

THỊ TRƯỜNG MỸ THUẬT VIỆT NAM ĐANG Ở ĐÂU?

Đinh Hồng Hải *

Ngày nhận bài: 18 tháng 7 năm 2025

Ngày nhận bài sửa: 5 tháng 9 năm 2025; Ngày duyệt đăng: 15 tháng 9 năm 2025

TÓM TẮT

Việt Nam là một trong những thị trường nghệ thuật hàng đầu ở vùng Viễn Đông giai đoạn thuộc Pháp khi Nhà Đấu xảo được xây dựng ở Hà Nội đầu thế kỷ XX. Đây là trung tâm đấu giá các sản phẩm mỹ thuật và mỹ nghệ của Việt Nam và một số thuộc địa khác của Pháp với các sản phẩm đa dạng từ thủ công đến nghệ thuật hiện đại. Tuy nhiên, cuộc chiến Việt–Pháp đã khiến cho thị trường này phải đóng cửa và sau khi bị trúng bom vào năm 1943, Nhà Đấu xảo đã bị dỡ bỏ. Từ giai đoạn giành chính quyền đến giai đoạn Đổi mới (1945-1986), Việt Nam hoàn toàn không có thị trường nghệ thuật đúng nghĩa. Sau giai đoạn Đổi mới, đời sống nghệ thuật của người Việt Nam khởi sắc trở lại và một thị trường nghệ thuật mới manh nha. Nhưng rồi “mầm non” đó cũng nhanh chóng chết yểu khi hàng giả, hàng nhái cùng tranh-tượng sao chép xuất hiện tràn lan. Không khó để nhận ra rằng thị trường mỹ thuật Việt Nam hiện nay đang hoạt động gần như một black market (chợ đen) với nhiều giao dịch không thông qua hệ thống quản lý có uy tín của quốc gia và quốc tế. Điều này không chỉ tạo nên một thị trường nghệ thuật hỗn độn thật giả mà còn tạo ra một lỗ hổng khiến nhà nước bị thất thoát một khoản thu lớn từ thuế. Để hội nhập với môi trường nghệ thuật của thế giới, Việt Nam cần một bầu không khí sáng tạo lành mạnh, một chính sách quản lý phù hợp và một thị trường nghệ thuật minh bạch. Đây chính là thách thức lớn nhất để nền mỹ thuật Việt Nam có thể hội nhập và phát triển trong sân chơi toàn cầu của thế kỷ XXI.

Từ khóa: Thị trường mỹ thuật; tranh giả; Jean-François Hubert.

WHERE IS THE VIETNAMESE ART MARKET?

Dinh Hong Hai *

Received: July 18, 2025

Revised: September 5, 2025; Accepted: September 15, 2025

ABSTRACT

Vietnam was one of the leading art markets in the Far East during the French colonial period when Nhà Đấu xảo (Le Grand Palais de l'Exposition) was built in Hanoi in the early 20th century. It became a center for auctioning art and handicrafts from Vietnam and other French colonies, showcasing a diverse range of products from traditional crafts to modern art. However, the outbreak of the Franco-Vietnamese War led to the closure of this market, and after being bombed in 1943, the Grand Palais was dismantled. From the August Revolution in 1945 to the Đổi mới Reforms of 1986, Vietnam effectively had no functioning art market. It wasn't until after the Đổi mới period that the art scene in Vietnam began to flourish again, giving rise to the nascent formation of a new art market. Yet this “seedling” soon withered as the widespread proliferation of counterfeit, imitation, and copied paintings and sculptures undermined its growth. Today, it is not difficult to observe that the Vietnamese art market operates in a manner resembling

* Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội
Email: haidinh@vnu.edu.vn

a black market, with numerous transactions occurring outside the purview of reputable national and international regulatory systems. This situation has not only created a chaotic art scene rife with authenticity issues but has also left a significant gap in tax revenues for the state. To integrate into the global art environment, Vietnam needs a healthy creative atmosphere, an appropriate management policy, and a transparent art market. This is the biggest challenge for Vietnamese art to integrate and develop in the global arena of the 21st century.

Keyword: *Art market; fake artworks; Jean-François Hubert.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Vào giữa năm 2016, một sự kiện nghệ thuật tầm cỡ thế giới gây chấn động ở Việt Nam, đó là cuộc triển lãm “Những bức tranh trở về từ châu Âu” với 17 bức tranh của các họa sĩ nổi bật giai đoạn mỹ thuật Đông Dương được đưa về Việt Nam từ châu Âu. Đây là lần đầu tiên một bộ “sưu tập nước ngoài” lớn như vậy được trưng bày tại một trong số những bảo tàng nghệ thuật lớn nhất Việt Nam, đó là Bảo tàng Mỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh. Những bức họa “trong mơ” của các họa sĩ danh tiếng một thời được công chúng Việt Nam háo hức chờ đợi, trong số những “công chúng yêu nghệ thuật” đó có họa sĩ Thành Chương và nhà báo Lý Đợi. Nhưng rồi công chúng cũng sớm vỡ mộng khi cả 17 bức tranh nổi tiếng đó đều là tranh giả với phát hiện của Lý Đợi và Thành Chương, dù giá trị giao dịch của chúng lên tới hơn 3 triệu USD.

Theo báo *Thanh Niên*, bộ sưu tập này là của một Việt kiều tên là Vũ Xuân Chung, ông này đã mua 17 bức tranh trên từ ông Jean-François Hubert, vốn là một “chuyên gia cao cấp” về nghệ thuật Việt Nam và châu Á của Hãng đấu giá Christie’s Hong Kong. Ông Jean-François Hubert cũng là người đã cấp giấy chứng thực cho 17 bức tranh này (Đại Mỹ Lệ 2016). Một điều bất thường là triển lãm 17 bức tranh giả “Những bức tranh trở về từ châu Âu” kết thúc chiều tối ngày 21/7 mà “không có quyết định khởi tố của cơ quan chức năng; bảo tàng không giữ lại 17 bức tranh được cho là giả và mạo danh” (Hòa

Bình 2016) và Jean-François Hubert tự do về nước và đến nay vẫn nhàn nhõm ngoài vòng pháp luật, vụ việc sau đó nhanh chóng “chìm xuống”. Cho đến nay, đây vẫn là dấu hỏi lớn cho một vụ lừa đảo trắng trợn xuyên quốc gia trị giá hàng triệu USD mà không một ai phải chịu trách nhiệm. “Chuyên gia” Jean-François Hubert vẫn tiếp tục nghề bán tranh Việt Nam trên thị trường quốc tế (<https://jeanfrancoishubert.com/en/>) trước sự ngỡ ngàng của các nghệ sĩ, các nhà sưu tập Việt Nam cũng như các cơ quan phụ trách an ninh và kinh tế của Việt Nam.

Câu hỏi cần đặt ra là ai phải chịu trách nhiệm cho vụ lừa đảo “vô tiền khoáng hậu” này ở Việt Nam? Câu trả lời thật dễ, đó chính là Cục Quản lý thị trường (cơ quan thường trực của Ban Chỉ đạo chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả Bộ Công thương), Viện khoa học hình sự (trực thuộc Bộ Công an là cơ quan uy tín trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực in tem chống hàng giả), Cục Cảnh sát điều tra tội phạm về tham nhũng, kinh tế, buôn lậu (C03) trực thuộc Bộ Công an, cùng nhiều cơ quan liên quan khác như Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Cục Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm, Hội Mỹ thuật Việt Nam,... Tương tự với một lực lượng hùng hậu như vậy thì Jean-François Hubert khó thoát khỏi “lưới trời lồng lộng” của Việt Nam. Nhưng thực tế lại không như vậy, chỉ vì việc thẩm định các tác phẩm nghệ thuật ở Việt Nam chưa có cơ quan chuyên môn nào thực sự chuyên trách. Đây chính là lỗ hổng “chết người” khiến cho hàng nghìn người

mua phải tranh giá trong một thị trường “tỷ đô” và khiến cho “tranh thật” Việt Nam hầu như không còn đất sống. Tệ hại hơn, những bộ sưu tập tác phẩm nghệ thuật Việt Nam có trị giá hàng triệu, thậm chí hàng tỷ USD lại rất khó bán, hoặc bán với giá rẻ mạt vì sự ngờ vực của các nhà sưu tập nước ngoài.

