giọng nói hay. Lúc đó, thấy hoang mang thực sự, nhưng nghĩ đã vào tới đây rồi không lẽ lại bỏ cuộc? Đành cố hết sức vậy. Trải qua thêm 3 vòng thi nữa, thí sinh rụng như sung. Thầy đạt điểm cao khi thi văn, sử. Còn phần năng khiếu, may thay trong điện ảnh người ta không yêu cầu lắm về diễn ngoại hình mà cần thể hiện nhiều ở đôi mắt – đúng thể mạnh của thầy. Thế là sau 3 vòng thi, thầy được lọt vào top 20 bạn cho một lớp duy nhất. Lứa đó thầy được học cùng với những bạn sau này trở thành các diễn viên rất tài năng như

Lý Hùng, Diễm Hương, Ngọc Hiệp, Lê Tuấn Anh, Võ Thế Vỹ,...

Năm tháng học điện ảnh của thầy trôi qua trong những ngày miệt mài đạp xe đi học buổi sáng, trưa chạy về vỉa hè tranh thủ bán hàng với bà nội, chiều quay lại trường học tiếp.

Qua năm nhất, thầy hầu như luôn đứng ở top đầu lớp, đó cũng là lúc thầy tìm hiểu sâu hơn về điện ảnh và nhận ra một điều: Bạn giỏi không chưa đủ, bạn đẹp, có năng khiếu cũng chưa đủ, thời điểm đó (và bây giờ cũng vậy) bạn phải có mối quan



hệ với đạo diễn, cần có ai đó biết đến bạn. Thầy rơi vào nhóm những sinh viên tối ngày chỉ học ở trường, không quen biết ai, ngoại hình lại không quá bắt mắt đến mức gây sự chú ý. Lúc đó, thầy rất bi quan và thấy rằng đây không phải con đường tươi sáng với mình, dù tình yêu dành cho điện ảnh rất lớn. Bạn có muốn thấy cảnh bà nội bạn bán vỉa hè không? Bạn có muốn nhìn mẹ ở dưới quê phải buôn tần bán tào, đi làm ruộng để nuôi bạn ăn học không? Trong tim thầy không muốn như vậy, nên đau đầu tìm con đường nào đó để bà nội không phải buôn bán, để mẹ mình không phải cực khổ. Đó vừa là tình yêu gia đình, vừa là trọng trách lớn lao: làm sao giải thoát được cho người thân của mình khỏi cái nghèo?

Trong lúc rối ren ấy, thầy đọc báo Tuổi trẻ thấy Nhà Văn hóa Thanh niên (NVHTN) đang tuyển người am hiểu về điện ảnh để vực dậy mảng kinh doanh đó, vốn đang trong tình trạng rất khó khăn. Thấy đi xin việc, họ hỏi em chưa tốt nghiệp à, thầy bảo tuy em mới sinh viên năm 2 nhưng em nghĩ em làm được. Thật ra, khi ấy chỉ... nói liều. Lúc đó, anh Hữu Luân là Phó Giám đốc NVHTN (hiện làm Giám đốc Nhà hát Tp. HCM) nói với thầy rằng ở NVHTN có rạp chiếu phim 700 ghế đang rất ế, một ngày chỉ bán

được 5 vé thôi. “Em làm cách nào anh không biết, nhưng anh cho em đúng 3 tháng để người ta khi nói tới phim là nói tới NVHTN”.

Vì chén cơm manh áo nên thầy rất chịu khó suy nghĩ xem vì sao NVHTN không thu hút? Có lẽ do ở đây đang chiếu những bộ phim giống y những nơi khác, không có gì khác biệt. Thời đó, tất cả các rạp đều chiếu phim chường. Thầy nghĩ NVHTN là nơi sinh viên tới sinh hoạt, học tập, mình phải chiếu những gì có giá trị thẩm mỹ, nghệ thuật hơn chứ? Thế là thầy lần mò đi mua lại băng video cũ của các bộ phim kinh điển phòng theo tác phẩm văn học: Thăng gù nhà thờ Đức Bà, Cuốn theo chiều gió, Ben-Hur, Doctor Zhivago,... Thầy lên danh sách chiếu phim cho cả tháng, vẽ pano đặt đầy đường rồi chiếu đèn vào, in vé rồi đi phân phát cho các trường Đại học Kinh tế, Kiến trúc gần đó. Thầy cũng không hiểu PR, Marketing là gì, chỉ làm theo bản năng. Ngày công chiếu mọi người rần rần đổ tới xem.

Điểm đặc biệt của NVHTN là chiếu phim không bao giờ giải lao, khác với những rạp thời đó thường có 15 phút giải lao ở giữa. Với tư cách một khán giả, thầy rất bức bối khi đang xem mà phải giải lao (có những cảnh người ta tâm tình nói chuyện rồi mới

vừa hôn nhau thì đèn sáng lên, quê không!). Thầy còn chăm chút cả từ cái toilet, vệ sinh sạch sẽ, hay như ngày nay người ta gọi là "dịch vụ khách hàng". Trong vòng 30 ngày liên tục sau đó, suất chiếu nào của rạp cũng kín hết 700 ghế. Có những bộ phim chiếu đến ngày cuối cùng, vé đã hết sạch nhưng cuối buổi thầy vẫn mở cửa miễn phí cho các cụ già vào xem. Họ là những người muốn hoài niệm quá khứ, muốn coi lại bộ phim đã gắn với một thời tuổi trẻ của mình. Thầy không rõ đấy có phải là "đắc nhân tâm" hay không, nhưng thầy thấy niềm vui hiện rõ trên khuôn mặt những ông lão, bà lão cùng tuổi với ông bà thầy.

Thời ấy, NVHTN do nhà nước bao cấp 100%, nhưng riêng trung tâm điện ảnh trẻ NVHTN lại có tiền lời, rủng rinh. Thầy làm 1 tháng thì NVHTN ký hợp đồng luôn. Có thu nhập rồi, việc đầu tiên thầy làm là thuyết phục bà nội và mẹ nghỉ bán hàng, rồi tậu một căn nhà nhỏ ở Sài Gòn 21 mét vuông với một gác xép. Đó là niềm hạnh phúc lớn nhất tuổi trẻ của thầy khi chăm lo được cho gia đình mình.

Nhưng còn một cơ duyên khác thầy cũng không ngờ tới: công việc ở NVHTN đã dẫn dắt thầy đến con đường lồng tiếng.

## **Mong muốn thoát nghèo rồi gắn bó với công việc lồng tiếng**

Trong lúc vừa học điện ảnh vừa "cai quản" NVHTN, thầy quyết định sẽ không đi đóng phim mà dấn thân vào công việc lồng tiếng. Những bộ phim được chiếu ở NVHTN là do thầy tự đọc thuyết minh, dù lúc đó bản thân chưa có chuyên môn gì cả. Năm 1995, công ty ATV của Hongkong vào Việt Nam và liên hệ mời thầy về lồng tiếng, cùng lúc với những mong muốn cải tiến NVHTN của thầy không được chấp thuận, nên thầy chuyển sang ATV làm việc. Ở NVHTN, tổng thu nhập hàng tháng của thầy khoảng hơn 2 triệu đồng, nhưng khi ký hợp đồng với ATV, mỗi tháng tiền lương là gần 5 triệu, đủ mua được hẳn 1 cây vàng thời điểm đó.

Tuy con đường lồng tiếng đã nhen nhóm từ năm 1991, nhưng từ năm 1995 thầy mới chính thức nhận đồng lương cao cho công việc lồng tiếng. Trào lưu lồng tiếng phim Hongkong kéo dài tới năm 2000 thì bắt đầu lụi tàn vì các đài truyền hình nhiều lên, nguồn phim cũng cạn, ATV phá sản, phim TVB không còn được như ngày xưa nữa. Thầy chuyển sang làm cộng tác viên lồng tiếng cho Đài truyền hình Vĩnh Long. Thời cuộc thay đổi,

thầy cũng đổi thay, chứ không muốn mình rơi vào thế thụ động.

Từ những năm 2000 lè mẩy, phim chiếu rạp lồng tiếng bắt đầu được công nhận qua hệ thống rạp. Thầy chuyển hướng sang làm đạo diễn, cũng “mát tay” nên khách hàng rất thích những sản phẩm của thầy. Thầy suy nghĩ tại sao mình không mở công ty? Vậy là sau khi tích lũy thật nhiều kinh nghiệm và nhận được sự tín nhiệm của mọi người, thầy bước ra làm chủ ở tuổi ngoài 40. Thấy thấy cái gì cũng có thời điểm, sớm quá chưa chắc đã tốt.

Khi công ty vừa thành lập, Disney liên hệ làm việc với thầy luôn và mức lương chuyên này tới nay cũng đã được 8 năm. Trong 8 năm đó, các đối tác lớn khác như Paramount, Dreamworks, Fox,... cũng lần lượt tìm tới thầy. Thầy ngạc nhiên mới hỏi: “Ừa, tôi đâu có biết tụi ông, sao tụi ông biết tôi hay vậy?” Họ mới nói: “Ông chỉ cần làm tốt công việc của mình, tụi tôi tự biết.”

Công việc lồng tiếng thực ra không có gì cao siêu. Một diễn viên lồng tiếng vào phòng thu cầm kịch bản lên, diễn hết nhân vật này đến nhân vật khác cho đến khi nào xong thì thôi. Nghe đơn giản vậy, nhưng công việc của một đạo diễn lồng tiếng hay

quy trình một công ty lồng tiếng thì phức tạp hơn.

Đầu tiên, khách hàng gọi cho mình để thỏa thuận giá cả. Sau đó, họ đưa bản dịch phim, bao giờ cũng trong tình trạng sát deadline, bị hối liên tục nên dịch được tập nào lồng tiếng tập đó. Mà nhiều khi người dịch không giống nhau, 3 người dịch cùng một bộ phim lại có 3 cách xưng hô khác nhau: mình đang lồng vai nhỏ này kêu bằng chị, sang tập sau kêu bằng cô, qua tập sau nữa thành dì,... nên thầy phải có bộ phận biên tập sửa lại. Nhiều khi gấp quá không sửa kịp thì diễn viên sửa luôn, diễn viên không sửa được nữa thì tới lúc lọc xong kiểm tra phải đi vá lại. Dịch xong tới lồng tiếng, lồng xong tới bộ phận mix, edit lại rồi lúc đó ra master và bàn giao thành phẩm.

Về chuyện giá cả cũng khá “rườm rà”. Giả dụ, đối với TV series như một bộ phim Hongkong 100 tập, họ sẽ hỏi: “Anh tính bao nhiêu từ A đến Z trọn gói?” Thầy báo giá tùy theo yêu cầu, giá một tập 45 phút lồng tiếng 9 người sẽ khác giá lồng tiếng mấy chục người. Họ nói: “Chi phí ít lắm, anh cho em 9 người thôi”. Thầy báo 1 tập như vậy khoảng 3,5 triệu. Họ kêu: “Trời ơi anh, giờ em đưa anh cả trăm tập, anh cho em “giá sỉ” đi.” Lồng tiếng giá sỉ phải không, ok, 3 triệu cho chẵn

nha? Họ tiếp: "Anh kê 3,5 triệu nhưng 500 ngàn cho em đi, hoa hồng." Mình cười ra nước mắt! Giá 3,5 triệu/tập là từ lúc con thầy chưa chào đời, bây giờ nó đã 16 tuổi, cái giá đó cũng không còn nữa đâu nha, giờ là... 2,5 triệu à! Trong khi tô hủ tít ngày xưa ăn chưa tới 10 ngàn giờ đã lên 35 ngàn rồi.

Thời điểm hiện tại công việc lồng tiếng bị mất giá vậy là do số lượng diễn viên lồng tiếng quá đông, không còn chú trọng chất lượng giọng và diễn xuất mà chỉ miễn sao có "giọng đẹp" là được. Diễn viên lồng tiếng không còn những cái riêng, cái "zíc zắc", tinh tế khi làm nghề. Có quá nhiều nhóm lồng tiếng "phá giá" dẫn đến lý do 16 năm rồi mà giá vẫn vậy, thậm chí còn bèo bọt hơn. Thầy hay đùa rằng giá Việt Nam nhưng khách hàng đòi hỏi làm như Hollywood. Thầy luôn nhớ đối tác Disney từng khuyên một câu rất chí lý: Bạn đừng bao giờ nhận giá thấp, vì một khi đã nhận giá thấp thì không bao giờ có thể nhận được giá cao. Vì vậy, đối với những dự án, sản phẩm có ý nghĩa cho cộng đồng, thầy làm miễn phí luôn chứ không nhận tiền. Như dự án Việt Sử Kiều Hùng chẳng hạn, thầy là người đồng hành cùng các bạn từ đầu mà không nhận một đồng nào. Vừa rồi dự án được nhiều người biết tới ủng hộ, các bạn mang tiền đưa cho thầy,

thầy trả lại luôn: "Tụi bây đừng có hạ nhục thầy. Ngay từ đầu thầy đã cho tụi bây thì không có lý gì giờ lấy tiền hết, dành tiền đó làm những chuyện khác". Đối với thầy, tiền bạc tuy quan trọng, nhưng cái quan trọng hơn là lòng tự trọng, là sĩ diện của mình. Với dự án làm phim về lịch sử Việt Nam có ý nghĩa như vậy, thầy không bao giờ lấy tiền.

Tuy thế, không vì tình trạng phá giá thị trường hiện nay mà mình bị quan. Đối với thầy, nghề lồng tiếng rất cao quý, không thua kém bất cứ ngành nghề nghệ thuật nào khác, chỉ là vô tình những con người có suy nghĩ nông cạn làm nó rẻ rúng đi. Với công ty của mình, thầy đã phải đổi hướng từ lâu để tránh rơi vào cái bẫy phá giá: Đạt Phi Media tập trung làm những dự án lồng tiếng cao cấp. Để so sánh, ví dụ với phim bộ thông thường, một diễn viên lồng tiếng làm một tập phim 45 phút chỉ được từ 100 - 130 ngàn đồng, mà phải thể hiện đủ loại: hỉ, nộ, ái, ố, gào thét, thương vay khóc mướn,... Trong khi làm phim điện ảnh nước ngoài, tùy vào vai mà cát-sê của một tập 45 phút có thể từ hơn 1 triệu tới vài triệu đồng. Khi lồng tiếng giá cao, như cho các dự án quảng cáo chẳng hạn, diễn viên chỉ chuyên tâm vào một vai, đương nhiên sự tập trung và nỗ lực của họ

sẽ cao hơn, và chất lượng sản phẩm cũng vậy.

Thầy luôn đặt giá trị chất lượng lên hàng đầu để khi người ta nghĩ đến số 1 ở Việt Nam là nghĩ tới Đạt Phi Media. Đó là cách thầy bảo vệ công ty và những người học trò đi theo nghiệp của mình. Khi có những dự án khách cần tuyển diễn viên lồng tiếng, thầy thường giới thiệu cho các học trò mà không lấy bất cứ phí hoa hồng nào.

## Diễn viên lồng tiếng cần những gì?

Một bạn mới theo học thầy sẽ được đào tạo cơ bản trong vòng 3 tháng để nắm được những kiến thức tối thiểu nhất. Làm diễn viên lồng tiếng, có nghĩa trước hết bạn phải là "diễn viên", phải có năng khiếu diễn chứ không chỉ có mỗi chất giọng. Đừng nghĩ làm lồng tiếng chỉ đọc theo kịch bản có sẵn: lúc đứng lồng tiếng, bạn phải diễn theo nhân vật, nhiều lúc là gào khóc, tự cắn, tự làm đau mình,... để biểu cảm đạt nhất. Trong vòng kiểm tra đầu vào, nếu các bạn chỉ đọc mà không có cảm giác gì cả, vậy là bạn không có tố chất rồi.

Nhiều người nghĩ làm diễn viên lồng tiếng chất giọng phải đẹp lung linh,

thực ra không phải. Chất giọng càng xấu lại càng hấp dẫn. Ví dụ, một giọng khàn, đặc, có phần gắt gỏng có khi lại là một giọng đọc rất độc. Giọng đẹp không bằng giọng độc. Giọng độc có thể làm được rất nhiều loại nhưng giọng đẹp chỉ có thể làm một thứ thôi. Ví dụ, trong phim Mỹ hay có nhân vật các anh da đen xăm trổ, giọng của họ đâu có đẹp mà sao nghe vẫn hay? Chỉ những bạn nói giọng lẫn lộn giữa các vùng miền mới không thể theo nghề mà thôi.

Ngoài chuyện năng khiếu diễn hay chất giọng đạt chuẩn, bạn còn phải trau dồi thêm kiến thức xã hội, văn học, điện ảnh,... nói chung là liên tục nâng tầm tri thức. Khi đọc sách, xem phim nhiều, bạn sẽ hiểu được tính cách của từng nhân vật, từng con người, từ đó, lúc đọc văn bản/nội dung, bạn sẽ biết cách thể hiện như thế nào cho hay và có chiều sâu. Lúc nào nhà hơi, lúc nào nhấn nhá; lồng phim bộ thì sao, lồng phim điện ảnh như thế nào, lồng hoạt hình lại khác gì,...

Bạn thắc mắc rằng đến khi già thì còn làm lồng tiếng được không? Thật ra cái gì cũng vậy, nhan sắc hay giọng nói cũng không ở với ta mãi mãi. Tuy nhiên thể mạnh của giọng nói là nó luôn ở lại với bạn ở một mức độ nhất

định nào đó. Như thấy hiện giờ đã già rồi, nhưng khi mở giọng nói chuyện nếu nghe qua thiết bị âm thanh nhiều bạn nghĩ thấy chỉ khoảng 30 tuổi. Muốn có được giọng nói "chậm già" và khoẻ hơn thì bạn phải biết bảo vệ nó bằng cách ăn uống, sinh hoạt điều độ. Với thấy việc uống cafe, hút thuốc lá, nhậu nhẹt bia bọt,... là rất xa xỉ, bởi vì cái giọng nó thương mình thì mình cũng phải thương nó. Thật vậy, tới giờ dù đã 53 tuổi nhưng thấy cảm thấy mình còn đang làm tốt hơn thời tuổi trẻ - cũng cầu trời mong là qua bên kia sườn dốc rồi thì cái giọng vẫn theo mình đến cuối đời, mà nếu không làm giọng trẻ 30 tuổi nữa thì làm giọng ông già 70, 80 tuổi cũng được! Khi theo nghề này thấy cũng đã nghiên cứu rất kỹ, phải chọn cái nghề mà lúc về hưu mình vẫn làm được, vì với thấy thì không có khái niệm về hưu.

Nghề này thú vị như vậy đó mà cho đến giờ ở Việt Nam không nơi nào dạy. Trong tương lai, thấy muốn tạo ra một học viện để đào tạo mọi người về giọng nói chứ không chỉ riêng lồng tiếng: Từ MC cho tới diễn viên kịch nói, diễn viên điện ảnh,... đều có thể sử dụng giọng nói của họ để đóng phim, lồng tiếng, quảng cáo,... và trở thành những người đa-zi-năng hơn. Ở nước ngoài, diễn viên rất giỏi, họ có thể làm được rất nhiều lĩnh vực

nghệ thuật khác nhau, trong khi đó ở Việt Nam diễn viên đóng xong cần có người lồng tiếng hộ. Thấy nghĩ đó là một thiếu sót của thị trường này mà thấy muốn thay đổi.

## **Dù làm gì, hãy toàn tâm, toàn ý**

Hiện nay, công việc lồng tiếng với hầu hết các bạn trong nghề ở Việt Nam giống như lính đánh thuê, làm theo dự án, thời vụ nên chưa được thuận lợi. Đó cũng là trăn trở của thấy. Thấy khó lòng "một tay che cả bầu trời", chỉ có thể hỗ trợ và giúp đỡ những bạn trong "lãnh địa" của mình mà thôi. Ngoài kia còn rất nhiều anh em khác đang mưu sinh cực khổ, phải làm công việc này với thu nhập rất thấp. Tuy nhiên, nghề lồng tiếng trên thế giới lại rất nhiều tiềm năng, thu nhập tốt, nên thấy hy vọng một ngày nào đó, công việc này sẽ được nhìn nhận tốt hơn ở trong nước. Thấy khuyên các bạn nên có một công việc khác để không phụ thuộc tài chính vào việc lồng tiếng, như vậy các bạn mới có thể sống tốt và giữ được giá trị của nghề. Các bạn học trò đi theo thấy thường đã có công việc ổn định và coi lồng tiếng là nghề tay trái, là một đam mê: có người thậm chí làm công an, lái xe, làm ngân hàng,...

Tuy vậy, mình không thể hoàn toàn đổ lỗi cho xã hội mà phải nhìn nhận lại bản thân: Ta đã đủ giỏi đến mức mọi người cần mình chưa? Khi yếu mà bước ra gió, bạn dễ dàng bị người khác vùi dập. Nếu bạn định vị chất lượng thấp, những đơn vị giá rẻ sẽ tìm đến bạn. Bản thân thấy chưa bao giờ có ai trả giá thấp: những người muốn mời thầy thì đầu tiên họ phải chấp nhận được mức giá cao cái đã. Khi mình thật sự giỏi thì không ai chèn ép được.

Thế hệ trẻ bây giờ có lợi thế về công nghệ. Một giọng đọc đôi khi bình thường nhưng khi vô máy móc được “mông má” lên nghe long lanh hơn. Công nghệ cùng Internet giúp các bạn làm mọi việc nhanh chóng, tìm kiếm thông tin hay kiến thức cũng dễ

dàng hơn nhiều. Nhưng nó là con dao 2 lưỡi, vì nó khiến chúng ta lưỡi nhác và không khổ luyện. Thầy rất ngưỡng mộ các bạn trẻ, có những bạn rất giỏi và thông minh về ngành nghề này, nhưng bởi các bạn ôm đồm nhiều việc quá nên chưa trở nên xuất sắc.

Nếu có một lời gì gửi gắm tới các bạn – thầy tin rằng làm gì cũng vậy, không chỉ riêng lồng tiếng – đó là 4 chữ: *toàn tâm, toàn ý*. Từ những ngày còn là một cậu trai trẻ “chân chạy” trong NVHTN tới giờ, dù làm bất cứ việc gì thầy đều toàn tâm toàn ý. Khi các bạn theo đuổi một nghề, hãy theo đuổi cho thật giỏi, thật đặc sắc, chắc chắn nó sẽ nuôi sống bản thân bạn. Thầy chiêm nghiệm về cuộc đời mình thì thấy bản thân đã làm tốt điều đó, và nó xứng đáng. ■

**KHI CÁC BẠN THEO ĐUỔI  
MỘT NGHỀ, HÃY THEO ĐUỔI CHO  
THẬT GIỎI, THẬT ĐẶC SẮC, CHẮC CHẮN  
NÓ SẼ NUÔI SỐNG BẢN THÂN BẠN.**

# NHỮNG THUỐC PHIM ĐEN TRẮNG *trong* THẾ GIỚI NGẬP MÀU SẮC

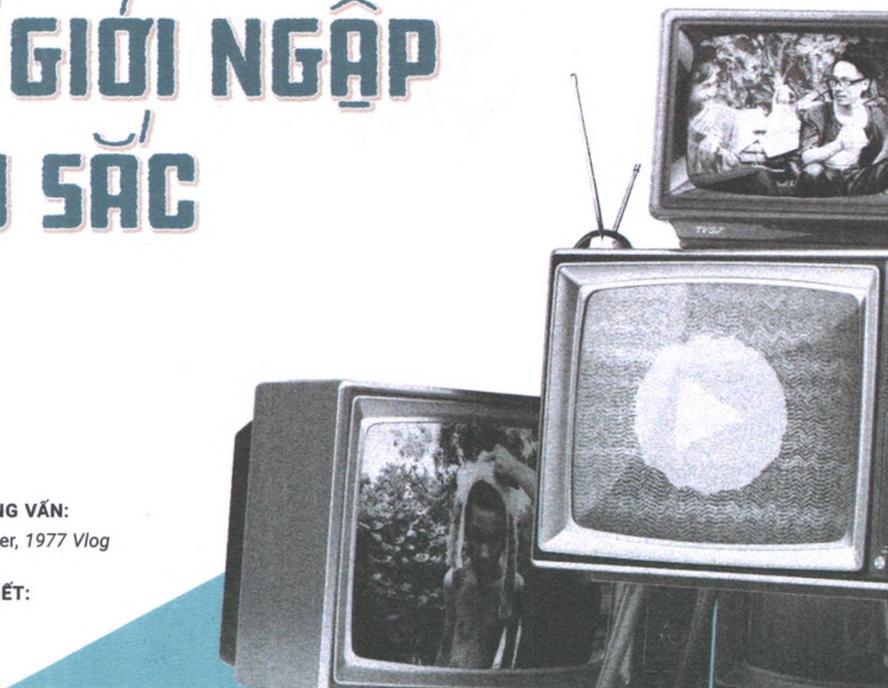


**KHÁCH MỜI PHÒNG VẤN:**

Trung Anh, YouTuber, 1977 Vlog

**BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:**

Ban biên tập



↳ 30/8/2019, một video đen trắng với lối kể chuyện rất hài hước, duyên dáng mang tên “Spoil phim mới Cậu Vàng cực mạnh (Cậu Vàng Trong Vai Chó Shiba)” ra đời và vụt sáng trở thành hiện tượng mạng xã hội cùng cái tên 1977 Vlog. Sau bước “chạy đà” thành công, 1977 Vlog tiếp tục dựa vào các tác phẩm văn học nổi tiếng, sản xuất những video “lên án” hiện thực xã hội, kể nhiều câu chuyện xoay quanh cuộc sống,... Chủ nhân của những thước phim này là hai anh em sinh đôi Trung Anh và Việt Anh.



