

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO - BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÂN KHÁU - ĐIỆN ẢNH HÀ NỘI

ĐẶNG THU HÀ

KỊCH HỌC ĐIỆN ẢNH
TRONG SÁNG TẠO TÁC PHẨM ĐA PHƯƠNG TIỆN
(Phim trực tuyến, phim quảng cáo và chương trình trò chơi điện tử)

Chuyên ngành: Lý luận, lịch sử và phê bình Điện ảnh - Truyền hình
Mã số chuyên ngành: 9. 21. 02. 31

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Hà Nội - 2023

Công trình được hoàn thành tại:
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÂN KHẤU - ĐIỆN ẢNH HÀ NỘI

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
PGS. TS. Nguyễn Thị Hạnh Lê
TS. Nguyễn Cao Thanh

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Phản biện 3:

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Trường,
tại Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội.
Vào hồi:..... giờ..... ngày.... tháng năm 2023

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- *Thư viện Quốc gia Việt Nam.*

- *Thư viện Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội*

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Kịch học điện ảnh, trong phạm vi luận án xin được hiểu và phân tích dưới khái niệm: “là khoa học về những quy tắc, niêm luật xây dựng kịch bản và phim”. Trong đó, “niêm luật là kết tinh kinh nghiệm thực tế của các cá nhân riêng lẻ và của cả những thế hệ nghệ sỹ” đã được đúc kết qua hàng trăm năm theo chiều dài lịch sử lý luận điện ảnh, trở thành nguồn lý thuyết nền tảng, được vận dụng trong thực hành sáng tạo kịch bản điện ảnh, không chỉ đối với thể loại đặc sắc nhất là phim truyện điện ảnh mà còn cả phim tài liệu, phim hoạt hình và phim truyện truyền hình... Tuy nhiên, đây vẫn là những thể loại “truyền thống” của điện ảnh. Còn thực tiễn ngày nay, trong bối cảnh truyền thông đa phương tiện (*multimedia*), truyền thông số (*digital media*) và phương tiện truyền thông mới (*new media*), điện ảnh đang lần lượt xuất hiện một số loại hình/ định dạng mới như điện ảnh trực tuyến (*streaming-movie*), điện ảnh thực tế ảo (*cinematic virtual reality*) và điện ảnh tương tác (*interactive film*). Đồng thời, một số sản phẩm tiêu biểu của ngành truyền thông như phim quảng cáo, video games... lại cũng sử dụng kịch học điện ảnh từ trong giáo dục - đào tạo đến thực tiễn sản xuất như là một nguồn lý thuyết kết hợp liên ngành. Do đó, biên độ vận dụng kịch học điện ảnh đã được mở rộng vào những loại hình tác phẩm mới xuất hiện và mở rộng sang cả lĩnh vực khác như truyền thông.

Cũng trong thế kỉ XXI, cuộc cách mạng chuyển đổi số đã khiến nghệ thuật điện ảnh nói riêng và các sản phẩm truyền thông đại chúng nói chung có những bước ngoặt quan trọng trong việc chuyển đổi công nghệ, phương tiện và phương thức truyền tải nội dung. Thay vì chỉ được trình chiếu chủ yếu thông qua các hệ thống rạp chiếu và trên kênh sóng truyền thì ngày nay, các tác phẩm điện ảnh đã được trình chiếu khá phổ biến trên mạng internet, thậm chí còn được sản xuất chỉ để phát hành trực tuyến trên internet mà thôi như phim điện ảnh trực tuyến, phim nhiều tập trực tuyến (*web-series*) thông qua một số ứng dụng trực tuyến như: Netflix, Amazon, Disney +... trên phương tiện truyền thông mới (*new media*) như máy tính,

điện thoại, các thiết bị điện tử thông minh... hoặc sự tích hợp, tương tác giữa phương tiện truyền thông truyền thống với phương tiện truyền thông mới. Từ đây, thói quen tiếp nhận thông tin, truyền thông giải trí của nhân loại đã có sự thay đổi lớn, tác động ngược trở lại tới phương pháp, mục đích và hiệu ứng của sáng tạo tác phẩm điện ảnh trực tuyến nói riêng và tác phẩm nghe nhìn nói chung. Nhưng sự tác động đó đang diễn ra như thế nào, cụ thể là thực tiễn chuyển đổi công nghệ số đang tác động ra sao tới cách thức và thủ pháp vận dụng lý thuyết trong sáng tạo tác phẩm nghe nhìn là động cơ đầu tiên thôi thúc nghiên cứu sinh lựa chọn đề tài.