Tại sao một trong những nền nghệ thuật hàng đầu châu Á có tuổi đời hàng trăm năm như Việt Nam lại có một lỗ hổng lớn như vậy? Với câu hỏi này, chúng tôi nhận được một số câu trả lời từ các chuyên gia “là do Việt Nam không có thị trường mỹ thuật”! Vậy thực sự Việt Nam hiện nay có một thị trường mỹ thuật hay không? Cần phải thiết lập thị trường này như thế nào? Quản lý thị trường này ra sao? Đó là những câu hỏi cần được giải quyết để đảm bảo những kẻ như Jean-François Hubert không thể tiếp tục gây “chấn động địa cầu” như năm 2016.¹ Nội dung của nghiên cứu này được chúng tôi bắt đầu triển khai cách nay gần 10 năm (Đình Hồng Hải 2015) (trước khi vụ lừa đảo chấn động nói trên diễn ra). Nhưng rồi cho đến nay, thị trường mỹ thuật Việt Nam vẫn chưa có gì “khởi sắc” ngoài việc các nghệ sĩ tự mang tranh cá nhân đi triển lãm ở trong nước hay nước ngoài. Còn thị trường mỹ thuật Việt Nam lại phó mặc cho những kẻ như Jean-François Hubert đứng từ bên ngoài thao túng. Đã đến lúc các cơ quan quản lý thị trường Việt Nam và các chuyên gia nghệ thuật cần ngồi lại với nhau để xây dựng một thị trường minh bạch để những nguồn thu “tỷ đô” này không bị lọt vào tay những kẻ lừa đảo nước ngoài (Văn Phúc 2024)² – và để không hổ thẹn với tiền nhân (các họa sĩ mỹ thuật Đông Dương) về những tài sản vô giá mà họ đã truyền lại cho hậu thế.

2. NỘI DUNG

2.1. Khái quát về thị trường mỹ thuật

Thị trường mỹ thuật, hiểu một cách đơn giản nhất, là nơi mua và bán các sản phẩm/tác phẩm nghệ thuật. Tuy nhiên, trên thực tế, thị trường mỹ thuật không chỉ có người mua và kẻ bán như một thị trường hàng hóa thông thường mà nó cần phải được cấu trúc thành một hệ thống, được thiết lập bởi các thành phần khác nhau, các thiết chế khác nhau và các đối tượng khác nhau nhưng có liên quan đến nhau như họa sĩ, nhà điều khắc, nhà sưu tập (collector), người môi giới (dealer), nhà đấu giá (auction house), các đại lý (gallery) và các cơ quan có chức năng thẩm định và quản lý. Trên thực tế, thị trường mỹ thuật chỉ thực sự tồn tại khi có hệ thống nói trên vì nghệ thuật nói chung và mỹ thuật nói riêng là một loại hàng hóa đặc biệt, có giá trị giao dịch rất lớn, tới hàng triệu, hàng tỷ USD.

Đối với các sản phẩm mỹ thuật ứng dụng như sản phẩm thiết kế, đồ trang sức, các bộ sưu tập,... thì nhà sản xuất có thể kết hợp với các nghệ sĩ thiết kế nên một sản phẩm mới và lập nên một giá bán dựa trên chi phí nghiên cứu và phát triển (R&D) tạo ra các sản phẩm đó. Việc định giá các sản phẩm nghệ thuật như trên dựa vào quy luật *cung-cầu* (supply and demand) trong kinh tế. Tuy nhiên, đối với các tác phẩm nghệ thuật hàn lâm, khi *cầu* trong thị trường tăng đối với một số tác phẩm cụ thể (hay nghệ sĩ nổi tiếng) thì giá trị của chúng sẽ tăng lên theo tiếng gõ búa của nhà đấu giá. Điều này lý giải tại sao có những bức tranh giá trị hàng trăm triệu USD nhưng cũng chỉ có độ lớn bằng những bức tranh có giá vài USD.

¹ Mượn chữ dùng của nhà thơ Tố Hữu cách đây 70 năm về chiến thắng Điện Biên Phủ “lừng lẫy năm châu, chấn động địa cầu” của quân và dân ta trước đội quân hùng hậu của Pháp. Nay chỉ một người Pháp bán tranh giả cũng đã gây “chấn động địa cầu” vì đã “lọt lưới” được cả hệ thống quản lý thị trường hùng hậu của Việt Nam.

² Hiện nay, Việt Nam đang trở thành con mồi béo bở nhất của lừa đảo quốc tế. Con số gần 16 tỷ USD mà người Việt Nam bị lừa đảo (trong tổng số 53 tỷ USD toàn cầu) năm 2023 là rất đáng báo động.

Khi một họa sĩ lần đầu tiên bán tác phẩm của mình cho một nhà sưu tập thì cuộc mua bán này được thực hiện ở giai đoạn đầu tiên của thị trường mỹ thuật gọi là *thị trường sơ cấp* (primary market). Nhà sưu tập này sau đó mang bức tranh của họa sĩ nói trên đi đấu giá ở một phiên đấu giá. Phiên đấu giá ở đây được gọi là *thị trường thứ cấp* (secondary market). Thị trường này có thể có một hoặc nhiều cấp độ tùy theo giá trị của bức tranh hay sự nổi tiếng của họa sĩ. Qua mỗi phiên đấu giá, giá trị của bức tranh lại tiếp tục được đẩy lên. Điều này lý giải tại sao có những bức tranh của những họa sĩ nổi tiếng được mua với giá hàng triệu USD. Chẳng hạn, một bức tranh của Lê Phổ được nhà đấu giá Christie's bán với giá gần một triệu USD (chính xác là 840.000 USD) tại Hồng Kông.³ Bức *Salvator Mundi* (Đấng cứu thế) của Leonardo da Vinci được bán đấu giá với mức giá kỷ lục 450,3 triệu USD năm 2017.

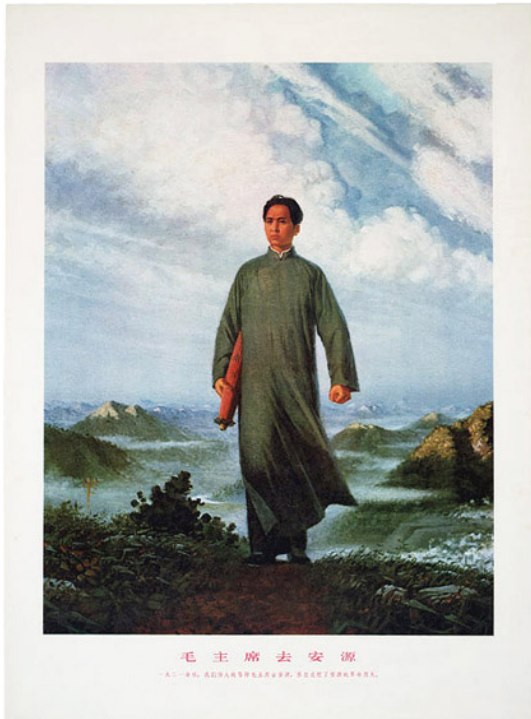
Trên thực tế, các giao dịch của một thị trường nghệ thuật sơ khai trong lịch sử đã diễn ra bên ngoài khuôn khổ của những gì bây giờ được chúng ta gọi là một thị trường nghệ thuật. Đó là các sản phẩm của thợ thủ công, là các sản phẩm tiêu dùng có tính nghệ thuật, là những cổ vật,... Đặc biệt, có những cuộc mua – bán chỉ duy nhất thông qua thị trường sơ cấp như các tác phẩm tranh tường vẽ trong nhà thờ được một tổ chức như Giáo hội Công giáo đặt vẽ ở thời kì Phục hưng. Những tác phẩm nghệ thuật này không thể giao dịch trên thị trường mở và các nghệ sĩ không phải là “chủ sở hữu” theo nghĩa hiện đại. Thay vào đó, nhà thờ và các nghệ sĩ sẽ lập một hợp đồng trong đó giá nguyên vật liệu, chủ đề của tác phẩm, và chi phí thường được xác định trước cùng với công lao động nghệ thuật dành cho kỹ năng của người nghệ sĩ và công lao động này thường được

thoả thuận riêng biệt với từng người. Chẳng hạn, công lao động (vẽ tranh) được trả cho Rembrandt có thể cao gấp hàng trăm lần người phụ việc của ông. Điều này dẫn đến một công việc khác hết sức quan trọng trong nghệ thuật, đó là xác định giá trị nghệ thuật hay *thẩm định nghệ thuật*.

Xác định giá trị nghệ thuật là một quy trình cụ thể để xác định giá trị nghệ thuật và giá trị tài chính, tuy nhiên, quan điểm chủ quan về *giá trị văn hóa* cũng đóng một vai trò quan trọng. Chẳng hạn, một bức phác thảo của Leonardo da Vinci hay của Bùi Xuân Phái tuy không có giá trị thẩm mỹ cao bằng một tác phẩm hoàn thiện của chính họ nhưng đôi khi được bán với giá rất cao vì bản phác thảo này đã được tích hợp thêm các giá trị lịch sử và văn hóa có liên quan đến tác giả và tác phẩm. Việc xác định giá trị nghệ thuật liên quan đến việc so sánh dữ liệu từ nhiều nguồn như nhà đấu giá nghệ thuật, nhà sưu tập tư nhân, doanh nghiệp, giám tuyển (curator), đại lý, chuyên gia tư vấn, nhà phân tích thị trường,... để có thể xác định một giá trị cụ thể.

