

# ĐIỆN ẢNH VỚI CÔNG CHÚNG HẢI PHÒNG

(XÃ HỘI HỌC NGHỆ THUẬT)

ĐINH KIM LONG

Tháng 5 năm 1982, cùng một lúc với nhiều điểm nghiên cứu tại các tỉnh khác, chúng tôi đã tiến hành điều tra, nghiên cứu ý kiến, dư luận của khán giả điện ảnh tại thành phố Hải Phòng. Đây là thành phố lớn, với cơ cấu dân cư đa dạng, gồm 1,3 triệu dân (trong đó gồm 40 vạn dân ở nội thành), có cửa ngõ tiếp xúc thường xuyên với thế giới bên ngoài, có khu công nghiệp truyền thống, có vùng nông thôn và hải đảo. Do đó, chúng tôi đã xác định mẫu điều tra như sau :

**1. Khu vực điều tra** bao gồm nội, ngoại thành và hải đảo.

**2. Nghề nghiệp.**

a) *Nội thành* :

- Công nhân các cơ sở quốc doanh (cảng, xi măng, dệt thảm len, đóng tàu, ngành dịch vụ...).

- Công nhân các hợp tác xã (may mặc Việt Tiệp - chủ yếu là nữ công nhân ; cơ khí Thăng Long-chủ yếu là nam).

- Trí thức : giáo viên trường phổ thông trung học Thái Phiên; y, bác sĩ bệnh viện Việt - Tiệp; cán bộ nghiên cứu khoa học - Ban khoa học kỹ thuật thành phố.

- Thanh niên, học sinh : học sinh trường phổ thông trung học Hồng Bàng, đoàn viên và thanh niên ở quận Hồng Bàng và quận Lê Chân.

b) *Ngoại thành* :

- Người làm nông nghiệp và trồng cây công nghiệp : ba xã thuộc huyện Tiên Lãng.

- Người làm các nghề biển : hợp tác xã đánh cá Hồng Quang, xí nghiệp nước mắm, hợp tác xã làm muối thuộc huyện đảo Cát Hải.

**3. Trình độ học lực :** từ cấp II đến trên đại học.

**4. Tuổi :** chủ yếu nhằm hai nhóm tuổi đi xem phim nhiều nhất :

- Nhóm 16-30 tuổi.

- Nhóm 31 - 45 tuổi.

Riêng với nhóm thiếu niên, nhi đồng: chúng tôi dành cho những cuộc điều tra khác chi tiết hơn, nên không chọn mẫu vào đây.

Chúng tôi đã gửi 580 phiếu trưng cầu ý kiến và thu về được 536 phiếu, trong đó 419 phiếu trả lời đầy đủ, có thể xử lý số liệu được. Những dự kiến này còn được bổ sung bằng 21 cuộc phỏng vấn, tọa đàm và nhiều buổi quan sát trực tiếp tại các địa điểm chiếu phim. Ngoài ra, chúng tôi cũng đã sử dụng số liệu thống kê của Công ty chiếu bóng thành phố (số lượng người xem của từng bộ phim, ở từng khu vực, v, v....) để so sánh, kiểm nghiệm lại kết quả điều tra thu được lần này.

Với số lượng phiếu ít ỏi, thời gian tiến hành ngắn, cuộc điều tra của chúng tôi mới chỉ nêu ra được một số nhận xét sơ bộ nhằm nêu lên những giả thiết lớn khác cho các công trình nghiên cứu sau này. Đồng thời chúng tôi cũng hy vọng và chờ mong kết quả những cuộc điều tra tương tự tiến hành ở các địa phương khác để có thể khái quát được tình hình chung trên quy mô rộng lớn hơn, cũng như giúp nhau kiểm nghiệm lại kết quả điều tra, độ chính xác và phương pháp được áp dụng.

\*

\* \*

### **1. Vị trí của điện ảnh trong các loại hình nghệ thuật.**

73% số người được hỏi ý kiến ở Hải Phòng cho biết: phim ảnh là loại hình nghệ thuật mà họ yêu thích nhất. Điều đáng lưu ý ở đây là tỷ lệ này không khác xa nhau lắm giữa các tầng lớp (77, 59, 79, 71% tương ứng với công nhân, nông dân, trí thức, thanh niên, học sinh); khoảng cách nhận thấy được ở các loại hình nghệ thuật khác như ca nhạc là 54, 38, 52, 54 % và cải lương là 39, 56, 32, 39%<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> Các con số tỷ lệ % trong bài này đều đã được làm tròn số

