

TÂM LÝ HỌC NGHỆ THUẬT: CẤP ĐỘ NHU CẦU ĐIỆN ẢNH

Hoàng Trần Doãn

Cũng như các loại nhu cầu khác, nhu cầu điện ảnh có những biểu hiện phong phú và đa dạng và có thể phân chia thành các cấp độ. Các cấp độ của nhu cầu điện ảnh với những biểu hiện của nó thể hiện sự ý thức với những mức độ sâu sắc khác nhau về nhu cầu điện ảnh của chủ thể và là cái đích hướng đến thoả mãn nhu cầu này của họ. Và với những mục đích khác nhau, chủ thể sẽ có những cấp độ thoả mãn nhu cầu điện ảnh khác nhau. "Với cùng một bộ phim, đối với người này là phương tiện nghỉ ngơi, giải trí gặp gỡ những người thân quen, là tiêu phí thậm chí là "giết" thời gian, còn đối với người khác là sự hoạt động trí óc căng thẳng, là khoái cảm thẩm mỹ cao thượng" ⁽¹⁾. Marcel Martin, nhà điện ảnh Pháp đã nói về sự nhận thức khác nhau về cùng một vấn đề của các đối tượng người xem trong cuốn *Ngôn ngữ điện ảnh* như sau: "Hình ảnh cũng giống như các hạt trong quả rụng, có thể rơi vào mảnh đất màu mỡ, cũng có thể rơi vào tảng đá. Có bao nhiêu người xem thì có bấy nhiêu tri giác, mà điện ảnh không phải là lĩnh vực duy nhất, trong đó tác phẩm nghệ thuật được phản ánh trong vô số những tấm gương đủ loại, như nhận thức của người xem..." ⁽²⁾.

Điện ảnh ra đời nhằm thoả mãn nhu cầu tinh thần luôn phát triển của con người. Chúng ta đều biết rằng nghệ thuật chân chính mang trong nó ba chức năng căn bản: *chức năng nhận thức, chức năng giáo dục và chức năng thẩm mỹ*. Với các chức năng này thì nghệ thuật nói chung và điện ảnh nói riêng trở thành phương tiện giáo dục tinh thần cho con người và làm cho họ sống tốt hơn, đẹp hơn, hướng đến các giá trị cao đẹp của cuộc sống. Để *chiếm lĩnh* một tác phẩm văn học hay nghệ thuật, một tác phẩm điện ảnh v.v... chủ thể phải có nhu cầu thường thức, cảm nhận và có thái độ với tác phẩm. Graem Turner trong cuốn *Phim như là thực tế xã hội* viết: "Không thể đưa người xem vào rạp và nói bộ phim này rất hay, rồi bảo họ đi ra và hỏi bộ phim như thế nào, mà cần phải dẫn dắt, giới thiệu và để họ xem phim. Người xem chỉ trả lời được khi nào họ được xem phim và chính họ nhận thấy phim như thế nào..." ⁽³⁾.

Có nhiều kiểu phân chia cấp độ nhu cầu điện ảnh, tùy theo cách tiếp cận và mục đích nghiên cứu. Ở đây chúng tôi phân chia cấp độ nhu cầu điện ảnh theo mức độ nhận thức, cảm thụ và sáng tạo điện ảnh của người xem, tức là theo mức độ phát triển về chiều sâu trong quá trình thưởng thức nghệ thuật điện ảnh, phù hợp với các cấp độ mục tiêu của nghệ thuật nói chung.

Có thể chia nhu cầu điện ảnh thành bốn cấp độ: *Cấp độ nhu cầu giải trí, cấp độ nhu cầu thông tin, cấp độ nhu cầu cảm thụ, và cấp độ nhu cầu sáng tạo*.

1. Cấp độ nhu cầu giải trí

Một nghiên cứu của tạp chí Entertainment (1998) cho kết quả là: Trong vòng 3 năm từ 1994-1997 ở Pháp, người ta sử dụng điện ảnh như là một cách giải trí hữu hiệu sau một tuần làm việc tăng từ 36% đến 43%, ở Anh tăng từ 39% đến 45%, ở Mỹ tăng từ 42%

đến 47%... Các số liệu của kết quả nghiên cứu xã hội học về *Nhu cầu điện ảnh của công chúng điện ảnh Việt Nam* (1992) do Viện Nghệ thuật và Lưu trữ điện ảnh Việt Nam thực hiện, cũng cho thấy rằng hơn 53% những người được hỏi ý kiến đã sử dụng điện ảnh để giải trí.