Việc xác định giá trị nghệ thuật của tác phẩm không chỉ phục vụ cho các mục đích tài chính mà còn hướng đến các mục tiêu văn hóa, chính trị, xã hội. Chẳng hạn, việc thẩm định bức tranh *Mao chủ tịch đi An Nguyên* (*Mao zhuxi qu Anyuan* (毛主席去安源) của Lưu Xuân Hoa dưới đây không chỉ là công việc đánh giá các giá trị nghệ thuật của bức tranh đó mà còn được lồng vào các yếu tố tư tưởng, chính trị,... chính vì vậy mà nó có thể trở thành một bức tranh vô giá. Bức tranh này được chính Giang Thanh thẩm định và được lấy làm chuẩn mực cho việc thể hiện hình ảnh của Mao Trạch Đông (Elizabeth Perry 2012: 218)

³ Dĩ nhiên, mức giá này là rất thấp so với tên tuổi của các họa sĩ giai đoạn Đông Dương và quá thấp so với thị trường quốc tế.



Nguồn: Lưu Xuân Hoa (Liu Chunhua 刘春华)
1968, *Chairman Mao goes to Anyuan – Mao zhuxi qu Anyuan* (毛主席去安源). Publisher: Hebei renmin meishu chubanshe, Beijing (河北人民美术出版社). Size: 106x76 cm. Call number: BG E12/703 (IISH collection)

Theo giải thích của tác giả Lưu Xuân Hoa: “đặt Mao Chủ tịch ở vị trí hàng đầu của bức tranh, đang tiến về phía chúng ta giống như một mặt trời hy vọng đang đến với mọi người. Mỗi đường nét đều thể hiện tư tưởng vĩ đại của Mao Trạch Đông và cuộc hành trình cách mạng,... bất khuất trước hiểm nguy, bạo lực và dũng cảm trong đấu tranh, ‘táo bạo để giành chiến thắng’. Nắm tay nắm chặt của ông mô tả ý chí cách mạng của mình, bất chấp mọi hy sinh, với quyết tâm của mình vượt qua mọi khó khăn để giải phóng Trung Quốc và nhân loại và cho thấy niềm tin chiến thắng”.⁴

Để có thể thẩm định giá trị nghệ thuật cũng như giá trị tài chính của các tác phẩm nghệ thuật thì việc lập hồ sơ tác phẩm là một

công việc không thể không làm. Các dữ liệu nghiên cứu có được từ tác giả, tác phẩm, từ các phiên đấu giá phải được tập hợp đầy đủ. Đặc biệt những sự xác nhận từ các thiết chế thị trường với các nhà đấu giá lớn như Christie’s, Sotheby’s, Phillips de Pury & Company, Bonhams,... là không thể thiếu đối với các tác phẩm nghệ thuật muốn được bán ở thị trường nghệ thuật quốc tế (dĩ nhiên không phải là các “chuyên gia” lừa đảo như Jean-François Hubert). Xa hơn, việc thẩm định cũng cần đến các công trình nghiên cứu, phê bình từ các nhà nghiên cứu. Chính những công trình nghiên cứu, phê bình nghệ thuật công phu là nguồn dữ liệu quan trọng để các nhà thẩm định nghệ thuật xác định giá trị của tác phẩm nghệ thuật có liên quan.

Trên thực tế, việc định giá các tác phẩm nghệ thuật không dễ dàng như những loại hàng hóa thông thường khác mà phải dựa vào các tác phẩm tương đương (thường là của chính nghệ sĩ) và một quy trình thẩm định công phu. Tuy nhiên, với những nghệ sĩ chưa có tên tuổi thì việc thẩm định cần được thực hiện ở một mức độ rộng hơn và sâu hơn. Đôi khi tác phẩm được đánh giá cao hơn mức mong muốn do sự phấn khích của thị trường (như của người tham dự tại phiên đấu giá) hoặc bị đánh giá thấp hơn giá trị thực do môi trường làm việc của tác giả chưa đạt chuẩn. Đây chính là những thiệt thòi mà các nghệ sĩ có tài năng nhưng chưa có tên tuổi ở Việt Nam thường xuyên phải chịu đựng khi thị trường mỹ thuật Việt Nam tràn ngập tranh giả. Họ có tranh đẹp, có sản phẩm tốt nhưng lại lẫn lộn trong vô số hàng giả, hàng nhái nên họ bị khách hàng nghi ngờ mà không có thiết chế thẩm định nào đứng ra “bảo lãnh” cho tác phẩm của họ.

Nói tóm lại, thị trường mỹ thuật thế giới hiện nay là một phần của nền kinh tế thị

⁴ Đây được xem như bức tranh quan trọng nhất trong cuộc Cánh mạng văn hóa tại Trung Quốc. Xem thêm: <http://chinese posters.net/themes/mao-anyuan.php>

trường, nơi các tác phẩm nghệ thuật được mua, bán, thẩm định và định giá trên nền tảng của một thị trường tự do. Tuy nhiên, do tác phẩm nghệ thuật là một loại sản phẩm hàng hóa đặc biệt nên việc xác định giá trị phải căn cứ trên các dữ liệu nghệ thuật, lịch sử, văn hóa, xã hội và được xác định bằng uy tín của các cá nhân và các thiết chế tham gia thẩm định. Các nhà đấu giá có uy tín như Christie's hay Sotheby's chính là những mô hình thị trường mỹ thuật để Việt Nam có thể tham khảo nhằm xây dựng một thị trường mỹ thuật Việt Nam lành mạnh và phát triển trong giai đoạn hội nhập nền kinh tế thế giới và nền mỹ thuật quốc tế. Dĩ nhiên, việc Christie's để “siêu lừa” Jean-François Hubert lọt vào hệ thống thẩm định của họ là một vết nhơ lớn làm mất uy tín trầm trọng, thậm chí có thể dẫn đến phá sản nếu các cơ quan công tố quốc tế và Việt Nam làm rõ vụ việc.

2.2. Thị trường mỹ thuật ở Việt Nam giai đoạn thuộc Pháp

Năm 1882 Hà Nội bị Pháp đánh chiếm, tới năm 1885 Pháp chiếm kinh đô Huế và bắt đầu cai trị Việt Nam theo mô hình *mẫu quốc – thuộc địa*. Trong hơn nửa thế kỷ thuộc Pháp, người Việt chịu nhiều mất mát đau thương do chiến tranh, nhưng cũng chính trong giai đoạn này, Việt Nam và các quốc gia Đông Dương thuộc Pháp đã tiếp nhận một trào lưu văn hóa

mới từ phương Tây để hòa nhập với đời sống hiện đại của thế giới. Trước khi nền văn minh phương Tây ảnh hưởng đến Việt Nam, nền nghệ thuật bản địa trước đó chỉ là một nền mỹ nghệ – trang trí với các motif giống hệt nhau lặp đi lặp lại. “Dường như các mô thức trang trí này đã định hình trong tâm trí của nghệ nhân để rồi mọi lúc mọi nơi thông qua bàn tay khéo léo của họ, chúng được diễn tả một cách sinh động và lặp đi lặp lại tạo nên một hệ thống trang trí gần như có cùng một nội dung” (Đình Hồng Hải 2012: 9) như Bernanos đã mô tả:

“Nếu ta chuyển từ ngôi đền tôn giáo sang tòa lâu công cộng, và từ tòa lâu công cộng sang ngôi nhà tư nhân, ta sẽ cảm thấy một ấn tượng đồng nhất khi nhìn vào những trang trí của nó. Và ấn tượng này lại càng đậm nét nếu sau khi xem xét chúng ta lại đi sâu vào chi tiết. Những motif trang trí đều như bị nhắc lại, các nguyên lý đều như có họ hàng với nhau.” (Bernanose 1914: 18).

Nhận thấy tiềm năng từ nền nghệ thuật sơ khai của người dân bản địa, người Pháp đã tổ chức các cuộc triển lãm mà họ gọi là cuộc “*đấu xảo*” ở Lion (1885), Hà Nội (1887), Paris (1890),... Thông qua các cuộc đấu xảo này, chính quyền thuộc địa đã tiến hành một lộ trình phát triển nền mỹ thuật Việt Nam bắt đầu bằng quyết định thành lập một số trường nghệ thuật sau:

Bảng 1: Một số trường đào tạo nghệ thuật ở Việt Nam đầu thế kỷ XX

STT	TÊN TRƯỜNG	NGÀNH ĐÀO TẠO	NĂM THÀNH LẬP
1	Trường Mỹ nghệ Thủ Dầu Một	gỗ, điêu khắc, khảm xà cừ, đúc đồng	1901
2	Trường Mỹ nghệ Biên Hoà	gốm, sứ và đúc đồng	1907
3	Trường Nghệ thuật bản xứ Gia Định	giáo viên các công việc về hình họa, chạm khắc, đồ họa	1913
4	Trường Nghệ thuật thực hành Hà Nội	đúc đồng, làm đồ mộc, chạm bạc, làm ren	1920
5	Cao đẳng mỹ thuật Đông Dương	Đào tạo đa ngành: kiến trúc, hội họa, mỹ thuật	1924

Từ các trường nghệ thuật giai đoạn đầu, người Pháp đã tìm ra được những thợ lành nghề để chế tác các sản phẩm mỹ nghệ cao cấp mang về *mẫu quốc*. Cũng nhờ đó, người Việt đã tiếp thu được các kỹ năng mới phục vụ cho việc tạo tác các sản phẩm mỹ nghệ. Đặc biệt, từ khi trường Cao đẳng Mỹ thuật Đông Dương được thành lập, họ đã học được các phương pháp nghiên cứu khoa học mới trong việc tạo tác và đánh giá sản phẩm bằng các tiêu chí khoa học theo mô hình phương Tây. Kể từ đây, Người Việt không chỉ sản xuất, chế tác các sản phẩm mỹ nghệ tinh xảo mà còn sáng tác các tác phẩm mang tính nghệ thuật theo chuẩn mực hàn lâm của phương Tây.