Thêm một lý do nữa, trước sự phát triển như vũ bão của công nghệ, Đài truyền hình Việt Nam xác định giai đoạn hiện tại là một bước dịch chuyển lịch sử về xu hướng thưởng của khán giả. Xu hướng này đặt ra những thách thức “bắt buộc phải chuyển đổi tư duy, phải đẩy nhanh hơn quá trình sản xuất và cùng lúc phân phối nội dung qua nhiều phương thức, có nhiều phiên bản nội dung phù hợp với mỗi nền tảng”. Đòi hỏi trên tương thích với khái niệm “kể chuyện đa phương tiện” (*transmedia storytelling*) được đưa ra bởi Henry Jenkins 2006 có nghĩa là “kể chuyện trên nhiều nền tảng phương tiện truyền thông”. Theo đó, việc kể một câu chuyện trên nhiều nền tảng, phương tiện cùng lúc: phim truyện, phim hoạt hình, game, truyện tranh... hoặc phối kết hợp nhiều phương tiện biểu đạt thuộc các loại hình nghệ thuật khác nhau vào một tác phẩm khiến cho nghiệp vụ sáng tạo trở nên đa dạng hơn bao giờ hết.

Thực tiễn phát sinh thêm một số định dạng tác phẩm điện ảnh, truyền thông như trên đang đặt ra đòi hỏi cho cả thực tiễn lẫn lý thuyết sáng tác trong giáo dục, đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực chế tác điện ảnh, truyền hình và truyền thông cần phải có những cập nhật, thay đổi phù hợp, hiệu quả và kịp thời. Với mong muốn góp thêm một tiếng nói mang tính giải pháp, người viết quyết định lựa chọn đề tài nghiên cứu “Kịch học điện ảnh trong sáng tạo tác phẩm đa phương tiện (phim trực tuyến, phim quảng cáo và chương trình trò chơi điện tử)”.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là lý thuyết kịch học điện ảnh và những nguyên lý sáng tạo đã và đang được vận dụng trong xây dựng từng loại hình tác phẩm phim trực tuyến, phim quảng cáo và video game (trò chơi điện tử) cùng mối quan hệ tương tác giữa kịch học điện ảnh và sáng tạo tác phẩm đa phương tiện.

2.2. Phạm vi nghiên cứu

Về quy mô nghiên cứu, đề tài giới hạn khảo sát 3 loại hình tác phẩm đa phương tiện tiêu biểu: phim truyện trực tuyến, phim quảng cáo và trò chơi điện tử (*video game/ game 3D/ game online*). Đây là 3 trong số những thể loại được xác định là “mẫu dạng phổ biến trong phương tiện nghe nhìn nói chung” đồng thời cũng là những loại hình được Hiệp hội các trường Điện ảnh - truyền hình quốc tế (CILECT) - trong công văn gửi các trường Đại học thành viên năm 2022 - coi là “cơ hội và thách thức mà sự nghiệp giáo dục điện ảnh, truyền hình và truyền thông thế giới cần lưu tâm trong tương lai”. Ở loại hình phim trực tuyến, luận án tiếp tục khoanh vùng khảo sát tập trung vào dạng phim series theo mùa; trong phim quảng cáo, chỉ khảo sát dạng phim ngắn quảng cáo và trong trò chơi điện tử thì khảo sát video game có phiên bản điện ảnh. Số lượng khảo sát cho mỗi loại hình kể trên là 3 tác phẩm tiêu biểu, đạt được những thành tựu, giá trị, hiệu quả cao xét về cả yếu tố thương mại và giá trị nghệ thuật. Với phim trực tuyến, người viết lựa chọn các tác phẩm: **Trò chơi con mực** (*Squid game*), **Thế giới không lối thoát** (*Alice in Borderland*) và **Lupin**. Về phim quảng cáo, người viết lựa chọn khảo sát phim: **Con gái** (hãng Apple), **Quảng cáo camera giám sát** của hãng Panasonic và **Người hùng vô danh** (Hãng bảo hiểm Thai life insurance). Về video game, người viết lựa chọn những trò chơi điện tử được kể đa phương tiện cùng lúc cả phiên bản điện ảnh, truyện tranh, hoạt hình: **Thần lực trời dậy** (Bản điện ảnh là **Chiến tranh giữa các vì sao**),

Người nhận: Thành phố không bao giờ ngủ (Bản điện ảnh cùng tên) và **Cuộc sống thật kỳ lạ** (Life is Strange).