Như vậy, cấp độ nhu cầu giải trí là một cấp độ của nhu cầu điện ảnh mà chủ thể nhu cầu có thể làm cho trí óc của mình được thanh thoi bằng các tác phẩm điện ảnh, các ấn phẩm hay các hoạt động điện ảnh khác.

Những biểu hiện của cấp độ nhu cầu giải trí thường là:

- Người xem ở cấp độ thoả mãn nhu cầu giải trí thường quan tâm đến tính giải trí của các bộ phim mà mình xem, thường không để ý nhiều đến những ý nghĩa sâu xa có trong tác phẩm.

- Họ có thể nhanh chóng quên đi những bộ phim mà họ đã xem và lại háo hức đón nhận những bộ phim khác.

- Họ thích tham gia các hoạt động điện ảnh khác để tìm thấy sự thoải mái, nhẹ nhàng, vui vẻ.

2. Cấp độ nhu cầu thông tin

Với các tác phẩm nghệ thuật nói chung và điện ảnh nói riêng, nội dung giữ vai trò quan trọng của tác phẩm và người xem thường để ý tìm hiểu nó trước tiên. Phía sau nội dung của những câu chuyện mà các tác giả muốn kể trong tác phẩm của mình là những quan niệm, thái độ đối với cuộc sống, xã hội và có cả lời nhắn gửi của người nghệ sỹ đến với người xem. Nội dung trong một tác phẩm luôn chứa các thông tin. Richard Walter nói về điều này trong nhiệm vụ của người biên kịch như sau: "Kịch bản của bộ phim tương lai nếu không đưa lại cho người xem những thông tin mà họ quan tâm thì tốt nhất là đừng làm bộ phim ấy..."⁽⁴⁾. Những thông tin này có khả năng thoả mãn nhu cầu nhận thức của người xem. Nhu cầu nhận thức là nhu cầu đòi hỏi về thông tin, về cái mới chưa từng có trong vốn kinh nghiệm đã có của cá nhân. Cấp độ nhu cầu thông tin là một cấp độ của nhu cầu điện ảnh mà chủ thể có thể thoả mãn nhu cầu nhận thức, nhu cầu về cái mới chưa có trong vốn kinh nghiệm của mình bằng các thông tin có trong nội dung tác phẩm điện ảnh.

Dựa trên cơ sở nhận thức của mình mà con người tỏ thái độ và có hành động phù hợp. Cấp độ nhu cầu thông tin đóng vai trò quan trọng trong hệ thống nhu cầu điện ảnh của công chúng. Nó là cơ sở tiếp theo để người xem khám phá và cảm thụ giá trị của tác phẩm điện ảnh.

Biểu hiện của cấp độ thoả mãn nhu cầu thông tin thường là:

- Người xem thường quan tâm đến nội dung của tác phẩm, ấn phẩm điện ảnh.

- Họ không muốn xem lại những phim đã xem.

- Họ háo hức xem phim mới với những đề tài quan tâm.

- Họ ít có những rung động với các chi tiết nghệ thuật có trong phim.

3. Cấp độ nhu cầu cảm thụ

Nội dung và nghệ thuật là hai thành phần của tác phẩm nghệ thuật nói chung và điện ảnh nói riêng. Nội dung là cái cốt lõi mà thông qua đó tác giả muốn đem lại cho người xem các thông tin cần thiết và qua thông tin đó mà nói với người xem một cái gì đó

sâu xa hơn những điều cụ thể mà người xem nhận được. Nhưng nội dung lại không thể đến được người xem một cách trực tiếp mà các tác giả lại phải sử dụng đến nghệ thuật như một công cụ chuyển tải. Trong cuốn *Tâm lý học văn nghệ*, nhà tâm lý học nghệ thuật Trung Quốc Chu Quang Tiềm viết: "Nghệ thuật cũng giống như ngôn ngữ, chỉ là một thứ công cụ truyền đạt. Ngôn ngữ dùng để truyền đạt tư tưởng, trong khi nghệ thuật dùng để truyền đạt tình cảm" ⁽⁵⁾.