Quảng thời gian xây dựng 1977 Vlog, tôi nhớ một lần mình và Việt Anh thức đến 1 - 2 giờ đêm, hai đứa cầm ô ra giữa trời mưa lớn, đứng đợi sét đánh chỉ để có một cảnh quay đẹp. Hay, có những buổi tối mùa hè nóng 39 - 40 độ, chúng tôi quay trong một ngôi nhà hoang, không đèn, thắp 4 cây nến xung quanh, mồ hôi ra như tắm. Dù vậy, đa phần các buổi quay chúng tôi đều cười rất nhiều, cười đến chảy nước mắt. Đó là những kỉ niệm rất vui, rất hay mà chúng ta chỉ có thể cảm nhận khi làm điều mà mình yêu. Nhưng để hưởng cái thú được sống trong những kỉ niệm đẹp ấy, chúng tôi đã bước qua một hành trình tương đối dài...

### **Nghệ thuật - Sáng tạo: Không thể trông chờ “mã gen”**

Hồi xưa, thời chưa có mạng Internet, gia đình lại không thuộc hàng khá giả, chúng tôi rất ít khi được xem những thứ giải trí, những nội dung mới lạ và càng không có cơ hội động đến game. Thứ duy nhất chúng tôi có là sách. Không phải sách truyện thiếu nhi với hình ảnh họa tiết sống động, mà là sách lịch sử, văn học,... Chính điều đó đã hình thành trong chúng tôi sự thích thú đối với văn hoá, văn học Việt Nam.

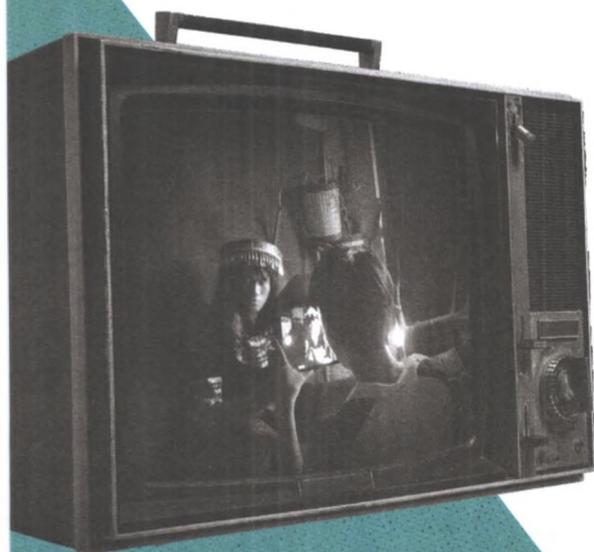
Lên cấp 2, câu hỏi: “Sau này mình sẽ làm gì nhỉ? Mình sẽ trở thành người như thế nào?” bắt đầu xuất hiện. Thời điểm ấy, tôi và Việt Anh là hai cây hài của lớp. Chúng tôi hay trêu đùa các bạn, trở thành một nhân tố vui vẻ trong lớp và đi đầu các phong trào. Với đặc điểm tính cách này, chúng tôi “nuôi mộng” trở thành diễn viên, ước mơ làm ra những bộ phim giải trí vui vẻ cho mọi người. Chúng tôi phát huy khả năng bằng cách tham gia các vở kịch của lớp, của trường.

Thú thực, từ cấp 2 lên cấp 3, chúng tôi học không giỏi lắm vì không tập trung. Tuy nhiên, chúng tôi luôn cảm nhận được sợi dây kết nối giữa mình và văn học - nghệ thuật. Chúng tôi có thể viết ra những vở kịch, cảm thấy nó hay và sẵn sàng diễn trước mọi người. Hồi lớp 8, tôi từng tự viết kịch bản cho một vở kịch đóng cùng các bạn trong lớp và đạt giải nhất trường. Mọi người bắt đầu dành cho tôi những lời khen: "Uầy, ai viết vở kịch này đấy?", "Hay đấy nhỉ?!",... Từ ấy, trong đầu chúng tôi nhen nhóm hình ảnh mình sẽ theo con đường viết kịch, diễn xuất.

Muốn làm một nghề cho giỏi, chúng ta phải hiểu về nó một cách rõ ràng. Vậy nên, mỗi khi xem 1 đoạn phim, 1 video, tôi thường ngay lập tức tư duy, học hỏi phong cách, cách làm của người ta để tích lũy kiến thức. Tôi thường nảy ra ý tưởng cụ thể về một bộ phim sử dụng các chất liệu vừa thu thập được. Quá trình đó vừa là cách tôi giải trí, vừa là cách tôi trau dồi, học hỏi ngay từ khi còn trẻ.

Rồi kỳ thi Đại học đến, đam mê của chúng tôi bắt đầu "va chạm" thực tế. Lựa chọn thi trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh (SKĐA) là một cú đánh đổi, một pha đánh cược. Vì lựa chọn thi năng khiếu ở trường SKĐA đồng nghĩa với việc chúng tôi phải từ bỏ buổi thi các môn văn hoá để vào trường Đại học khác. Nhưng pha cược đó sai rồi! Chúng tôi không đáp ứng đủ những tiêu chí của trường SKĐA nên thất bại.

Trượt Đại học, chúng tôi có một năm ở nhà, rồi nổi sợ thất bại cứ len lỏi và lớn dần lên. Suy nghĩ này sẽ xuất hiện trong tiềm thức của bất cứ ai vì chúng ta đều mong muốn được mọi người công nhận và sợ bị chê bai. Mong muốn ấy càng mãnh liệt hơn ở những người làm nghệ thuật. Nhưng mong muốn mãnh liệt bao nhiêu, ta càng sợ thua bấy nhiêu. Điều đó cộng với sự



phản đối từ gia đình, họ hàng, nhiều người khuyên răn “làm gì cũng phải có gen”, “nhà mình không có ai theo nghệ thuật” khiến chúng tôi bắt đầu mù lòng và quyết định thi vào Đại học Thăng Long.

Đâu đó trong sự bướng bỉnh của mình, tôi nghĩ, nếu theo họ hàng mình thì người đầu tiên làm nghệ thuật là dòng họ nào? Phải chăng là họ khi? Tôi nghĩ khi chắc không biết làm nghệ thuật. Mọi con đường mình đều phải tự đi thôi, không thể trông chờ vào “bộ mã gen” của mình hay bất kì ai. Hiểu như vậy nhưng chúng tôi vẫn tạm đi theo con đường học tài chính - ngân hàng ở trường Đại học vì muốn bố mẹ yên lòng một chút. Học 1 - 2 năm, chúng tôi vẫn đinh ninh mình sẽ vào làm ngân hàng sau khi tốt nghiệp. Bất ngờ, câu lạc bộ kịch nói của Đại học Thăng Long được đỡ đầu bởi Nhà hát Tuổi Trẻ ra đời, “cắt ngang” dự định kia. Chúng tôi tham gia câu lạc bộ và may mắn được làm thành viên nòng cốt tạo ra những vở kịch, những sản phẩm trình diễn trong các ngày hội quan trọng của trường như chào khóa mới, đón tân sinh viên,... Mỗi buổi diễn trước 700 - 1000 người, cả hội trường bùng nổ tiếng cười, tiếng vỗ tay, tiếp thêm sức mạnh cho chúng tôi tự tin mình có thể làm nghệ thuật.

Lúc này, chúng tôi đang dừng lại ở mức “tự tin hơn một chút” thì mạng xã hội bắt đầu phát triển. Chúng tôi biết đến những vlog của anh JVeveermind, nhiều người khen anh làm hay. Chúng tôi nhận thức được bản thân có thể làm hay như thế, nhưng nỗi sợ thất bại đã ngăn cản hai đứa bắt đầu.

Ra trường, ý định làm nghệ thuật vẫn nung nấu. Nộp khóa luận, chuẩn bị thi tốt nghiệp, chúng tôi được bố mẹ dặn cố gắng xin một “chân” vào ngân hàng. Nhưng khi lướt tìm việc trên mạng, tôi lại tìm những công việc liên quan nghệ thuật, có lẽ do trái tim mách bảo. Tôi nộp CV vào một công ty hài sitcom. Vốn sẵn kinh nghiệm viết kịch bản ở trường Đại học, tôi được nhận. Tôi vui thích nghĩ: “Ôi, thế này mình chả hiểu những thứ học ở Đại học trước nay dùng làm gì?”. Nhưng công việc cũng không thỏa mãn hoàn toàn đam mê vì tôi chủ yếu làm trên những format của người khác. Công việc ổn nhưng tôi bứt rứt, khó chịu vì không được làm điều mình thích. Oái oăm thay, tôi vẫn không chịu làm điều mình thích mà tiếp tục “loanh quanh” ở nhiều công ty khác thêm một thời gian nữa.

Đến một ngày, tôi chuẩn bị lấy vợ (yêu nhau 6 năm rồi mà). Nhưng trong tay thiếu tiền, tôi thấy bản thân không

làm được gì nên hỗn cả. Cuối cùng, tôi nghĩ: "Mình cũng già rồi, sợ thất bại đến bao giờ nữa, thôi cứ làm clip, ai khen, ai chê cũng chấp nhận." Thời điểm ấy, những thước phim Phía trước là bầu trời cùng nhân vật chị Nguyệt thảo mai đang "gây bão" mạng xã hội với câu nói: "Em đã làm gì có người yêu, em còn đang sợ ế đây này". Chúng tôi thấy mọi người hứng thú với phim ngày xưa như vậy nên quyết định làm một tập vlog, về những lát cắt cuộc sống nhưng theo phong cách đen trắng, giống như một chiếc bình cũ và bạn đổ rượu mới vào vậy.

Chúng tôi làm được phân nửa thì Việt Anh bị bệnh, phải mổ, việc quay clip bị gián đoạn. Khi Việt Anh ra viện, câu chuyện con chó Shiba và cậu Vàng xuất hiện. Chúng tôi quyết định lao vào chủ đề hot này luôn (nó cũng liên quan đến thể loại văn học mình thích). Video này được mọi người đón nhận vượt xa kỳ vọng của chúng tôi. Chính việc yêu mến, thích thú mảng văn học, phê phán những thói hư, tật xấu trong xã hội khiến chúng tôi quyết định hướng đi của mình là những thước phim về văn học. 1977 Vlog ra đời và vụt sáng như thế.

Cái tên 1977 Vlog vốn chẳng có ý nghĩa gì sâu xa. Ban đầu, chúng tôi muốn chọn một năm xưa xưa, không

có sự kiện gì trọng đại để đặt tên kênh. 1977 Vlog cũng chỉ là một cái tên này ra trong đầu chúng tôi giữa rất nhiều ý tưởng khác như Trung Việt Vlog, Trung Việt TV,... Hôm ấy, 8 giờ đăng video, 7 giờ chúng tôi mới bắt đầu nghĩ tên kênh. Đến giờ đăng video, chúng tôi quyết định không nghĩ nữa, lấy đại tên 1977 Vlog. May mắn, chúng tôi có thể gắn cho 1977 ý nghĩa đúng với hành trình của mình. Đó là: 1 ước mơ; 9 năm theo đuổi (từ lúc vào Đại học cho đến khi chúng tôi ra tập vlog đầu tiên); Hai số 7 là hai "anh em sinh đôi" chúng tôi. Nói vui là hai kẻ thất bại trong mắt người khác và trong mắt chính mình.

## **Bắt đầu từ những thứ giản đơn nhất**

Có một sự thật không (chưa) đổi, đó là ngày xưa chúng tôi quay phim như thế nào thì đến bây giờ vẫn vậy. Chúng tôi bắt đầu bằng một chiếc iPad đã "te tua", chậm và "đơ đơ". Từ đầu, chúng tôi tự hỏi liệu mình có cần mua máy xịn, mua đèn,... trang bị đầy đủ như các studio? Suy nghĩ đó ngay lập tức bị dập tắt. Chúng tôi nhận thức được mình là người mới bước vào nghệ thuật, sáng tạo nội dung, nên điều quan trọng nhất vẫn là nội dung, cá tính của mình. Nếu

vậy, làm video bằng gì cũng được. Chúng tôi cứ thế lấy máy tính bảng ra quay, thậm chí còn không trang bị thiết bị chống rung. Cả nhóm quay có 3 người, tôi, Việt Anh và Tân. Nếu bạn để ý, trong mọi cảnh quay của 1977 Vlog chỉ xuất hiện 2 người, vì một người đang... đứng quay. Trong nhóm, ai cũng có thể quay và nghĩ ý tưởng, dù chưa từng học qua trường lớp về văn hoá - nghệ thuật, hay học quay phim, diễn xuất, viết kịch bản.

Cụ thể, Tân – cậu nhóc sinh năm 2000 – mới lên Hà Nội thi Đại học, chân ướt chân ráo chưa biết gì và được chúng tôi gọi vào team làm vlog. Trước đó, chúng tôi đã rủ bạn bè nhưng ai cũng kêu bận, có mỗi thằng này nó rảnh. Vậy là Tân bắt đầu với vai cậu Vàng. Quay với Tân rất vất vả, một cảnh quay phải mất đến 30 phút. Một ngày quay mấy tiếng, Tân chỉ được một vài cảnh và chúng tôi phải sửa đi sửa lại. “Vũ khí” mạnh nhất của chúng tôi là kiên trì và kiên nhẫn. Chúng tôi rất kiên nhẫn với Tân. Những thước phim bạn xem thấy Tân diễn duyên thế, nhưng thật ra chúng tôi đã phải quay mấy chục cảnh để chọn được một cảnh.

Quay tập đầu, chúng tôi dùng chiếc iPad cũ, trang phục là mấy bộ đồ của bố, quần áo từ hồi học sinh, đạo cụ có mấy chai nước, bao thuốc. Thậm

chí, chúng tôi không viết kịch bản trước, nghĩ gì quay đó. Quay xong về nhà dựng, lồng tiếng, xem lại, chưa hay, tiếp tục quay, sửa. Vlog đầu tiên “Spoil phim mới Cậu Vàng cực mạnh” vốn chúng tôi không có đoạn kết cụ Hạc trở thành đại gia mà chỉ dừng lại ở sự đau buồn của cụ Hạc. Chúng tôi thấy như vậy thiếu bất ngờ và bình thường quá. Nếu cụ Hạc bán cậu Vàng được 5000 đô thì cụ trở thành người như thế nào? À! Cụ phải trở thành đại gia, trở thành VIP.

Khi mới làm, chúng tôi nghĩ cố gắng đến Tết được nút bạc. Nhưng mọi thứ đến rất nhanh, nút bạc đến với 1977 Vlog sau 2 clip, và qua 4 clip thì nút vàng cũng về tay (tất cả chỉ trong khoảng tháng rưỡi). Chúng tôi thấy mọi tính toán khi mình chỉ là những người chập chững vào nghề hoàn toàn sai. Khi đã có được những thành công nhất định, bạn sẽ có tư duy khác hẳn lúc trước.

Kể ra chuyện này, tôi muốn nói chúng tôi là những người nghiệp dư, chỉ sử dụng những thứ đơn giản nhất để đứng lên trên con đường nghệ thuật và vẫn được mọi người công nhận. Tôi nghĩ câu chuyện của nhóm mình có thể truyền cảm hứng cho mọi người.

Ban đầu, chúng tôi chỉ định “nuôi” 1977 Vlog thành một kênh YouTube thực sự hay, hấp dẫn và đặc biệt. Tuy nhiên, dần dần, chúng tôi nghĩ mình sẽ phải làm nhiều hơn thế. Chúng tôi muốn, khi nghĩ đến 1977, mọi người sẽ nghĩ đến một luồng văn hoá của những người yêu văn học, các giá trị lâu bền với những câu chuyện ngày xưa pha chút hiện đại. Bên cạnh đó, chúng tôi cố gắng mang đến không gian giải trí đa phương tiện, đa phong cách hơn. Chúng tôi hướng đến tạo ra một hãng phim hoặc một hãng truyền thông, tiến đến làm những bộ phim quy mô lớn hơn. Hiện nay, rất nhiều web drama đã ra đời và ngày càng phát triển. Đặc biệt, mọi người càng ngày càng yêu thích những thứ đơn giản, nhẹ nhàng. Đó là cầu nối để chúng tôi bước từ những tập vlog vào thế giới điện ảnh chúng tôi hằng mong muốn.

## **“Sợ chỉ đồ” trong sáng tạo nội dung**

Khi làm 1977 Vlog, chúng tôi parody lại những tập phim đen trắng đã có từ trước. Điểm khác biệt là chúng tôi hòa quyện hai yếu tố: giọng kể đậm chất xưa và những sự kiện, thông tin nóng hổi trong xã hội hiện tại. Chúng tôi luôn cố gắng kể một cách hay nhất,

êm ái nhất, “ngày xưa” nhất để khán giả cảm thấy hấp dẫn ngay từ phần âm thanh, đảm bảo truyền tải những nội dung mọi người muốn nghe/nên nghe/cần nghe. Nhạc sĩ Trần Tiến có câu nói mà tôi rất thích, đại ý là thông điệp đã có quá nhiều, khán giả không cần nghe thông điệp nữa, chúng ta cứ làm hay thôi. Đôi khi, khán giả chỉ cần xem một tập vlog và cười vui vẻ thôi. Đó là cách làm đơn giản nhất để hướng đến thành công.

Tuy nhiên, ngoài giải trí, 1977 Vlog còn muốn hướng khán giả đến những điều hay lẽ phải. Chúng tôi lồng ghép vào sự hài hước những thông tin xã hội quan tâm. Ví dụ, chơi hụi, chơi họ có một thời đã làm bao gia đình tan nát nhưng không ít người vẫn rơi vào hoàn cảnh tương tự. Ngay lập tức, chúng tôi nghĩ mình cần phải giúp nhiều người tiếp cận được những thông tin đó bằng cách hài hước, dí dỏm thay vì “ném ra” hàng loạt nội dung khô khan. Vậy là tập phim chỵ Dậu ra đời, mở đầu bằng câu nói: “Gần đây, chơi hụi, chơi họ đã khiến bao người lâm vào cảnh lâm than”. Chúng ta luôn luôn phải đứng giữa hai lần ranh: của bản thân và của khán giả. Hãy làm cho cả ta và khán giả đều thích xem những nội dung mình muốn truyền tải.

Nhiều ý kiến trái chiều cho rằng những video của 1977 Vlog làm cái nhìn của giới trẻ về các tác phẩm văn học kinh điển bị sai lệch. Tôi nghĩ ý kiến này có phần đúng. Nhưng mỗi nội dung trên mạng đều hướng đến một nhóm đối tượng cụ thể. Khán giả xem những nội dung không dành cho mình có thể dẫn đến cái nhìn sai lệch. Chúng ta đâu thể cho những đứa bé xem Deadpool? Nếu chúng hiểu được hết những câu đùa, cảnh đùa, xem hết những cảnh máu me trong phim đó, chúng sẽ có cái nhìn sai lệch về cuộc sống. Tương tự với video của 1977 Vlog, các bạn quá bé, chưa đủ nhận thức, bậc học dưới cấp trung học phổ thông không nên xem vì các bạn còn chưa hiểu thế nào là đùa, là hài. Khi các bạn trưởng thành hơn, vững vàng hơn trong việc tiếp nhận nội dung, các bạn sẽ không nhìn sai lệch về câu chuyện hay văn học. Ngược lại, các bạn sẽ có thêm những ý tưởng mới, phá vỡ mọi khuôn khổ. Nếu chúng ta cứ khẳng định văn học phải là A hay là B, chúng ta đang đi theo lối mòn. Ở trường, chúng ta học phân tích thơ, văn chỉ để thầy cô chấm điểm. Đó là những ý nghĩ, cảm xúc được người khác sắp đặt sẵn. Qua mỗi tập vlog, chúng tôi muốn khuyến khích mọi người hãy nghĩ khác đi, làm khác đi, hãy lấy cảm nhận của bản thân để thể hiện nhận thức, cá tính của mình

với những vấn đề xã hội. Chúng tôi thay đổi các cốt truyện, nhưng không thay đổi văn học. Kẻ xấu vẫn mãi là kẻ xấu và người tốt vẫn sẽ làm điều tốt. Chúng tôi giữ lại những giá trị cốt lõi của tác phẩm.

Khi làm nội dung, các bạn nên chú ý giữ gìn những giá trị cốt lõi trong cuộc sống. Có không ít bạn bất chấp, dùng đủ mọi phương cách để làm nội dung kiếm tiền. Nhưng nó chỉ mang tính nhất thời. Muốn đi đường xa và lâu dài, được mọi người yêu quý, bạn phải dựa trên giá trị cốt lõi của mình để sáng tạo nội dung.

**“Muôn đi đường xa và lâu dài, được mọi người yêu quý, bạn phải dựa trên giá trị cốt lõi của mình để sáng tạo nội dung.”**



## “Bay cao” nhưng đừng “mất xác”

Theo đuổi nghệ thuật, tôi nghĩ chúng ta cần 10% năng khiếu và 90% sự trau dồi. Nghệ thuật là lĩnh vực đòi hỏi bạn phải có năng khiếu, kể cả chỉ 1%, bạn cũng phải có nó đã. Tuy nhiên, năng khiếu nghệ thuật cũng có thể là 100% sự chăm chỉ. Hãy chăm chỉ đọc, chăm chỉ học, chăm chỉ tập luyện và chăm chỉ nhận thức – những điều ai cũng có thể làm – để tạo nên 1% năng khiếu của mình. Chúng ta có thể trau dồi bằng cách xem các bộ phim, nhìn ngắm cuộc sống,... Mọi thứ xung quanh đều có thể trở thành chất liệu sáng tạo. Bất gặp một cô bán hàng rong lúc 12 giờ đêm, bạn có ngay cảm hứng làm tập phim về những người lao động vất vả, đem cho đời những hình ảnh tốt đẹp. Tôi nghĩ sự yêu đời là cảm hứng lớn nhất của mình.

Tuy nhiên, bất kì người sáng tạo nội dung hay người làm nghệ thuật nào cũng phải đối mặt với vấn đề khai thác nội dung. Tất cả những thứ chúng ta làm sẽ dần trở nên nhàm chán vì mọi người xem những nội dung đó nhiều rồi, chúng ta lại không khai thác thêm được gì mới mẻ. Vậy nên, dù đã thành công, chúng ta không nên dễ dàng hài lòng với những gì mình đang

có, hãy luôn tiến đến làm những điều khác lạ hơn.

Thú thật, từ lúc làm 1977 Vlog, tôi chưa bao giờ cười một cách sung sướng, thoải mái và thấy mình “trên mây”. Tôi không để cho tâm trí mình “lơ lửng”, mà luôn “bám trụ” ở mặt đất, không tự phụ, cố gắng tạo ra cái mới để duy trì độ hấp dẫn cho 1977 Vlog. Tuy nhiên, các bạn còn trẻ, đừng có “gồng” nhiều. Tôi thấy tiếc quãng thời gian mình được mọi người vô cùng yêu mến nhưng đã đè nén sự hưng phấn ấy lại. Chúng tôi được giải WeChoice Awards, giải WebTVAsia, nhưng lúc ấy, tôi vô thức kìm hãm cảm xúc của bản thân. Trong khoảnh khắc được giải WeChoice, xung quanh ánh đèn flash của khán giả, giữa sân khấu lớn ngập tràn ánh sáng cùng tiếng hát của Đen Vâu, Bảo Anh, Chi Pu, Ngọc Linh – ca khúc dành tặng những người truyền cảm hứng – tôi không quá vui. Thực lòng, tôi nghĩ quá kìm nén cảm xúc như vậy cũng không tốt lắm. Khi làm nghệ thuật, chúng ta đừng ngại thể hiện cảm xúc. Khi biết điều khiến cảm xúc, ta sẽ dễ có cảm hứng, nảy ra những ý tưởng mới lạ hơn. Hy vọng, các bạn trẻ khi đọc được những tâm sự này hãy để cho bản thân được “bay cao” một chút. Chỉ cần đừng “bay cao”

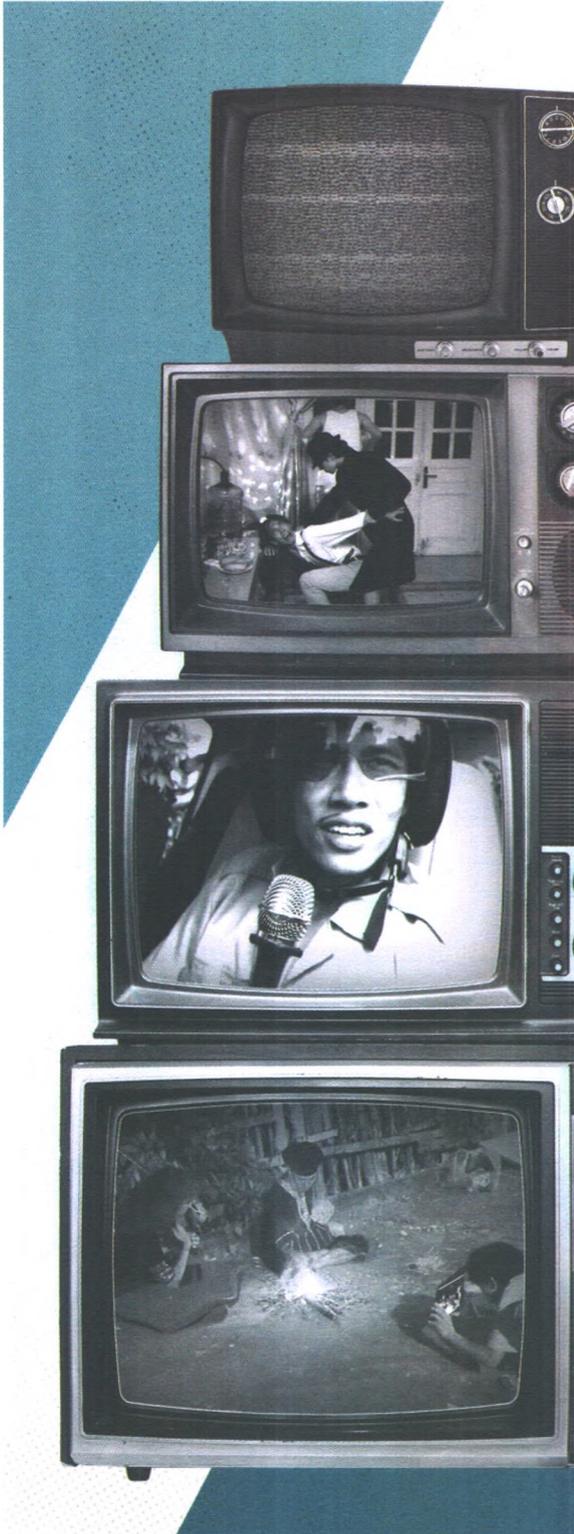
đến mức “mất xác”, tự phụ, kiêu ngạo là được. Bạn “bay” nhưng vẫn giữ sự khiêm tốn để nhận thức những điều cần thay đổi, hoàn thiện.