Việc thẩm định các tác phẩm nghệ thuật cũng được hình thành từ giai đoạn này nhưng chủ yếu do người Pháp thực hiện. Có lẽ vì lý do đó mà nền nghệ thuật Việt Nam ở giai đoạn này tuy có những “bậc thầy”⁵ sáng tác nhưng lại hầu như không có các nhà sưu tập, các chuyên gia phê bình nghệ thuật, các chuyên gia thẩm định nghệ thuật lớn,... Càng không có các thiết chế sưu tầm, phê bình, thẩm định nghệ thuật do người Việt nắm giữ. Có thể nói, thị trường mỹ thuật Việt Nam giai đoạn thuộc Pháp là một giai đoạn “sơ khai” của nền nghệ thuật hàn lâm Việt Nam nhưng đã gặt hái được những thành tựu vô cùng to lớn. Đáng tiếc là một thị trường

nghệ thuật đúng nghĩa chưa được định hình nên các thiết chế hỗ trợ sáng tác (như nghiên cứu, thẩm định, phê bình nghệ thuật,...) của người Việt vẫn chỉ nằm “trong trứng”. Cho đến khi Việt Nam giành được độc lập (1945) thì các thiết chế này mới ra đời nhưng những “quả trứng” hàn lâm theo mô hình của Pháp⁶ được “ấp” trước đó thì đã thay đổi hoàn toàn.

2.3. Thị trường mỹ thuật ở Việt Nam giai đoạn trước và sau “mở cửa”

2.3.1. Thị trường mỹ thuật ở Việt Nam giai đoạn trước “mở cửa” (1945-1986)

“Quả trứng” hàn lâm của nền mỹ thuật Việt Nam được phôi thai từ giai đoạn thuộc Pháp đã được thay thế bằng một hệ thống quan điểm mới sau khi người Việt giành được độc lập.⁷ Kể từ đây, công việc sáng tác của các nghệ sĩ không phải để hướng tới mục tiêu thị trường (để mua và bán) mà chủ yếu là để tuyên truyền, cổ động cho cuộc chiến kéo dài ba thập niên sau đó. Một thị trường mỹ thuật mới phôi thai đã khép lại, các phiên đấu xảo, các cuộc đấu giá đã nhường chỗ cho các hoạt động cổ động – tuyên truyền chống thực dân, đế quốc và nâng cao tinh thần dân tộc. Theo Nora Taylor (một nhà nghiên cứu nổi tiếng về mỹ thuật Việt Nam), “các trường học thời kỳ thuộc địa đã cung cấp các môi trường nơi mà các ý tưởng đã không những không thể bị kiểm soát mà còn là nơi mà các

⁵ Người đi đầu của thế hệ nghệ sĩ này là Nam Sơn tên thật là Nguyễn Văn Thọ (1890 – 1973) với các tác phẩm sơn dầu như: *Cô gái Bắc Kỳ*, *Nhà nho xứ Bắc*, *Ông già Kim Liên*,... Sau khi trường Cao đẳng Mỹ thuật Đông Dương được thành lập, nhiều thế hệ họa sĩ tiếp theo đã gặt hái được những thành công rực rỡ như Nguyễn Gia Trí, Nguyễn Tường Lân, Tô Ngọc Vân, Trần Văn Cẩn, Nguyễn Tư Nghiêm, Dương Bích Liên, Nguyễn Sáng, Bùi Xuân Phái,...

⁶ Chúng tôi dùng ẩn dụ về *quả trứng* để nhấn mạnh yếu tố phôi thai của thị trường mỹ thuật Việt Nam nói riêng và một thiết chế khoa học hàn lâm theo mô hình phương Tây nói chung đã được “ấp” từ đầu thế kỷ XX chứ không phải chờ đến giai đoạn “mở cửa” (1986) mới được hình thành. Một số quả trứng nói trên đã “ấp nở” thành Đại học Đông Dương, Trường Viễn Đông Bác Cổ,... đều là những trung tâm khoa học hàng đầu ở Đông Dương thời bấy giờ và vẫn đang là những thiết chế khoa học có tầm ảnh hưởng lớn đối với Việt Nam hiện nay.

⁷ Hệ thống quan điểm về nghệ thuật giai đoạn này lấy nền tảng tư tưởng của Marx và Lenin, theo đó, tư tưởng tự do sáng tạo, tự chủ nghệ nghiệp,... của giới nghệ sĩ là một sự đảo ngược (overturn) phép biện chứng duy vật. Vì vậy, nghệ thuật trở thành một loại hàng hóa bá vật giáo (commodity fetishism) nên các sản phẩm nghệ thuật không thể trao đổi giống như những loại hàng hóa khác (Art objects are not exchangeable one for the other like other commodities, trong *Tư bản luận*, mục 1.4). Theo quan điểm biện chứng của Marx, các nghệ sĩ và trí thức sẽ trở thành một đội quân tiên phong dẫn dắt quần chúng khỏi nhận thức sai lầm về ý thức hệ. Tuy nhiên, thực tế của nền kinh tế thị trường hiện nay đã cho thấy các tác phẩm nghệ thuật là một phần của một nền kinh tế thị trường. Do đó, chúng cần được thẩm định, đánh giá và lưu thông trong một thị trường có người mua và người bán, và dĩ nhiên, chúng phải chịu sự quản lý của nhà nước (chẳng hạn như chính sách thuế).

ý tưởng này có thể vượt ra ngoài sự kiểm soát. Cả phe thực dân lẫn chống thực dân đều hiểu vấn đề này và biết rằng guồng máy giáo dục có tính chất trọng yếu đối với các chiến dịch chính trị liên quan đến họ. Nói cách khác, trong khi người Pháp mở rộng và khai triển hệ thống trường học để truyền bá thẩm quyền của họ, phong trào chống thực dân đã sử dụng các trường học để truyền truyền các ý tưởng về “chủ nghĩa dân tộc” (Nora Taylor 2014: 33).

Việc sử dụng nghệ thuật để làm công cụ chính trị, vô hình trung, đã chấm dứt sự tồn tại của thị trường mỹ thuật mới phôi thai của Việt Nam và chúng ta phải chờ đến 40 năm sau thì thị trường mỹ thuật mới tái xuất hiện ở Việt Nam. Thị trường này ra đời sau giai đoạn “mở cửa” (1986) nhưng là một thị trường mỹ thuật “non trẻ” khác nằm trong một nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Các tác phẩm nghệ thuật của Việt Nam từ 1945 đến 1975 chủ yếu đề cập đến đề tài chiến tranh nhưng dễ dàng nhận thấy những tác phẩm được thị trường đánh giá cao của các họa sĩ dường như lại thuộc về các đề tài có liên quan đến cuộc sống như tranh chân dung phụ nữ, trẻ em, tranh phong cảnh bao gồm cả phong cảnh Hà Nội, tranh tĩnh vật và tranh về văn hoá truyền thống (tranh chèo, tranh về thơ Hồ Xuân Hương) của Tô Ngọc Vân, Trần Văn Cẩn, Bùi Xuân Phái, Nguyễn Sáng, Dương Bích Liên, Nguyễn Tư Nghiêm... được vẽ trước và trong giai đoạn đó. Sau khi kết thúc chiến tranh, các nghệ sĩ Việt Nam một mặt tìm tòi thêm các đề tài sáng tác mới nhưng một bộ phận vẫn tiếp tục sáng tác với dư âm của hai cuộc chiến.⁸ Điều đó cho thấy, tự do sáng tạo và tự chủ nghề nghiệp là những yếu tố quan trọng

quyết định sự thành công của tác phẩm.

Có thể nói, “thị trường” mỹ thuật ở Việt Nam giai đoạn từ 1945 đến trước “mở cửa” (1986) là một thiết chế mang tính “kế hoạch tập trung” theo mô hình quan liêu bao cấp của Liên Xô. Thiết chế này được sử dụng để tuyên truyền, vận động cho các hoạt động chính trị, cổ động cho các phong trào mang tính tập thể, đặc biệt là tinh thần dân tộc (vốn ảnh hưởng từ hai cuộc chiến tranh với Pháp và Mỹ). Điều này đã được Nora Taylor đề cập đến như sau: “Trong lãnh vực hội họa, điều này có nghĩa hoặc nối kết các tác phẩm hiện đại với nghệ thuật và nghệ phẩm dân gian làng xã thời tiền thuộc địa hay tuyên bố chúng là các sự sáng tạo hoàn toàn mới được sáng chế trong sự phản ứng chống lại, chứ không phải trong sự đồng nhất với các thầy giáo thực dân. Các sử gia nghệ thuật Việt Nam nhìn các sự việc trong cả hai cách. Tô Ngọc Vân, người đã tiếp quản Trường hội họa trong thời Kháng Chiến, đã quyết định rằng hội họa như người Pháp nhìn nó đã chết trong năm 1945 khi Việt Nam tuyên bố độc lập của mình, và rằng, nó đã được tái sinh trong năm 1946 khi ông di chuyển Trường hội họa lên các núi đồi vùng Việt Bắc, địa điểm của phong trào cách mạng. Trong năm 1946, ông đã tuyên bố một cách hãnh diện, “Các truyền thống khởi sự lúc này”. Cuối cùng, Nora Taylor đi đến kết luận: “Định nghĩa hội họa Việt Nam có “tính cách dân tộc” dường như không thích đáng, bởi bản chất của nó nằm một cách đích xác nơi phẩm chất xuyên quốc gia của nó” (Nora Taylor 2014: 33). *Phẩm chất xuyên quốc gia* mà Nora Taylor đề cập đến ở đây chính là những gì mà giới nghệ sĩ ở Việt Nam đang hướng đến, và phần nào đó, họ đã tìm được trong giai đoạn bùng nổ sau “mở cửa”.