Là ngôn ngữ tình cảm, nghệ thuật được sử dụng để chuyển tải nội dung và nó tạo ra khoái cảm thẩm mỹ cho người xem. Leon Tolstoi trong cuốn *Nghệ thuật là gì* viết: "Xét theo phương diện chủ quan, thì nghệ thuật cung cấp cho chúng ta một thứ khoái cảm có tính cách đặc thù. Còn xét theo phương diện khách quan thì nghệ thuật là một đối tượng hoàn toàn tuyệt đối của nó, vì trong sự biểu hiện hoàn toàn tuyệt đối ấy chúng ta cảm thấy được sự khoái cảm... Tất cả những cái gì được gọi là nghệ thuật đều đưa chúng ta đến một sự thích thú không pha lẫn dục vọng..." ⁽⁵⁾. Các thủ pháp nghệ thuật được dùng trong tác phẩm điện ảnh như phương tiện để truyền tải nội dung đến công chúng, làm cho họ đón nhận nó một cách hồ hởi và thích thú vì khả năng tác động của nghệ thuật vào tình cảm của họ. Trong cuốn *When women call the short*, bàn về phụ nữ với nghề đạo diễn điện ảnh, tác giả Linda Seger đã nói về ý nghĩa của các thủ pháp nghệ thuật được sử dụng trong phim như sau: "Dù bạn đưa cho người xem những nội dung có ý nghĩa quan trọng như thế nào chăng nữa, nhưng nếu đó chỉ là những nội dung đơn thuần thì người xem đón nhận chúng như người chán ăn phải ngồi vào bàn ăn. Nhưng nếu chúng được đưa dưới hình thức nghệ thuật, bằng những thủ pháp phù hợp thì họ sẽ háo hức đón nhận chúng, giống như họ đang muốn ăn lại được đưa món ăn ngon với cách nấu nướng khéo léo..." ⁽⁶⁾.

Tác phẩm điện ảnh là một sự kết hợp hữu cơ giữa nội dung và nghệ thuật và tạo ra được cho người xem một tình cảm thẩm mỹ, và chỉ khi đó thì nó trở thành một tác phẩm nghệ thuật và tạo được ấn tượng với người xem.

Cảm thụ một tác phẩm nghệ thuật nói chung và tác phẩm điện ảnh nói riêng nhằm chiếm lĩnh những giá trị tinh thần có trong tác phẩm. Trong quá trình cảm thụ này, nhu cầu điện ảnh của chủ thể được thoả mãn và tạo ra được khoái cảm thẩm mỹ cho họ.

Cấp độ nhu cầu cảm thụ là một cấp độ của nhu cầu điện ảnh mà chủ thể mong muốn thoả mãn nhu cầu điện ảnh của mình bằng việc cảm thụ tác phẩm, chiếm lĩnh những giá trị tinh thần có trong tác phẩm và tạo ra cho mình những khoái cảm thẩm mỹ.

L.X. Vugôtski, nhà tâm lý học nghệ thuật người Nga viết: "Khoái cảm nghệ thuật không phải là sự tiếp thu đơn thuần, mà đòi hỏi một hoạt động rất cao của tâm thần. Các rung cảm nghệ thuật không được tâm hồn tiếp nhận theo kiểu như cái túi tiếp nhận đồng hạt, mà ngược lại, chúng đòi hỏi có một sự nảy mầm, đâm chồi trên miếng đất mầu mỡ..." ⁽⁷⁾. L.X. Vugôtski cho rằng cảm xúc biến đổi một cách phức tạp trong quá trình cảm thụ xảy ra và kết quả là tạo ra khoái cảm thẩm mỹ. Ông dùng thuật ngữ *cataxít* để diễn tả khoái cảm thẩm mỹ này. Ông viết: "Những xúc động đau khổ, khó chịu được trút xả, tiêu huỷ biến thành những xúc động đối lập, và phản ứng thẩm mỹ về thực chất chung quy là một *cataxít* vậy". Về thuật ngữ *cataxít*, ông viết: "Chúng ta còn biết rất ít điều xác thực về bản thân quá trình *cataxít*, song chúng ta vẫn biết được điều cơ bản nhất, đấy là sự *trút xả năng lượng thần kinh* - mà sự trút xả này là bản chất của bất kỳ cảm xúc nào" ⁽⁷⁾. Như vậy, có thể thấy bản chất của quá trình cảm thụ một tác phẩm nghệ thuật là quá trình cảm thụ chính nghệ thuật có trong tác phẩm ấy và quá trình đó làm nảy sinh ở chủ thể những khoái cảm thẩm mỹ. Về quá trình cảm thụ này, L.X. Vugôtski còn viết: "Cơ sở của phản

