

PHIM TRUYỆN VIỆT NAM TRONG MỐI TƯƠNG QUAN VỚI KHÁN GIẢ

TRẦN THANH HIỆP*

Tóm tắt: Sau 50 năm thống nhất đất nước, phim truyện Việt Nam đã trải qua một chặng đường với nhiều đổi thay, nhiều thử thách gay gắt đối với nền điện ảnh, đối với những người làm điện ảnh, cùng không ít những loay hoay, trăn trở trong sự phát triển và nhận thức về điện ảnh. Để tạo nên những dấu ấn cho riêng mình, điện ảnh Việt Nam đang hướng tới người xem với tâm thế mới, với yêu cầu mới, trong một tương quan văn hóa mới.

Từ khóa: điện ảnh Việt Nam, phát triển, khán giả, tương quan văn hóa

Abstract: In the 50 years since the unification of the country, Vietnamese cinema has gone through a journey with many ups and downs and changes in the filmmaking process, while the filmmakers themselves also experience many questions and challenges in the development of their skills as well as their knowledge and views on cinema. To make its own mark, Vietnamese cinema is looking toward the audience with a new awareness of their new demand in a new cultural relationship.

Keywords: Vietnamese cinema, development, audience, cultural relationship



Sau 50 năm thống nhất đất nước, phim truyện Việt Nam đã trải qua một chặng đường với nhiều đổi thay, nhiều thử thách gay gắt đối với nền điện ảnh, đối với những người làm điện ảnh, cùng không ít những loay hoay, trăn trở trong sự phát triển và nhận thức về điện ảnh, đồng thời cũng đã tạo nên những dấu ấn cho riêng mình.

Điện ảnh phát triển trong bối cảnh hòa bình khác trong bối cảnh chiến tranh. Điện ảnh tồn tại phát triển trong cơ chế thị trường khác thời kỳ hoàn toàn được bao cấp bằng nguồn ngân sách nhà nước. Điện ảnh tồn tại phát triển khi Đảng và nhà nước quan niệm điện ảnh là công nghiệp văn hóa, sản phẩm điện ảnh là sản phẩm công nghiệp văn hóa khác khi quan niệm điện ảnh là vũ khí tư tưởng, dù các sản phẩm điện ảnh

muôn đời không đứng ngoài những vấn đề tư tưởng. Điện ảnh tồn tại và phát triển trong một thị trường chiếu bóng Việt Nam đầy năng động, có độ mở lớn, hội nhập sâu, cạnh tranh gay gắt với hàng trăm phim nước ngoài, khác với thời kỳ phim truyện chỉ được phổ biến theo kế hoạch trong hệ thống rạp của nhà nước và các đội chiếu bóng lưu động được bao cấp, sử dụng ngân sách nhà nước. Các rạp, các cụm rạp với trang thiết bị hiện đại đầy đủ các tiện nghi, trong đó hơn 70% của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là một sân chơi hấp dẫn nhưng cũng là một đấu trường cạnh tranh đầy thách thức với sự phát triển của điện ảnh.

Những cái khác này xuất hiện trong 50 năm qua ở những thời điểm khác nhau do bối cảnh

chính trị, kinh tế, xã hội thay đổi; do đường lối đổi mới, sự phát triển quan điểm về văn hóa văn nghệ của Đảng trong thời kỳ mới; do áp lực thẩm mỹ, sự biến đổi nhu cầu thẩm mỹ của người xem trong mở cửa giao lưu văn hóa quốc tế; do nội lực và nhu cầu tự đổi mới mạnh mẽ để có thể đồng hành cùng đất nước, dân tộc của bản thân những người làm điện ảnh.

Những đổi thay này đã định hình diện mạo, sự phát triển của điện ảnh Việt Nam hiện nay. Điện ảnh Việt Nam đang hướng tới người xem với tâm thế mới, với yêu cầu mới, trong một tương quan văn hóa mới.