## Ảo tưởng khi làm YouTube

“Một tháng kiếm được mấy tỷ, mấy trăm triệu?”

Người ta hay hỏi như vậy vì nghĩ làm YouTube sẽ trở thành đại gia. Thực tế, việc sở hữu kênh YouTube từ mấy chục đến vài trăm nghìn người xem có đem lại thu nhập nhưng không đồng nghĩa bạn sẽ trở nên cực kỳ giàu có. Đó chỉ là một nguồn thu thụ động giúp cuộc sống của bạn thoải mái hơn thôi. Muốn có được nguồn thu từ YouTube, bạn phải chịu khó ra video (đừng “lười” ra clip mới như 1977 Vlog), 1 clip/tuần chẳng hạn, lượt xem sẽ đều hơn và tăng dần.

Ở trường hợp của 1977 Vlog, chúng tôi không kiếm tiền trực tiếp từ những video đăng trên YouTube. Chúng tôi luôn bám sát giá trị cốt lõi của mình, sản xuất những clip ý nghĩa, nói lên



những vấn đề xã hội và xây dựng uy tín trong những việc mình làm. Khi bạn luôn đi theo những giá trị đạo đức, giá trị xã hội, bạn không chỉ kiếm tiền từ YouTube mà còn trở thành người truyền cảm hứng, có tiếng nói trong cộng đồng của mình và kiếm tiền từ việc hợp tác với các nhãn hàng. Chúng tôi trở thành KOL<sup>(1)</sup> và có được doanh thu từ quảng cáo như chia sẻ, đăng ảnh trên fanpage, tham gia sự kiện, gameshow, làm MC gameshow,...

Ảo tưởng làm YouTube chỉ việc ngồi chơi xơi nước, kiếm tiền tỷ thì không có đâu. Kể cả 1977 Vlog, ai bảo tôi kiếm được tiền tỷ từ YouTube, tôi sẽ đi "mua súng". YouTube là nền tảng cho phép mọi người kiếm tiền qua những video đăng tải lên trang. Nhiều người làm YouTube không xác định trở thành KOL, người nổi tiếng, mà coi YouTube đơn giản là một cuộc chơi kiếm tiền. Vì kiếm tiền, người ta có thể làm nhiều chuyện, từ việc đăng lại sản phẩm đến "cấm cờ"<sup>(2)</sup> những nội dung của người khác để họ nổi lên. Thậm chí, họ đăng lại nội

dung của kênh chính chủ khác rồi quay ngược lại... báo cáo vi phạm bản quyền (điển hình như Tam Mao TV từng bị đánh bản quyền chính nội dung của mình, "bay" kênh và lao vào những cuộc kiện tụng). Suy cho cùng, YouTube là sân chơi mà chúng ta không có quyền phán xét bất kỳ ai. Thứ duy nhất có thể phán xét họ là tiếng nói của lương tâm.

Môi trường YouTube khắc nghiệt và đầy thử thách. Hãy tận dụng thử thách đó, biến nó thành ưu thế, tạo ra những nội dung chưa ai làm. Khi chúng tôi làm những video đen trắng, người ta bảo chúng tôi hâm, sao lại làm đen trắng vào thời buổi phim màu như hiện nay? Đôi khi, chúng ta phải đi ngược lại với đám đông, dám đi vào một thị trường ngách.

Tuy nhiên, đó chưa phải những ảo tưởng đáng sợ nhất. Đáng sợ nhất là các bạn ảo tưởng về nội dung của mình. Các bạn cho rằng bê công thức của ai đó vào nội dung của mình thì sẽ thành công. Nhưng không, các bạn đều sẽ thất bại. Để không đi vào vết

<sup>(1)</sup> Key Opinion Leader: Người dẫn dắt ý kiến

<sup>(2)</sup> Cấm cờ: YouTube cho phép các thành viên trong cộng đồng gắn cờ những nội dung họ thấy không phù hợp. Nhân viên của YouTube đánh giá các video bị gắn cờ 24 giờ mỗi ngày và các video vi phạm Nguyên tắc cộng đồng của YouTube sẽ bị xóa khỏi nền tảng. Các video không phù hợp với tất cả người xem trẻ tuổi sẽ được giới hạn độ tuổi người xem.

xe đồ này, bạn hãy bắt đầu từ con số 0 (như cách 1977 Vlog bắt đầu), đi từ từ, dần dần, trước khi nghĩ đến những điều lớn lao hơn.

### **Kết bạn với nhiều người hơn nữa**

Hiện tại, tôi hạnh phúc vì được làm công việc mình cực kì yêu thích, mỗi sáng thức dậy đều tươi cười. Thú thực, làm KOL cho tôi nhiều đặc quyền hơn, cuộc sống tốt hơn, gặp được nhiều người giỏi để học hỏi.

Trong bài viết này, tôi đã tâm sự khá nhiều. Và để khép lại, tôi có một lời

khuyên: Hãy làm bạn với nhiều người khác. Thực ra, việc kênh YouTube của bạn thu hút thêm người đăng ký, thêm người xem video, cũng gần như việc kết thêm bạn mới. Nói vậy, nhưng nếu ai không muốn làm bạn với mình, bạn không cần gượng ép. Việt Nam có hơn 90 triệu người, chúng ta không thể làm hài lòng tất cả. Bạn làm bạn được với 100 nghìn người – bạn có nút bạc, 1 triệu người – bạn có nút vàng và 10 triệu người – bạn có nút kim cương. Kết bạn với nhiều người nhất có thể, điều này sẽ giúp ích cả trong cuộc sống, cho bạn những mối quan hệ tốt đẹp hơn,... Biết đâu đấy, bạn sẽ quen và có một cô người yêu xinh gần bằng... vợ tôi. ■

**“Việc kênh YouTube của bạn thu hút thêm người đăng ký, thêm người xem video, cũng gần như việc kết thêm bạn mới. Kết bạn với nhiều người nhất có thể, điều này sẽ giúp ích cả trong cuộc sống, cho bạn những mối quan hệ tốt đẹp hơn,...”**



LIVE



# STREAMER

LÀM NHIỀU LÊN,

“NO” ÍT THỜI



KHÁCH MỜI PHÒNG VẤN:

Bomman, Streamer

BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:

Ban biên tập



LIVESTREAMING • LIVESTREAMING • LIVESTREAMING • LIVESTREAMING

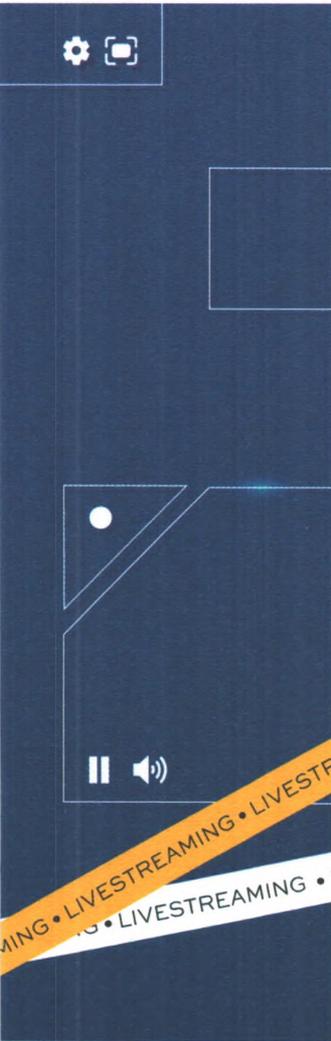
↳ Streamer là một trong những nghề “hot” đối với giới trẻ ngày nay, không chỉ vì mức thu nhập hứa hẹn, mà còn vì một lối sống vui nhộn, công việc tự do và sáng tạo. Nhưng đằng sau vẻ bề ngoài “việc nhẹ - lương cao”, là những nỗ lực lao động nghiêm túc không mệt mỏi trong hàng năm trời để có thể vươn đến đỉnh cao của nghề nghiệp.

## Lén lút chơi game, âm thầm làm nghề

Tôi đam mê chơi game từ nhỏ. Cả tuổi thơ là chuỗi ngày lén lút trốn bố mẹ ở quán net, cày nát những tựa game huyền thoại như CS 1.1 và AOE. Tất nhiên, ngày đó với tôi game chỉ là một sở thích không hơn không kém, chưa bao giờ tôi nghĩ nó có thể mở ra con đường sự nghiệp. Tôi vẫn học và ôn để đổ vào Đại học Bách khoa Hà Nội, khoa Công nghệ thông tin. Sở thích chơi game tạm gác lại để nhường chỗ cho việc học hành, với kỳ vọng sau khi ra trường tôi được nhận vào làm ở những công ty công nghệ lớn, ổn định như ước muốn của bố mẹ.

Khoảng thời gian đầu Đại học, tôi bị khủng hoảng về sức khỏe. Cuộc sống ở ký túc xá nhộn nhịp và đông đúc không ngừng, khiến tôi không thể ngủ được. Thiếu ngủ, tôi bỏ học liên tục, thậm chí bỏ cả thi. Việc học tập của tôi bị trượt dài, có những kỳ tôi trượt 5/6 môn. Tình hình bê bối kéo dài trong hai kỳ, tôi suýt bị đuổi học. Bố mẹ phải thuê nhà trọ bên ngoài cho tôi chuyển ra để đảm bảo giấc ngủ và việc học hành.

Khi ra ngoài ở riêng, được tự do và có chiếc máy tính làm bạn, tôi bắt đầu dành nhiều thời gian hơn để... chơi game. Vào năm cuối Đại học, tựa game CS: GO ra mắt, nâng cấp hoàn thiện và hấp dẫn hơn rất nhiều so với những bản trước đó. Tôi mê nó đến nỗi, ngày nào sau khi tan học, đúng vào tầm giờ tắc đường, tôi cũng lặn lội chạy xe 7km đến quán net để chơi với anh em. Hồi đó, cộng đồng người chơi CS: GO tương đối bé, và thường các quán net mới khai trương sẽ bỏ ra một số tiền nhỏ để tổ chức những giải đấu "ao làng", một cách làm marketing thu hút người biết đến quán. Tôi cũng tham gia và bắt đầu giành chức vô địch của một vài giải đấu nhỏ.



Sau một thời gian chơi game và đấu giải, tôi nhận ra thị trường đang thiếu những người đóng vai trò bình luận game, mà mình hoàn toàn đủ khả năng làm được việc này. Kể từ đó, mỗi khi có những giải “noob” dành cho các player trình độ thấp hơn, tôi và các anh em thử tổ chức bình luận giải theo phong cách tự phát và “bình dân”. Khi ấy, tôi mới ra trường và vừa xin được một công việc lập trình ở Hà Nội. Ban ngày tôi vẫn đi làm, tối thì chơi game, đấu giải, và đến đêm làm bình luận. Việc bình luận khi đó đối với tôi là một thú vui, không hề nhận được đồng lương nào cả. Tôi cũng không nghĩ nó sẽ đặt nền móng cho sự nghiệp caster của mình sau này. Cứ thế, trong suốt một năm, tôi chỉ được ngủ khoảng 3 - 4 tiếng mỗi ngày. Phòng trọ 11 giờ đêm là đóng cửa, trong khi việc bình luận toàn kéo dài đến khuya, 2 - 3 giờ sáng mới xong, nên tôi không về nhà mà lên công ty ngủ luôn trên bàn làm việc. Buổi sáng điện thoại báo 7 giờ là tôi phải bật dậy ngay, sợ đồng nghiệp và sếp đến bắt gặp.

Năm 2017, tôi được tham gia tổ chức một giải đấu rất lớn của Samsung trong Sài Gòn. Chứng kiến sự phổ biến và phát triển của game, tôi nhận thấy đây là cơ hội để mình đi theo con đường tổ chức và bình luận

giải đấu chuyên nghiệp. Tôi cùng các anh em bàn nhau lập studio riêng, và tất cả các thành viên phải cam kết dành toàn thời gian cho nó. Tôi xin nghỉ một ngày ở công ty để suy nghĩ về cơ hội này. Khi đó, công việc lập trình đối với tôi dần trở nên khó khăn và tương đối nhàm chán. Rất may, khi tôi chia sẻ về nguyện vọng của mình, các sếp (cũng chính là cậu mẹ tôi) đều rất thoải mái và hết lòng ủng hộ tôi đi theo đam mê. Cậu mẹ thậm chí còn hỗ trợ tôi 2 tháng lương trong thời gian đầu để tôi có thể trụ lại tại mảnh đất Hà thành.

Tôi bỏ việc mà không hề nói (không dám nói) cho bố mẹ biết. Bạn bè xung quanh cũng không tán thành công việc của tôi vì lương thưởng không đáng bao nhiêu, tương lai nghề lại vô cùng bấp bênh. Thời điểm đó, streamer và caster đều là những nghề rất mới, không chỉ ở Việt Nam mà còn trên thế giới. Khi tôi nói mình làm trong ngành thể thao điện tử (eSport), mọi người không hiểu tôi đang làm gì, chỉ nghĩ là tôi chơi game.

Đó là quãng thời gian tôi rất cô đơn trên con đường của mình, nhưng cũng là lúc tôi máu lửa nhất, cháy bỏng nhất, và sống thật nhất với đam mê. Phong cách bình luận của tôi khi ấy cũng rất khác bây giờ, rất

hiệt huyết, rất phóng khoáng, chửi bậy rất nhiều và không bao giờ lộ mặt trên webcam. Tôi không cần được ai trả tiền, cũng không mong cầu sự nổi tiếng, không cần ai biết đến mình. Những sự kiện đầu tiên chúng tôi làm thu hút khoảng 1000 người xem trên Twitch<sup>(1)</sup> – con số khá ấn tượng đối với những giải đấu không lớn (và còn làm bằng tiếng Việt). Dần dần, chúng tôi càng ngày càng đạt được lượng người xem cao hơn. Đây cũng là lúc tôi bắt đầu thử livestream mỗi khi chơi game, để được giao lưu với những người cùng sở thích. Tôi thấy mình cũng... có duyên, nên mỗi lần livestream đều có lượng người xem khá ổn định. Mọi người yêu quý phong cách của tôi, dành cho tôi sự ủng hộ về mặt tinh thần cũng như vật chất thông qua những khoản donate.

Khoảng thời gian đầu, studio hoạt động tương đối thuận lợi, các hãng vẫn đầu tư nhiều, rót tiền để làm giải, giúp chúng tôi duy trì nguồn doanh thu ổn định. Tuy nhiên, qua thời gian, nguồn tiền đầu tư của các hãng cũng giảm, mọi thứ dần trở nên khó khăn và mù mịt. Lúc ấy, mỗi khi đi gặp bạn bè, nói chuyện về công việc, ai ai cũng có mức thu nhập mười mấy triệu một tháng, mà tôi vẫn đang còm cõi sống

qua ngày với đồng lương 5 triệu (cộng thêm vài triệu tiền donate của người xem), tôi cảm thấy hoang mang. Tôi nhớ mãi lần thuê trọ ở một mình, tiền nhà cửa, điện nước đã chiếm nửa tiền lương, mà tháng đó tôi còn chi tiền cho một chuyến du lịch, thành ra chưa hết tháng đã hết tiền. Tôi căng thẳng cực độ, đến mức đi gặp anh em chơi game mà mặt mũi cứ đỏ ửng vì nghĩ cách... kiếm tiền. Cuối cùng, tôi phải đi vay bạn ít tiền sống qua tháng, và ngay lập tức dọn khỏi nhà trọ, chuyển vào ở chung với bạn để tiết kiệm tiền nhà. Thấy tôi như vậy, có người bạn đề nghị trả tôi 7 triệu/tháng về làm cho công ty của nó, mà theo lời nó nói là: "Còn tốt hơn chán cái trò chơi game lỏng bông của mày". Tôi đành "mặc cả", cho tôi thêm 6 tháng nữa theo đuổi ngành này, nếu không có bước chuyển gì mới, tôi sẽ từ bỏ.

Và bước chuyển này đến vào giữa năm 2018. Khi chúng tôi đang mấp mé bờ vực tan rã, Cybergame Vikings quyết định tiếp nhận cả đội chúng tôi về làm. Chúng tôi sẽ hoạt động như một phòng trực thuộc Vikings chứ không còn là studio riêng. Từ một studio nhỏ trong căn chung cư đi thuê, chúng tôi được chuyển sang văn phòng chuyên nghiệp ngay giữa

<sup>(1)</sup> nền tảng livestream được sở hữu bởi Twitch Interactive, một công ty con của Amazon.

trung tâm thương mại lớn, có một phòng bình luận riêng, một khu vực làm giải đấu, một khu vực theo dõi dành cho khán giả, cùng những máy móc đầu tư rất nhiều tiền,... Tất cả những ý tưởng trước đó chúng tôi muốn làm nhưng không có nguồn lực, bây giờ đều được hiện thực hóa. Khối lượng công việc cũng lớn hơn rất nhiều. Từ những nhân viên chỉ biết nhận việc, chỉ đầu đánh đó, chúng tôi dần được cân nhắc lên thành các trưởng ban, leader,... Với tiềm lực tài chính và sự dẫn dắt của Vikings, chúng tôi dần ổn định và xác định được định hướng công việc rõ ràng hơn. Chúng tôi hiểu những khó khăn lớn nhất đã ở lại phía sau rồi. Đó là lúc tôi quyết định nghiêm túc theo đuổi con đường caster và streamer chuyên nghiệp.

Tháng 8/2019, tôi bắt đầu ký hợp đồng với Facebook Gaming để trở thành một streamer chính thức. Khối lượng công việc của streamer và caster là tương đối nặng, KPI rất gắt gao, nên một ngày tôi phải làm mười mấy tiếng. Có những lúc tôi cảm thấy khá kiệt sức, thậm chí chẳng có thời gian mà tắm, cứ ngủ dậy là đến giờ đi làm, lên công ty chấm công. Nhưng nghĩ về quãng thời gian khó khăn từng trải qua trước kia, tôi cảm thấy chẳng gì có thể đè bẹp được mình cả.



Có những lúc tôi cảm thấy khá kiệt sức, thậm chí chẳng có thời gian mà tắm, cứ ngủ dậy là đến giờ đi làm, lên công ty chấm công. Nhưng nghĩ về quãng thời gian khó khăn từng trải qua trước kia, tôi cảm thấy chẳng gì có thể đè bẹp được mình cả.



## Nghề mới, khó khăn cũ

Xã hội ngày nay đang dần thay đổi cái nhìn về eSports, những nghề nghiệp trong lĩnh vực này được ghi nhận nhiều hơn. Để đưa ra khái niệm cụ thể về caster và streamer, có thể nói: nếu so sánh eSports với một môn thể thao truyền thống như bóng đá, thì caster chính là những bình luận viên (vai trò giống như các BLV Quang Huy, Quang Tùng,...); còn nghề streamer giao thoa giữa eSports, sáng tạo nội dung (content creator) và công nghiệp giải trí (showbiz), công việc là ngồi trước màn hình máy tính, chơi game và giao lưu với người hâm

mộ. Nghề caster giúp bạn phát triển chuyên sâu về chuyên môn nhưng mức lương cứng không cao, còn nghề streamer có tiềm năng mang lại cho bạn mức thu nhập hấp dẫn và sự nổi tiếng đi kèm.

Cụ thể hơn, lương cứng khởi đầu của caster khoảng 5 triệu/tháng. Sau một vài năm kinh nghiệm, bạn có thể đạt mức 9 triệu/tháng. Ngoài ra, khoản thu nhập gia tăng đến từ các công việc và hợp đồng bên ngoài sẽ phụ thuộc vào khả năng làm việc của bạn. Với nghề streamer, bên cạnh việc nhận lương theo hợp đồng với các công ty quản lý như Facebook Gaming, bạn còn có thể ký các hợp đồng quảng cáo trên Facebook hay YouTube. Tuy nhiên, dù nguồn thu đến từ đâu, bạn cũng phải chia sẻ doanh thu với công ty chủ quản của mình. Thông thường, bạn sẽ nhận khoảng 30 - 40% tổng doanh thu, còn công ty nhận 60 - 70% còn lại. Khoản thu lớn nhất của các streamer trên thực tế đến từ tiền donate, vì với khoản này, streamer được giữ lại 70 - 100%. Như vậy, bạn càng chăm chỉ sẽ càng có mức thu nhập cao, nếu không chỉ nhận lương cứng mà thôi.

Những thuận lợi của nghề streamer hẳn ai cũng nhìn thấy: một lĩnh vực hấp dẫn, đem lại sự nổi tiếng, thu

nhập và hào quang. Bên cạnh đó, do chưa được định hình rõ ràng, mảnh đất của streamer còn rất rộng lớn, các hướng phát triển tương đối thoải mái và rộng mở. Xét về nhu cầu thị trường, do eSport dần được công nhận rộng rãi và chính thống nên lượng người theo dõi eSport ở Việt Nam ngày càng tăng mạnh mẽ hơn. Cùng với sự lớn lên của thế hệ gen Z trong thời đại smartphone và công nghệ, kết hợp với sự xuất hiện của đại dịch Covid-19 đẩy mọi hoạt động lên thế giới online, việc xem streaming ngày càng trở thành hình thức giải trí được ưa chuộng. Sự tăng trưởng hấp dẫn của thị trường tiềm năng này cũng thu hút thêm vốn đầu tư từ nước ngoài.

Nhìn về những khó khăn, vì là một lĩnh vực rất mới, nên các khác biệt về văn hóa và sự thiếu thốn trong bảo hộ pháp lý là những cản trở rất lớn để streamer được phát triển đúng với tiềm năng và song hành với sự trưởng thành của thị trường.

Khó khăn thứ hai là việc đào tạo nhân lực streaming còn trắc trở. Hiện nay mới chỉ có OTA Network, đơn vị quản lý đội ngũ Facebook Gaming ở Việt Nam, là đang nhận đào tạo streamer. Tuy nhiên, thị trường ngành này vẫn trong giai đoạn phát triển, chưa có

gì bền vững, chưa có cá nhân hay tổ chức nào đủ năng lực để đảm bảo sự thành công cho bạn khi bước chân vào nghề. Hầu hết các streamer bây giờ đều tự phát, tự nổi tiếng, tự phát triển. Theo kinh nghiệm và quan sát của tôi, muốn làm streamer, trước tiên, bạn phải biết mình có giá trị gì đặc biệt và khai thác được điều đó để thu hút khán giả. Ví dụ, bạn chơi game không giỏi, nói chuyện cũng không hay, chẳng có lý do gì người ta phải xem livestream của bạn cả. Hãy xác định rõ hai hướng: một là bạn chơi game rất giỏi và tạo được tiếng tăm trong cộng đồng gamer, rồi từ đó chuyển hướng sang làm streamer; hai là có thể bạn chơi game không quá giỏi, nhưng nói chuyện có duyên và có tính giải trí cao. Bạn cần xác định được mình sẽ đi theo xu hướng nào để trau dồi năng lực phù hợp.

Thứ ba, do công việc này còn khá mới nên lộ trình phát triển nghề nghiệp cũng không rõ ràng, phụ thuộc rất nhiều vào cơ may và nỗ lực của từng người. Sẽ mất một vài năm đầu để bạn khẳng định năng lực và tìm được chỗ đứng trong ngành. 3 năm có lẽ là khoảng thời gian hợp lý. Lý do bởi nghề caster rất đặc thù và không được tuyển nhiều. Còn công việc streamer (với tính giải trí cao) cũng giống như bước chân vào showbiz,

để nổi lên được thì rất nhanh, chi cần kiên trì tạo dựng hình ảnh và màu sắc cho riêng mình (từ vài tháng đến nửa năm) là bạn có thể trở thành ngôi sao. Vấn đề nằm ở chỗ, khi đã nổi, bạn có thể duy trì được vị trí của mình hay không? Sự khốc liệt và đào thải nhanh của ngành giải trí luôn là thử thách rất lớn.