⁸ Thậm chí, ngay trong giai đoạn hiện nay, khi chiến tranh đã lùi xa gần nửa thế kỷ vẫn còn nhiều tác phẩm mang hơi thở của đề tài chiến tranh cách mạng, đặc biệt là tranh cổ động.

2.3.2. Thị trường mỹ thuật ở Việt Nam giai đoạn sau “mở cửa”

Sau gần bốn thập niên hội nhập kinh tế thị trường, nền kinh tế Việt Nam đã có những biến chuyển vô cùng to lớn. Năm 2023, quy mô GDP của Việt Nam đạt khoảng 424,45 tỷ USD (Minh Tiến 2022). Việt Nam đã từ một nước nghèo trở thành nước có thu nhập trung bình năm 2009. Thu nhập tăng khiến cho đời sống của một bộ phận người dân cũng được nâng cao rõ rệt. Vì vậy mà nhu cầu thẩm mỹ và đời sống nghệ thuật cũng không ngừng được nâng lên. “Ăn no mặc ấm” đã được thay thế bằng “ăn ngon mặc đẹp”. Không chỉ ăn ngon mặc đẹp mà còn “ở đẹp”. Phương tiện đi lại cũng trở nên đẹp hơn, sang hơn. Sau hết, nghệ thuật trang trí cũng được quan tâm hơn: Bắt đầu từ trang trí nội ngoại thất nhà cửa đến trang trí xe hơi, từ vật phẩm trang trí đến tranh treo tường,... Từ đây, một trào lưu hưởng thụ nghệ thuật rộng khắp được hình thành và một thị trường mỹ thuật mạnh mẽ phát triển. Tuy nhiên, trình độ thẩm mỹ trong xã hội lại dường như không theo kịp tốc độ phát triển của nền kinh tế và nhu cầu hưởng thụ trong công chúng. Điều này khiến cho môi trường nghệ thuật nói chung và mỹ thuật nói riêng phát triển một cách mất kiểm soát và phi định hướng.

Sau gần 40 năm mở cửa phát triển nền kinh tế, thị trường mỹ thuật Việt Nam đã có những biến đổi hết sức to lớn. Từ một thị trường mỹ thuật “phi thị trường” trước 1986 (hầu như chỉ phục vụ cho công tác tuyên truyền) đã biến thành một thị trường mỹ thuật vô cùng sôi động trong hai thập niên sau “đổi mới”, tiếp sau đó là một giai đoạn bế tắc kéo dài cho đến nay. Vậy điều gì đã khiến cho nền mỹ thuật Việt Nam thăng hoa sau giai đoạn mở cửa và điều gì đã khiến cho thị trường mỹ thuật Việt Nam rơi vào bế tắc như hiện nay? Đây là những câu hỏi không dễ trả lời. Dễ dàng nhận thấy, sau giai đoạn mở cửa, bên cạnh những thuận lợi về kinh tế với sự phong phú đa dạng của

hàng hóa trong một nền kinh tế thị trường, các nghệ sĩ Việt Nam còn được “cởi trói” về tư tưởng. Họ có thêm điều kiện, không gian để tự do tìm tòi, tự do khám phá cả về chất liệu, nội dung cũng như hình thức thể hiện. Làn gió mới này đã giúp cho những ý tưởng nghệ thuật thăng hoa, một thế hệ các nghệ sĩ Việt Nam đã trưởng thành mang đến cho đời sống nghệ thuật của Việt Nam một cách nhìn mới, một hình thức cảm thụ mới với những tác phẩm mang phong cách mới. Làn gió mới này không chỉ giúp các nghệ sĩ Việt Nam khẳng định tài năng trong nước mà còn hướng đến thị trường thế giới, nhiều tác giả và tác phẩm của nghệ sĩ Việt Nam đã được đưa đi triển lãm ở nước ngoài. Từ đây, cơ hội giao lưu với các nền nghệ thuật lớn trên khắp năm châu được mở rộng,... Dù rằng, có một nghịch lý là sự phát triển thăng hoa của nền mỹ thuật Việt Nam sau giai đoạn Đổi mới vẫn chưa mang đến cho Việt Nam một thị trường mỹ thuật thực thụ.

2.3.3. Thị trường mỹ thuật Việt Nam trong nền “kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa”

“Nghệ thuật là tấm gương phản chiếu lịch sử, nghệ thuật tạo hình chính là *bộ mặt* của tấm gương ấy. Mặt gương phẳng sẽ cho chúng ta thấy những hình ảnh trung thực về đời sống văn hoá và xã hội đương thời. Trái lại, mặt gương không phẳng sẽ làm méo mó bộ mặt của lịch sử... Nghệ thuật tạo hình đương đại Việt Nam cho thấy gì? Đến nay vẫn chưa ai dám kết luận. Nhưng có một điều dễ nhận thấy là quá trình toàn cầu hoá đã và đang có ảnh hưởng hết sức mạnh mẽ đến đời sống nghệ thuật của công chúng” (Đình Hồng Hải 2006). Trong bối cảnh đó, đời sống nghệ thuật ở Việt Nam nói chung và mỹ thuật nói riêng đã và đang hội nhập ngày càng sâu rộng vào “ngôi làng toàn cầu” (global village) nhưng thị trường mỹ thuật Việt Nam thì vẫn đang “chập chờn” những bước đầu tiên giống như cuối thế kỷ XIX.

Tại sao cho tới thế kỷ XXI mà chúng ta vẫn chưa thể có một thị trường mỹ thuật thực thụ? Có lẽ, điều đó bắt nguồn từ việc chúng ta vẫn chưa có một mô hình hoàn chỉnh, phù hợp để vận hành, quản lý trong một lĩnh vực rất tinh tế là nghệ thuật. Hơn thế nữa, tư duy bao cấp vẫn tồn tại trong những người làm nghệ thuật và lãnh đạo nghệ thuật. Khi đề cập đến những thuận lợi và thách thức của mỹ thuật Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế, Họa sĩ Trần Khánh Chương đã có một thống kê khá chi tiết về những thuận lợi và những thành tựu nổi bật của mỹ thuật Việt Nam sau giai đoạn mở cửa (Trần Khánh Chương 2014). Tuy nhiên, trong nội dung thống kê nói trên, Chủ tịch Hội mỹ thuật Việt Nam hoàn toàn không đề cập đến thị trường mỹ thuật. Đây chính là dạng tư duy “bầu sữa” của thời kỳ bao cấp đã qua từ lâu.

Sau một giai đoạn thăng hoa tưởng chừng như không có điểm kết, thị trường mỹ thuật Việt Nam hiện nay đang bước vào một giai đoạn suy trầm đáng lo ngại. Nguyên nhân do đâu? Bên cạnh những ảnh hưởng dễ thấy của khủng hoảng kinh tế thế giới và việc chưa có một thị trường mỹ thuật thực thụ thì sức tấn công mãnh liệt của hàng giả, hàng “nhái” và hàng lậu đang dần lấy đi “đất sống” của những người làm nghệ thuật chân chính. Hàng trăm xưởng chép tranh giả trên phố Nguyễn Thái Học ở Hà Nội và phố Nguyễn Du ở Thành phố Hồ Chí Minh với hàng nghìn tranh giả, cùng hàng vạn “tranh Tàu” được nhập lậu hàng năm đã hút phần lớn dòng tiền của công chúng dành cho tranh nghệ thuật.

Bên cạnh đó, các sản phẩm mỹ nghệ như Tì hưu phong thủy, Sư tử đá,... cũng tham gia hút dòng tiền còn lại khiến cho một lượng tiền rất lớn trong công chúng bỏ qua các tác phẩm nghệ thuật thực thụ mà đổ vào những sản phẩm phi nghệ thuật. Nguy hiểm hơn, nó tạo nên một dòng “thẩm mỹ trọc phú” (chữ dùng của nhà nghiên cứu Phan Cẩm

Thượng). Loại thẩm mỹ này không chỉ giúp cho những kẻ làm ăn phi pháp (làm hàng giả, hàng nhái, cò mồi, lừa đảo,... như Jean-François Hubert) thu “bộn tiền” mà còn làm cùn mòn trình độ thẩm mỹ của công chúng và hạn chế sức sáng tạo của các nghệ sĩ. Xa hơn, chúng có thể “giết chết” thị trường mỹ thuật còn trong giai đoạn trứng nước của Việt Nam.