ứng thẩm mỹ là các xúc động được gây nên bởi nghệ thuật, được chúng ta trải nghiệm với tất cả tính hiện thực và sức mạnh của chúng, song lại tìm ra sự trút xả cho mình trong sự hoạt động của trí tưởng tượng" ⁽⁷⁾.

Biểu hiện của cấp độ nhu cầu cảm thụ thường là:

- Người xem dành thời gian để thoả mãn nhu cầu điện ảnh của mình bằng hoạt động xem phim, đọc các ấn phẩm điện ảnh, và xem những thể loại phim mà họ ưa thích.
- Họ muốn xem phim ở những môi trường thích hợp cho việc thưởng thức nghệ thuật.
- Họ rung động sâu sắc trước các chi tiết có tính nghệ thuật.
- Ở họ nảy sinh, bộc lộ các cảm xúc khi xem phim, không những thế, họ tập trung và giữ cảm xúc của mình trong suốt quá trình này.
- Những người xem này thường giữ cảm xúc của mình khá lâu sau khi tiếp xúc với tác phẩm, và thường bộc lộ chúng bằng việc bình luận, phân tích hay ghi lại những cảm xúc của mình về những tác phẩm điện ảnh đã xem.

Ở cấp độ này, người xem đang dần tiệm cận tới ý tưởng và cảm xúc của các tác giả, và đây là cơ sở quan trọng để xuất hiện nhu cầu sáng tạo.

4. Cấp độ nhu cầu sáng tạo

Cảm xúc không chỉ có mặt và giữ vai trò quan trọng trong quá trình cảm thụ mà còn cả trong quá trình sáng tạo. Trong bất cứ sáng tạo nào của con người đều có cảm xúc, và đặc biệt là trong quá trình sáng tạo nghệ thuật - sáng tạo hình tượng. Ở đây chúng được tạo nên bởi bản thân nội dung và có thể là bất cứ cái gì: thương xót, buồn tủi, tiếc thương, giận dữ... ⁽⁷⁾. Những kết quả nghiên cứu về cảm xúc thẩm mỹ của V. Muler và F. Lipx, các nhà tâm lý học người Đức, đã khẳng định rằng cảm xúc quan hệ chặt chẽ với nhận thức trong sáng tạo nghệ thuật, trong đó chủ yếu là trí tưởng tượng của người nghệ sỹ.

V.A. Zenkovski gọi mối quan hệ giữa tưởng tượng và cảm xúc là *quy luật biểu hiện song hành*. Theo ông: "Bất cứ một cảm xúc nào cũng đều được trí tưởng tượng phục vụ... chúng ta hoàn toàn có thể nói rằng tưởng tượng như là biểu hiện thứ hai của cảm xúc" ⁽⁸⁾.

Quá trình sáng tạo nghệ thuật nói chung cũng như sáng tạo tác phẩm điện ảnh là quá trình xây dựng các biểu tượng nghệ thuật. Bằng cảm xúc và tưởng tượng, người nghệ sỹ làm ra các biểu tượng này. Khi tiếp xúc với tác phẩm điện ảnh, ở người xem xuất hiện phản ứng thẩm mỹ và khoái cảm nghệ thuật được tạo ra trong họ. Họ nảy sinh mong muốn sáng tạo lại tác phẩm hay các biểu tượng có trong tác phẩm theo quan niệm của mình. Người ta gọi là *quá trình sáng tạo tiếp theo*. Đây chính là cấp độ nhu cầu tái sáng tạo của người xem.