Khán giả với điện ảnh Việt Nam ngày nay

Trên màn ảnh Việt Nam, ngoài các phim truyện do nhà nước đầu tư kinh phí đã xuất hiện ngày càng nhiều các phim truyện được làm bằng kinh phí của tư nhân và một số phim của các nhà điện ảnh độc lập. Đề tài các phim truyện được mở rộng, phim khai thác nhiều khía cạnh, nhiều vấn đề của cuộc sống, các thể loại phim đã trở nên phong phú hơn. Có những đề tài, thể loại vốn không được khai thác thời kỳ chiến tranh, có thể nói phi truyền thống, đã xuất hiện trong điện ảnh đương đại của Việt Nam như phim ma, phim kinh dị, phim xác sống, phim hành động, phim đồng tính... Dường như điện ảnh thế giới có loại phim nào thì gần như điện ảnh Việt Nam cũng có loại phim đó. Đó là những thay đổi, những biến đổi tất yếu trên chặng đường phát triển của điện ảnh.

Những năm gần đây khi nói tới điện ảnh Việt Nam, đã có thể nói tới các bộ phim truyện đạt doanh thu trên 100 tỉ, trên 200 tỉ, trên 300 tỉ, 400 tỉ, 500 tỉ... Báo chí đã có thể đưa ra một cách thuyết phục danh sách 10 phim đạt doanh thu cao nhất trên thị trường chiếu bóng của Việt Nam. Trong danh sách 10 phim đạt doanh thu cao nhất năm 2023, hầu hết phim là của các đạo diễn Việt Nam. Đó là hiện tượng chưa từng có trong thực tế phát triển điện ảnh trước đây.

Khi nói đến 10 phim đạt doanh thu cao nhất trên thị trường chiếu bóng Việt Nam năm 2023, trong đó hầu hết là phim của các đạo diễn Việt Nam, thì cũng nên thấy rằng trong danh sách các phim đạt doanh thu cao nhất ấy không có phim nào thuộc đề tài lịch sử, kháng chiến, cách mạng, loại đề tài thuộc dòng chủ lưu của điện ảnh cách mạng trong thời gian chiến tranh⁽¹⁾.

Trong các Liên hoan phim Việt Nam gần đây, giải Bông Sen Vàng đều được trao cho phim của các cơ sở làm phim không thuộc về nhà nước, ví dụ như phim *Em chưa 18*, Bông Sen Vàng Liên hoan phim lần thứ 20; phim *Song Lang*, Bông Sen Vàng Liên hoan phim lần thứ 21, phim *Mất biếc*, Bông Sen Vàng Liên hoan phim lần thứ 22; phim *Tro tàn rực rỡ*, Bông Sen Vàng Liên hoan phim lần thứ 23.

Trong các Giải Cánh Diều Vàng của Hội Điện ảnh những năm gần đây, chúng ta cũng thấy tình hình tương tự. Giải Cánh Diều Vàng 2022 được trao cho phim *Đêm tối rực rỡ*, Cánh Diều Vàng 2023 được trao cho phim *Tro tàn rực rỡ*, Cánh Diều Vàng 2024 được trao cho phim *Mai*.

Trong khi đó, các phim của đạo diễn điện ảnh độc lập như *Bên trong vỏ kén vàng*, *Cu ly không bao giờ khóc*, *Mưa trên cánh bướm*, được giải trong các liên hoan phim quốc tế, cũng đã đến được với công chúng yêu mến điện ảnh. Không thể không thấy rằng đó là sự phát triển khá phong phú, sự khởi sắc rất đáng trân trọng, rất đáng khích lệ của điện ảnh. Tất nhiên, trong sự phát triển luôn có những vấn đề đáng suy nghĩ.