2.4. Hướng đi nào cho thị trường mỹ thuật Việt Nam hiện nay?

Có thể nói, hội nhập nền kinh tế thị trường của thế giới là một chủ trương đúng đắn của nhà nước Việt Nam trong giai đoạn vừa qua. Hội nhập môi trường quốc tế là hướng đi duy nhất của nền mỹ thuật Việt Nam trong giai đoạn hiện tại. Tuy nhiên, để thoát khỏi bế tắc hiện nay, những người làm nghệ thuật nói chung và những người làm mỹ thuật nói riêng ở Việt Nam cần hướng đến một thị trường mỹ thuật thực thụ. Nói cách khác họ cần một sân chơi công bằng: có luật lệ, người mua, người bán, người thẩm định, người đầu tư, người sưu tập, nhà đấu giá,... trên cơ sở những tương tác về mặt xã hội của người sáng tạo với người thụ hưởng (nghệ sĩ với công chúng). Trên thực tế, các thiết chế hiện có ở Việt Nam như các hội nghề nghiệp, các nhà triển lãm, các nhóm nghệ sĩ,... chưa phải là những thiết chế đại diện cho một thị trường mỹ thuật thực thụ mà cần phải có những thiết chế căn bản như cơ quan thẩm định, nhà đấu giá, nhà đầu tư, cùng các văn bản pháp quy để một thị trường mỹ thuật đích thực ở Việt Nam có thể vận hành.

Vậy thị trường mỹ thuật Việt Nam hiện nay đang vận hành ra sao? Có thể thấy, từ sau giai đoạn mở cửa (1986), các nghệ sĩ ở Việt Nam được tiếp xúc với một đối tượng khách hàng khá mới mẻ, đó là “khách Tây.” Một số người cho rằng, nơi có mua tranh và bán tranh là một thị trường mỹ thuật. Đây là lối nghĩ “dân dã” của người nông dân Việt Nam xưa khi mua tranh Đông Hồ, Hàng Trống,...

Điều này chỉ đúng với dòng tranh dân gian mà không thể áp dụng cho các sản phẩm nghệ thuật có tính bác học. Thứ nhất, tranh dân gian là sản phẩm hàng hóa mang tính đại chúng, sản phẩm này có nhiều bản được in giống nhau. Trong khi đó, mỗi tác phẩm nghệ thuật hàn lâm là một tác phẩm độc bản, hoàn toàn không có bản thứ hai (kể cả khi chính tác giả tự tay chép tranh của mình thì bản sao đó không có giá trị như bản đầu tiên mà chỉ được xem như tranh chép, tranh nhái). Thứ hai, tranh dân gian không ghi tên tác giả nên không có vấn đề về bản quyền tác giả như dòng tranh bác học. Vì vậy, việc có nhiều vị “khách Tây” mua tranh Việt Nam trong giai đoạn mở cửa không khẳng định rằng Việt Nam đã có một thị trường mỹ thuật vì rất nhiều tác phẩm đem bán chưa được thông qua một cơ quan thẩm định nào hoặc việc đăng ký bản quyền cũng chưa được thực thi một cách nghiêm túc.

Có thể nói, thị trường mỹ thuật Việt Nam hiện nay đang phát triển một cách vô cùng hỗn tạp. Sự hỗn tạp này có nhiều căn nguyên, chúng tôi tạm xếp vào các nhóm nguyên nhân sau:

- *Sự quản lý nhà nước đối với thị trường mỹ thuật quá lỏng lẻo.* Sự lỏng lẻo ở đây được thể hiện rất rõ qua việc các giao dịch mua bán các sản phẩm và tác phẩm nghệ thuật hầu như không có sự tham gia của cơ quan quản lý về thuế, thẩm định, bản quyền,... Thay vào đó, những sản phẩm đáng giá tiền triệu, thậm chí là tiền tỷ được thực hiện trực tiếp trong một thị trường phi kiểm soát mà các nhà kinh tế gọi là *thị trường chợ đen*.

- *Sự thiếu tự giác từ chính các tác giả trong việc đăng ký bản quyền cho tác phẩm của mình và nộp thuế cho nhà nước.* Điều này dẫn đến tình trạng “không thể phân xử” trong trường hợp xảy ra tranh chấp. Hơn thế, việc bán các sản phẩm không thông qua thẩm định hoặc đăng ký bản quyền khiến cho uy

tín của tác giả cũng như uy tín của mỹ thuật Việt Nam bị hạn chế trong con mắt của các nhà sưu tập, đặc biệt là các nhà sưu tập nước ngoài, những người mong muốn tìm kiếm cái hay, cái mới từ một thị trường mỹ thuật độc đáo như Việt Nam.

- *Sự mất kiểm soát của nhà nước và thiếu tự giác của những người làm nghệ thuật* đã đẩy thị trường mỹ thuật non trẻ của Việt Nam vào tay những kẻ cơ hội “đục nước béo cò” như Jean-François Hubert. Những kẻ cơ hội này không hề quan tâm đến uy tín của tác giả hay chữ *tín* trong việc kinh doanh mà chỉ hướng đến một mục tiêu duy nhất là tiền. Sự trục lợi qua tranh chép, tranh nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng,... đã làm tổn hại đến thanh danh của những người làm nghệ thuật ở Việt Nam nhưng nguy hại hơn là chúng gián tiếp giết chết niềm tin của công chúng, của khách hàng.

Tất cả những sự hỗn tạp nói trên đã dẫn dắt thị trường mỹ thuật Việt Nam đến một thực trạng vô cùng tệ hại như chúng ta thấy ngày hôm nay. Một ví dụ điển hình về thực trạng này là trào lưu sao chép tranh của Bùi Xuân Phái mà Nora Taylor đã đề cập đến một cách chi tiết trong nghiên cứu của bà như sau: “Vào đầu những năm 90, khi khách du lịch phương Tây bắt đầu đến Việt Nam, những tác phẩm của Bùi Xuân Phái đã mang lại một cái nhìn mới. Trong bối cảnh Việt Nam đang trên đường hiện đại hóa đất nước, du khách đã thấy những chỉ dấu về một quá khứ lãng mạn được tình cảm hóa bằng những hoài niệm qua tranh *Phố Phái*. Nhu cầu mua tranh Phố Phái tăng nhanh đột biến, và những nhà buôn nhanh chóng tìm ra các sản phẩm mà Bùi Xuân Phái không từng vẽ nhưng vẫn mang tên tranh Phố Phái. Dù chưa được ghi chép lại nhưng có thể thấy các du khách, các nhà sưu tập đã chi những khoản tiền lớn để mua tranh nhái *Phố Phái* khiến ông trở thành người bị nhái tranh nhiều nhất ở Việt Nam. Rất nhanh, thị trường tràn ngập những bức tranh giả mang tên Bùi Xuân Phái được gọi là *Phố Phái* nhưng không

một ai chịu trách nhiệm về các sản phẩm giả đó. Cũng không một cơ quan nào đứng ra phân loại thật giả.” (Nora Taylor 2005: 157). Đây chính là một trong những ví dụ điển hình về tình trạng “*hàng giả giết chết hàng thật*”. Tình trạng này khiến Nora Taylor chua xót thốt lên rằng việc làm đó chẳng khác nào tự cầm súng bắn vào chân của mình.

Đứng trước thực trạng này chúng ta cần phải làm gì? Đây là một câu hỏi nhức nhối làm đau đầu các nhà quản lý, nghiên cứu, phê bình, các nhà sưu tập, và đặc biệt là các nghệ sĩ. Theo chúng tôi, cách làm ăn nhỏ lẻ, manh mún với tư duy “*tiểu nông, tiểu thương*” của chúng ta đã khiến cho một trong những đối tượng khách hàng quan trọng là “*khách Tây*” và các nhà sưu tập nước ngoài mất niềm tin vào “*cách làm ăn*” của ta. Bên cạnh đó, hành vi làm ăn mang tính “*chụp giật*” của một số người bao gồm cả các nhà buôn và các “*họa sĩ nhái tranh*” đã hủy hoại thanh danh của các nghệ sĩ đích thực ở Việt Nam. Ngoài ra, sự thiếu kiểm soát của nhà nước đối với thị trường mỹ thuật và sự thiếu chuyên nghiệp của giới nghiên cứu, phê bình trong nước (khiến cho các học giả nước ngoài và các khách hàng tiềm năng thiếu thông tin chính xác về thị trường mỹ thuật Việt Nam) đã gián tiếp làm mất niềm tin của họ. Sự thiếu gắn kết giữa nghệ sĩ, nhà phê bình, nghiên cứu mỹ thuật cũng khiến cho các bên khó có thể hỗ trợ cho nhau.