**Bảng 1: TỶ LỆ % NGƯỜI ƯA THÍCH TỪNG LOẠI HÌNH NGHỆ THUẬT XẾP THEO TẦNG LỚP NGHỀ NGHIỆP**

Tầng lớp / Loại hình	Công nhân	Nông ngư dân	Trí thức	Thanh niên học sinh	Trung bình
Phim	77	59	79	71	73
Ca nhạc	51	38	52	51	51
Kịch nói	08	66	75	61	68
Cải lương	30	56	32	39	11

## 2. Phim truyện được nhiều người xem ưa thích nhất.

Một điều gần như hiển nhiên, phù hợp với giả thuyết của mọi người là : phim truyện được ưa thích nhiều nhất. Song, tình hình đối với các thể loại phim khác như thế nào? Như bảng 1 cho thấy: tầng lớp nào ưa thích cải lương ra sao thì cũng được phản ánh gần sát như vậy đối với phim sân khấu cải lương. Có điều là, nếu đã xem cải lương thì người xem thích được xem vở diễn trên sân khấu hơn là xem vở quay thành phim. Điều này có lẽ cũng tự nhiên như quan hệ giữa nhạc sống và nhạc băng, đĩa. Bảng 2 sau đây cho ta thấy:

**Bảng 2: TỶ LỆ % GIỮA NGƯỜI THÍCH XEM TRÌNH DIỄN CẢI LƯƠNG VÀ PHIM SÂN KHẤU CẢI LƯƠNG**

	Công nhân	Nông, ngư dân	Trí thức	Thanh niên học sinh	Trung bình
Cải lương	39	56	32	39	41
Phim sân khấu cải lương	32	51	21	32	33

Phim thời sự không được ưa chuộng nhiều, phải chăng vì khi có phim để chiếu thì đã mất tính “thời sự” rồi ? Trong tình hình quy trình công nghệ sản xuất loại phim này chưa được nhanh chóng, kịp thời, có lẽ cũng nên suy nghĩ tìm những biện pháp khắc phục hợp lý hơn.

Một vấn đề nữa tuy là của điện ảnh, song đáng cho các nhà giáo dục học và các nhà tâm lý học quan tâm hơn là vấn đề kém hứng thú của thanh niên, học sinh đối với các loại phim thời sự, tài liệu và phổ biến khoa học. Lỗi ở chất lượng phim hay ở tầng lớp trẻ thiếu tinh thần học hỏi, cầu tiến bộ ? Nhóm tuổi cao và nhóm có trình độ học lực cao thích xem các loại phim này hơn nhóm tuổi thấp và nhóm có trình độ học lực thấp.

Bảng 3: SO SÁNH MỨC ĐỘ HAM THÍCH PHIM THỜI SỰ, TÀI LIỆU, PHỔ BIẾN KHOA HỌC CỦA CÁC NHÓM TUỔI (tính theo %)

Nhóm xem phim Thể loại phim	Công nhân		Nông, ngư dân		Tri thức		Thanh niên học sinh	Trung bình
	16-30	31-45	16-30	31-45	16-30	31-45	10-30	
Thời sự	21	37	13	37	18	26	14	23
Tài liệu	18	24	15	17	15	27	4	19
Phổ biến khoa học	25	44	27	31	27	52	18	34

**3. Sự khác biệt khá rõ nét giữa trí thức với công nhân, nông, ngư dân và thanh niên, học sinh ở sự ưa thích đối với hai chủ đề : tâm lý xã hội và phản gián, tình báo.**

Phim tâm lý xã hội chiếm được cảm tình cao nhất của cả bốn nhóm xã hội. Còn các đề tài khác có sự khác nhau nhiều về sở thích giữa các nhóm. Phải chăng sự ham muốn khá cao của các nhóm xã hội đối với phim tâm lý xã hội là sự phản ánh về mối quan tâm của quần chúng về các vấn đề phức tạp trong đời sống xã hội hiện nay ?

Bảng 4: TỶ LỆ % SỐ NGƯỜI ƯA THÍCH CÁC LOẠI ĐỀ TÀI PHIM XẾP THEO TẦNG LỚP XÃ HỘI

	Công nhân	Nông, ngư dân	Trí thức	Thanh niên học sinh	Trung bình
Phim chiến đấu	41	41	32	41	41
Tình báo, phản gián	63	70	51	71	63
Tâm lý xã hội	68	67	68	75	69
Chuyển thể tác phẩm văn học	47	29	56	45	46

Một điều thú vị đáng ghi nhận là những người ưa thích loại phim tình báo, phản gián nhất thì cũng là những người ít ưa thích loại phim chuyển thể từ tác phẩm văn học nhất, và ngược lại. Phải chăng trình độ cảm thụ nội dung văn học phức tạp của người xem là yếu tố quyết định sự khác biệt này? Đặc biệt chỉ có 29% nông dân thích loại phim chuyển thể tác phẩm văn học.