Theo thống kê của Box Office Việt Nam, năm 2024 có khoảng trên 200 phim truyện nước ngoài và 29 phim truyện của Việt Nam được trình chiếu trên màn ảnh chiếu bóng của hệ thống các rạp chiếu toàn quốc, với tổng doanh thu là 4.700 tỉ đồng. Phim Việt có doanh thu 1900 tỉ. Đứng đầu trong 5 phim đạt doanh thu

(1). Vietnamplus 31/12/2023



Diễn viên Phương Đào thay mặt đoàn làm phim *Mai* nhận giải Cánh Diều Vàng

cao nhất thị trường chiếu bóng năm 2024 có phim của điện ảnh Việt Nam là phim *Mai* 551 tỉ, phim *Lật mặt 7: Một điều ước* 482 tỉ⁽²⁾.

Mỗi khi một bộ phim ra đời hoặc các dịp lễ, tết, chúng ta thấy truyền thông luôn đưa tin phim A, phim B ngày đầu doanh thu bao nhiêu, tuần đầu doanh thu bao nhiêu. Luôn có những người làm điện ảnh theo dõi doanh thu một bộ phim như theo dõi kết quả một trận cầu hấp dẫn của giải vô địch bóng đá thế giới.

Rõ ràng vai trò của người xem, tấm vé của người xem có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với sự phát triển của điện ảnh Việt, nhất là khi phim Việt Nam với tư cách một sản phẩm của công nghiệp văn hóa phải chấp nhận sự cạnh tranh khốc liệt với phim các nước có nền điện ảnh phát triển, kể cả những phim bom tấn được trình chiếu trên sân chơi chung - đó là màn ảnh thị trường chiếu bóng rộng mở của Việt Nam.

Không khó nhận ra phim truyện do nhà nước đặt hàng, ngoài một số bộ phim (như gần đây là *Đào*, *Phở*, và *Piano*) đến được với người xem, hầu hết các phim còn lại dù có đề tài cần thiết, đáng khuyến khích, dù người làm phim có khát vọng làm một bộ phim sâu

sắc hấp dẫn nhưng phim làm ra không có người xem hoặc không tìm được con đường đến với người xem. Thực tế này đang đòi hỏi sự phân tích thấu đáo, khoa học.

Khi Việt Nam có một thị trường điện ảnh phát triển năng động thì các bộ phim truyện tham gia thị trường ấy bao giờ cũng gắn liền với quan niệm về điện ảnh. Khái niệm phim thị trường, quan niệm về phim thị trường có thể có những ý kiến khác nhau. Nhưng có

thể thấy loại phim thảm họa, phim hài nhảm do tư nhân sản xuất đã ngày càng ít đi. Trên màn ảnh đã ít đi những diễn viên nghiệp dư, chân dài, “bình hoa di động”, không còn những cảnh trần trụi vô cớ. Người xem không còn bị hút bởi những phim lạm dụng cảnh giường chiếu.

Điều đó có thể nói lên phần nào sự trưởng thành, sự phát triển, sự sàng lọc nghiêm ngặt của thị trường điện ảnh, sự trưởng thành của người làm phim, trong đó có sự trưởng thành về mặt thẩm mỹ, về mặt văn hóa của người xem. Tuy nhiên, không khó nhận ra không ít bộ phim truyện do tư nhân sản xuất dù được đầu tư kinh phí, đầu tư kỹ thuật với tham vọng lớn nhưng đã thất bại khi đến với người xem. Trong danh



Cảnh phim *Đào*, *Phở*, và *Piano*

(2). Báo Tuổi Trẻ 3/1/2025

mục các phim truyện được trình chiếu, vẫn còn không ít phim mang tính mua vui, vô thưởng vô phạt, hời hợt khi diễn tả cuộc sống.