2.5. Giải pháp bốn bước để xây dựng thị trường mỹ thuật Việt Nam bền vững

Dưới đây, chúng tôi xin đề xuất các giải pháp bước đầu để xây dựng một thị trường mỹ thuật thực thụ qua bốn bước. Các bước này bao gồm *luật hóa thị trường mỹ thuật*, *luật hóa tác quyền*, *thành lập các hội đồng đấu giá chuyên nghiệp*, *đồng thời ủng hộ sự phát triển của các nhà đấu giá*. Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp này sẽ tạo nền

tảng vững chắc cho sự phát triển của thị trường mỹ thuật Việt Nam, góp phần thúc đẩy sự sáng tạo nghệ thuật và bảo vệ quyền lợi của các nghệ sĩ.

2.5.1. Luật hóa thị trường mỹ thuật

Việc luật hóa thị trường mỹ thuật là bước đi đầu tiên và quan trọng nhất để tạo ra một sân chơi công bằng, minh bạch và có trách nhiệm. Hiện nay, thị trường mỹ thuật Việt Nam vẫn còn hoạt động tự phát, thiếu các quy định pháp lý rõ ràng, dẫn đến nhiều hệ lụy như tranh giả, tranh kém chất lượng, giao dịch không minh bạch, trốn thuế, và các hành vi gian lận khác.

Nội dung cần luật hóa:

- *Định nghĩa rõ ràng các khái niệm:* Cần có định nghĩa pháp lý rõ ràng về các khái niệm như “*tác phẩm mỹ thuật*”, “*nghệ sĩ*”, “*nhà sưu tập*”, “*nhà buôn tranh*”, “*nhà đấu giá*”, “*giá trị tác phẩm*”, “*tính xác thực*”,... Điều này giúp tránh sự mơ hồ và tranh cãi trong quá trình thực thi pháp luật.

- *Quy định về quyền và nghĩa vụ của các bên tham gia thị trường:* Cần quy định rõ quyền và nghĩa vụ của nghệ sĩ, nhà sưu tập, nhà buôn tranh, nhà đấu giá, cơ quan quản lý nhà nước, và các bên liên quan khác. Ví dụ, nghệ sĩ có quyền được bảo vệ tác quyền, được hưởng lợi từ việc bán tác phẩm, và có nghĩa vụ cung cấp thông tin chính xác về tác phẩm của mình. Nhà sưu tập có quyền được mua tác phẩm thật, có giá trị tương xứng với giá tiền bỏ ra, và có nghĩa vụ tuân thủ các quy định về thuế và xuất nhập khẩu.

- *Quy định về giao dịch và hợp đồng:* Cần có các quy định cụ thể về hình thức, nội dung, và quy trình giao dịch mua bán tác phẩm mỹ thuật. Các hợp đồng mua bán cần được lập thành văn bản, có đầy đủ thông tin về tác phẩm, giá cả, điều khoản thanh toán, và trách nhiệm của các bên.

- *Quy định về quản lý và kiểm soát chất lượng:* Cần có các quy định về việc kiểm tra, giám định, và chứng nhận chất lượng tác phẩm mỹ thuật. Điều này giúp ngăn chặn tình trạng tranh giả, tranh kém chất lượng, và bảo vệ quyền lợi của người mua.

- *Quy định về xử lý vi phạm:* Cần có các quy định về xử lý các hành vi vi phạm pháp luật trong lĩnh vực mỹ thuật, như làm giả tranh, buôn bán tranh lậu, trốn thuế, và các hành vi gian lận khác. Mức xử phạt cần đủ sức răn đe để ngăn chặn các hành vi vi phạm.

2.5.2. Chi tiết hóa vấn đề tác quyền có liên quan đến thị trường mỹ thuật

Bảo vệ tác quyền là yếu tố then chốt để khuyến khích sự sáng tạo nghệ thuật và bảo vệ quyền lợi của các nghệ sĩ. Tình trạng vi phạm bản quyền trong lĩnh vực mỹ thuật ở Việt Nam hiện nay rất phổ biến, gây thiệt hại lớn cho các nghệ sĩ và làm suy giảm động lực sáng tạo.

Nội dung cần luật hóa:

- *Quy định rõ ràng về quyền tác giả đối với tác phẩm mỹ thuật:* Cần quy định rõ ai là tác giả của tác phẩm mỹ thuật, tác giả có những quyền gì (quyền nhân thân, quyền tài sản), và thời hạn bảo hộ quyền tác giả là bao lâu.

- *Quy định về các hành vi xâm phạm quyền tác giả:* Cần quy định rõ những hành vi nào được coi là xâm phạm quyền tác giả, như sao chép, làm giả, phân phối, trưng bày, và sử dụng tác phẩm mỹ thuật mà không được phép của tác giả.

- *Quy định về biện pháp bảo vệ quyền tác giả:* Cần có các quy định về các biện pháp bảo vệ quyền tác giả, như yêu cầu bồi thường thiệt hại, yêu cầu chấm dứt hành vi xâm phạm, yêu cầu tiêu hủy tang vật vi phạm, và khởi kiện ra tòa.

- *Quy định về xử lý vi phạm:* Cần có các quy định về xử lý các hành vi xâm phạm

quyền tác giả, bao gồm xử phạt hành chính và truy cứu trách nhiệm hình sự.

Hình thức luật hóa:

Có thể luật hóa tác quyền trong lĩnh vực mỹ thuật thông qua việc sửa đổi, bổ sung Luật Sở hữu trí tuệ, hoặc ban hành các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Sở hữu trí tuệ liên quan đến mỹ thuật.

2.5.3. Thành lập các hội đồng thẩm định và cơ quan thẩm định

Việc thẩm định giá trị và tính xác thực của tác phẩm mỹ thuật là rất quan trọng để đảm bảo quyền lợi của người mua và người bán, đồng thời góp phần xây dựng uy tín cho thị trường mỹ thuật.

Thành lập các hội đồng thẩm định: Các hội đồng thẩm định nên bao gồm các chuyên gia về mỹ thuật, lịch sử mỹ thuật, kỹ thuật giám định, và luật pháp. Hội đồng thẩm định có trách nhiệm đưa ra ý kiến chuyên môn về giá trị và tính xác thực của tác phẩm mỹ thuật.

Thành lập các cơ quan thẩm định: Các cơ quan thẩm định có thể là các tổ chức độc lập hoặc các đơn vị trực thuộc cơ quan quản lý nhà nước. Cơ quan thẩm định có trách nhiệm thực hiện các hoạt động giám định, kiểm tra, và chứng nhận chất lượng tác phẩm mỹ thuật.

Xây dựng quy trình thẩm định: Cần có quy trình thẩm định rõ ràng, minh bạch, và khách quan. Quy trình thẩm định cần bao gồm các bước như tiếp nhận yêu cầu thẩm định, thu thập thông tin về tác phẩm, kiểm tra kỹ thuật, đánh giá giá trị nghệ thuật, và đưa ra kết luận thẩm định.

Đào tạo và cấp chứng chỉ cho các chuyên gia thẩm định: Cần có chương trình đào tạo và cấp chứng chỉ cho các chuyên gia thẩm định để đảm bảo chất lượng và tính chuyên nghiệp của hoạt động thẩm định.

2.5.4. Tổ chức các phiên đấu giá và ủng hộ các nhà đấu giá

Các phiên đấu giá là một kênh quan trọng để giao dịch tác phẩm mỹ thuật, đồng thời là một công cụ để định giá tác phẩm một cách khách quan và minh bạch.

Tạo điều kiện thuận lợi cho việc tổ chức các phiên đấu giá: Cần tạo điều kiện thuận lợi về mặt pháp lý, thủ tục hành chính, và cơ sở vật chất cho việc tổ chức các phiên đấu giá.

Khuyến khích sự tham gia của các nhà đấu giá chuyên nghiệp và hỗ trợ các nhà đấu giá: Cần khuyến khích sự tham gia của các nhà đấu giá chuyên nghiệp, có uy tín, và có kinh nghiệm trong lĩnh vực mỹ thuật cũng như cần có các chính sách hỗ trợ các nhà đấu giá, như hỗ trợ về vốn, đào tạo nhân lực và quảng bá thương hiệu.

Xây dựng quy chế đấu giá: Cần có quy chế đấu giá rõ ràng, minh bạch, và công bằng. Quy chế đấu giá cần quy định về quyền và nghĩa vụ của người bán, người mua, và nhà đấu giá.

Tăng cường quảng bá và giới thiệu về các phiên đấu giá: Cần tăng cường quảng bá và

giới thiệu về các phiên đấu giá để thu hút sự quan tâm của công chúng và các nhà sưu tập.

Việc thực hiện đồng bộ bốn bước đi trên sẽ tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển của thị trường mỹ thuật Việt Nam, góp phần thúc đẩy sự sáng tạo nghệ thuật, bảo vệ quyền lợi của các nghệ sĩ, và nâng cao giá trị văn hóa của đất nước. Từ những bước đi này, nhà quản lý, sưu tập, nghiên cứu phê bình và các nghệ sĩ sẽ dần tạo nên một môi trường nghệ thuật lành mạnh. Môi trường này sẽ giúp cho những khách hàng tiềm năng như khách du lịch, nhà sưu tập nước ngoài tin tưởng hơn vào các tác phẩm nghệ thuật của Việt Nam. Tuy nhiên, họ không thể là khách hàng thường xuyên và vĩnh viễn mà chúng ta cần phải hướng đến một đối tượng quan trọng hơn: Khách hàng trong nước.