Mặt trái lớn nhất của nghề streamer có lẽ cũng giống như hầu hết các nghề khác trong showbiz, khi sự nổi tiếng đi cùng với rất nhiều áp lực về mặt hình ảnh, và bên cạnh những người yêu quý sẽ luôn có (rất) nhiều người ghét bạn. Livestream cũng như truyền hình trực tiếp, khi bạn lỡ miệng thì không thể thu hồi được, không thể "edit" được. Một câu lỡ miệng có thể gây ra tai họa và hệ lụy rất lớn. Do vậy, streamer phải thật sự cẩn thận trong ngôn từ và lời nói, đồng thời rèn tư duy đúng, tác phong chuẩn chỉnh.

## **“Giải ào” thực tại, hướng tới tương lai**

Các bạn trẻ theo đuổi nghề streamer hiện nay có những điểm mạnh rất đáng nể. Các bạn đam mê game, rất nhiệt tình, có sức khỏe, có thể “khô máu” chơi ngày đêm không biết chán.

Tuy nhiên, các bạn cũng có một vài điểm yếu, ví dụ như không giữ được cái đầu lạnh, làm việc theo cảm hứng, thiếu sự kiên định và kiên trì. Nhưng có lẽ thiếu sót lớn nhất của các bạn là không có kinh nghiệm đi làm thực tế, dẫn đến tâm lý thích “ăn xổi ở thì” và “ảo tưởng sức mạnh”. Nghề nào cũng vậy, bạn phải lăn lộn, nằm gai nếm mật mới mong thu về thành quả. Tôi từng có gần 2 năm làm lập trình, từ lúc học việc không lương được trợ cấp 500 nghìn/tháng, đến mức lương bán thời gian 2 triệu/tháng, đến 4 triệu/tháng, rồi lên 5 triệu - 6 triệu/tháng,... đó là cả quá trình rất dài. Kể cả với công việc streamer, tôi bắt đầu những livestream đầu tiên từ năm 2016, nhưng phải 3 năm sau, đến khi ký hợp đồng với Facebook Gaming, tôi mới chính thức được công nhận là một streamer chuyên nghiệp. Khi lao động vất vả, chúng ta mới biết trân quý thành quả. Vì vậy, các bạn hãy học cách phân bổ thời gian cho hợp lý, không nên dành hết thời gian chìm đắm vào game, mà còn phải lao động, va vấp bên ngoài xã hội, trau dồi kiến thức, từ đó, xây dựng được nhân sinh quan rộng mở, thực tế hơn và xác định được vị trí của mình đang ở đâu.



Các bạn hãy học cách phân bổ thời gian cho hợp lý, không nên dành hết thời gian chìm đắm vào game, mà còn phải lao động, va vấp bên ngoài xã hội, trau dồi kiến thức, từ đó, xây dựng được nhân sinh quan rộng mở, thực tế hơn và xác định được vị trí của mình đang ở đâu.



Nhìn từ bên ngoài, mọi người hay ảo tưởng rằng làm streamer dễ và nhàn, một ngày chỉ lên mạng nói chuyện, chơi game khoảng 3 - 4 tiếng, có vẻ rất ngẫu hứng và nhẹ nhàng. Nhưng streamer về bản chất không phải nghề chơi game, mà là sáng tạo nội dung, và việc tạo ra nội dung cần rất nhiều công sức và kỷ luật. Bạn phải biết trước mình sẽ chơi cái gì, chơi cùng ai, đâu là điểm nhấn của buổi livestream, và việc lên kế hoạch không chỉ cho từng ngày, mà còn cho từng tuần, từng tháng, từng năm. Công việc đòi hỏi bạn có tầm nhìn rộng và sự nhạy bén để kịp thời nắm bắt và thỏa mãn thị hiếu của khán

giả. Bạn không thể nói bạn làm nghề streamer chỉ với một cái webcam và một vài lượt view ủng hộ từ người thân. Ví dụ, Refund Gaming của Độ Mixi thực chất không chỉ là tập hợp một nhóm các game thủ, mà là hệ sinh thái sáng tạo nội dung cực kỳ năng động. Một streamer của Refund Gaming tuy chỉ livestream khoảng 3 - 4 tiếng mỗi ngày, nhưng đằng sau đó là nỗ lực làm việc hơn 10 tiếng đồng hồ, từ việc theo dõi, đánh giá các chỉ số người xem, cập nhật thông tin trên mạng xã hội để thu thập tư liệu cho livestream, chơi game hỗ trợ cho các đồng đội khác khi đến giờ livestream của họ,... Cường độ làm việc cao nên mỗi tháng streamer chỉ ra khỏi nhà 1 - 2 lần là chuyện rất bình thường. Chỉ khi thật sự nghiêm túc với việc sáng tạo nội dung, streamer mới có thể liên tục phát triển.

Ngoài ra, bạn cần lưu ý cách sử dụng ngôn từ khi livestream. Sự nổi tiếng đi cùng với trách nhiệm, phải xác định được điều đó bạn mới có thể phát triển bền vững trong ngành giải trí này. Ai cũng muốn được là chính mình, được mang màu sắc cá nhân thể hiện trên các buổi livestream. Tuy nhiên, ở vị thế là một người có tầm ảnh hưởng, với khán giả phần lớn là các em nhỏ chưa đến tuổi vị thành niên, những phát ngôn và tác phong

của streamer ở trên mạng cũng nên có chừng mực. Tháng 9/2020, khi VTV24 phát sóng phóng sự về sự tự do và trách nhiệm của các streamer, nó giống như gáo nước lạnh dội vào cộng đồng streamer, buộc họ phải tỉnh giấc, tự vấn lại mình. Bản thân tôi sau khi xem phóng sự đó cũng chấp nhận thay đổi rất nhiều so với những ngày đầu bước vào nghề. Có những lúc người xem chê bai tôi bị "mất chất", không được như ngày xưa chỉ vì tôi không còn chửi bậy nhiều ở phần giao lưu với người xem nữa (dù khi chơi game thì tôi vẫn chửi – điều này khó tránh được). Tôi thấy vừa bực mình, vừa buồn cười, vì nhận định đó hoàn toàn sai lầm. Ở mỗi độ tuổi, chúng ta sẽ có nhận thức, mức độ trưởng thành và mục tiêu khác nhau, dẫn đến cách hành xử và phong cách sẽ thay đổi. Hơn nữa, khi tôi chỉ livestream trên trang cá nhân của riêng mình, không phụ thuộc vào ai, tất nhiên tôi muốn nói gì cũng được; nhưng khi tôi bắt đầu được nhận những đồng lương cho công việc, làm theo chỉ đạo của cấp trên, hoạt động trên kênh của một tổ chức, tôi sẽ phải tuân theo những quy định và chuẩn mực của họ. Điều đó không có nghĩa tôi không còn là chính mình. Việc kỳ vọng một người không bao giờ thay đổi là cực kỳ vô lý.

Trong tương lai, tôi có niềm tin rất lớn rằng thể thao điện tử sẽ nâng lên tầm cao mới, khi những giải đấu game lớn được phát sóng trực tiếp trên những kênh truyền hình chính thống, và thậm chí eSport được đưa vào danh sách thi đấu của các thể vận hội thể thao. Tôi kỳ vọng thế hệ của tôi – những streamer đời đầu – có thể góp sức xây dựng một lộ trình phát triển nghề nghiệp rõ ràng hơn cho các thế hệ đi sau. Vì ở thời điểm hiện tại, một vấn đề nan giải trong giới streamer là nghề này rất khó xây dựng sự nghiệp lâu dài. Nếu sau một thời gian, bạn muốn ngừng công việc streamer thì gần như không còn con đường nào khác cho bạn đi. Hiện nay, các streamer sau khi giải nghệ chỉ biết quay sang làm kinh doanh dựa vào danh tiếng của mình, nhưng đó cũng không phải con đường phát triển bền vững, vì sự mâu thuẫn về mặt hình ảnh trong mắt công chúng, cũng như sự khác biệt về mặt chuyên môn (đâu phải ai cũng có khả năng kinh doanh). Đã có rất nhiều streamer bỏ nghề đi làm kinh doanh, rồi không thành công và phải quay lại con đường streamer. Tôi vẫn mong muốn mở ra con đường sự nghiệp đích thực cho các streamer, giống như bóng đá vậy, các cầu thủ bóng đá giải nghệ có thể làm giáo viên, làm huấn luyện viên, làm kinh doanh về thể thao, tất cả

đều gắn liền với ngành nghề của họ. Trong tương lai, ngành thể thao điện tử cũng sẽ có các công ty chuyên về streaming, và những người có kinh nghiệm và chuyên môn có thể lui về hậu trường làm công tác quản lý, đào tạo. Tôi luôn hình dung về một viễn cảnh sau này: Tôi được ngồi ở vị trí chuyên môn trên một kênh truyền hình quốc gia, bàn luận phân tích về những giải đấu game, giống như anh Quang Huy và các BLV bóng đá nổi tiếng của Việt Nam bây giờ. Nếu điều đó xảy ra thì thật là “bá đạo”!

Theo đuổi nghề này, bạn có thể vấp phải sự phản đối từ rất nhiều người, kể cả bố mẹ và người thân (gia đình tôi trước đây cũng vậy). Chúng ta hãy thông cảm với nỗi lo của họ. Thay vì lao vào tranh cãi, hãy chứng minh giá trị của mình bằng hành động, sự trưởng thành, bằng những đồng tiền mình làm ra. Tiền bạc quả thực rất quan trọng, là thước đo cho thấy bạn có đang đi đúng hướng hay không, nên chúng ta cũng không nên coi nhẹ nó.

Sau cùng, cứ “cháy” hết mình nếu bạn đam mê game và streaming. Đừng quá kỳ vọng vào một thành công lớn. Có thể bạn chưa thể nhìn thấy phần thưởng ngay trước mắt, nhưng rồi bạn sẽ gặt hái được những thành quả xứng đáng. ■



**CHƠI GAME  
KIÈM TIỀN:  
DỄ HAY KHÓ?**





**KHÁCH MỜI**  
**PHỎNG VẤN:**  
**PS Man –**  
**Nguyễn Vũ**  
**Hoàng Dũng,**  
 Game thủ  
 chuyên nghiệp

**BIÊN SOẠN**  
**BÀI VIẾT:**  
 Ban biên tập

↳ Lĩnh vực thể thao điện tử – eSport – ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm của xã hội. Đại hội Thể Thao Đông Nam Á SEA Games 2019 chính thức công nhận eSport là môn thi đấu chính thức với 6 tựa game nổi tiếng: *Mobile Legends: Bang Bang, Arena of Valor, Dota 2, Tekken 7, Starcraft II* và *Hearthstone*. Cụm từ: “game thủ chuyên nghiệp” dần trở nên quen thuộc. Và công việc “chơi game được trả tiền” được nhắc đến cùng sự tò mò hấp dẫn (đôi khi là khó hiểu) với không ít bạn trẻ nói riêng và cộng đồng nói chung.

Vậy, nếu coi game thủ chuyên nghiệp là một nghề, lộ trình phát triển của nghề này như thế nào, mức lương trung bình bao nhiêu, đích đến là gì?

Bén duyên với eSport từ những năm đầu Đại học, trải qua nhiều thăng trầm và cật mốc với nghề game thủ chuyên nghiệp, mình xin chia sẻ chặng đường mình đã đi qua và những bài học lớn nhỏ góp nhặt trên cả hành trình.

## HIỆN THỰC GIẤC MƠ GAME THỦ CHUYÊN NGHIỆP

Nếu hỏi game thủ (gamer) là gì, họ đơn giản là những người chơi game. Bất cứ ai chơi game cũng có thể được gọi là game thủ. Thế nhưng, định nghĩa “game thủ chuyên nghiệp” lại không đơn giản như vậy. Game thủ chuyên nghiệp là người chơi game trong môi trường chuyên nghiệp: ở trong các đội tuyển, sống bằng nghề chơi game và tham gia các giải đấu trong và ngoài nước.

Nhiều người cho rằng chơi game là vô bổ, không thể trở thành công việc nghiêm túc lâu dài. Mình đồng ý với quan điểm này. Nhưng mình muốn nói thêm, với nhiều người, chơi game không xấu, cũng... không đẹp, nó như một sở thích, thói quen mà thôi. Người thích đi chơi, người thích đi phượt, người thích đàn đúm bạn bè,... thì cũng có người thích chơi game. Thậm chí, việc ở nhà chơi game có thể còn tốt hơn nhiều “thú chơi” không lành mạnh khác.

Điều phân biệt một người chơi game thông thường và một game thủ chuyên nghiệp là ở nhận thức. Nếu quyết định theo nghề game thủ chuyên nghiệp, họ không chơi game hàng ngày cho vui. Một game thủ chuyên nghiệp nhận thức được rằng họ không chỉ tạo ra giá trị cho bản thân, mà còn cho tổ chức đang tài trợ cho họ. Tại Việt Nam, nếu chỉ tư duy tôi chơi game giỏi và một ngày tôi sẽ kiếm được tiền, người này rất khó trở thành game thủ chuyên nghiệp. Đây là công việc đòi hỏi họ phải nỗ lực, cố gắng rất nhiều, cùng với đó là không ít sự hy sinh: các mối quan hệ, thời gian cá nhân, bạn bè,...

### **Từ thích chơi game đến bình luận viên game và trở thành game thủ chuyên nghiệp**

Mình sinh năm 1997. Đến năm học cấp 2, Internet rất phát triển, các quán net mọc lên nhiều. Năm 2009, mình bắt đầu biết đến các tựa game online từ các nhà phát hành như VTC, thời điểm đó chơi game chỉ mang tính giải trí, chưa hề có tính chất thi đấu. Giai đoạn mình học lớp 10, game Liên Minh Huyền Thoại (LMHT) được phát hành. Đây là tựa game làm mưa làm gió một thời gian dài, được coi là dấu mốc đẩy eSport Việt Nam đi lên. Giải

đấu các cấp xuất hiện dày đặc, khu vực nào có quán net cũng có giải, rồi giải cấp xã, cấp thành phố, cấp quốc gia. Lúc đó còn nhỏ, mình xem các game thủ thi đấu trên sân khấu thấy rất hoành tráng, danh vọng cao, một phần trong mình đã muốn trở thành người như họ trong tương lai.

Hết cấp 3, mình thi Đại học, vào khoa Quốc tế chuyên ngành Tài chính Ngân hàng. Học Đại học có nhiều sự tự do nên mình dành thời gian chơi game nhiều hơn. Nhưng thời điểm đó, LMHT đã phát triển một thời gian dài, do đó, khả năng trở nên nổi bật ở tựa game này là hạn chế, mình không thể chơi giỏi như những người đang thi đấu ngoài kia. Mình quyết định làm bình luận viên (BLV) cho LMHT. Giai đoạn làm BLV này giúp mình có nhiều góc nhìn về ngành và những mối quan hệ quý giá.

Hơn một năm sau, Garena ra mắt Liên Quân Mobile. Mình được điều chuyển sang tựa game này (ban đầu cũng ở vị trí BLV). Khi bắt đầu chơi thử, mình thấy mình chơi rất tốt và có nhiều tiềm năng. Nhìn chung, với đặc thù bàn tay nhỏ, người châu Á sẽ có lợi thế ở những game mobile. Khi bắt đầu chuyển sang Liên Quân (LQ), mình thấy bạn bè xung quanh chơi rất hay, cũng tham gia các giải đấu bán

chuyên. Nhận được một vài sự ủng hộ, mình lập team, quyết định nghiêm túc với game LQ, và chuyển hướng từ một BLV thành một game thủ chuyên nghiệp. Việc mình sớm nhận ra tiềm năng của tựa game LQ đem đến nhiều may mắn, bởi sau này, khi các team khác vào cuộc, rõ ràng họ đã chậm hơn mình một thời gian rồi.

Sau khi lập team chơi LQ, mình quyết định trình bày ý định với đơn vị chủ quản game, thời điểm đó là GameTV. May mắn là GameTV đồng ý đầu tư cho team của mình, mặc dù khi ấy không ai nghĩ LQ Mobile có thể mạnh hơn LMHT. Trong 3 năm tiếp theo, team của mình được cung cấp chỗ ở, được trả lương. Việc chơi game vì niềm vui và chơi game được trả lương là hai câu chuyện hoàn toàn khác nhau, và là một trong những điểm phân biệt thế nào là chơi giải trí, thế nào là chơi công việc. 3 năm đó, cả đội đạt được nhiều thành tích lớn nhỏ, khó lòng kể hết.

Sau 3 năm gắn bó với LQ Mobile, mình quyết định nghỉ và thử làm việc cho một tập đoàn lớn ở Việt Nam. Làm việc ở đó 7 tháng, nhận thấy công việc ở tập đoàn không khiến bản thân mình cảm thấy vui vẻ hay có hứng thú, mình quay lại làm game thủ chuyên nghiệp, chơi cho đội tuyển của một

công ty Singapore chủ quản với tựa game mới là Liên Minh Huyền Thoại: Tốc chiến.

4 năm chính thức làm game thủ chuyên nghiệp, nhiều năm theo dõi sự phát triển của eSport Việt Nam, quãng thời gian không ngắn, không dài, nhưng đủ để mình nhận ra nhiều sự thật ở công việc này (mình sẽ chia sẻ ở những phần tiếp theo). Mình học hỏi được rất nhiều bài học của những người đi trước – những điều rất quý giá giúp chặng đường mình đi vững vàng, có định hướng hơn.



**TẠI VIỆT NAM,  
NẾU CHỈ TƯ DUY  
TÔI CHƠI GAME  
GIỎI VÀ MỘT NGÀY  
TÔI SẼ KIẾM ĐƯỢC  
TIỀN, NGƯỜI NÀY  
RẤT KHÓ TRỞ  
THÀNH GAME THỦ  
CHUYÊN NGHIỆP. 77**

## MỐI QUAN HỆ GIỮA NHÀ ĐẦU TƯ VÀ ĐỘI TUYỂN GAME

Ở phần trước, mình có nhắc đến việc được GameTV đầu tư chỗ ở và trả lương. Sau GameTV, cũng có 2 đơn vị khác mua lại đội tuyển của mình. Việc nhận đầu tư và làm việc dưới một đơn vị chủ quản gần như là bắt buộc khi hoạt động trong một đội tuyển eSport chuyên nghiệp. Mọi người thường hình dung cứ lập một team tập luyện, rồi đăng ký tham gia các giải đấu chuyên nghiệp, mọi chuyện không đơn giản như vậy.

### **Bức tranh chung về các đơn vị đầu tư vào eSport tại Việt Nam**

Thông thường, mỗi đội tuyển gamer chuyên nghiệp sẽ có một leader (trưởng nhóm) và một in-game leader (người đứng đầu khi thi đấu trong game). Một leader có thể đóng cả vai trò in-game leader, nhưng một in-game leader chưa chắc đã làm leader. Trưởng nhóm là người đứng ra làm việc với nhà đầu tư từ giai đoạn thuyết phục, đến đàm phán về mức tiền mà nhà đầu tư chi trả. Tại Việt Nam, leader vừa là một game

thủ trong team, vừa có vai trò như một người quản lý (trong giai đoạn đầu, về sau khi team phát triển lên thì sẽ có người quản lý riêng) và là người có tiếng nói nhất. Với các đơn vị nước ngoài, game thủ đơn thuần là game thủ, cả đội sẽ có người quản lý riêng. Người quản lý này có những hiểu biết nhất định về tựa game đó, có một phần quyền quyết định xem tuyển thêm ai. Họ cũng là người cân bằng tài chính cho nhà đầu tư.

Về các nhóm nhà đầu tư, có một nhóm nhà đầu tư nhỏ, người trong ngành còn gọi là nhà đầu tư "ăn xổi". Họ chỉ đầu tư cho đội tuyển khoảng 3 - 6 tháng. Trong thời gian này, nếu may mắn, đội tuyển đạt được thành tích cao, giá trị đội tuyển tăng lên. Lúc ấy, họ sẽ đưa ra một số lý do để không tiếp tục đầu tư nữa, và bán đội tuyển cho những nhà đầu tư khác với giá cao hơn mức họ đầu tư ban đầu. Gọi nôm na là "nuôi gà để bán". Tiếp theo là nhóm nhà đầu tư dài hạn hơn, khoảng 1 - 3 năm. Nhóm này sẽ đầu tư lâu dài, ổn định, tạo điều kiện để đội tuyển phát huy khả năng, tham gia các giải đấu lớn nhỏ, nhận lại giá trị về tiền thưởng, tiền tài trợ từ các nhãn hàng, quyền lợi sử dụng hình ảnh,...

Sau khoảng 4 - 5 năm, eSport phát triển mạnh hơn ở Việt Nam, hầu hết

các đơn vị đầu tư Việt Nam dễ rơi vào trạng thái thiếu vốn, tài chính khó khăn. Một phần do cách quản lý chưa tốt, một phần do nguồn tiền cũng không dư dả (có thể vì game không nằm trong danh mục đầu tư được ưu tiên của họ). Do vậy, họ thường bán mảng đầu tư game đó cho công ty nước ngoài. Còn với các nhà đầu tư nước ngoài, mức đầu tư về game vào Việt Nam so với các khoản đầu tư game tại những quốc gia Đông Nam Á còn rất khiêm tốn. Vì thế, thị trường eSport ở Việt Nam vẫn được coi là thị trường tiềm năng, chứ chưa phải thị trường đang phát triển. Nhiều đơn vị quốc tế đầu tư vào các đội tuyển Việt Nam chỉ để xây dựng nền tảng, đa dạng hồ sơ đầu tư, phục vụ việc chào tài trợ từ các nhãn hàng quốc tế. Thực tế, đầu tư eSport ở Việt Nam hầu hết chưa sinh lời. Nếu đơn vị chủ quản có kinh nghiệm, nhiều mối quan hệ thì có thể đạt mức hòa vốn và có một khoản lợi nhuận nhỏ.

### **Làm thế nào để được đầu tư eSport tại Việt Nam?**

Bạn có đội tuyển những người chơi game với kỹ năng và thành tích tốt, giờ bạn muốn xin tài trợ để team có thu nhập ổn định, tập trung tập luyện và được tạo điều kiện tham gia các

giải đấu lớn. Vậy, bạn phải làm gì để được đầu tư?

Cũng giống như những cuộc phỏng vấn xin việc hay cuộc gọi vốn nào khác mà chúng ta thường biết, đầu tiên, team của bạn cần có một portfolio đẹp. Bạn phải thể hiện được khả năng, thành tích và giá trị của đội. Nói cách khác, bạn phải trả lời câu hỏi: "Tại sao họ nên đầu tư và tài trợ cho team của bạn?" Tại Việt Nam, phần lớn các nhà đầu tư không dành nhiều thời gian cho eSport hay cách vận hành một đội game thủ chuyên nghiệp. Điều họ quan tâm là giá trị mà đội đó có thể mang lại cho công ty của họ. Vì thế, muốn thuyết phục họ, bạn phải có tầm nhìn và hiểu rõ về giá trị bản thân. Về bản chất, nhà đầu tư chỉ quan tâm đến việc họ đã bỏ ra bao nhiêu tiền và sẽ thu về bao nhiêu. Nếu bạn thành công trong các giải đấu, giá trị về tiền, danh tiếng đội tuyển game mang lại rất rõ ràng. Nhưng chơi game chắc chắn sẽ có người thắng, người thua. Vậy trường hợp đội tuyển của bạn thua cuộc, bạn có thể mang lại giá trị gì? Những điều này cần phải vạch định rõ ràng trước khi tiếp cận nhà đầu tư. Điểm mấu chốt, mình nhắc lại: Bạn cần luôn hướng đến việc mang lại giá trị cho nhà đầu tư, bằng cách này hay cách khác.

Ví dụ như đội tuyển của mình, 2 tháng trước vừa vô địch một giải đấu, nhưng sau đấy lại rơi xuống tận hạng 10. Nhà đầu tư chắc chắn sẽ hỏi tại sao họ phải tiếp tục đầu tư cho một đội hạng 10. Lúc đó, mình sẽ giải trình với họ: Đội tuyển đã gặp vấn đề gì trong giải đấu? Mình sẽ làm gì tiếp theo để giải quyết các vấn đề đó?,... Đây là cách mình đem lại lòng tin cho họ và chứng minh đội tuyển vẫn tạo ra giá trị, vẫn đem lại doanh thu bằng nhiều hình thức khác nhau, mình đang có sẵn nhiều mối quan hệ chất lượng có thể giúp ích công ty,...