Về phim chiến đấu, trên nửa số khán giả được phỏng vấn tỏ ra không ưa thích, đặc biệt là trí thức (32%). Có thể vì ba lý do sau đây:

a) Trong hoàn cảnh chiến tranh, phim chiến đấu được ưa thích nhiều hơn trong thời bình, hoặc là trong môi trường bộ đội, phim chiến đấu được hoan nghênh hơn (đáng tiếc là trong cuộc điều tra ở Hải Phòng, chúng tôi chưa có điều kiện tìm hiểu đối tượng này).

b) Mọi quan tâm hàng đầu của nhiều người hiện nay có lẽ là những vấn đề đang đặt ra và đòi hỏi phải giải quyết trước mắt hơn là những vấn đề đã xảy ra trong quá khứ, cho dù là quá khứ rục rờ mới xảy ra ngày hôm qua. Có thể còn do chất lượng phim chiến đấu của ta còn có phần nào công thức, sơ lược thiếu hấp dẫn. Chúng tôi sẽ có dịp đi sâu tìm hiểu cụ thể về một số phim

chiến đấu để thấy được trình độ nghệ thuật của phim chiến đấu có tác động như thế nào đến khán giả.

#### 4. Người xem đòi hỏi phim ảnh phải có ý nghĩa giáo dục sâu sắc.

Đó là ý kiến của đại đa số người được phỏng vấn (73%) và ý kiến này không khác nhau nhiều lắm giữa các tầng lớp (79, 62, 67, 85%).

Bảng 5: TỶ LỆ % SỐ NGƯỜI ƯA THÍCH CÁC HÌNH THỨC THỂ HIỆN CỦA PHIM, XẾP THEO TẦNG LỚP XÃ HỘI

	Công dân	Nông, ngư dân	Trí thức	Thanh niên học sinh	Trung bình
- Vui, nhẹ nhàng	52	29	54	44	47
- Tình cảm phức tạp, sâu sắc	49	36	53	41	46
- Có tình huống bất ngờ, căng thẳng	51	4	40	68	51
- Có ý nghĩa giáo dục sâu sắc	79	62	67	85	73

Ở đây nếu không kể loại phim có ý nghĩa giáo dục sâu sắc thì người ta vẫn thấy một sự khác biệt khá rõ giữa trí thức với công nhân, nông dân thanh niên học sinh. Trí thức thích loại phim vui, nhẹ nhàng: trái lại, các tầng lớp khác lại thích loại phim có tình huống bất ngờ, căng thẳng.

#### 5. Giải trí là lý do đi xem phim, nhưng không phải là mục đích của việc xem phim.

trong một số cuộc tọa đàm cũng như phỏng vấn cá nhân, nhiều người coi việc đi xem phim là một hoạt động giải trí sau những giờ làm việc hoặc học tập căng thẳng. Người ta không đi xem phim khi tâm tư nặng nề, có những điều lo nghĩ dằn vặt.

Song, khi đã tiếp xúc với màn ảnh mà thấy màn ảnh không đưa lại cho mình cái gì bổ ích về tri thức, tình cảm, chỉ “vui, nhẹ nhàng” (xem bảng 5), thì người xem thường không thỏa mãn. Họ đi xem phim để giải trí, nhưng cái làm cho họ được giải trí lại trước hết là những gì có ý nghĩa tư tưởng và giáo dục.

*Bảng 6 : TỶ LỆ % Ý KIẾN NGƯỜI XEM VỀ TÁC DỤNG CỦA PHIM*

	Công nhân	Nông ngư dân	Trí thức	Thanh niên học sinh	Trung bình
1. Giúp hiểu biết điều mới lạ	64	59	61	62	62
2. Giúp hiểu biết sâu sắc thêm những điều đã biết	57	47	44	60	47
3. Bồi bổ những tình cảm tốt đẹp	66	69	60	59	63
4. Thấy được gương những người tốt việc tốt	37	42	31	32	39
5. Sử dụng thì giờ nhàn rỗi một cách có ích	36	39	38	24	33
Giải trí	30	27	24	9	27

Trong sáu tác dụng của phim được đưa ra lấy ý kiến, giải trí được xếp vào hàng thứ sáu ở tất cả tầng lớp xã hội. Trong khi đó thì “giúp hiểu biết điều mới lạ” được xếp vào hàng thứ nhất ở trí thức và hàng thứ hai ở công dân, nông dân và thanh niên học sinh. “Bồi bổ những tình cảm tốt đẹp” được xếp vào hàng thứ nhất ở công dân, nông dân; hàng thứ hai ở trí thức và hàng thứ ba ở thanh niên học sinh. “Giúp hiểu biết sâu sắc thêm những điều đã biết” đứng vào hàng thứ hai ở thanh niên học sinh. “Giúp hiểu biết sâu sắc thêm những điều đã biết” đứng vào hàng thứ hai ở thanh niên học sinh và hàng thứ ba ở công nhân, nông dân, trí thức.