Vậy khách hàng trong nước là ai? Họ là các nhà sưu tập trong nước, những người yêu nghệ thuật, những người có tiền, những người có tri thức về nghệ thuật,... Nếu có thị phần cụ thể thì họ chính là những khách hàng tiềm năng nhất (bởi họ khác xa các “trọc phú” xây lâu đài nghìn tỷ nhưng vẫn chỉ thích treo tranh “nhái”). Những khách



Hình 1: Bốn bước xây dựng thị trường mỹ thuật Việt Nam bền vững

hàng này sẽ ngày càng nhiều hơn nếu như chúng ta thực sự có một thị trường mỹ thuật lành mạnh, đáng tin cậy. Vì vậy, chúng ta cần phải đề cao vai trò các nhà sưu tập người Việt như Tuyết Nguyệt, Dothi Dumonteil (Đỗ Thị Lan), Phạm Tuấn, Đức Minh,... Họ chính là những chuyên gia thẩm định đáng tin cậy khi đã bỏ ra những số tiền khổng lồ để mua các tác phẩm của các họa sĩ Việt Nam. Họ khác xa những kẻ lừa đảo, trục lợi và chụp giật như Jean-Francoi Hurbert bởi vượt lên trên hết chính là tình yêu của họ dành cho nghệ thuật Việt Nam và các nghệ sĩ Việt Nam. Dĩ nhiên, khi chúng ta có được một thị trường mỹ thuật lành mạnh thì hàng giả, hàng nhái, hay “hàng Tàu” sẽ không còn đất sống. Những người làm nghệ thuật chân chính sẽ phát triển và tiêu thụ sản phẩm và tác phẩm nghệ thuật đích thực chứ không phải là những công việc ăn cắp, sao chép như đã từng xảy ra như với tranh *Phố Phái*.

3. KẾT LUẬN

Có thể nói thị trường mỹ thuật ở Việt Nam đang đứng trước những thách thức vô cùng to lớn trong quá trình hội nhập và phát triển đã và đang diễn ra từ sau giai đoạn mở cửa – 1986. Trong bối cảnh đó, “mỗi người nghệ sĩ cần phải tự trang bị cho mình hành trang để bước vào thiên niên kỷ mới. Sự lười biếng và thói tự mãn sẽ không có chỗ tồn tại trong một xã hội hiện đại luôn trong trạng thái vận động” (Đình Hồng Hải 2006). Tuy nhiên, để người nghệ sĩ có thể sống được bằng công việc chân chính thì họ cần có một môi trường nghệ thuật lành mạnh, đó là một thị trường nghệ thuật thực thụ theo chuẩn mực quốc tế. Đó là nơi người nghệ sĩ có thể phát huy tối đa tài năng của họ mà không sợ bị những thứ phi chuẩn mực như hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng,... cạnh tranh. Hơn thế, họ cần đến một cơ chế phù hợp để có thể

biểu đạt những ý tưởng nghệ thuật mới nhất của mình. Việc định giá các tác phẩm nghệ thuật Việt Nam trên thị trường quốc tế là một thách thức lớn, do sự khác biệt về tiêu chuẩn thẩm mỹ và cách nhìn nhận nghệ thuật. Quá trình hội nhập quốc tế sẽ giúp nghệ sĩ Việt Nam có cơ hội giới thiệu tác phẩm của mình đến thị trường ngoài nước, từ đó mở rộng tầm ảnh hưởng và nâng cao giá trị thương hiệu cá nhân. Cùng với đó, sự giao thoa văn hóa và tiếp thu các kỹ thuật, phong cách mới từ nghệ thuật quốc tế có thể thúc đẩy sự sáng tạo và đổi mới trong nghệ thuật Việt Nam. Điều đó cần có sự đầu tư mạnh mẽ từ phía nhà nước và các tổ chức văn hóa để phát triển hạ tầng và hệ thống hỗ trợ cho thị trường mỹ thuật. Cuối cùng là vấn đề đào tạo và giáo dục về mỹ thuật cần được chú trọng để xây dựng một thế hệ nghệ sĩ có khả năng sáng tạo, đồng thời hiểu rõ và trân trọng giá trị bản sắc văn hóa dân tộc, đặc biệt, có hiểu biết về môi trường nghệ thuật và thị trường mỹ thuật.

Nhìn chung, thị trường mỹ thuật Việt Nam đang đứng trước nhiều cơ hội lớn nhưng cũng đối mặt với không ít thách thức. Việc bảo lưu các giá trị nghệ thuật của các bậc thầy Mỹ thuật Đông Dương với vấn đề đổi mới để hội nhập quốc tế là những yếu tố then chốt cho sự phát triển của mỹ thuật Việt Nam hiện nay. Tuy nhiên, để nền mỹ thuật Việt Nam phát triển bền vững thì thị trường mỹ thuật chính là nhân tố quan trọng nhất tạo “đất sống” cho những người làm nghệ thuật chân chính. Và một thị trường mỹ thuật minh bạch chính là bước khởi đầu cho mọi sự khởi đầu. Hy vọng, thị trường mỹ thuật Việt Nam sẽ lấy lại được vị thế là một trong những thị trường nghệ thuật hàng đầu châu Á – Thái Bình Dương giống như Nhà Đấu xảo được xây dựng ở Hà Nội đầu thế kỷ XX.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Đại Mỹ Lệ (2016), “Tạm giữ 17 bức tranh ở triển lãm ‘Những bức tranh trở về từ châu Âu’”. <https://thanhnien.vn/tam-giu-17-buc-tranh-o-trien-lam-nhung-buc-tranh-tro-ve-tu-chau-au-185578247.htm#:~:text=%C4%90%C6%B0%E1%BB%A3c%20bi%E1%BA%BFt%20%C3%B4ng%20V%C5>. Truy cập tháng 12/2024.

Đinh Hồng Hải (2006). “Dạy và học mỹ thuật ở Việt Nam trong xu thế hội nhập thế giới”. *Báo Văn nghệ trẻ*, số 26, ngày 25/6/2006.

Đinh Hồng Hải (2012). *Những biểu tượng đặc trưng trong văn hoá truyền thống Việt Nam*, tập 1: *Các bộ trang trí điển hình*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tri thức.

Elizabeth Perry (2012) *Anyuan: Mining China's Revolutionary Tradition*. University of California Press, USA.

Hòa Bình (2016), “Không khởi tố vụ 17 bức tranh giả, mạo danh?”. <https://nld.com.vn/van-hoa-van-nghe/khong-khoi-to-vu-17-buc-tranh-gia-mao-danh-20160722055956836.htm>. Truy cập tháng 12/2024.

Lưu Xuân Hoa – Liu Chunhua (刘春华) 1968. Chairman Mao goes to Anyuan – Mao zhuxi qu Anyuan (毛主席去安源). Publisher: Hebei renmin meishu chubanshe, Beijing (河北人民美术出版社)

Marcel Bernanose (1914). *Les Arts décoratifs au Tonkin*. Paris: Nxb Henry Laurens, Paris. (Tài liệu dịch của Viện Văn hóa Dân gian năm 1992).

Minh Tiến (2022), “Quy mô GDP Việt Nam năm 2022 và 2023 thay đổi như thế nào theo dự báo của các tổ chức quốc tế?”. <https://toquoc.vn/quy-mo-gdp-viet-nam-nam-2022-va-2023-thay-doi-nhu-the-nao-theo-du-bao-cua-cac-to-chuc-quoc-te-20220822104112034.htm>. Truy cập tháng 12/2024. Trần Khánh Chương (2014), “Mỹ thuật Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế – thuận lợi và thách thức”. <http://www.vietnamfineart.com.vn/Story/nhungvandemythuat/hoithao/2009/3/2027.html>. Truy cập tháng 12/2024.

Nora Taylor (2005). Why have there been no greatest Vietnamese artists? (Vì sao không có nghệ sĩ lớn ở Việt Nam?), trong Rebeka Linh Collins ed., *Vietnam: Beyond the frame Vol. 2*, University of Michigan's flagship journal, USA.

Nora Taylor (2014). Sự thành lập Trường Cao đẳng Mỹ thuật Đông Dương và chính sách hội họa tại Việt Nam thời thuộc địa (1925-1945). *Tạp chí Văn hóa Nghệ An* tháng 1/2014, Ngô Bắc dịch và phụ chú.

Q. Trung (2014), “Tranh của họa sĩ Lê Phổ được bán với giá kỉ lục ở Hồng Kông”. <https://tuoitre.vn/tranh-viet-duoc-ban-voi-gia-ky-luc-o-hong-kong-675945.htm>. Truy cập tháng 11/2024.

Văn Phúc (2024), “Người Việt Nam bị lừa đảo gần 16 tỷ USD qua mạng”. <https://www.sggp.org.vn/nguoi-viet-nam-bi-lua-dao-gan-16-ty-usd-qua-mang-post738365.html>. Truy cập tháng 12/2024.