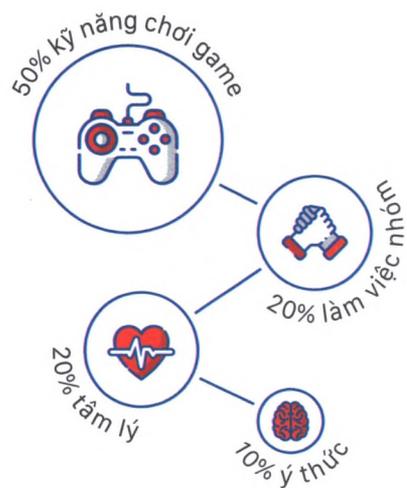
Mặt khác, bạn tạo giá trị cho đơn vị đầu tư cũng là tạo giá trị cho chính bản thân. Khi công ty đầu tư phá sản hoặc ngừng tài trợ, bạn vẫn có thể đem những giá trị đó sang những đơn vị khác. Tất nhiên, ai cũng đặt mục tiêu đánh thắng trong các giải đấu. Thế nhưng, game thủ chuyên nghiệp nên có những mục tiêu cá nhân như phát triển sang các ngành nghề khác liên quan (có thể làm Streamer, YouTuber,...). Những công việc này vừa đem lại nguồn thu nhập mới, vừa giúp khẳng định và lan tỏa hình ảnh bản thân. Bởi rõ ràng, bạn không thể cả đời chỉ luyện tập và chờ tham gia các giải đấu lớn.

## GAME THỦ CHUYÊN NGHIỆP CẦN BIẾT GÌ?

Theo đuổi nghề game thủ chuyên nghiệp chắc chắn không phải con đường dễ dàng. Bạn có thể gặp không ít trở ngại về thời gian, tiền bạc, gia đình, xã hội,... Đương nhiên, nếu thành công, bạn sẽ nhận được những giá trị tương xứng với công sức bỏ ra.

### Không phải “một”, mà là “một bộ” kỹ năng

Để nói về kỹ năng cần có của game thủ chuyên nghiệp, mình có một công thức:



Rõ ràng, kỹ năng chơi game giỏi là quan trọng nhất (chiếm 50%). Bên cạnh đó, việc giữ vững tâm lý trong

các giải đấu cũng rất quan trọng. Giữa áp lực giành chiến thắng trước đối thủ và sự cổ vũ đôi khi quá lớn từ khán giả, bạn phải thật sự bình tĩnh để vững phong độ. Tiếp theo, ngoài các tựa game cá nhân, kỹ năng phối hợp nhịp nhàng trong cả đội cũng cần tập luyện rất nhiều. Để làm được điều này, cả đội cần hiểu điểm mạnh, điểm yếu của nhau, phong cách chơi của từng người và đôi khi cần tôn trọng quyết định của người đứng đầu. Cuối cùng là ý thức, là sự chủ động, là sự trách nhiệm với quyết định của bản thân, là tinh thần cầu tiến không bỏ cuộc.

## Mức thu nhập và cơ hội việc làm

Rất nhiều bài báo viết game thủ chuyên nghiệp có thu nhập khổng lồ. Những thông tin này không sai, nhưng cũng không mang tính tổng quát cả thị trường. Nói về thu nhập ở Việt Nam:

- ◆ Các game thủ mới tham gia đội tuyển lớn, chưa có nhiều kinh nghiệm hay thành tích nổi bật, mức lương ngang với công việc văn phòng thông thường, khoảng trên dưới 10 triệu.
- ◆ Các game thủ đã có một chút thành tích và kinh nghiệm, mức thu nhập

trung bình khoảng \$750 đến \$1500.

- ◆ Các game thủ có bề dày thành tích thi đấu quốc tế, mức lương có thể dao động từ \$2500 đến \$5000, tùy thuộc thoả thuận của họ với nhà đầu tư. Tuy nhiên, mỗi tựa game chỉ có 3 - 5 người thành tích cao nhất nhận được mức lương này.

Đó là mức lương cơ bản, các khoản thu nhập bên ngoài khác có thể lớn hơn rất nhiều. Ví dụ, với những game thủ tạo ra doanh thu cho tổ chức khoảng 8.000 - 10.000\$, họ có thể nhận về 60 - 70% lượng doanh thu đó.

Hiện tại, ở Việt Nam, các đơn vị nước ngoài bắt đầu đầu tư nhiều hơn. Minh hy vọng khoảng 2 - 3 năm nữa, thị trường eSport Việt Nam sẽ được công nhận là thị trường phát triển, chứ không còn là thị trường tiềm năng. Sự công nhận của xã hội với lĩnh vực này ngày càng cao, những định kiến giảm dần đi, kinh nghiệm quản lý được trau dồi, đó là những nền tảng để lĩnh vực này phát triển sâu rộng và chuyên nghiệp hơn.

Đồng thời, lĩnh vực này phát triển mở ra rất nhiều cơ hội việc làm mới. Nếu bạn quan tâm đến lĩnh vực eSport nhưng không có định hướng trở thành game thủ chuyên nghiệp, bạn còn rất nhiều cơ hội khác. Các công ty liên

quan eSports cũng cần designer, video editor, quay phim, đạo diễn, người tổ chức sự kiện, người làm cộng đồng,... Một công ty chuẩn bị phát hành tựa game mới sẽ tuyển thêm rất nhiều nhân sự. Và vì là ngành công nghiệp đang phát triển, mức thu nhập trung bình trong các công ty eSports cũng tương đối hấp dẫn. Ví dụ, designer có kỹ năng tốt có thể bắt đầu ngay với mức 15 - 17 triệu/tháng.

### **Sẵn sàng đứng trước một lộ trình mơ hồ**

Nói một cách thẳng thắn, không có lộ trình phát triển cụ thể nào cho game thủ chuyên nghiệp, nó phụ thuộc rất nhiều vào nỗ lực bản thân và sự may mắn. Giống như bóng đá vậy, có rất nhiều cầu thủ chơi hay trong đội tuyển trẻ, nhưng chỉ có một Xuân Trường, một Công Phượng thực sự nổi lên, được tham gia những giải đấu lớn và được xã hội công nhận. Trong eSports, bạn không chỉ cạnh tranh với chính mình của ngày hôm qua mà còn cạnh tranh với người khác. Đây cũng là điểm tách biệt khá rõ nét của nghề game thủ chuyên nghiệp với đa số nghề khác (khi bạn chỉ cần hoàn thành tốt KPI của mình, không nhất thiết phải ganh đua với ai).

Lộ trình phát triển sẽ phụ thuộc nhiều vào bước đi của các đơn vị đầu tư. Ví dụ, có đơn vị đầu tư muốn lập thêm một đội tuyển trẻ. Khi đó, họ sẽ tuyển những bạn chơi game rất hay và nhiều tiềm năng, chưa cần biết đánh chuyên nghiệp hay không. Đó là cơ hội cho các bạn trẻ dốc thân vào con đường thi đấu chuyên nghiệp.

Hiếm có game thủ nào vạch được lộ trình rõ ràng cho bản thân. 18 tuổi, bạn muốn thi đấu LQ, bạn phải suy nghĩ sẽ giảm việc học ở trường và bắt đầu một hành trình không biết đi đến đâu. Ví dụ, đội Flash đang là đội đứng đầu tựa game LQ và bạn muốn gia nhập. Dù bạn chơi giỏi đến mấy, đứng đầu bảng xếp hạng, có kỹ năng cao nhất Việt Nam, nếu họ không trong giai đoạn tuyển người, bạn cũng không có đường vào.

Nếu muốn thi đấu theo hướng tự do, bạn có thể tự lập team và chờ tham gia các giải đấu bán chuyên. Thế nhưng, các đội tuyển chuyên nghiệp đều quy tụ những nhân sự rất giỏi, họ chỉ cần tập trung chơi mà không phải lo về tài chính hay các vấn đề khác, nên rõ ràng họ có ưu thế và thường sẽ chiếm giữ toàn bộ 3 vị trí đứng đầu mỗi giải đấu. Trong khi đó, ngày tháng trôi qua rất nhanh mà thời gian đỉnh cao của một game thủ chỉ là 2 năm.

Nếu không kịp tìm bến đỗ làm bàn đạp đi lên, không lọt được vào các đội tuyển lớn, không có cơ hội cạnh tranh ở những giải đấu tầm cỡ, bạn sẽ bỏ lỡ thời kỳ vàng của mình và khó có thể thành công. Bởi trong 2 năm này, sẽ có rất nhiều người giỏi như bạn của 2 năm về trước xuất hiện.

## GAME THỦ CHUYÊN NGHIỆP: NÊN HAY KHÔNG?

Với các bạn đang nghiên cứu con đường trở thành game thủ chuyên nghiệp, trước hết, cần xác định: "Kỹ năng chơi game của bạn có đủ để thi đấu chuyên nghiệp không?" Đây là câu hỏi quan trọng nhất. Nếu còn bất cứ trở ngại, lẩn tránh nào về kỹ năng của bản thân, bạn không nên mạo hiểm đánh đổi công việc, học hành, gia đình để theo con đường này. Bởi như mình đã nói, chặng đường của game thủ chuyên nghiệp rất khó khăn, bạn không chỉ cần nhiều nỗ lực mà cần cả may mắn.

Thứ hai, bạn nên trang bị những kỹ năng mềm cần thiết. Suy cho cùng, người trả tiền cho bạn là nhà đầu tư, là đơn vị chủ quản. Điểm mạnh của những người giỏi chơi game là

tư duy logic, phản ứng nhanh nhạy. Thế nhưng, điểm yếu là các kỹ năng mềm (kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, lối sống,...) chưa tốt. Các bạn thường không chú ý trau dồi chúng do tập trung chơi game quá nhiều. Hãy rèn luyện những kỹ năng này, để bạn vừa có thể vững vàng tự tin trong nghề, vừa có đủ kỹ năng tồn tại trong cuộc sống phát triển rất nhanh ngoài kia.

Cuối cùng, hãy luôn quan sát trải nghiệm và bài học của những người đi trước. Bạn có thể rút kinh nghiệm và học hỏi rất nhiều từ hướng đi và định hướng của họ.

Bất cứ quyết định nào cũng có hai mặt, lựa chọn theo đuổi nghề game thủ chuyên nghiệp cũng vậy. Về mặt tích cực, ngoài chuyện thu nhập có thể đạt mức rất cao, bạn có cơ hội được thi đấu ở nhiều quốc gia khác nhau, được trải nghiệm nhiều nền văn hoá, được cạnh tranh và phát triển bản thân trong những môi trường quốc tế. Ngược lại, các bạn phải đối mặt với áp lực, đôi khi phải hy sinh một vài mối quan hệ, hoặc chịu sự phản đối của gia đình. Tuy nhiên, mình tin nếu bạn chứng minh được năng lực, đạt được những thành tựu nhất định, sự hy sinh đó hoàn toàn có giá trị. ■



**KHÁCH MỜI PHỎNG VẤN:**

**Duy Muối**, Giám đốc  
Sáng tạo DCGroup

**BIÊN SOẠN BÀI VIẾT:**

Ban biên tập

↳ Khởi đầu với nhóm người dùng chủ yếu là Gen Z, giờ đây, TikTok đã trở thành xu thế. Sự nổi lên của TikTok cũng mở ra nhiều cơ hội cho những người biết tận dụng nó để biến “ảo” thành “thật”, kiến tạo những giá trị thực tế và bền vững. Tôi sẽ nói cho bạn biết một bí mật: Nó không hề khó đâu!

## **Dòng đời đưa đẩy, “nhảy” vào TikTok**

Trước năm 2020, tôi là ông chủ một chuỗi nhà hàng ăn nên làm ra. Nhưng Covid đến, nhà hàng không hoạt động được. Đang lúc hoang mang, một ông bạn thân “có số có má” trong ngành eCommerce và Digital Marketing rủ tôi tìm hiểu và phát triển mảng sáng tạo nội dung trên TikTok. Ông ấy bảo tôi:

- Mà sinh ra không phải để làm chủ nhà hàng đâu, phí phạm tài năng. Tao thể là chưa gặp đứa nào sáng tạo như mày. Mảng này tiềm năng đấy, kiểu gì cũng kiếm được tiền.

Tôi có chút ngờ vực vì thực ra tôi từng cài Tiktok được vài tuần rồi xóa. Nói gì thì nói, tôi cũng “lớn” rồi, làm doanh nhân chẳng chặc rồi, dăm ba cái mạng xã hội nhí nhố không làm tôi hứng thú gì hết. Giờ ông bạn lại bảo có tiềm năng, tôi chưa hình dung được có gì để làm trên TikTok? Nhưng dịch đã đói kém, tôi hỏi thêm:

- Có kiếm được 10 triệu/tháng không?  
- Chắc đủ ăn đủ sống.

Thế là tôi gật đầu. Sau này, ông bạn đó kể lại, lúc đấy, trong đầu ông ấy nghĩ: “Thằng này nó khinh mình quá,

làm với mình mà không kiếm được tiền tỷ thì làm cái quái gì”, nhưng vì sợ tôi nghĩ ông ấy rù đi... đa cấp lừa đảo nên đành thôi.

Ban đầu chỉ có hai anh em tôi với nhau. Chúng tôi chưa có tên tuổi gì, nên việc đầu tiên phải làm là xây dựng thương hiệu cá nhân gắn liền với TikTok. Cũng may ông bạn tôi là tay “lão làng” trong việc làm thương hiệu cá nhân, nên chúng tôi định hướng sẽ mở lớp dạy làm video trên TikTok. Các lớp học đầu tiên chỉ dạy mọi người các kỹ năng công cụ như biến hình, làm hiệu ứng, phóng to đầu, kéo dài chân,... để video “xịn xò con bò” thôi. Thế mà cũng thu hút được khá nhiều người. Dần dần, cộng đồng mạng bắt đầu biết đến “một thằng tên là Duy làm TikTok”. Hồi đó, gần như chưa có ai gây dựng được tên tuổi gắn với TikTok cả, nên khi mọi người có nhu cầu phát triển kênh TikTok, họ sẽ tìm đến tôi đầu tiên.

Năm 2019, TikTok nổi lên một loạt các video “chủ tịch đóng giả và cái kết”. Trend này mạnh đến mức tất cả mọi người, từ kênh mỹ phẩm đến chia sẻ kiến thức tài chính, đều lầm tưởng rằng muốn nổi tiếng trên TikTok thì phải đóng giả chủ tịch để nói đạo lý. Trend chủ tịch xuất phát từ Trung Quốc trước đó 1 năm, nhưng chủ tịch

Trung Quốc giả nghèo để huýt sáo một cái là một dàn Lamborghini lao ra, còn chủ tịch Việt Nam thì chỉ có... Vios và Civic thôi. Tôi nói thế để các bạn hiểu thời đó tư duy làm TikTok của người Việt vẫn còn ngây thơ và đậm mùi "đu trend", không có những sáng tạo thực chất và ẩn tượng. Trend chủ tịch kéo dài đến mức TikTok cũng phát ngán, không cho các video chủ tịch vào mục xu hướng hay đề xuất nữa (dù nó có hay đến đâu).

Đầu năm 2020, khi bắt tay vào xây dựng kênh cho các khách hàng đầu tiên, chúng tôi nghiên cứu thị trường và nhận thấy các kênh chia sẻ kiến thức sẽ là xu hướng phát triển tiềm năng. Dù nhóm khách hàng trên TikTok hiện tại tương đối trẻ, nhưng trong tương lai, họ trưởng thành lên, cơ cấu độ tuổi cũng thay đổi, và TikTok sẽ không chỉ là nền tảng giải trí nữa mà có thể trở thành kênh học tập và phát triển chuyên môn.

Người đầu tiên làm chuột bạch cho chúng tôi là... mẹ tôi. Khi tôi chuyển sang làm TikTok, mẹ tôi phản đối dữ dội lắm, gần như ngày nào tôi và mẹ cũng cãi nhau. Thế nên, tôi quyết định làm kênh cho mẹ để vừa thuyết

phục mẹ ủng hộ, vừa chứng minh những điều mình làm là khả thi. Mẹ tôi là bác sĩ đồng y, nên kênh của mẹ tập trung vào việc chia sẻ kiến thức đồng y. Thời điểm đó, đây có lẽ là kênh TikTok có độ tuổi già nhất, cũng gần như là kênh đầu tiên nói về chuyên môn. Kết quả thật không ngờ: Chỉ 3 ngày sau khi lên sóng, kênh của mẹ đã có 1 video lọt vào mục đề xuất, đạt hơn 1 triệu view. Mẹ tôi ra đường là có người nhận ra, rồi còn xin chụp ảnh cùng. Vậy là mẹ tôi công nhận "bộ môn" TikTok này cũng ra gì phết chứ không vớ vẩn.

Kênh của mẹ tôi phát triển mạnh, độ phủ rộng đến mức mở TikTok của ai ra cũng thấy video của mẹ, số lượng video đạt hàng triệu view nhiều không đếm xuể. Số người theo dõi kênh đạt gần 700 nghìn người, vượt cả mức 100 nghìn người theo dõi của một micro influencer<sup>(1)</sup>, và gần đạt mức 1 triệu người theo dõi của một mega influencer<sup>(2)</sup>. Sau đó, cả thị trường cũng rục rịch chạy theo phát triển kênh chuyên môn. Thành công với một content creator nhiều tuổi và nói toàn về chuyên môn chứng tỏ định kiến "người dùng TikTok toàn trẻ trâu" là thiếu sót, và đây là động

<sup>(1)</sup> Người ảnh hưởng có lượng fan nhỏ.

<sup>(2)</sup> Người ảnh hưởng có lượng fan lớn, thường là các diễn viên, nghệ sĩ, người nổi tiếng trên mạng xã hội với mức độ tương tác cao, có khả năng tạo độ nhận diện cho các nhãn hàng.

lực rất lớn để chúng tôi tiếp tục tìm hiểu về những tệp khách hàng tiềm năng của nền tảng này. Chúng tôi làm thêm một loạt các kênh nữa thiên về chuyên môn, và tỷ lệ thành công lên đến 90%. Bọn tôi bắt đầu lọt vào mắt xanh của TikTok, và được gia nhập vào Cộng đồng Người sáng tạo của họ, nhận những hỗ trợ đặc biệt từ nền tảng. Ngày đó, được mời vào cộng đồng này là vinh dự lắm, chúng tôi được tặng hẳn một cái chứng chỉ. Tuy nhiên, khách quan mà nói, mức độ hỗ trợ của TikTok đối với cộng đồng chưa thực sự sâu sát và kịp thời. Chúng tôi loay hoay tìm kiếm một mô hình hoạt động hiệu quả hơn, và tròn 1 tháng kể từ ngày bắt tay làm việc với nhau, tháng 3/2020, hai anh em đã tìm thấy câu trả lời: Multi-Channel Network (MCN).

## “Lò” đào tạo tài năng TikTok MCN

MCN tiếng Việt là mạng đa kênh – một khái niệm được phát triển bởi YouTube và sau này được đưa vào sử dụng ở các nền tảng sáng tạo nội dung khác, bao gồm TikTok. Là một MCN có nghĩa chúng tôi trở thành công ty độc lập liên kết với nhiều

kênh TikTok để cung cấp các dịch vụ như: phát triển tệp người theo dõi; lên kế hoạch nội dung; quản lý người sáng tạo; bảo vệ quyền lợi của họ; khai thác kinh doanh và bán hàng.

Mối quan hệ giữa nền tảng, người sáng tạo và MCN được tạo nên để đảm bảo 3 bên đều thắng lợi. Nền tảng sẽ kéo về một lượng traffic lớn, người sáng tạo xây dựng được kênh với nhiều người theo dõi và được MCN bảo vệ quyền lợi, và MCN nhận được thu nhập chia sẻ trên kênh của người sáng tạo.

Vì sao việc bảo vệ quyền lợi của người sáng tạo lại quan trọng? Một creator ở bất kỳ một nền tảng nào cũng sẽ gặp ít nhiều vấn đề về bản quyền và đôi lần bị gắn cờ<sup>(3)</sup> vì vi phạm chính sách cộng đồng, dù có thể họ không làm gì sai. Trong khi đó, chính sách của TikTok còn lỏng lẻo, đội kiểm duyệt liên tục duyệt nhầm, còn đội hỗ trợ thì nguồn lực hạn chế, thông thường chỉ trả lời chung chung, thậm chí còn “không seen, không rep”. Khi làm MCN, chúng tôi có một line support riêng, thường xuyên được gặp gỡ đội ngũ TikTok ngoài đời, thậm chí có thể đến thẳng văn phòng TikTok làm việc với giám đốc

<sup>(3)</sup> Tiếng Anh: flagged, là một cơ chế báo cáo nội dung không phù hợp trên một nền tảng trực tuyến.

bộ phận và giám đốc vùng. Khi các creator hay publisher trong network gặp vấn đề với nền tảng, bọn tôi có thể đẩy nhanh tốc độ xử lý để không làm ảnh hưởng đến lượt view video. Ở thời điểm hiện tại, MCN của bọn tôi (tên là DCGroup) đã mang về hơn 16 tỷ view chỉ sau hơn 1 năm hoạt động (cao hơn rất nhiều so với con số 10 tỷ view của MCN đứng thứ 2 ở Việt Nam với tuổi đời gần 3 năm). Tốc độ tăng trưởng cao nhất, nên mức độ hỗ trợ của TikTok dành cho chúng tôi tất nhiên cũng cao hơn bình thường. Ngoài ra, MCN cũng giúp các creator quản lý và kiểm duyệt các hợp đồng quảng cáo nếu có. Đây là phạm trù tương đối phức tạp và nhạy cảm, nếu không cẩn thận bạn rất có thể vướng phải scandal như nhiều nghệ sĩ gần đây gặp phải.

Tất nhiên, chức năng quan trọng nhất của MCN là phát hiện, nuôi dưỡng và định hướng cho các tài năng sáng tạo. Rất nhiều bạn có ý tưởng hay, kỹ năng tốt, nhưng lại không hiểu rõ luật chơi của nền tảng, nên bị thiệt thòi nhiều và không tìm được đường tỏa sáng. Rồi lại có nhiều bạn phát triển kênh tốt, nhưng thiếu định hướng, không khai thác được hết các giá trị từ tập người theo dõi kênh của mình. Tôi từng thấy có kênh lên đến 100 triệu view, nhưng người theo dõi toàn từ Ả

Rập hay Bangladesh, vì video của bạn được đưa vào mục xu hướng toàn cầu thay vì xu hướng ở Việt Nam. Như vậy, sẽ rất khó để bạn có thể kiếm được tiền từ kênh của mình.

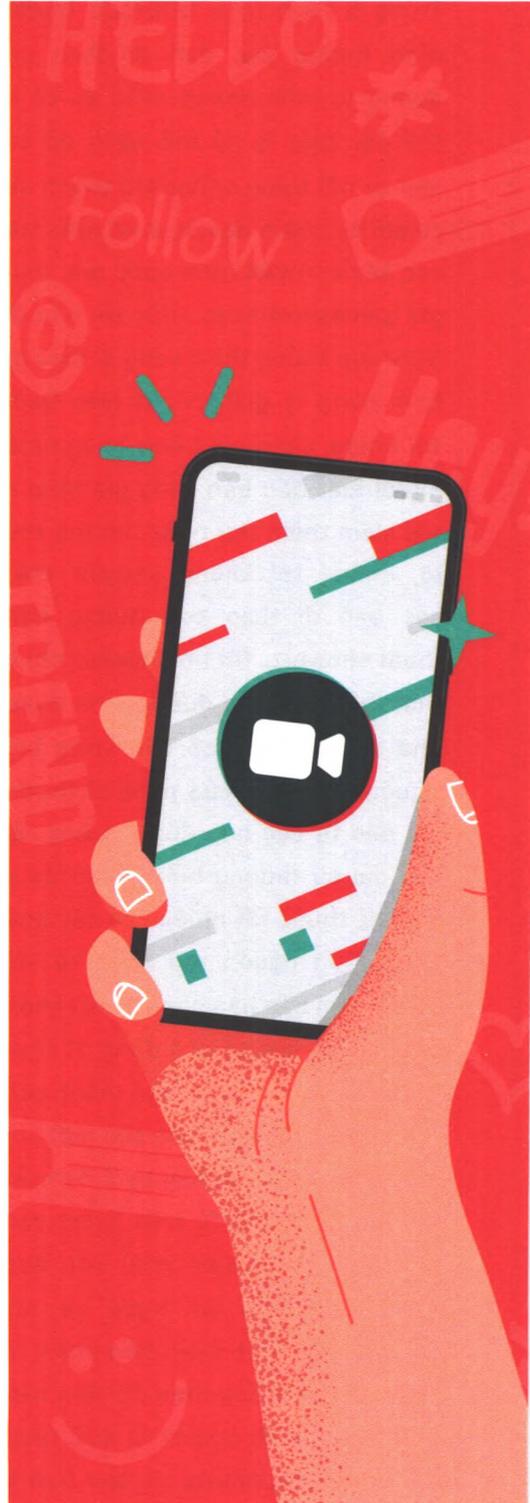
Hầu hết các bạn đến với MCN của tôi đều được định hướng rõ ràng theo từng giai đoạn: xây dựng sự nổi tiếng, khai thác sự nổi tiếng, và cuối cùng là phát triển đa kênh. Đầu tiên, tôi sẽ giúp các bạn tìm kiếm niche (thị trường ngách) phù hợp với tài năng của mình, giúp bạn xây dựng kế hoạch sản xuất, đưa các gợi ý kịch bản,... Theo quan sát của tôi, làm TikTok với sự hỗ trợ của một đội ngũ chuyên nghiệp, bạn cứ chăm chỉ là thành công. Các idol mà chúng tôi hỗ trợ đều đạt được triệu view chỉ trong thời gian rất ngắn. Sau khi đã có lượng người theo dõi ổn định, bạn sẽ bắt đầu khai thác giá trị từ kênh tùy thuộc vào khả năng và mong muốn của mình, và thường quá trình này mất tương đối nhiều thời gian. Cuối cùng, bạn sẽ được hỗ trợ để phát triển kênh ở các nền tảng khác như YouTube, Instagram,... nhằm gia tăng điểm chạm khách hàng, tối đa hóa doanh thu.