Có điều khá thú vị cần nhận xét là: nếu chia thành hai nhóm tác dụng (được đánh số thứ tự từ 1 đến 6) thì ba tác dụng đầu cũng được người xem xếp vào hàng thứ nhất, thứ hai, thứ ba, trong khi ba nhóm còn lại đều được xếp vào hàng thứ tư, thứ năm, thứ sáu.

## 6. Tác động của hình thức tuyên truyền, cổ động phim.

Người ta thường đi xem phim sau khi được biết sơ qua về nội dung của phim hoặc vì nghe tiếng đồn về phim. Nói chung, một bộ phận khán giả (25% trong cuộc điều tra của chúng tôi) thích xem qua bản tóm tắt nội dung phim. Một số đông lại nắm bắt nội dung phim qua những bài giới thiệu trên báo chí (57% trí thức) và chủ yếu qua lời đồn truyền miệng. Chẳng hạn, có những phim mới chiếu ở Hà Nội (như *Têhêran 43*, *Mac Tu Khoa không tin những giọt nước mắt...*), khán giả ở Hải Phòng đã nghe “tiếng lành đồn xa”, hằng ngày qua các rạp để hỏi xem bao giờ chiếu ở thành phố mình. Vì vậy, khi được chiếu, những ngày đầu, các bộ phim như vậy thu hút được rất đông người xem; nhưng có phim chỉ đông ở những buổi đầu, càng về sau càng giảm, và ngược lại<sup>(2)</sup>.

Có một bộ phận khán giả (56% thanh niên học sinh) chỉ dựa vào tên phim nghe có hấp dẫn không để chọn phim xem. Riêng đối với nông dân, ngư dân thì 47% số người được hỏi đã cho biết là họ dựa vào nội dung phim được giới thiệu ở rạp, bãi. Ngoài ra có những yếu tố khác kích thích người xem như:

- Xưởng phim Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh được ưa chuộng hơn các xưởng làm phim khác của Việt Nam.

- Phim Liên Xô được ưa chuộng hơn phim Đức, Tiệp, Ba Lan...

Cuối cùng, gần nửa số khán giả được phỏng vấn có tỏ ý muốn được thường xuyên nghe nói chuyện về phim ảnh (46%) và được sinh hoạt trong các câu lạc bộ điện ảnh (39%).

\*

\* \*

<sup>(2)</sup> Chúng tôi đã bước đầu thu thập được một số tư liệu để có thể đi tới kết luận này: có những bộ phim rất được hoan nghênh ở địa phương này, nhưng lại bị đối xử thờ ơ ở địa phương khác. Tình hình này có lẽ cũng gần giống như trong ngành sân khấu. Trong một bài khác, chúng tôi sẽ trình bày chi tiết về vấn đề này. Rất mong được các bạn đồng nghiệp ở các ngành sân khấu, âm nhạc, hội họa... tham gia ý kiến để chúng ta có thể cùng nhau rút ra được những kết luận rộng rãi hơn, tạo được hiệu quả phục vụ cao hơn.



Những cuộc điều tra nghiên cứu khán giả điện ảnh ở mỗi địa phương do Công ty xuất nhập khẩu và phát hành phim Việt Nam tiến hành bao giờ cũng nhằm mục đích hiểu biết nhu cầu và thị hiếu của khán giả địa phương để phục vụ cho việc cải tiến các hoạt động phổ biến phim (nhập phim, phát hành phim, tuyên truyền, hướng dẫn người xem phim...), đồng thời góp phần cùng với những người làm phim ở nước ta nâng cao chất lượng phim.

Song, những kết luận rút ra được từ dư luận khán giả nhiều khi vượt ra ngoài các yêu cầu của cơ quan chuyên môn (phổ biến phim) để trở thành những vấn đề xã hội cần được sự quan tâm của các ngành có liên quan khác. Chính vì vậy mà chúng tôi mạnh dạn công bố một số kết quả ít ỏi thu lượm được trong một bài viết ngắn, mong gợi ý được một đôi điều bổ ích cho các nhà xã hội học, những người làm công tác xã hội nghệ thuật, tâm lý, giáo dục.