Thành công trong doanh thu của một bộ phim truyện - một sản phẩm của công nghiệp văn hóa - phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố, chịu sự tác động của rất nhiều điều, trong đó có vai trò của chiến lược quảng cáo, của *marketing*, của việc lựa chọn thời điểm phim ra mắt, sự hấp dẫn của tên tuổi diễn viên, sự độc đáo, cái lạ của câu chuyện, vẻ đẹp, sự sâu sắc của hình ảnh, sự độc, lạ của không gian bối cảnh, của phục trang nhân vật, khả năng rung động và lan tỏa của âm nhạc, vv. Tất cả những điều đó đều hướng tới người xem, hấp dẫn, thỏa mãn nhu cầu của người xem.

Diễn viên, ngôi sao nổi tiếng, người được coi là sự bảo chứng phòng vé, đạo diễn của những bộ phim từng có doanh thu cao không phải lúc nào cũng là sự bảo đảm cho bộ phim thành công về doanh thu. Phim hài lãng mạn *Bộ tứ báo thù* chiếu trong dịp Tết 2025 của Trần Thành, dù là của người được mệnh danh là “đạo diễn nghìn tỉ” đã không có doanh thu như kỳ vọng. Đạo diễn Lê Hoàng từng đạo diễn phim *Gái nhảy* nổi tiếng tạo nên hiện tượng thu hút người xem nhưng phim *Trà* của ông đã không làm được điều tương tự. Thái Hòa là tên tuổi luôn cuốn hút người xem nhưng cũng không giúp nổi phim *Cái giá của hạnh phúc* có doanh thu như kỳ vọng. Phim *Móng vuốt* của đạo diễn Lê Thanh Sơn, người đã từng thành công khi thực hiện phim *Bầy rông*, *Em chưa 18*... dù có sự đầu tư vượt trội về kỹ thuật làm phim và kỹ xảo, dù có sự tham gia của diễn viên Tuấn Trần, người được mạng xã hội mệnh danh là “diễn viên triệu đô”, dù là đề tài sinh tồn hấp dẫn, nhưng đã không thể thu hút người xem đến rạp.

Khán giả với điện ảnh quốc tế

Khi đất nước đổi mới, nhiều chức năng của văn học nghệ thuật được nhận thức sâu sắc hơn, trong đó có chức năng giải trí. Giải trí là nhu

cầu rất chính đáng của người xem. Sau giờ lao động, học tập vất vả, trong thời gian nghỉ ngơi, người ta rủ nhau đi “xem” phim chứ không rủ nhau đi “học” phim. Tất nhiên, những bộ phim giải trí sâu sắc bên trong bao giờ cũng chứa đựng tinh tế một thông điệp, một triết lý nhân sinh có ý nghĩa nào đó. Thường thì thông điệp này đa tầng, vừa thỏa mãn được nhu cầu của đa số người xem, vừa thỏa mãn được nhu cầu của bộ phận tinh hoa trong công chúng xem phim.

Nhìn tổng phim mục trên thị trường điện ảnh Việt Nam hiện nay, có thể thấy phim truyện Việt Nam chủ yếu là phim giải trí. Theo một khía cạnh nhất định, có thể thấy điều đó đang hướng tới sự phát triển phù hợp với quy luật. Chỉ có điều xu hướng giải trí đó đang cần một sự phát triển sâu sắc hơn trên nền tảng văn hóa và giá trị văn hóa của dân tộc. Xu hướng giải trí đó, bên cạnh khả năng đồng hành với người xem, còn đòi hỏi sự không ngừng bồi đắp tầm văn hóa và tính chuyên nghiệp của những người làm điện ảnh.

Trên thế giới có nhiều quan niệm khác nhau về điện ảnh. Một trong những đạo diễn nổi tiếng của Nga-Xô viết là Andrei Tarkovsky, người được các nhà nghiên cứu phương Tây rất ca ngợi. Tarkovsky quan niệm phim là sự trải nghiệm, điện ảnh không phải là giải trí, điện ảnh là sự suy ngẫm, điện ảnh phải là sự khám phá tâm hồn. Theo Tarkovsky, “Những kiệt tác được sinh ra từ nỗ lực của người nghệ sĩ để diễn tả những quan điểm hợp với luân thường đạo lý”⁽³⁾. Dù ông được các nhà nghiên cứu phương Tây ca ngợi nhưng người ta đều thấy một thực tế rằng phim của đạo diễn Tarkovsky là phim không dễ hiểu, rất kén người xem.