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích nghiên cứu

Xác định những thủ pháp vận dụng nguyên lý kịch học điện ảnh trong sáng tác kịch bản phim trực tuyến, phim quảng cáo và chương trình trò chơi điện tử nhằm làm rõ đặc trưng, cách thức và hiệu quả của kịch học điện ảnh trong sáng tác đa phương tiện. Từ đó chỉ ra khả năng vận dụng của kịch học điện ảnh và mối quan hệ của nó với sáng tạo tác phẩm đa phương tiện ở thời kỳ công nghệ số hiện nay.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục đích nghiên cứu, đề tài đặt ra một số nhiệm vụ cụ thể như sau:

- Hệ thống hóa khung lý thuyết của đề tài, gồm những nguồn lý thuyết cơ bản: kịch học điện ảnh và nguyên lý sáng tạo đa phương tiện.

- Nhận diện những nguyên tắc của lý thuyết kịch học điện ảnh đã và đang được vận dụng trong kể chuyện đa phương tiện. Từ đó tổng hợp, đúc rút thành những cách thức và thủ pháp vận dụng kịch học điện ảnh trong sáng tạo từng loại hình tác phẩm: phim truyện trực tuyến, phim quảng cáo và trò chơi điện tử.

- Bàn luận mở rộng vấn đề thông qua việc chỉ ra khả năng mở rộng biên độ vận dụng của kịch học điện ảnh và mối quan hệ giữa kịch học điện ảnh với sáng tạo đa phương tiện.

4. Câu hỏi nghiên cứu & Giả thuyết nghiên cứu

4.1. Câu hỏi nghiên cứu

- Trước những sự thay đổi của thực tiễn phát triển công nghệ số, lý thuyết kịch học điện ảnh đang được vận dụng như thế nào, có những đặc điểm, thủ pháp gì trong sáng tác phim trực tuyến, phim quảng cáo và chương trình trò chơi điện tử?

- Những thủ pháp vận dụng kịch học điện ảnh trong sáng tác 3 loại hình tác phẩm đa phương tiện kể trên tác động ra sao tới khả năng vận dụng của kịch học điện ảnh và mối quan hệ của nó với sáng tạo đa phương tiện ở thời kỳ công nghệ số?

4.2. Giả thuyết nghiên cứu

Trong thời đại truyền thông mới, lý thuyết kịch học điện ảnh tuy vẫn được vận dụng ở cả các loại hình tác phẩm mới xuất hiện như phim trực tuyến và tác phẩm truyền thông đa phương tiện như phim quảng cáo và trò chơi điện tử, nhưng cách thức và thủ pháp đã có sự thay đổi với những mức độ khác nhau: Trong tác phẩm phim trực tuyến có sự vận dụng kết hợp giữa lý thuyết kịch học điện ảnh với nghệ thuật viết kịch bản phim truyền hình và phát huy thủ pháp ứng tác, tính hấp dẫn; Trong chế tác phim quảng cáo có sự vận dụng nguyên lý xây dựng chi tiết nghệ thuật để quảng bá tính năng sản phẩm và xây dựng thông điệp của tác phẩm trùng khớp với thông điệp của nhãn hàng; Còn sáng tạo nội dung cho chương trình trò chơi điện tử thường tập trung vào tương tác nhập vai, năng động trong xây dựng cấu trúc - cốt truyện và tạo hình bằng dạng đặc biệt của điểm nhìn ống kính.

Những đặc trưng trong vận dụng kịch học điện ảnh vào sáng tạo đa phương tiện kể trên là minh chứng cho khả năng mở rộng biên độ vận dụng của kịch học điện ảnh trong sáng tạo đa phương tiện. Đồng thời nó tác động ngược trở lại làm phong phú hơn cả lý thuyết sáng tạo điện ảnh, lẫn sáng tạo những loại hình tác phẩm nghe nhìn đa phương tiện mới.

5. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý thuyết

a. Lý luận kịch học điện ảnh

Được xác định là “khoa học về những quy tắc, niêm luật xây dựng kịch bản và phim”, lý luận kịch học điện ảnh là lý thuyết sáng tạo cơ bản trong sáng tạo nội dung kịch bản phim truyện điện ảnh và nghệ thuật kể chuyện điện ảnh. Toàn bộ những niêm luật lý thuyết trong kịch học điện ảnh, thể hiện ở hai mảng nội dung lớn: (1) những nguyên tắc sáng tác kịch bản điện ảnh - từ xây dựng nhân vật, cốt truyện, tình tiết... đến không gian, thời

gian, kết cấu... và (2) những phương tiện biểu đạt đặc trưng điện ảnh: hình ảnh chuyển động, âm thanh, dựng phim, phong cách, tiết tấu... sẽ trở thành cơ sở lý thuyết quan trọng của luận án.