Một creator chuyên nghiệp trên TikTok sẽ có 5 cách kiếm tiền. Thứ nhất, nếu bạn kinh doanh và đã có sản phẩm,

bạn có thể trực tiếp livestream bán hàng. Thứ hai, nếu bạn đang làm một nghề nào đó và có kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực của mình (ví dụ như pháp luật, thể hình, dinh dưỡng,...), TikTok sẽ là kênh để bạn phát triển thương hiệu cá nhân, trở thành KOL trong ngành và kiếm tiền từ các hợp đồng quảng cáo. Thứ ba, bạn hoàn toàn có thể kiếm tiền bằng sự sáng tạo, như cách gia đình Thùng Long (@thunglongfamily) làm các clip quảng cáo cho các nhãn hàng. Thứ tư, nếu bạn có lượng khán giả tập trung ở một phân khúc nào đó, bạn có thể trở thành KOC<sup>(4)</sup>, ký các hợp đồng giới thiệu chéo (affiliate marketing<sup>(5)</sup>) cho các nhãn hàng và ăn hoa hồng trên mỗi sản phẩm. Chẳng hạn, nếu kênh của bạn chia sẻ các công thức nấu ăn, bạn có thể giới thiệu chéo các sản phẩm dụng cụ làm bếp, gia vị,... Thứ năm, bạn hoàn toàn có thể vượt ra bên ngoài nền tảng TikTok, phát triển thành celebrity và kiếm tiền từ cát xê như các ca sĩ, diễn viên.

<sup>(4)</sup> Key opinion consumer: Người tiêu dùng có tầm ảnh hưởng.

<sup>(5)</sup> Affiliate marketing (tiếp thị liên kết) là một hình thức tạo thu nhập online bằng việc quảng bá những sản phẩm/dịch vụ của người khác/nhãn hàng thông qua các đường link. Nếu ai đó đăng ký hay mua hàng thông qua đường link của bạn thì bạn sẽ nhận được hoa hồng.



Trong 5 cách trên, DCGroup thường định hướng các bạn đi theo con đường tự kinh doanh. Mặc dù có lợi thế đặc biệt là có thể nâng đỡ các idol từ nổi tiếng online trở thành các celebrity chính ngạch, xuất hiện trên các kênh truyền hình quốc gia, tham gia gameshow hoặc cuộc thi nào đó, DCGroup không tham vọng đi theo mô hình công ty giải trí của Hàn Quốc. Tất nhiên, càng nổi tiếng, càng nhiều người biết đến bạn càng gia tăng cơ hội kiếm thêm thu nhập, nhưng thực tế, chúng tôi không khuyến khích các bạn đi theo con đường nghệ thuật showbiz. Tôi tin showbiz chỉ có thời thôi, còn con đường kinh doanh nhờ sự nổi tiếng sẽ bền vững hơn. Nguồn thu nhập của nghệ sĩ thường chỉ đến từ các hợp đồng quảng cáo, làm đại sứ thương hiệu, tham dự sự kiện, lệ thuộc rất nhiều vào các nhãn hàng. Còn nguồn thu nhập từ việc livestream bán hàng hoàn toàn không giới hạn và cực kỳ chủ động. Ở Trung Quốc, mô hình này đã quá thành công rồi. Ví dụ, Lý Giai Kỳ bán son một buổi mấy chục triệu đô, hay Vy Á bán cả... tên lửa 6,5 triệu đô trên livestream, một buổi livestream phải bán được hàng trăm triệu đô. Ngoài ra, KOC cũng là một kênh kiếm tiền chậm mà chắc. Dù hệ thống theo dõi đơn hàng giữa người kinh doanh và KOC tương đối phức tạp, nhưng nó cho bạn sự

chủ động và thu nhập không giới hạn, do nhu cầu affiliate sản phẩm của các nhãn hàng ngày càng lớn.

MCN và creator ràng buộc với nhau bởi hợp đồng quy định rõ ràng tỷ lệ chia sẻ doanh thu, và được điều chỉnh qua từng giai đoạn. Một creator đã nổi tiếng khi ký hợp đồng với MCN sẽ được nhiều quyền lợi hơn một người đồng hành với MCN từ con số 0. Thông thường, trong 2 năm đầu, tỷ lệ chia sẻ doanh thu sẽ là 8 - 2 cho MCN và creator, còn từ năm thứ 3 đến năm thứ 5 có thể là 2 - 8, tùy vào điều kiện thực tế.

Các hợp đồng này còn bao gồm rất nhiều điều khoản khác nữa, bởi tuy phạm vi công việc của MCN rất rộng, nhưng nhiều việc lật vật không tên, nên các creator nếu không hiểu sẽ rất dễ xem nhẹ. Thời gian đầu, khi chưa có nhiều kinh nghiệm, nhiều creator tôi làm việc cùng thấy video không tăng view lại quay ra trách MCN hỗ trợ không tốt, rồi đòi bỏ ngang hợp đồng. Thực tế, không có một kênh nào trên TikTok cứ tăng view mãi cả. Thuật toán của TikTok sẽ đảm bảo dành nhiều lượt view hơn cho những người đi sau, tạo ra một sân chơi công bằng cho tất cả các creator (trường hợp ngoại lệ là Sơn Tùng - MTP, fan đông quá nên lúc nào

cũng phải top 1 trending). Nếu không phải là tượng đài như Sếp Tùng, bạn cũng đừng “ào vọng” quá. Đang quen ngày 2 triệu view, đến lúc tụt xuống 1,5 triệu view lại thất vọng thì thực sự buồn cười. Với những trường hợp này, chúng tôi đành bảo nhau không để tâm quá nhiều, coi như đó là bài học cho mình. Mỗi vấn đề xảy ra giữa creator và MCN sẽ cho chúng tôi thêm một điều khoản trong hợp đồng để ngày càng chặt chẽ hơn.

## **TikTok Creator – chẳng cần nghiêm trọng hóa quá đâu!**

Làm creator không hề khó. Ai đó sẽ nói bạn cần có ngoại hình, cần một chút tài năng. Có thì tốt, mà không có cũng chẳng sao bạn nhé! Bạn chỉ cần điều kiện cần là biết kỹ năng sử dụng công cụ, điều kiện đủ là biết cập nhật xu hướng và một chút nhạy cảm với đám đông. Thực ra đối với một người làm nội dung chuyên nghiệp, sự nhạy cảm không quan trọng bằng việc chịu khó nghiên cứu. Bạn chỉ cần dành thời gian lăn lộn, bò toài, sục sạo hết tất cả mọi hội nhóm, góc ngách, bất kỳ nơi nào có tạo ra nội dung mới thì kho ý

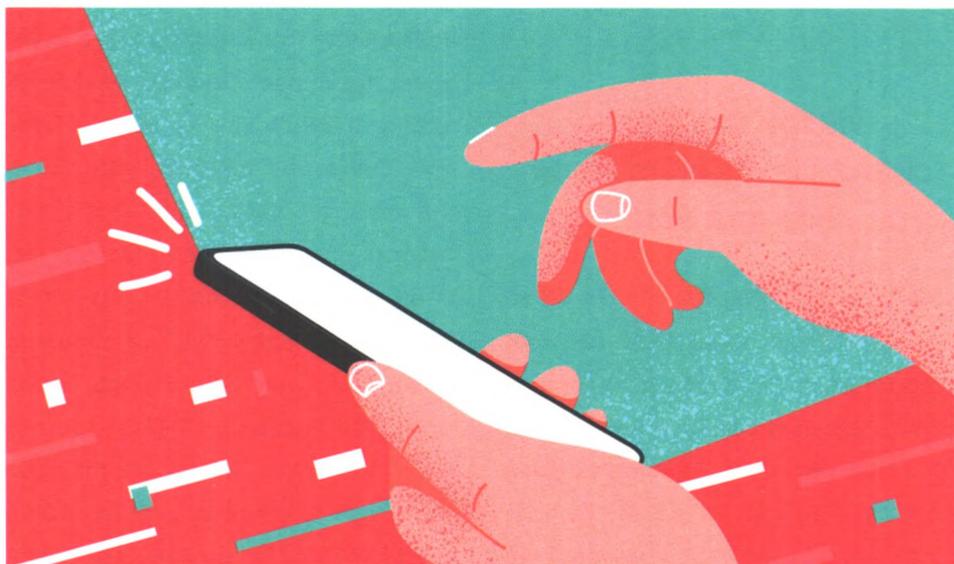
tưởng của bạn đã giàu có lắm rồi. Sau đó, bạn có thể thực hiện các ý tưởng đó bằng cách quay dựng, chỉnh sửa. Phải chăm chỉ, cày cuốc, làm thử, sai thì sửa lại, chứ bữa được bữa cái, bỏ ngang giữa chừng, trông chờ vào vận may thì MCN cũng không “vớt” được bạn giữa “biển video” TikTok đâu!

Bấy nhiêu đó chỉ đủ để bạn đi những bước đầu thôi. Để đi xa, làm một creator nghiêm túc, bạn cần định hướng đúng và cả sự giúp sức của đội nhóm. Nghề nào cũng vậy, sẽ luôn có những *insight*<sup>(6)</sup> cực kỳ đáng giá mà nếu không nhờ network, bạn không thể nắm bắt được. Sức mạnh của network cũng giúp bạn đi nhanh hơn. Ví dụ, đội creator của công ty tôi cứ gặp nhau là “sáng chói” cả cõi mạng xã hội. Các bạn ấy cùng tạo ra nội dung trên Facebook, TikTok, thu hút hơn trăm nghìn like chỉ với một bức ảnh check-in với nhau. Rồi fan người này sẽ theo dõi chéo sang người kia. Đó là lợi thế mà một creator độc lập, tự phát khó có thể làm được.

Ngoài ra, để thành công ở bất kỳ một nền tảng nào, tài năng và cần cù thôi là không đủ, bạn phải hiểu rất rõ về nền tảng đó. TikTok có đặc thù là rất

<sup>(6)</sup> Tạm dịch: sự thật ngầm hiểu. Trong hoàn cảnh này, “insight nghề” ý chỉ những nguyên tắc, hiểu biết, quy ước ngầm mà chỉ cộng đồng những người làm trong nghề mới biết được.

coi trọng sự nhất quán. Về mặt kỹ thuật, mỗi kênh TikTok sẽ được gắn một nhãn. Tuy nhãn này không hiện lên, nhưng nó sẽ đi theo kênh của bạn ngay từ những clip đầu tiên. Nếu hôm nay bạn làm chủ tịch, mai bạn lại ra biển làm clip review du lịch, lệch ra khỏi nhãn ban đầu, đối tượng xem kênh sẽ không còn phù hợp nữa, và kênh của bạn không bao giờ “cất cánh” được. Nhiều người nghĩ cứ làm đa dạng nội dung để tiếp cận đa dạng người xem, nhưng không phải. Đặt ở vị trí người xem, nếu một ngày kênh của bạn làm chủ đề khác mà họ không quan tâm, dù họ có thể không unfollow nhưng sẽ lướt qua luôn; và nếu kênh của bạn bị lướt qua quá nhiều lần, TikTok sẽ đánh giá là kênh không phù hợp, không còn tạo ra giá trị, khi đó bạn mất cả chì lẫn chài.



Tất nhiên, cái gì có lên cũng phải có xuống và đi ngang. Nếu bạn tham vọng lúc nào kênh của mình cũng tăng trưởng theo chiều thẳng đứng, có lẽ bạn hơi ảo tưởng và tham lam. Khi đã đạt đến một ngưỡng “bão hòa”, không tăng được nữa, có nghĩa bạn đã ở trên đỉnh. Và khi đã đến đỉnh rồi, bạn nên tập trung duy trì mức đỉnh ấy, chứ không phải tìm một đỉnh mới. Giả sử, bạn đã có 1 triệu follower, lúc nào cũng sẽ có từ 200 - 300 nghìn người “chầu chực”, đợi bạn ra video là xem. Đó thực ra đã là đỉnh cao của rất nhiều người rồi. Vậy nên, hãy lạc quan và mở rộng tầm nhìn để luôn tạo động lực cho mình. Quan trọng là

bạn làm đúng và làm đều, tập trung vào trải nghiệm người dùng để tạo ra một nhóm khán giả trung thành. Nền tảng nào cũng vậy, bạn chỉ cần bám sát và phục vụ nhóm trung thành đó là thành công, còn hơn việc có nhiều người theo dõi nhưng mức độ trung thành thấp.

Các bạn trẻ muốn theo đuổi nghề creator TikTok cần phải biết điểm mạnh của bản thân, sở thích từ trước đến nay của bạn là gì. Nhiều bạn nghĩ mình đang học kinh tế, kế toán thì phải làm cái gì đấy liên quan đến kinh tế, kế toán, thực ra không phải. Đầu tiên, bạn cứ thỏa mãn bản thân trước, hãy làm clip mà chính bạn xem và cảm thấy sướng, rồi người khác xem mới khoái được. Tìm kiếm ý tưởng cũng không khó. Bạn hoàn toàn có thể tham khảo nội dung của bên khác, đưa điểm nhấn của bản thân vào và điều chỉnh cho phù hợp với kênh của mình, như thế đã là sáng tạo rồi. Tôi từng hỗ trợ một bạn có kênh là @longandaxua, nội dung xoay quanh câu chuyện về hai mẹ con trong nhà, lấy ý tưởng từ kênh @thanhyvo với gần 10 triệu follower. Kênh @thanhyvo làm theo phong cách chân chất thôn quê, còn kênh của @longandaxua theo phong cách tếu táo hài hước, và cũng đã đạt 2 triệu follower. Gần đây lại có kênh

của một bạn tên là Hiếu, vẫn theo ý tưởng như thế, chỉ khác ở chỗ là cuối video bạn luôn để hình ảnh mẹ cầm chổi đuổi quanh nhà. Đó chính là điểm nhấn tạo nên sự khác biệt của bạn ấy.

Việc chọn điểm nhấn cho riêng mình là một insight cực kỳ quan trọng mà bất kỳ creator thành công nào cũng cần biết. Không có gì quá nghiêm trọng đâu: một cái cười nhếch mép; hiệu ứng đôi lông mày nhảy múa khi kết thúc video,... thế là đủ. Những điểm nhấn ấn tượng nhất đôi khi chỉ là những chi tiết rất nhỏ, và cứ làm nhiều bạn sẽ phát hiện ra, nó chẳng nằm trong phương pháp hay sách vở nào cả, chẳng ở đâu dạy những tiểu tiết ấy. Tôi chỉ có thể nói với bạn trên quan sát của mình, rằng đoạn kết thúc của mỗi video TikTok chính là nơi quyết định bạn có thu hút được khán giả theo dõi kênh của bạn hay không.

Theo đuổi TikTok toàn thời gian là một lựa chọn liều lĩnh và cần cân nhắc rất nhiều. Kiếm tiền từ TikTok là một lộ trình dài đòi hỏi sự kiên trì, và bạn không thể có được kiên trì nếu hàng ngày bạn không có gì... cho vào mồm. Hầu hết những creator của chúng tôi đều đã có công ăn việc làm, thậm chí có địa vị trong xã hội, và

TikTok là nơi họ trao giá trị cho cộng đồng để đổi lấy danh tiếng và những khoản thu nhập thêm. Đó cũng chính là mục đích của mạng xã hội: lan tỏa giá trị và kết nối cộng đồng. Cứ làm theo đúng mục đích đó, bạn sẽ nhận lại được những lợi ích từ nó.

TikTok vẫn đang trên đà tăng trưởng rất nhanh, đi cùng với tốc độ biến đổi của thuật toán cũng như hành vi người dùng, đòi hỏi các creator luôn linh hoạt và không ngừng cập nhật. Những công thức hiệu quả năm ngoái, năm nay không còn dùng được nữa. Là một MCN đầu ngành dẫn dắt xu thế, chúng tôi cảm nhận áp lực này rõ hơn ai hết, khi các ý tưởng sáng tạo liên tục bị copy. Thậm chí, có những người "xào nấu" thiếu văn hóa, bê nguyên kịch bản về kênh của họ, từ màu sắc, văn bản, đến khung chữ. Họ còn không hiểu rõ về TikTok, thấy kênh bạn tôi đặt hashtag là #dcgr, họ cũng hashtag y hệt, cho rằng đó là cách để lọt vào video đề xuất. Tôi hy vọng bạn sẽ không làm như thế, kẻo buồn (cười) lắm!

Làm TikTok, bạn phải chuẩn bị tinh thần lúc nào cũng có thể... trở nên nổi tiếng. Khó khăn lớn nhất các bạn gặp phải có lẽ là không biết bắt đầu từ đâu, làm nội dung theo hướng nào phù hợp và phát huy tối đa thế mạnh

của mình. Nếu có người đồng hành và định hướng đúng, bạn sẽ chạy bon bon ngay. Các thế hệ ngôi sao trước đây để nổi tiếng có lẽ phải đánh đổi nhiều, đặc biệt là sự riêng tư cá nhân, khi đời tư của họ là mỗi ngon cho báo chí. Nhưng các hot TikToker thời nay không đến nỗi là tâm điểm của truyền thông, nên các bạn cũng rất thoải mái.

## **Chơi TikTok, không bây giờ thì bao giờ?**

Social content (xây dựng nội dung mạng xã hội) vẫn đang là nghề nằm trong xu hướng phát triển chung của xã hội, vì phải có content hay mới giữ chân được người dùng. TikTok không còn là mạng xã hội mới mẻ nữa, nhưng tiềm năng tăng trưởng của nó còn rất lớn, đặc biệt trong mùa cách ly dịch bệnh. Trong năm 2019, TikTok là app có lượt tải cao nhất thế giới, vượt cả YouTube và Instagram. Đây cũng là app có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất thế giới. Việt Nam không nằm ngoài xu hướng đó. Khi hai anh em tôi bắt tay làm với nhau vào tháng 3/2020, TikTok chỉ có khoảng 15 triệu người dùng ở Việt Nam. Thời điểm hiện tại, tháng 7/2021, con số này đã lên đến hơn 35 triệu người dùng và vẫn tiếp tục tăng nhanh.

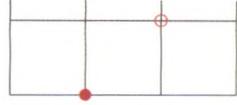
Lý giải sự tăng trưởng thần tốc này, tôi cho rằng TikTok đã làm được điều mà chưa một nền tảng nào làm được, đó là xây dựng thế giới giải trí cho một tập khách hàng khổng lồ: những người thích xem video ngắn. Hầu hết các clip trên YouTube đều phải dài hơn 10 phút để có thể chèn quảng cáo, còn clip trên TikTok không yêu cầu dài như vậy. Việc xây dựng kênh triệu view trên TikTok hiện nay cũng dễ dàng hơn trên YouTube, vì mặc dù lượng người dùng YouTube nhiều hơn, nhưng số lượng creator trên nền tảng này cũng lớn hơn rất nhiều. Tỷ lệ người sáng tạo/người xem trên TikTok vẫn đang tương đối hấp dẫn để khai thác, và bạn càng làm sớm, bạn càng có nhiều lợi thế. Sau này, nền tảng TikTok cũng có thể đến ngày bão hòa, việc xây dựng kênh sẽ khó khăn hơn, nhưng đây là khó khăn chung, không giới hạn ở riêng nền tảng hay thị trường nào. Quan trọng là bạn có sẵn sàng “khô máu”, có định hướng, và có kịp thời nắm bắt được cơ hội hay không?

Lạc quan vào một tương lai tươi sáng, nhưng tôi luôn có niềm tin không nền tảng nào có thể tồn tại mãi mãi. Dù ngày tàn của TikTok có thể còn rất rất xa, nhưng tư duy đó giúp tôi không bao giờ lệ thuộc vào bất kỳ nền tảng nào cả. Mỗi nền tảng chỉ là một điểm

chạm, sau cùng vẫn là bài toán kinh doanh mà thôi. Khi bạn kinh doanh tốt, bạn không cần quá quan tâm đến nền tảng. Làm thương hiệu chỉ là một giai đoạn trong cuộc marathon đường dài của phát triển kinh doanh thôi.

Nhìn lại 1 năm trước, khi lựa chọn đến với TikTok, tôi biết mình đã làm được điều đúng đắn để sau này không phải hối tiếc. 1 năm đầu tiên hoạt động hết công suất, DCGroup đã trở thành Top 1 MCN TikTok ở Việt Nam về hiệu suất. Năm nay, chúng tôi đặt mục tiêu phấn đấu trở thành Top 1 MCN giúp các creator kiếm được nhiều tiền nhất. Với vị thế vốn có của công ty và triển vọng thị trường, tôi không tin là mình không làm được.

Nếu bạn có một ý tưởng hay và khao khát làm được một điều gì đó thú vị, còn chần chừ gì nữa, TikTok luôn chào đón bạn. Tôi không nói bạn phải chơi Tiktok mới có thể thành công. Không, đây cũng chỉ là một trong vô số các nền tảng và phương pháp để xây dựng thương hiệu cá nhân mà thôi. Nhưng khi mảnh đất vẫn còn rộng, người đến sớm hơn sẽ có nhiều cơ hội hơn. Tôi không hứa hẹn bạn chắc chắn đạt được thành công lớn lao, nhưng đây là bước đà rất tốt, mở ra nhiều cơ hội sau này. ■



# XIN CHÀO,

# MÌNH LÀM SÁNG TẠO

# VÀ MÌNH ĐẾN TỪ

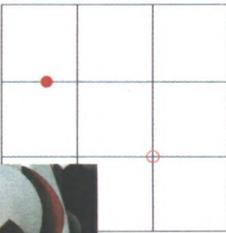
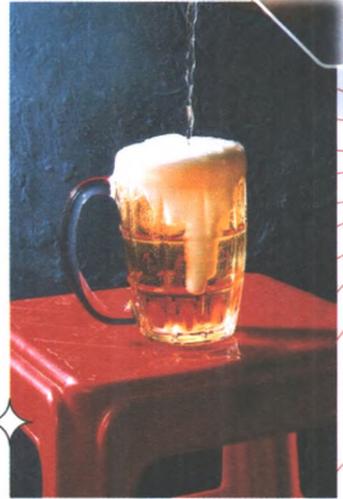
# VIỆT NAM



**TÁC GIẢ:**  
Khoachim

Creative Practitioner

Tác phẩm trích từ bộ ảnh #Nhậu.



LỚP HỌC TỜ HE WORKSHOP.

Tác phẩm từ dự án

↳ "Cách đây 5 năm, có mơ cũng không thể nào tưởng tượng được mình đang sống trong giấc-mơ-đời-mình như bây giờ."

Xin chào bạn.

Đúng rồi! Chính là bạn – người đang đọc những dòng này.

Ngắn gọn và thẳng thắn vào vấn đề nhé: Hôm nay bạn sẽ “sa chân” vào giấc-mơ-đời-mình của một đứa thực hành sáng tạo với nhiều vai trò. Và đứa đó chính là mình đây.

## TRẠM 1: 5 NĂM SAU NGÀY TỐT NGHIỆP

À thì, vì chưa biết nhau, mà bạn lại “lỡ” bước chân vào trang viết này, nên mình giới thiệu tí tẹo để làm quen nhé. Mình liệt kê, cho đỡ dài dòng, đặng tội bạn (vì tội viết dài của mình).

- ◆ Mình là Khoachim đến từ Việt Nam. Lúc nhỏ, mình sống tại một thị xã nhỏ ở miền Trung có tên là Tam Kỳ. Đến 18 tuổi, mình lặn lội vào miền Nam học, sau đó đi làm, đã ở lại TP.HCM được 9 năm và dự tính sẽ ở mãi đến già (nếu không nổi hứng đi đâu đó khác trên địa cầu này). Cơ mà dù ở đâu, làm gì, mình cũng luôn mang theo Việt Nam trong tim mình.
- ◆ Cũng vì nguồn gốc và niềm tự hào kể trên, mình thường được mọi người biết đến với vai trò người đồng sáng lập (Co-founder) của Vietnamme. Có thể nói, Vietnamme – một tổ chức nghệ thuật cộng đồng với mong muốn khắc họa văn hoá và những cảm hứng Việt Nam dưới góc nhìn mới mẻ và đương đại hơn – là giấc mơ thành hiện thực khi mình có thể thỏa được đam mê hoạt động cộng đồng và hoạt động nghệ thuật tại cùng một giao điểm.
- ◆ Cứ cách vài tháng gặp lại, bạn sẽ thấy mình mang (thêm) một vai trò khác. Có khi là tổng biên tập của một tạp chí online, có khi là nghệ sĩ thị giác, có khi là nhiếp ảnh gia tĩnh vật và có khi là Creative Lead tại một Influencer Marketing Agency. Nhưng dù ở vai trò hay chức vụ nào đi chăng nữa, mình cũng đều là người thực hành sáng tạo.