Tarkovsky là một tượng đài lớn khi người ta nói về điện ảnh Nga-Xô viết, phim của ông là sự khám phá sức mạnh của ngôn ngữ điện ảnh. Tuy nhiên, trong lịch sử điện ảnh, phim truyện Nga-Xô viết chủ yếu vẫn là dòng phim hướng

(3). Kristin Thompson và David Bordwell (2007), tr. 247

tới người xem (tất nhiên, trong lịch sử điện ảnh Nga-Xô viết, vẫn có phim nặng về tuyên truyền, có phim thiên về đối thoại, phim cảnh báo, dự báo, có phim mang cảm hứng truyện cổ tích...) Một nền điện ảnh không thể tồn tại, phát triển nếu không có người xem, không thể có hiệu quả xã hội nếu không có người xem.



Cảnh trong phim *Tấm gương* (*Mirror*) của Tarkovsky

Người làm điện ảnh Mỹ quan niệm điện ảnh là giải trí. Họ không giấu quan niệm đó về điện ảnh. Với quan niệm giải trí, phim của Hollywood đã đi khắp các màn ảnh thế giới, đến tận màn hình, giường ngủ của các gia đình. Nhưng phim giải trí của Hollywood không đơn giản giải trí để mà giải trí. Qua các phim giải trí thương mại người ta thấy những điều căn cốt của nước Mỹ, văn hóa Mỹ, người hùng Mỹ, giấc mơ Mỹ.

Hãy thử lấy ví dụ hai bộ phim cùng về đề tài chiến tranh, đó là *Bão táp sa mạc* (*Green Zone*, 2010, đạo diễn Paul Greengrass) và *Giải cứu binh nhì Ryan* (*Saving Private Ryan*, 1998, đạo diễn Steven Spielberg). Hai bộ phim này không phải là loại phim chỉ dừng lại ở giải trí, mua vui là chính. Trong phim *Bão táp sa mạc*, người xem thấy sức mạnh vô đối của Mỹ trong cuộc chiến Vùng Vịnh. Trong *Giải cứu binh nhì Ryan*, người xem thấy giá trị Mỹ, vẻ đẹp nhân văn trong Chiến tranh thế giới thứ II vô cùng khốc liệt.

Hãy xem một ví dụ khác là bộ phim hành động *London thất thủ* (*London Has Fallen*, 2016, đạo diễn Babak Najafi). Ngay cái tên đã cuốn hút người xem về cuộc chiến chống khủng bố. Đặc vụ Mike Banning được giao nhiệm vụ bảo vệ tổng thống Mỹ khi ông đến dự đám tang Thủ tướng Anh. Hơn 40 vị nguyên thủ quốc gia đến London dự đám tang, tất cả đều không ngờ họ bị rơi vào cái bẫy của nhóm khủng bố quốc tế đã giăng sẵn. Cảnh sát Anh bị mua chuộc. Các camera an ninh, hệ thống thông tin liên lạc đều bị nhóm khủng bố cắt đứt. Nhóm khủng bố quốc tế đã kiểm soát được tất cả. Ngay phút đầu tiên, 6 nguyên thủ quốc gia trong đó có nữ Thủ tướng Đức bị nhóm khủng bố xả súng bắn chết. Nhiều công trình văn hóa của London bị phá hỏng. Đặc vụ Mike Banning, bằng kinh

nghiệm và sự thông minh quả cảm của mình, đã tìm cách chống lại sự truy sát Tổng thống Hoa Kỳ của bọn khủng bố dù chúng đã làm chủ London và các phương tiện công nghệ hiện đại. Người xem không thể rời mắt khỏi màn ảnh, hồi hộp theo dõi màn rượt đuổi, đấu trí, đấu súng của các nhân vật.