b. Trần thuật học điện ảnh

Nguồn lý thuyết thứ hai được sử dụng làm cơ sở lý luận, công cụ tiếp cận tác phẩm trong quá trình phân tích để đánh giá cách thức và hiệu quả của lý luận kịch học là lý thuyết về thuật kể/ nghệ thuật kể chuyện - lý thuyết trần thuật học. Trong ngành điện ảnh, khái niệm *Narrative/ Narration/ Narratology* (trần thuật/tự sự) thường được dịch nghĩa là nghệ thuật kể chuyện (bằng hình).

c. Nguyên lý sáng tạo tác phẩm truyền thông đa phương tiện

Trước khi đi vào nguyên lý sáng tạo tác phẩm nghe nhìn trong công nghệ truyền thông đại chúng, đề tài sẽ tổng hợp những khái niệm cơ bản trong lý thuyết truyền thông. Từ đó sử dụng những yếu tố đặc trưng, vai trò, đòi hỏi... của truyền thông số đối với sáng tác, cũng như mối quan hệ tương tác với nhu cầu thông tin giải trí của người xem là cơ sở lý thuyết tổng quan truyền thông đa phương tiện. Tiếp đó, những nguyên tắc sáng tạo nội dung cho truyền thông số, đặc biệt là những nguyên tắc sáng tạo riêng rẽ cho từng loại hình phim chiếu web, phim quảng cáo và chương trình trò chơi điện tử sẽ được tổng hợp từ nhiều tài liệu để trở thành một phần cơ sở lý thuyết cho luận án.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Trước hết, công trình được tiến hành nghiên cứu theo hướng định tính, tiếp cận chuyên ngành kết hợp liên ngành để vừa tìm hiểu được chuyên sâu về lĩnh vực sáng tác điện ảnh đồng thời khảo sát liên ngành sang lĩnh vực truyền thông, game và cả công nghệ, kinh tế thương mại (phim quảng cáo), mỹ học tiếp nhận...

Tiếp theo, phương pháp luận sẽ được sử dụng để nghiên cứu hệ thống cơ sở lý luận của đề tài như lý thuyết sáng tạo điện ảnh, nguyên lý sáng tạo nội dung số, lý thuyết truyền thông... cùng thực tiễn vận dụng các nguyên lý kịch học điện ảnh trong sáng tạo một số loại hình tác phẩm đa phương

tiện tiêu biểu, thông qua đó thiết lập được những luận điểm, luận cứ cho công trình.

Phương pháp phân loại và hệ thống kết hợp với phương pháp phân tích và tổng hợp cũng sẽ được sử dụng trong suốt quá trình nghiên cứu. Ví dụ trong nghiên cứu tác phẩm, để phân tích và hệ thống hóa những thủ pháp vận dụng kịch học điện ảnh trong từng loại hình tác phẩm đa phương tiện theo một trật tự nhất định, từ khái quát đến cụ thể, từ cơ bản đến chuyên sâu, từ nội dung đến hình thức... đề tài sẽ sử dụng phương pháp phân loại và hệ thống. Nhưng muốn phân loại và hệ thống được những thủ pháp vận dụng kịch học kể trên, công trình phải kết hợp với phương pháp phân tích và tổng hợp, cụ thể là phân tích phim và tổng kết kinh nghiệm thực tiễn mới có thể khoanh vùng phân loại những thủ pháp tiêu biểu trong vận dụng sáng tạo từng loại hình đồng thời tổng hợp, hệ thống hóa thành những luận điểm nổi bật về cách thức vận dụng cho mỗi loại hình đó.

Cuối cùng, để mở rộng bàn luận, nghiên cứu về sự giống và khác nhau của kịch học điện ảnh khi được vận dụng vào từng loại hình riêng biệt: phim trực tuyến, phim quảng cáo và trò chơi điện tử, cũng như so sánh sự giống và khác nhau trong vận dụng kịch học điện ảnh vào phim truyện điện ảnh truyền thống với tác phẩm đa phương tiện, phương pháp so sánh, cụ thể là so sánh loại hình sẽ được vận dụng kết hợp với phương pháp duy vật biện chứng nhằm so sánh hai đối tượng và chỉ ra mối quan hệ tương tác hai chiều giữa lý thuyết sáng tạo điện ảnh truyền thống với thực tiễn sáng tạo tác phẩm đa phương tiện hiện nay.