- ♦ Ở một khía cạnh nào đó, mình cảm thấy hạnh phúc với cuộc sống hiện tại. Vì đơn giản, mình đang thực sự sống với giấc-mơ-đời-mình. Cái giấc mơ được "làm sáng tạo" mỗi ngày, với một mức lương tốt, và quan trọng là tìm thấy được ý nghĩa trong mỗi việc mình làm.

## TRẠM 2: NGÀY ĐẦU TIÊN SAU TỐT NGHIỆP (0 NĂM)

Nhưng trước khi có được sự hài lòng ở hiện tại, mình cũng từng là một cử nhân Đại học đầy... tuyệt vọng.

Sự tuyệt vọng đó đầu tiên là việc nhận ra (hơi muộn) tấm bằng Đại học mình đang cầm trên tay là trái ngành so với nghề nghiệp mình muốn làm. Mình tốt nghiệp chuyên ngành Quan hệ Quốc tế và muốn "gia nhập" ngành Sáng tạo/ Nghệ thuật. Cũng may, mình học Ngoại giao nên cái tinh thần tiên phong, tích cực và ham học hỏi đã kéo mình ra khỏi sự tuyệt vọng để mạnh dạn "rời đơn". Và may mắn thay, 6 tháng sau đó, mình từ intern, bỏ qua vị trí trainee để trở thành nhân viên chính thức của một agency có tiếng. Và dĩ nhiên, đời không dễ dàng như một cảnh phim.

Trong 6 tháng đó, mình đã chăm chỉ mỗi ngày để học những kiến thức từ cơ bản đến nâng cao, từ lý thuyết đến thực tiễn, từ người trong công ty cho đến người ở trong giấy... Phải công nhận, thành công bước đầu này, ngoài sự chăm chỉ, thì ngành học (tưởng như trái ngược) của mình đã cho mình một phong thái chuyên nghiệp, tư duy toàn diện và góc nhìn khác biệt so với những bạn "đúng ngành" cùng trang lứa. Và nói thật, đến mãi sau này, mình vẫn luôn biết ơn ngành "trái" của mình, vì đã luôn nhắc nhở mình biết cố gắng (cho bằng bạn bằng bè "đúng ngành") và giúp mình nhận ra: Chỉ cần 6 tháng nghiêm túc học hỏi, ta có thể bắt đầu với bất cứ thứ gì.

Dĩ nhiên, mình không cố xuýt cho chuyện học không đúng (hay thậm chí là sai ngành) nhé. Vì mình vẫn luôn tin vào tầm quan trọng của việc có một nền tảng giáo dục vững chắc. Chỉ có giáo dục mới khiến người ta có thể làm việc bài bản, có cái nhìn đủ rộng và có tiền đề để phát triển sâu với nghề. Mình tin, bắt đầu với nghề thì dễ, nhưng để đi xa và lâu về sau, bạn rất cần nền tảng vững chắc. Giáo dục là thứ bước đầu mang đến điều ấy và đồng thời cung cấp thêm nhiều góc nhìn mới. Tuy vậy, giáo dục chính quy hay không tùy ở mỗi người, cái

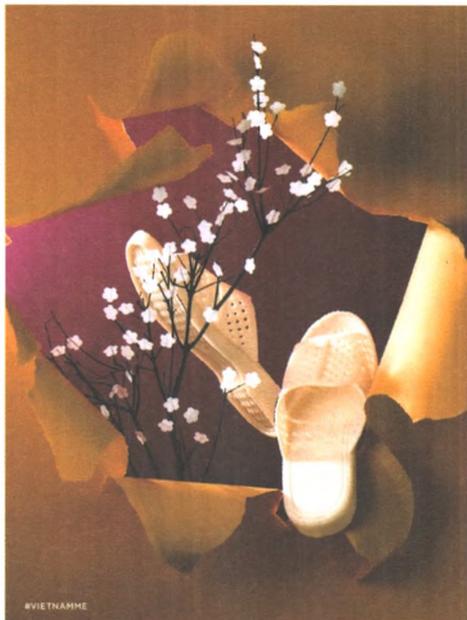
chính là quá trình thu nạp kiến thức chứ không phải bạn học ở đâu, hay tấm bằng nào. Có thể nói, sáng tạo nói chung là một ngành có tính thực tiễn cao. Xét cho cùng, sáng tạo cũng là cung cấp một giải pháp cho người dùng. Vậy nên, chuyện học hỏi nhu cầu, học hỏi những vấn đề, học hỏi tâm lý của khách hàng mục tiêu,... luôn là điều thường trực và bền bỉ trong suốt quá trình làm nghề. Thêm nữa, con người luôn có những biến số thay đổi, luôn có đặc trưng thế hệ và cả những bối cảnh sống mới theo thời gian. Do đó, sự học với một người làm sáng tạo, mình nghĩ, không dừng lại trên ghế nhà trường (để có được nền tảng kiến thức) mà còn ở thì hiện tại tiếp diễn và cả tương lai đơn.

Sau một năm đi làm sau tốt nghiệp (với gần 3 năm kinh nghiệm nhờ đi làm từ thời sinh viên), mình tiếp tục có nỗi thất vọng thứ hai. Khác với lần đầu tiên – khi thất vọng vì học trái ngành và không có gì trong tay, nỗi thất vọng lần này lại đến từ cảm giác có nhiều thứ trong tay. Thời cách đây 5 năm, cứ đưa nào mà làm sáng tạo thì sẽ phải chọn giữa CHỮ (copywriter) và HÌNH (designer). Nhưng mình biết, mình có CẢ HAI. Và thật tuyệt vọng, khi mình muốn phát triển bản thân ở cả hai, nhưng thị trường lúc đó chưa sẵn sàng cho một vị trí nào

như thế (ý mình là ở vị trí Junior). Và quyết định của mình để đối mặt với nó chính là: NGHỈ VIỆC.

Có lẽ nhờ sự bỗng bột tuổi trẻ, nên ngày ấy mình đã quyết liệt dừng lại con đường “bắt” mình phải lựa chọn một trong hai thứ mình thích. Giai đoạn đó, nói thật là tương lai mờ lung và áp lực kinh tế lắm. Nhưng sâu thẳm bên trong, mình biết mình đang làm điều đúng đắn cho cuộc đời mình. Vì nếu không dừng lại, mình sẽ thui chột một trong hai thứ mình luôn yêu thích và sẽ “sống mòn” với những công việc không toàn vẹn là mình. Nói đến đây, có lẽ nhiều người nghĩ mình mơ mộng. Ấy vậy, mình tin con đường mình đi qua đã chứng minh một điều ngược lại. Bởi: Phải rất thực tế mình mới có thể tự mở công ty, tự làm việc như một freelancer trong suốt 2 năm; Phải rất thực tế mình mới có thể kiên trì tự học cả hai thứ mỗi ngày; Phải rất thực tế mới vững tâm tự thực hành và va chạm bằng những dự án do mình tự tạo cơ hội, trong lúc bạn bè cùng lứa lao vào guồng máy khổng lồ của các tập đoàn lớn; Và phải rất thực tế thì một đứa sáng tạo (mà còn mộng mơ) như mình mới có thể chăm chỉ và vững tin trong từng bước chân để biến giấc-mơ-nghề-nghiệp-không-tưởng thành sự thật. Có thể nói, hai năm ấy là một

GAP TIME mà mình biết ơn nhất đời, vì nhờ nó, mình hiểu được giá trị của lao động, có thời gian dừng cảm vượt qua guồng quay thông thường để bổ sung kiến thức, đồng thời thực hiện thêm những dự án (Vietnamme và hàng loạt dự án cá nhân) và những dự định để khiến tuổi trẻ của mình thêm rực rỡ (đi giao lưu quốc tế SSEAYP, viết blog, đi du lịch đó đây, làm triển lãm,...)



Hai tác phẩm được trích từ triển lãm VIETNAMME 01 EXHIBITION.

### TRẠM 3: TỐT NGHIỆP ĐƯỢC 3 NĂM

May mắn thay, chỉ sau 3 năm, thị trường đã sẵn sàng đề xuất cho mình một vị trí mang tên Creative Lead – một công việc quản lý cả "hình" và "chữ". Cuối năm 2019, mình lục đục soạn đồ để sau Tết đi làm.

Thời điểm rời khỏi ngành 3 năm về trước, mình là một Junior, nhưng lần trở lại này, mình đã ở vị trí quản lý. Nghe đến đây, có lẽ rất nhiều người nghĩ mình may mắn. Mình đồng ý với điều đó. Nhưng, mình cũng đồng ý với một điều khác, rằng: Mình xứng đáng và tự tin với vai trò này. Bởi lẽ, trong suốt hành trình vừa rồi, điều mình gom nhặt được không chỉ là chuyên môn của cả "chữ" và "hình",

mà còn rất nhiều thứ khác nữa. Bên cạnh việc biết vận dụng linh hoạt tư duy sáng tạo trong mỗi con chữ “bán được” hay mỗi artwork đánh đúng tâm lý đối tượng mục tiêu, Khoa còn nạp thêm cho mình kiến thức và tư duy của một Marketer để hiểu hơn về nhu cầu của khách hàng và nắm bắt xu hướng thị trường. Đâu chỉ dừng lại ở vai trò của người làm chuyên môn với những phần việc thiên về execution (copywriter phải viết copy/content, designer phải biết thiết kế), Khoa hiểu công việc sáng tạo còn nhiều hơn vậy. Đó là creative planning, là ideation, là presentation và (như mọi người vẫn thường nghĩ) là execution. Tất cả điều đó mang đến cho người làm sáng tạo nhiều thách thức, nhưng đồng thời cũng có nhiều điều thú vị để khám phá và chinh phục. Mình có kỹ năng tổ chức và quản lý công việc từ quá trình triển khai hàng loạt các dự án cá nhân. Mình có kỹ năng lãnh đạo và quản lý nhân sự từ Vietnamme và kinh nghiệm điều hành công ty riêng. Mình có cơ hội tiếp xúc với người trẻ và cộng đồng để hiểu hơn về con người và nhu cầu của họ (điều giúp mình rất nhiều khi thấu cảm với target audience<sup>(1)</sup> của các dự án). Mình có những trải nghiệm đa dạng, va chạm thực tế và cả những

mối quan hệ (network) rộng khắp nhiều lĩnh vực khác nhau. Và điều mà mình có được nhiều nhất, đó chính là tư duy của một senior, khi luôn chủ động biến những ý tưởng thành hiện thực, bằng mọi cách.

Đến bây giờ, mình đã ở vị trí này được 2 năm và công ty vẫn luôn hài lòng với những gì mình mang đến. Nhìn nhận lại cả quá trình, mình mới nhận ra điều khiến mình (bước đầu) có được thành công nhanh như vậy là nhờ tư duy phát triển skill-set<sup>(2)</sup>. Điều ngày trước mình lờ mờ nhận ra (và may thay đúng), đó là: một người lao động trong lĩnh vực sáng tạo ở thế hệ tụi mình không thể nào chỉ có một kỹ năng (hình hoặc chữ) được, mà phải là một bộ kỹ năng. Thị trường luôn thay đổi và luôn đòi hỏi một người có được cái nhìn và chuyên môn phù rộng ở nhiều hơn một lãnh địa. Và để có thể thăng hoa ở một lãnh địa, chúng ta cần mở rộng tầm hiểu biết liên ngành ở các lãnh địa khác. Không phải tự dưng mà bạn thấy nhiều anh chị đi trước luôn khuyên mình sống nhiều hơn/học nhiều hơn, và lâu lâu, họ lại đi học những thứ không liên quan, như: trồng cây, lập trình, viết kịch bản, học nhảy,...

<sup>(1)</sup> khách hàng mục tiêu.      <sup>(2)</sup> bộ kỹ năng

Với mình, trong sáng tạo, input<sup>(3)</sup> càng nhiều, output<sup>(4)</sup> càng tốt. Do đó, hãy cứ input thật nhiều thứ bạn thích để từng bước tạo nên tổng hoà con người bạn (skill-set) và có thể hành nghề từ đó được. Và bạn, chỉ có bạn mới là người biết mình hứng thú và mạnh kỹ năng gì. Vậy nên, đừng chần chừ và thiết kế nên một bộ kỹ năng của riêng mình nhé. Chỉ cần chăm chỉ mỗi ngày và tự tin với skill-set của bản thân, nhất định sẽ đến lúc thị trường trọng dụng bạn. Mẹo của Khoa là: khi bắt đầu một thứ gì đó (với vị trí junior), bạn hãy lấy skill-set và cả mindset (tư duy) của một senior để kiên trì học hỏi và làm theo. Chắc chắn bạn sẽ... vất vả, nhưng bạn sẽ đi nhanh và vô cùng bất ngờ với thành quả đạt được đấy.

## QUAY LẠI TRẠM 1: SAU 5 NĂM ĐI LÀM

Đến bây giờ, sau 5 năm vào ngành (cả ra và cả quay trở lại), mình có thể tự tin nhìn lại hành trình sáng tạo. Việc nhìn lại (reflection), dù ở giai đoạn nào, cũng vô cùng cần thiết để biết mình đang ở đâu và tiếp tục cố gắng vì điều gì. Vậy nên, ở trạm này, hãy cùng mình nhìn lại với những hashtag

nho nhỏ sau nhé! Hi vọng nếu bạn là một newbie của ngành, bạn có thể tham khảo và tự tin hơn ở bản thân.

## #Năng khiếu

Năng khiếu có cần thiết hay không? Câu trả lời sẽ là cần nhưng chưa đủ để làm nghề sáng tạo. Vì năng khiếu giúp một người làm sáng tạo có thể đi nhanh hơn với kỹ năng chính mà công việc yêu cầu (ví dụ: thiết kế, viết, quản lý dự án,...) Nhưng như Khoa đã chia sẻ, Khoa tin một người làm sáng tạo hiện tại cần nhiều hơn một kỹ năng và ai cũng có thể hình thành nên một skill-set để bù trừ cho những điểm yếu và phát huy những điểm mạnh của riêng họ. Và lại, Khoa nghĩ, nếu không có năng khiếu, bạn chỉ cần thực sự nghiêm túc và chăm chỉ, nhất định bạn sẽ có kỹ năng mong muốn thôi (dĩ nhiên ở mức độ đáp ứng được với yêu cầu cơ bản của nghề). Vậy nên, nếu bạn có năng khiếu, Khoa chúc mừng bạn, còn nếu bạn (nghĩ bạn) không có, Khoa cũng chúc mừng bạn. Vì bạn đang có cơ hội để học hỏi và có một cách làm khác biệt của riêng bạn rồi đấy.

<sup>(3)</sup> đầu vào.    <sup>(4)</sup> đầu ra



Tác phẩm NHỮNG BIỂU TƯỢNG NHÂM CHÁN (trái) và GIẤC MƠ (phải) trích từ triển lãm ỬA EXHIBITION được tổ chức bởi Vietnamme.

## #Họchoihoài

Như Khoa có đề cập ở trên, sáng tạo phải luôn đi đôi với quá trình học hỏi... suốt đời. Mục tiêu là để thay đổi góc nhìn, làm mới tư duy và có thêm nhiều dữ kiện/chất liệu cho sản phẩm sáng tạo. Và lại, ai làm sáng tạo mà chẳng tò mò về những thứ quanh mình nhỉ? Vậy nên, học là chuyện đương nhiên.

Đừng bó buộc định nghĩa của chữ “học” ở việc ngồi trên ghế nhà trường nhé. Bởi, Khoa tin sự học còn là quá trình cóp nhặt có chọn lọc từ rất nhiều nguồn, sau đó tổng hợp và hình thành cho mình một hệ thống lập luận/kiến thức phù hợp. Vậy nên, bạn nhớ hãy học hỏi từ nhiều người, nhiều nguồn để có góc nhìn đa chiều. Riêng bản thân Khoa thích một vài cái tên (không hẳn là idol nha): thích tư duy làm format mới của Dustin & Thuỳ Minh; thích cách lập luận, quan điểm rõ ràng của cô Trác Thuý Miêu; thích cách ngành marketing, truyền thông phân tích mọi thứ rạch ròi, thậm chí cả những yếu tố về giá trị con người; thích sự ảnh hưởng của nghệ thuật đương đại, các dự án xã hội đến cuộc sống;

và cực được truyền cảm hứng bởi bộ 3 cuốn sách rất hay về sáng tạo của Austin Kleon<sup>(5)</sup>,...

Đây, nhiều thứ và nhiều cảm hứng xung quanh mình để học hỏi và tham khảo lắm. Nên cứ yên tâm học để tạo nên những sản phẩm sáng tạo bền vững và có ý nghĩa (ít ra là với bạn) nhen.

## #Nghềkhókiếm sống

Đây là lắm tướng phổ biến nhất của thế hệ... ba mẹ tụi mình. Dễ hiểu thôi, vì ở thời ba mẹ, những công việc liên quan đến sáng tạo chưa phổ biến. Do đó, họ khó nắm bắt và từ đó có tâm lý đây là một nghề mơ mộng, bấp bênh và khó kiếm sống. Nhưng thực tế cho thấy, những nghề liên quan đến Sáng tạo thường có mức lương và đãi ngộ rất cạnh tranh trên thị trường lao động.

Với bản thân Khoa, thu nhập đến từ nhiều nguồn khác nhau. Đầu tiên phải kể đến tiền lương từ vị trí Creative Lead. Ngoài ra, Khoa cũng có thêm nguồn thu nhập từ các dự án cá nhân (triển lãm, sự kiện, merchandise) và công việc Freelance (một điều vô cùng phổ biến với những người làm sáng tạo). Bên cạnh đó, tuy không

nhiều, nhưng Khoa cũng nhận được một phần chi phí từ việc làm diễn giả và trở thành một nano influencer trong lĩnh vực của mình.

## #Thuậnlợivàkhókhăn

Khi nói về Sáng tạo tại Việt Nam, mọi người thường nghĩ chúng ta có nhiều bất lợi so với bạn bè thế giới. Nhưng Khoa không nghĩ vậy. Thứ nhất, thế giới đã phẳng hơn rất nhiều nhờ công nghệ, và do đó, người Việt làm sáng tạo giờ đây có cơ hội tiếp cận kiến thức và thực hành ngang bằng với những đồng nghiệp từ các quốc gia khác. Thứ hai, vì đây là lĩnh vực còn non trẻ nên tiềm năng phát triển và biên độ bứt phá lớn. Thứ ba, Việt Nam sở hữu dân số trẻ, đồng nghĩa với một thị trường tiêu thụ lớn – một mảnh đất màu mỡ cho ngành sáng tạo - truyền thông. Và cuối cùng, Việt Nam là quốc gia giàu văn hoá, bản sắc, do đó, đây sẽ trở thành một lợi thế khác biệt trong bối cảnh toàn cầu hoá.

Đã có rất nhiều người nói về khó khăn của người làm sáng tạo tại Việt Nam rồi. Nhưng Khoa tin, chúng ta – những người đưa ra giải pháp bằng sáng tạo, sẽ luôn biết nhìn nhận thực

<sup>(5)</sup> 3 cuốn sách đó là: "Cứ làm đi", "Nghệ thuật PR bản thân", "Nghệ thuật đánh cắp ý tưởng".

trạng (đôi lúc còn gian nan) và biến đó thành lợi thế lợi ngược dòng.

## #Chấtliệusángtạo

Mỗi người sẽ có một chất liệu sáng tạo riêng. Đối với Khoa, ở vai trò của một thực hành sáng tạo với nhiều vị trí (nhiếp ảnh gia, nghệ sĩ thị giác, creative lead, người viết,...) Khoa vẫn luôn chọn cho mình một nguồn cảm hứng mang tên: Việt Nam. Nguyên nhân có lẽ vì được đào tạo chuyên ngành ngoại giao tại Đại học, nên Khoa sớm mong muốn mình trở thành công dân toàn cầu. Để rồi từ đó, tự hỏi: “Điều gì sẽ làm cho mình khác biệt với bạn bè thế giới?” và may thay cũng kịp nhận ra: “Đó chính là căn tính dân tộc, yếu tố Việt Nam – một điểm khác biệt và đáng tự hào”. Với cả, Khoa nghĩ cái máu yêu Việt Nam cũng nhờ lúc nhỏ ở miền Trung, may mắn được ba kể chuyện (hoài) về quê mình, hay mỗi Tết ba thường dẫn đi thăm cây đa, bến nước, đình làng, đi thắp hương cho Miếu Bà (một vị Thần Hoàng ở quê Khoa) nữa,... Bởi vậy, dần dần, cảm hứng nghệ thuật – sáng tạo về nơi mình sinh ra cứ chảy trong huyết quản và tràn đầy theo số tuổi cũng nên.

Điều làm cho mình khác biệt với bạn bè thế giới chính là

- căn tính dân tộc, yếu tố Việt Nam – một điểm khác biệt
- và đáng tự hào”.

Bản thân Khoa rất tin vào tiềm thức của người Việt (đặc biệt là người trẻ). Niềm tự hào về gốc gác và văn hoá luôn ở trong mỗi người và vai trò của người làm sáng tạo là tìm một hình thức thể hiện gắn gũi, phù hợp và đủ cuốn hút để có thể “kích hoạt” hai chữ Việt Nam ấy bên trong họ. Đặc trưng sáng tạo của Khoa chính là biến những điều gắn gũi của Việt Nam (cả truyền thống và đương thời) có thể “thờ” chung nhịp cùng đời sống thế giới, đời sống người trẻ. Khoa quan niệm, văn hoá hay bản sắc không phải thứ chỉ đặt trên “trang thờ” của tâm tưởng, mà cần được “kéo xuống” để đi vào mọi mặt cuộc sống con người. Và thật vui, trên hành trình đó, Khoa thấy rất nhiều người trẻ và cả những anh chị đi trước trong lĩnh vực Sáng Tạo - Nghệ Thuật đã ủng hộ và góp

phần phát triển yếu tố bản địa cho cộng đồng người Việt mình.

À, nếu có dịp, bạn hãy ghé qua Fanpage Vietnamme hoặc các trang cá nhân của Khoa để xem các bộ hình triển lãm nhé. Khoa tin một khi "mắt nhìn hình, miệng đọc caption", bạn sẽ cảm nhận rõ hơn cái sinh quyển sáng tạo Việt Nam mà Khoa đã nói.



*Dự án Tết 2021 - Tết về nhà để không là mình*



*Dự án triển lãm VIETNAMME 01 - VIỆT NAM TRONG TIM MÌNH*



*Dự án triển lãm VIETNAMME 02 - ÛA*

## #CreativeBlock

Bị "đóng băng" não và không sáng tạo được là tình trạng phổ biến ở bất cứ ngành nào. Khoa đối mặt với việc này khá bình thản vì xem đây là một phần công việc của mình rồi. Khi Creative Block, Khoa thường có hai cách "xoay chuyển" tình thế. Đầu tiên, Khoa sẽ ứng dụng cách brainstorming "vô thức" (đơn giản là kết hợp vấn đề mình đang cần giải quyết với một hoặc nhiều yếu

tố ngẫu nhiên khác để tạo ra một ý tưởng mới). Dĩ nhiên, trọng tâm của phương pháp này không phải tiếp tục ép não nghĩ ra ý tưởng (xài được), mà giúp phá bỏ những khuôn mẫu và cái hộp sẵn có trong não nhờ sự kết hợp của nhiều yếu tố ngẫu nhiên. Cách này cũng rất hiệu quả khi bạn thấy ý tưởng của mình còn hơi... nhàm và an toàn. Thử xem nhé.

Cách thứ hai Khoa áp dụng khi rơi vào Creative Block đó là... nghỉ ngơi và đi làm đầy bản thân bằng cách: đọc, xem, nghe, nói,... những thứ không liên quan đến mình hay đến brief. Mục tiêu là để làm mới (refresh) lại não bộ và có thêm rất nhiều cảm hứng mới mẻ.

## #ĐiểmYếucủaNewbie

Vị trí quản lý cho Khoa cơ hội được phỏng vấn và tiếp xúc với rất nhiều những tân binh (intern, trainee, junior). Và Khoa xem đó là cơ hội để mình nạp lại năng lượng làm nghề và đâu đó có thể gợi ý một vài điều để các bạn nhỏ có thể cải thiện bản thân. Hai trong số nhiều điều mà Khoa thường đề xuất cho các bạn tân binh khi các bạn hỏi Khoa "Điều gì em có thể làm để cải thiện bản thân?", đó là:

1. Dự án cá nhân: Tất cả những kinh nghiệm và những điều hay ho mà bạn mô tả trên CV (và cả portfolio), người tuyển dụng có quyền tin hoặc không. Bởi ở mỗi tổ chức, mỗi công việc và mỗi thời kỳ, mỗi người lại có những trải nghiệm hoàn toàn khác nhau. Do đó, những gì bạn ghi đôi khi không có giá trị niềm tin đến vậy. Bạn nói bạn sáng tạo và có khả năng quản lý công việc? Lấy điều gì để nhà tuyển dụng có thể tin vào điều bạn nói đây? Câu trả lời chính là Dự án Cá nhân (Personal Project). Không chỉ đơn thuần thể hiện khả năng chuyên môn như Portfolio, những dự án cá nhân là kết tinh hoàn hảo của khả năng, tinh thần, lý tưởng, tư duy, kỹ năng quản lý dự án và các kiến thức liên ngành của bạn. Do đó, đừng ngại thực hiện và thuyết trình một cách tự tin về những gì mình đã làm với người tuyển dụng nhé. Đừng nghĩ gì quá phức tạp (thực ra phức tạp cũng được), đôi khi dự án cá nhân chỉ là một trang blog nho nhỏ hoặc một account Instagram thôi đó. Quan trọng là dự án đó có đối tượng tác động, có kết quả cụ thể và đo lường được hiệu quả.