Người xem bị cuốn hút nhưng khi xem xong, dễ dàng nhận ra đây là một câu chuyện giả tưởng, hoàn toàn hư cấu. Không có chuyện London bị thất thủ. Không có chuyện bọn khủng bố bày trận bẫy được các nguyên thủ quốc gia khi họ đến London. Không có chuyện các công trình văn hóa nổi tiếng của London bị bọn khủng bố phá hủy. Tất cả là hư cấu, là giả, nhưng chính những cái giả tày trời ấy đã tạo nên sự hấp dẫn. Hơn nữa, giữa muôn vàn cái giả chỉ để hấp dẫn và thỏa mãn thị giác người xem, là một thông điệp rất thật, rất mạnh mẽ mà người Mỹ gửi đến trong phim. Khi đã bắt được kẻ cầm đầu nhóm khủng bố ở London, đi



Poster phim *London thất thủ*

dao vào cổ hắn, đặc vụ Mike Banning đã nói rằng: “Chúng mày luôn muốn giết chúng tao. Nhưng chúng tao không chỉ là một tòa Nhà Trắng, không chỉ là một lá cờ, chúng tao không chỉ là một con người. Chúng mày lúc nào cũng muốn giết chúng tao nhưng chúng mày có biết sao không, cả ngàn năm chúng tao vẫn đứng vững”. Có thể thấy tính giải trí của bộ phim này không chỉ nằm ở câu chuyện vui là chính.

Khi nói đến điện ảnh Trung Quốc, người ta thường nói tới Trương Nghệ Mưu, đạo diễn của các phim nổi tiếng như *Cao lương đỏ*, *Đèn lồng đỏ treo cao*, *Đường về nhà*, *Cúc Đậu*, *Thu Cúc đi kiện*, *Anh hùng*, *Thập diện mai phục*, *Hoàng kim giáp*... mà từ các phim này người thấy sự trỗi dậy mạnh mẽ của văn hóa Trung Hoa trên màn ảnh. Mỗi bộ phim của Trương Nghệ Mưu là một câu chuyện mới mẻ, hấp dẫn, không chỉ thỏa mãn nhu cầu giải trí của người xem, mà còn qua việc khai thác giá trị văn hóa

truyền thống mang đến cho người xem ngọn nguồn sức mạnh của con người, của văn hóa Trung Quốc.

Khi nói về phim *Cao lương đỏ*, Trương Nghệ Mưu chia sẻ: “Tổ tiên chúng ta từng có danh, có tiếng, sống sảng khoái, chết vui vẻ nhưng trải qua mấy trăm năm rồi nên tinh thần đã dần mất đi. Nay chúng ta phải mạnh mẽ lên, ngoài thực lực kinh tế thì điều quan trọng còn là sự phấn chấn về tâm trạng... Tôi muốn ca lên khúc ngợi ca về nhân cách giàu màu sắc lý tưởng”⁽⁴⁾.

Ngay trong các phim như *Anh hùng*, *Thập diện mai phục*, *Hoàng kim giáp*, dù xu hướng thương mại của Trương Nghệ Mưu trong các phim này rõ hơn, thì bên trong các bộ phim, người xem vẫn thấy khát vọng tôn vinh, khát vọng đánh thức, lan tỏa văn hóa Trung Hoa của đạo diễn.

Kết luận

Người xem luôn là một ẩn số hấp dẫn, đầy thách thức đối với người làm điện ảnh. Theo các nghiên cứu ở Việt Nam, người đến các rạp xem phim chủ yếu từ 15 đến 26 tuổi. Người ta không thể không nghĩ tới đặc điểm, tâm lý tiếp nhận, nhu cầu thưởng thức của những người trong nhóm lứa tuổi này. Khi tìm hiểu đặc điểm nhu cầu thưởng thức của nhóm lứa tuổi này, đồng thời ta không thể không thấy nhu cầu thưởng thức không phải là cái gì đó bất biến, đứng ngoài sự vận động phát triển chung của xã hội.