Cấp độ nhu cầu tái sáng tạo là *một cấp độ của nhu cầu điện ảnh mà chủ thể thoả mãn nhu cầu điện ảnh của mình không chỉ ở sự cảm thụ tác phẩm, chiếm lĩnh những giá trị tinh thần có trong tác phẩm, mà còn mong muốn tạo ra cho mình những khoái cảm thẩm mỹ bằng việc kết hợp các xúc cảm, sự tưởng tượng của mình để tạo ra cho mình các biểu tượng nghệ thuật mới*.

Ở cấp độ này, công chúng điện ảnh không dừng lại ở mức *tham góp* mà là *hướng tới*, không chỉ đơn thuần là *việc đi xem, tiếp thu, lĩnh hội* tác phẩm mà *hướng tới sự sáng*

tao, không chỉ đòi hỏi *hưởng thụ cái đẹp* của nghệ thuật mà là *khát vọng đạt đến cái hay cái đẹp* của chính mình.

Theo tác giả Nguyễn Văn Thủ: "Đây là cấp độ cao nhất của nhu cầu điện ảnh, là một nhu cầu *tương đối* của đám đông, vượt lên trên mặt bằng nhu cầu chung của xã hội, là tiêu chuẩn cho nhu cầu *tuyệt đối* của đám đông, dẫn dắt nhu cầu tuyệt đối này phát triển"⁽⁹⁾.

Cấp độ nhu cầu sáng tạo thường có những biểu hiện sau đây:

- Người xem quan tâm đầy đủ tới nội dung và các yếu tố nghệ thuật của phim.
- Họ muốn xem phim ở những môi trường thích hợp cho việc thưởng thức nghệ thuật.
- Khi tiếp xúc với tác phẩm ở họ có những rung động với các chi tiết nghệ thuật và nảy sinh, bộc lộ các cảm xúc. Họ tập trung và giữ cảm xúc của mình trong suốt quá trình này.
- Cùng với việc xuất hiện cảm xúc, quá trình tưởng tượng của họ nảy sinh và phát triển. Quá trình liên tưởng của họ cũng kéo dài.
- Họ thường giữ cảm xúc của mình khá lâu sau khi tiếp xúc với tác phẩm, và thường bộc lộ chúng bằng việc bình luận, phân tích, ghi lại những cảm xúc của mình về những tác phẩm điện ảnh đã xem.
- Không chỉ chú ý, quan tâm đến tác phẩm, họ còn thường chú ý đến các vấn đề xung quanh tác phẩm. Đặc biệt đối với những tác phẩm điện ảnh được chuyển thể từ văn học, họ có xu hướng tìm đọc những tác phẩm văn học ấy và so sánh chúng với tác phẩm điện ảnh.

Việc phân chia các cấp độ được thực hiện để có thể tiến hành nghiên cứu một cách thuận lợi hơn, nhưng cũng cần thấy rằng việc phân chia cấp độ này chỉ mang tính tương đối và các cấp độ này có quan hệ chặt chẽ với nhau. Một điểm thú vị nữa là bằng cách phân chia cấp độ như thế này mà có thể *tìm thấy khuynh hướng phát triển nhu cầu điện ảnh* của công chúng và có thể sử dụng nó như một *cơ sở khoa học để làm tăng* về chất lượng nhu cầu điện ảnh của người xem.

Tài liệu tham khảo

1. L. Kangan và V.L. Basuc. *Nhu cầu văn hoá và hoạt động văn hoá*. Tạp chí Nghiên cứu nghệ thuật, số 4 - 1982.
2. Marcel Martin. *Ngôn ngữ điện ảnh*. Cục Điện ảnh xuất bản, Hà Nội, 1984.
3. Graem Turner. *Film as social reality*. New York, 1999.
4. Richard Walter. *Kỹ thuật viết kịch bản điện ảnh và truyền hình*. NXB Văn'hoá - Thông tin, Hà Nội, 1995.
5. Chu Quang Tiềm. *Tâm lý học văn nghệ*. NXB Thành phố Hồ Chí Minh, 1991.
6. Linda Seger. *When women call the short*. New York, 1996.
7. L.X. Vugôtski. *Tâm lý học nghệ thuật*. NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, 1995.
8. B.A. Зенковский. *Собральное сочинение*. Изд. Литература и Искусство, М. 1952.
9. Nguyễn Văn Thủ. *Nhu cầu điện ảnh của công chúng điện ảnh Việt Nam hiện nay*. Luận án PTS xã hội học, Hà Nội, 1993.