2. Đi phỏng vấn nhiều hơn: Phỏng vấn là một đặc quyền của những tân binh.

Vì không dễ gì để bạn có cơ hội gặp các anh chị Senior trong nghề, mà lại miễn phí. Càng phỏng vấn nhiều, bạn càng mạnh dạn, càng được tiếp xúc với nhiều môi trường, càng gặp gỡ nhiều anh chị, và càng nhận ra những điều mình còn thiếu. Vậy nên, đừng đợi đến kỳ thực tập mới đi apply phỏng vấn nhé. Hãy phỏng vấn thật nhiều, bạn sẽ học được rất nhiều điều thú vị đó.

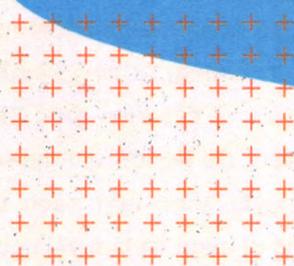
## TRẠM 4: NĂM THỨ 5+ SAU TỐT NGHIỆP

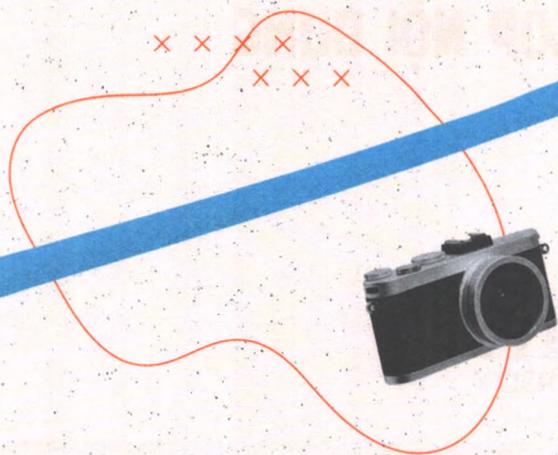
Thực ra, bài viết này khá dài rồi, mình biết. Nhưng dù sao cũng cần một đoạn kết để mọi thứ trơn mượt như bơ. Vậy nên, mình chỉ muốn nói rằng: Chào mừng bạn đến với ngành sáng tạo. Chúc bạn sẽ sáng tạo và tìm thấy niềm vui trong sáng tạo mỗi ngày, bất kể vị trí, chức vụ nào.

Còn mình vẫn ở đây, nếu bất cứ lúc nào bạn hoài nghi hay cần “quân sư” gì về sáng tạo và nhớ đến mình, đừng ngần ngại liên lạc nhé<sup>(6)</sup>. Nhất định mình sẽ luôn nhắc máy và bảo “Xin chào, mình là Khoachim, mình làm sáng tạo và mình đến từ Việt Nam”. ■

<sup>(6)</sup> Kết nối với Khoa tại blog [Hopcuachim.com](http://Hopcuachim.com) hoặc Instagram @khoachim

**Đến với những câu chuyện đa chiều của các tác giả trong phần 2, có lẽ bạn đã mừng tượng phần nào về đặc điểm của một số lĩnh vực tiêu biểu trong ngành Sáng tạo - Nghệ thuật. Một số công việc có thể mang tính “phiêu lưu”, mơ hồ ở giai đoạn bắt đầu, nhưng sẽ cực kỳ xứng đáng nếu bạn đủ say mê và nghị lực theo đuổi.**





Tuy nhiên, bên cạnh sở thích cá nhân, bạn cũng cần trang bị những kiến thức và kỹ năng mềm cơ bản. Để nâng cao kỹ năng tự học, hãy theo dõi những tác giả dày dặn kinh nghiệm từ Spiderum. Hoặc bạn có thể tìm tới những chỉ dẫn về kỹ năng mềm cần thiết tại ứng dụng của TopCV nhé:



# CÁC TỔ CHỨC ĐỒNG HÀNH ĐÓNG GÓP NỘI DUNG



Đại học RMIT Việt Nam được thành lập vào năm 2000 và là cơ sở lớn nhất tại châu Á của RMIT Melbourne – Đại học top đầu về giảng dạy Nghệ thuật và Sáng tạo, hiện xếp hạng #1 ngành Thiết kế, #1 ngành Thời trang và #3 ngành Truyền thông tại Úc (\*). RMIT Việt Nam hoạt động tại 3 cơ sở chính, gồm cơ sở Nam Sài Gòn, cơ sở Hà Nội và cơ sở Đà Nẵng, với hơn 9.500 sinh viên, 700 cán bộ giảng viên và 15.500 cựu sinh viên.

(\*) Theo Bảng xếp hạng Đại học Thế giới Quacquarelli Symonds 2022 và Bảng xếp hạng Trường dạy Thời trang được đánh giá cao nhất thế giới.

Đại học RMIT Việt Nam mang đến các chương trình tiếng Anh, chương trình cử nhân về kinh doanh, công nghệ, truyền thông, thiết kế, thời trang, ngôn ngữ, hàng không và tâm lý cùng các chương trình thạc sỹ với quỹ học bổng thường niên lên đến hơn 31 tỷ đồng. Môi trường học tập quốc tế của RMIT khuyến khích học viên trau dồi nhận thức văn hoá, tư duy phản biện, óc sáng tạo và khả năng làm chủ công nghệ số thông qua các chương trình như Hoàn thiện Kỹ năng Cá nhân (Personal Edge), Lãnh đạo Toàn cầu (Global Leadership Experience), du học trao đổi tới RMIT Melbourne hoặc 200+ đại học đối tác với mức học phí Việt Nam,...

Tại RMIT, sinh viên được trải nghiệm triết lý giáo dục lấy học viên làm trọng tâm, học tập gắn liền với thực tiễn thông qua các dự án hay các kì thực tập với các doanh nghiệp có quan hệ đối tác với trường. Nhờ vậy, 83,8% sinh viên RMIT Việt Nam đã có việc làm toàn thời gian chỉ trong vòng 3 tháng sau khi tốt nghiệp.

Tại Melbourne, RMIT là đại học đa ngành với hơn 96.000 sinh viên và 430+ ngành học, từ các cấp độ Dự bị, Đại học, Thạc sỹ và Tiến sỹ. Hiện Đại học RMIT đã mở rộng quy mô trên toàn cầu, với 3 cơ sở tại Úc và các cơ sở tại Việt Nam, Singapore và Tây Ban Nha.



Vietnamme là tổ chức nghệ thuật cộng đồng với mong muốn khắc họa văn hoá và cảm hứng Việt Nam dưới góc nhìn mới mẻ và đương đại hơn.

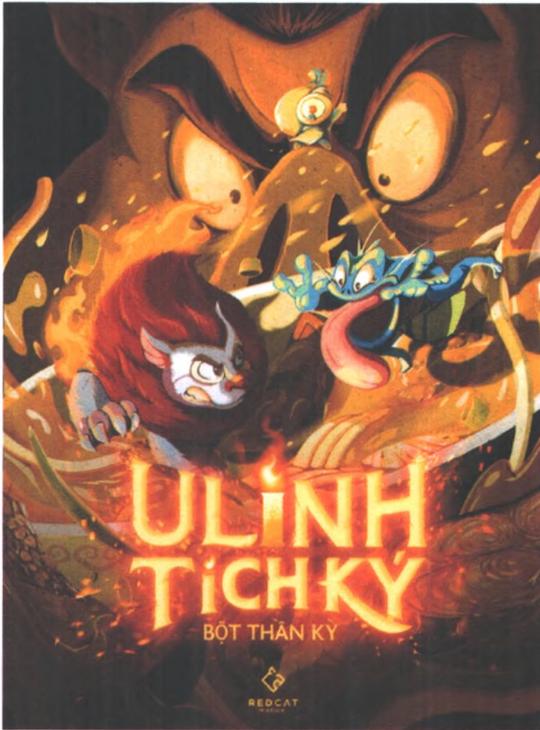
Hướng đến đối tượng mục tiêu là những người trẻ Việt Nam văn minh và tử tế, trong suốt quá trình hoạt động, Vietnamme đã sáng tạo và giới thiệu đến công chúng nhiều format đa dạng và mới mẻ nhằm khơi gợi niềm tự hào bên trong

mỗi người. Có thể kể đến: tạp chí online Vietnamme Magazine, chuỗi triển lãm #Vietnamme, sự kiện đối thoại nghệ thuật Vietnamme Talk, chuỗi Workshop Lớp Học Tò Te và các Creative Campaign về văn hoá, tập tực trên không gian mạng xã hội.

Vietnamme mong rằng: dù ở đâu, làm gì, bạn cũng luôn giữ gìn sức khoẻ, tự tin ở bản thân và luôn mang theo một Việt Nam trong tim mình.

# HERITAGE SPACE

Bắt đầu hoạt động từ năm 2014, Heritage Space là không gian nghệ thuật độc lập với tư cách pháp nhân là Doanh nghiệp Xã hội, có trụ sở tại Hà Nội, Việt Nam. Hoạt động của Heritage Space luôn có yếu tố liên ngành như: triển lãm nghệ thuật, thư viện, âm nhạc và trình diễn, lưu trú nghệ thuật, các chương trình giáo dục và trao đổi liên ngành, và nhiều hình thức tổ chức khác. Được điều hành bởi nhóm các giám tuyển và nhà tổ chức chương trình nghệ thuật, Heritage Space có tham vọng trở thành một nền tảng gặp gỡ và phát triển cho các cá nhân/nhóm/tổ chức đến từ nhiều lĩnh vực sáng tạo trong và ngoài nước, với mục tiêu lâu dài nhằm kiến tạo những nền tảng tri thức và nuôi dưỡng nhân tố mới cho văn hóa và nghệ thuật đương đại ở Việt Nam.



Được thành lập từ năm 2012 bởi Leo DINH, Red Cat Motion là công ty tiên phong trong lĩnh vực truyền thông thị giác và animation tại Việt Nam. Đội ngũ Red Cat Motion nỗ lực chinh phục cả những thị trường khó tính như Mỹ, châu Âu, Nhật Bản,... mở ra nhiều cơ hội cho sự phát triển lĩnh vực này tại Việt Nam. Các thương hiệu lớn như Facebook, Google, Pepsi cũng như các thương hiệu nội địa như Biti's, Vinamilk đã chọn Red Cat để gửi gắm Animation cho các chiến dịch truyền thông. Nổi bật trong số đó là phim hoạt hình Con Rồng Cháu Tiên - Chuyện chưa kể được sáng tạo mới hoàn toàn, được đánh giá là phim hoạt hình Con Rồng Cháu Tiên xuất sắc nhất cho tới hiện tại, với hơn 4tr view sau 36h công chiếu.

Hiện nay ngoài việc sản xuất Animation phục vụ cho các chiến dịch truyền thông, thương mại và quảng cáo, Red Cat Motion bắt đầu tạo ra vũ trụ hoạt hình điện ảnh thông qua dự án Hành Trình Nhân Quả, mở ra một tương lai mới cho lĩnh vực hoạt hình tại Việt Nam. Thông tin dự án có thể xem tại: [facebook.com/karmathejourney](https://facebook.com/karmathejourney).



TopCV là công ty HR Tech (công nghệ nhân sự) hàng đầu Việt Nam. Hiện TopCV đang sở hữu hệ thống dữ liệu khoảng 4.400.000 ứng viên, 190.000 nhà tuyển dụng tại Việt Nam, trong đó có nhiều đối tác lớn như FPT, Viettel, Vingroup, VNPT, Techcombank,...

Sau hơn 5 năm đồng hành cùng hơn 100.000 doanh nghiệp, TopCV liên tiếp đạt danh hiệu Sao Khuê 2020, 2021 ở các hạng mục khác nhau và là website có lượng người dùng truy cập lớn thứ 1 tại Việt Nam (theo xếp hạng của Alexa). Đặc biệt, TopCV với nền tảng công nghệ ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong tuyển dụng đã xuất sắc vượt qua 600 startups trong khu vực Đông Nam Á, trở thành 1 trong 15 startups được Google lựa chọn tham gia chương trình Google for Startups Accelerator: Southeast Asia 2020. Với tốc độ tăng trưởng cao qua từng năm, hệ sinh thái sản phẩm ứng dụng sâu công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) được xem là một trong những động lực tăng trưởng mũi nhọn quan trọng của TopCV trong dài hạn.



Là một trong những nền tảng chia sẻ nội dung và thảo luận kiến thức đa chiều, văn minh được yêu thích nhất tại Việt Nam hiện nay, Spiderum.com có hơn 1.5 triệu lượt xem mỗi tháng và sở hữu một kho tàng những bài viết hữu ích cùng hệ thống kênh Youtube, Fanpage, Instagram hàng trăm ngàn lượt theo dõi. Spiderum là một môi trường startup trẻ trung, nhiệt huyết với sứ mệnh cao nhất là mỗi nhân viên và mỗi người dùng của chúng tôi đều trở thành một phiên bản tốt hơn của chính mình. Spiderum sẽ là điểm dừng chân cho những ai mong muốn được làm những công việc có ý nghĩa, được hưởng mức thu nhập xứng đáng và được phá bỏ mọi rào cản của bản thân. Với những bạn trẻ đam mê các lĩnh vực như sáng tạo nội dung, xuất bản, phát triển sản phẩm, Spiderum hoàn toàn có thể là một cơ hội của bạn.



**DAT PHI**  
MEDIA

Đạt Phi Media chính thức được thành lập năm 2013 và tự hào trở thành một trong những đơn vị dẫn đầu trong các lĩnh vực về lồng tiếng, thuyết minh và hậu kỳ tại Việt Nam. Đến thời điểm hiện tại, Đạt Phi Media là đối tác chính với các hãng phim trong và ngoài nước, có thể kể đến như Walt Disney Studios, Sony Pictures, Warner Bros. Pictures, Universal Pictures, Paramount Pictures, Apple TV+. Với nguồn lực hiện có, Đạt Phi Media cam kết nỗ lực để có thể tôn trọng và truyền tải được linh hồn các tác phẩm điện ảnh ở mức nghệ thuật cao nhất.



Digital Commerce Group là tập hợp các công ty về các lĩnh vực Truyền Thông Đa Phương Tiện, Quảng Cáo, Tiếp Thị & Giải Pháp Chuyển Đổi Số. Sứ mệnh của chúng tôi là giúp doanh nghiệp gia tăng được hiệu quả Kinh Doanh cũng như giá trị Thương Hiệu. Làm việc trong âm thầm và để kết quả của client lên tiếng – đó là phương châm mà DC Group theo đuổi



METUB Network là công ty giải trí số và mạng đa kênh YouTube hàng đầu tại Việt Nam với mạng lưới rộng lớn hơn 2500 nhà sáng tạo nội dung, tạo ra hơn 5 tỷ lượt xem hàng tháng, từ những người nổi tiếng (Trấn Thành, Chi Pu, Lý Hải Minh Hà, Amee, Binz,...) đến những nhà sáng tạo nội dung hàng đầu trong khu vực (Mixi Gaming, Hậu Hoàng, Vũ Dino, Châu Bùi,...).

METUB hoạt động trong mảng Truyền thông & Giải trí, cung cấp dịch vụ dành cho nhà sáng tạo nội dung để sản xuất và phân phối nội dung, đồng thời cung cấp các dịch vụ về thương hiệu, mang lại nội dung chiến lược tiếp thị thành công cho đối tác và những người có sức ảnh hưởng. Mục tiêu của chúng tôi là giúp những nhà sáng tạo nội dung, có thể là người nổi tiếng, người có sức ảnh hưởng, người chơi eSports, được “Sống bằng đam mê” – tạo ra giá trị đủ để biến niềm đam mê của họ thành một nghề nghiệp chuyên nghiệp.



Góp mặt vào thị trường Quảng cáo từ năm 2012, những chú Khủng Long đã miệt mài xây dựng Dinosaur trở thành một Agency uy tín trong lĩnh vực Phát triển thương hiệu, Digital Marketing, Xây dựng chiến lược Truyền thông tích hợp IMC,... Với phương châm "Reinvent or go extinct" (Cải tiến hay tuyệt chủng), Dinosaur luôn đổi mới không ngừng và mang lại hiệu quả rõ nét trong từng chiến dịch. Với phong cách đa dạng, không ngại dấn thân vào nhiều lĩnh vực khác nhau từ FMCG (Ngành hàng tiêu dùng nhanh), Fintech (Công nghệ tài chính) cho đến Bảo vệ môi trường,... nhưng chất riêng của Dinosaur luôn rất khó trộn lẫn. Gần 10 năm qua, Dinosaur đã tạo ra nhiều chiến dịch ghi dấu ấn mạnh mẽ vì tính táo bạo, đột phá như mang những tượng thú đáng thương đến chùa Vĩnh Nghiêm khẩn cầu cho sự an toàn của động vật hoang dã trong chiến dịch "Không tạo thống khổ, ấy là cứu độ" (Change Vietnam và Wildaid Vietnam); tạo ra những nhân vật "khó đỡ" như Thần Lưỡi (GrabFood), Điệp viên "Mỏng manh mà Mạnh mẽ" (Băng vệ sinh Laurier) và Ngu Lang – Trất's Nữ (MoMo & CGV); hay chạm vào trái tim khán giả trong chiến dịch "Hiểu để yêu thương", kêu gọi nam giới chia sẻ công việc gia đình với phụ nữ (Neptune). Đặc biệt, Dinosaur luôn xem trọng việc nuôi dưỡng các tài năng trẻ bằng cách vun vén một môi trường sáng tạo thoải mái giữa cây xanh rợp mát cạnh bể bơi, nuôi cá, nuôi mèo,... Kết quả là 2 cựu Khủng Long trẻ đã giành chiến thắng trong cuộc thi Vietnam Young Lions 2018. Hẹn gặp bạn ở Dinosaur nhé! ([www.dinosaur.vn](http://www.dinosaur.vn))



Được thành lập từ năm 1934, Hội đồng Anh là một tổ chức từ thiện của Vương quốc Anh, hoạt động nhằm xây dựng các kết nối, sự hiểu biết và tin tưởng giữa người dân Vương quốc Anh và các quốc gia khác. Hoạt động của chúng tôi trong lĩnh vực nghệ thuật là trọng tâm của nhiệm vụ này trong suốt hơn 80 năm qua, nhằm tìm kiếm những cách thức mới để hiểu nhau hơn thông qua sự sáng tạo. Tại Việt Nam, các dự án nghệ thuật của chúng tôi tạo ra những mối quan hệ mới giữa nghệ sĩ, các tổ chức và khán giả để xây dựng và thúc đẩy sự phát triển của nền công nghiệp văn hóa, đồng thời tạo ra những cơ hội để kết nối lĩnh vực sáng tạo của Vương quốc Anh và Việt Nam. Chúng tôi hỗ trợ nghệ sĩ khai thác những hướng đi mới, mở rộng không gian để trao đổi sáng tạo và đóng góp vào việc nghiên cứu và vận động hoàn thiện chính sách cho sự phát triển của văn hóa, nghệ thuật và sáng tạo. <https://www.britishcouncil.vn/cac-chuong-trinh/nghe-thuat>



1977 Vlog được thành lập bởi 2 anh em sinh đôi Trung Anh và Việt Anh. Những bộ phim họ làm ra đa phần là video mang hình ảnh đen trắng với tông giọng cổ xưa nhưng luôn đem đến làn gió mới mẻ và đầy ắp tiếng cười. Họ là những đại sứ truyền cảm hứng của WeChoice, là những ""đứa con ngoài giá thú của nghệ thuật"", là những người đã thất bại 10 năm trời, hay chỉ đơn giản là những chàng trai trẻ theo đuổi đam mê không ngừng nghỉ.

## A Flying Andrew Productions

A Flying Andrew bắt đầu chỉ với Andrew – một YouTuber và Film maker. Đến nay, A Flying Andrew Productions trở thành một team các bạn trẻ sản xuất video quảng cáo sáng tạo và nghệ thuật chuyên về thời trang, mỹ phẩm và MV cho các nghệ sĩ hiphop. Sản phẩm của team trải từ những MV đầu bảng xếp hạng của tlinh, Suni Hạ Linh, Wren Evans, Decao, Lynk Lee; những video thời trang của Châu Bùi, Cô Em Trendy, Acupper cho đến các thương hiệu Việt Nam và thế giới như VinFast, Louis Vuitton, RedBull, Japan Airlines.



Antiantart (A.A.A) ra đời năm 2018 với xuất phát điểm là một nhóm làm phim, gồm những người trẻ thuộc thế hệ 9x luôn hướng đến sự sáng tạo và phát triển nền văn hoá trẻ (youth culture) ở Việt Nam, cũng như nền văn hoá của riêng mình và phổ biến nó ra thế giới. Cho đến hiện tại, nhóm có 9 thành viên hoạt động: Phương Vũ, Bá Việt, Mọc, Tuấn Anh, Thái Linh, An Khang, TK, Poki và Crazy Monkey. Từng thành viên trong Antiantart là những cá thể riêng biệt với màu sắc và cá tính riêng. Điều đó tạo nên chất liệu quý giá nhất của Antiantart: sự sáng tạo tự do, hồn nhiên với nghệ thuật và sự linh hoạt của từng thành viên, tạo nên tính độc đáo, không theo một quy chuẩn nhất định nào. Điều Antiantart hướng đến là phát triển và vươn tầm ra thế giới, đưa nét riêng và những chất liệu, nền văn hoá mà team tự tạo ra chạm được đến nhiều người trẻ hơn.



LYNT là nhóm nhảy độc lập thành lập vào năm 2011 gồm 4 thành viên nữ đến từ các nhóm Hip-hop Dance tại Hà Nội (Sacred Entertainment, Loggers Crew,...)

Với niềm đam mê dành cho những bước nhảy, LYNT đã thử sức ở nhiều thể loại khác nhau như Hip Hop Dance, Choreography và K-pop Dance Cover. Trong số đó, Dance Cover chính là thể loại đã làm nên tên tuổi và đồng hành cùng nhóm chinh phục khá nhiều giải thưởng cả trong nước lẫn quốc tế như Giải nhất thế giới Dance Cover Contest - 2NE1 (YG Entertainment) năm 2011; Giải nhất thế giới MaMa Dance Cover Contest EXO (SM Town) năm 2012; Giải nhất thế giới Dance Cover Contest ""I GOT A BOY"" (SM Entertainment) năm 2013; Giải nhất Dance 4 Idol năm 2011 và 2013; Giải nhất K-Pop Sing & Dance Contest năm 2016 và Giải nhất Hip Hop M4ME Music Festival năm 2011,...

Sau những thành tích này, từ 4 thành viên chính, LYNT dần mở rộng thêm thông qua việc kết nạp và tuyển chọn các thành viên mới. Với nền tảng Hip Hop cùng khả năng Choreography, LYNT từng làm việc với các nghệ sĩ, đứng chung sân khấu với nhiều ngôi sao nổi tiếng và nhận được nhiều lời khen ngợi về khả năng vũ đạo.

Hiện tại, bên cạnh việc biểu diễn và dàn dựng vũ đạo, LYNT còn tổ chức các hoạt động giảng dạy, đào tạo các bạn trẻ yêu thích bộ môn nghệ thuật này tại Chatko Studio - Hà Nội.

**☐☐ KHÔNG SAO CHÉP NỘI  
DUNG KHI CHƯA ĐƯỢC SỰ  
ĐỒNG Ý BẰNG VĂN BẢN ☐☐**

## NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

*Trụ sở chính:*

Số 46. Trần Hưng Đạo, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: 0084.24.38253841

*Chi nhánh:*

Số 7. Nguyễn Thị Minh Khai, Quận I, TP. Hồ Chí Minh

Tel: 0084.28.38220102

Email: [thegioi@thegioipublishers.vn](mailto:thegioi@thegioipublishers.vn)

[marketing@thegioipublishers.vn](mailto:marketing@thegioipublishers.vn)

Website: [www.thegioipublishers.vn](http://www.thegioipublishers.vn)

## NGƯỜI TRONG MUÔN NGHỀ: NGÀNH SÁNG TẠO & NGHỆ THUẬT CÓ GÌ?

**Chịu trách nhiệm xuất bản**

GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP

**TS. TRẦN ĐOÀN LÂM**

**Biên tập:**

PHẠM BÍCH NGỌC

**Vẽ bìa:**

KHANG

**Trình bày:**

HOÀNG HIỆP

**Sửa bản in:**

NGA LEVI, DŨNG EZ

LIÊN KẾT XUẤT BẢN

**Công ty Cổ phần AHORA**

Địa chỉ: Số 6 ngõ 186 đường Bưởi, Ba Đình, TP. Hà Nội

In 10.000 bản, khổ 16 cm x 24 cm tại Công ty Cổ phần In Viễn Đông

Địa chỉ: Km 19+400 Giai Phạm, huyện Yên Mỹ, tỉnh Hưng Yên.

Số xác nhận ĐKXB: 2819-2021/CXBIPH/02-184/ThG.

Quyết định xuất bản số: 868/QĐ-ThG cấp ngày 19 tháng 08 năm 2021

In xong và nộp lưu chiểu năm 2021. Mã ISBN: 978-604-77-9927-5