Nghiên cứu người xem là một vấn đề lớn, không đơn giản trong sáng tạo và tiếp nhận nghệ thuật. Ở đây chỉ xin khuôn khổ trong mối quan hệ của tác phẩm điện ảnh với người xem. Điện ảnh Việt Nam trong chiến tranh từng là người thầy, người dẫn dắt người xem, nhân vật trong phim là nhân vật tấm gương. Lịch sử Điện ảnh Việt Nam từng ghi lại câu chuyện trong chiến tranh người xem ở làng quê miền Trung khi

(4). Lý Nhĩ Uy (2004), tr. 53

bộ phim truyện *Nguyễn Văn Trỗi* ra đời, họ đã trông giống, cở mớ, đón bộ phim như đón anh Trỗi về làng. Xem phim xong, người xem cùng trao đổi về phim, về hình tượng Nguyễn Văn Trỗi để rồi tất cả hứa với nhau “sống như Anh”. Người làm điện ảnh hôm nay chắc chắn không ai nghĩ tác phẩm điện ảnh trong mối quan hệ với người xem là người thầy mà phải là người đồng hành. Vấn đề là tác phẩm điện ảnh đồng hành thế nào? Là người đi cùng, người đối thoại thông minh, mới mẻ với người xem hay người đi sau, chiều chuộng người xem, chiều chuộng cả những nhu cầu dễ dãi của người xem?

Phải chăng cách đồng hành với người xem chứa đựng sự khám phá mới mẻ trong cách kể một câu chuyện điện ảnh có tính chuyên nghiệp cao, chứa đựng sự hiểu biết về người xem, thấu hiểu nhu cầu của người xem đã quyết định tính hấp dẫn người xem của một tác phẩm điện ảnh? Cách đồng hành là điều kiện để tác phẩm nghệ

thuật thành công, xa hơn đó là tác phẩm điện ảnh thực hiện được sứ mệnh của mình.

50 năm sau ngày thống nhất đất nước, chúng ta có thể thấy Việt Nam đã đạt được những thành tựu to lớn về văn hóa, trong đó có điện ảnh. Phim truyện Việt Nam đã phát triển đầy ấn tượng trong bối cảnh mới, trong mối tương quan mới với người xem, phù hợp với quy luật của sự phát triển. Nhiều điều đã đổi thay trong thực tế và sự phát triển so với những năm tháng chiến tranh, nhưng sứ mệnh góp phần xây dựng nhân cách của con người Việt Nam, xây dựng và khẳng định hệ giá trị đạo đức tinh thần của con người Việt Nam trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc vẫn là những giá trị cốt lõi không thay đổi trong sự phát triển của điện ảnh phim truyện. Sứ mệnh đó cũng là cơ sở định hướng cho sự đồng hành của điện ảnh phim truyện Việt Nam với người xem trong giai đoạn phát triển mới.

* GS., TS. Nghiên cứu nghệ thuật điện ảnh

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Kristin Thompson và David Bordwell (2007), *Lịch sử điện ảnh*, Nhã Nam và NXB. Đại học Quốc Gia, HN.
2. Lý Nhĩ Uy (2004), *Đối thoại với Trương Nghệ Mưu*, NXB. Trẻ, H.
3. Top 10 phim truyện có doanh thu cao nhất trên thị trường chiếu bóng Việt Nam năm 2023, <https://www.vietnamplus.vn/top-10-phim-doanh-thu-cao-nhat-phong-ve-viet-nam-2023-post918571.vnp>, 31/12/2023
4. Báo Tuổi Trẻ, 3/1/2025

*Ngày tòa soạn nhận được bài: 8/5/2025; Ngày đánh phản biện, đánh giá: 22/5/2025;
Ngày chấp nhận đăng 28/5/2025; Ngày đăng: 25/6/2025*