6. Đóng góp mới của luận án

- Với mục đích nhận diện những thủ pháp vận dụng lý thuyết kịch học điện ảnh trong thực tiễn sáng tạo 3 loại hình tác phẩm đa phương tiện, luận án kỳ vọng sẽ đóng góp thêm một phần cơ sở lý thuyết về khả năng, cách thức và hiệu quả của việc vận dụng kịch học điện ảnh không chỉ cho tác phẩm phim truyện trực tuyến mà có tính liên ngành, mở rộng phạm vi sang công nghiệp truyền thông. Với kết quả đó, trong chừng mực nhất định, luận án sẽ làm phong phú thêm lý thuyết kịch học điện ảnh trong chế tác đa

phương tiện và tạo thêm điều kiện thuận lợi cho thực hành sáng tác đa phương tiện. Đóng góp mới của luận án là việc nghiên cứu thủ pháp vận dụng một hệ thống lý thuyết cơ bản của nghệ thuật điện ảnh trong phát triển tác phẩm đa phương tiện - một lĩnh vực được đánh giá là còn rất mới.

- Từ ý nghĩa khoa học kể trên, những sinh viên, nhà biên kịch, sáng tạo nội dung... vốn đã có nền tảng kiến thức kịch học điện ảnh có thể thấu hiểu hơn hoặc áp dụng kết quả nghiên cứu trong thực hành sáng tạo phim truyện trực tuyến, mở ra khả năng lấn sân sang lĩnh vực truyền thông để sáng tạo nội dung cho một số loại hình tác phẩm truyền thông đa phương tiện một cách dễ dàng, hiệu quả hơn. Ngược lại, những nhà văn, nhà báo, người sáng tạo nội dung... trong ngành truyền thông đa phương tiện có thể tham khảo để hiểu hơn về kịch học điện ảnh và “ngôn ngữ” điện ảnh nhằm nâng cao chất lượng nghệ thuật cho các sản phẩm truyền thông đa phương tiện.

- Kết quả của luận án sẽ chỉ ra khả năng vận dụng linh hoạt và đa dạng hơn của kịch học điện ảnh cùng mối quan hệ tương tác hai chiều giữa kịch học điện ảnh với sáng tạo tác phẩm đa phương tiện nhằm khẳng định vai trò, hiệu quả của kịch học điện ảnh trong sáng tạo đa dạng loại hình tác phẩm số hiện nay. Ngược lại, chính công nghệ số và sáng tạo đa phương tiện cũng tác động ngược trở lại khiến điện ảnh cũng có những bước vận động uyển chuyển nhằm đáp ứng tốt hơn thị hiếu của khán giả internet.

- Ngoài ra, hệ thống các luận điểm và kết quả nghiên cứu được trình bày trong luận án có thể dùng làm tài liệu tham khảo, nghiên cứu, giảng dạy cho sinh viên đa lĩnh vực: điện ảnh, truyền hình và truyền thông, góp phần kiến tạo ra nguồn nhân lực sáng tạo có khả năng kể chuyện đa phương tiện. Nhờ đó giải quyết vấn đề đầu ra cho sinh viên biên kịch điện ảnh, cung cấp thêm đội ngũ sáng tác cho lĩnh vực truyền thông, đồng thời mở rộng biên độ hoạt động sáng tạo cho người vốn chuyên viết điện ảnh, truyền hình. Đóng góp mới mẻ này còn mang tính cấp thiết và thực tế.

7. Khái quát về tổng quan nghiên cứu

Với nhiệm vụ nghiên cứu việc sử dụng lý thuyết kịch học điện ảnh trong sáng tác đa phương tiện và những khả năng vận dụng, đóng góp của nó, tổng quan tập hợp nguồn tài liệu khảo sát được theo 2 chủ đề lớn: Những nghiên cứu về lý luận kịch học điện ảnh và những nghiên cứu về tác phẩm đa phương tiện.

7.1. Những nghiên cứu về Kịch học điện ảnh

Trong lĩnh vực nghiên cứu, lý luận phê bình điện ảnh, kịch học điện ảnh thường được khai thác và sử dụng khi luận bàn về nghệ thuật kể chuyện/ thuật kể/ tự sự học trong tác phẩm điện ảnh. Ở đây, với mục tiêu của đề tài, người viết quan tâm khai thác kịch học điện ảnh dưới cả phạm trù chế tác sáng tạo chứ không chỉ lý luận phê bình. Thậm chí, những tài liệu, công trình về lý thuyết sáng tác còn chiếm ưu thế với các vấn đề trọng tâm như: xây dựng nhân vật, xây dựng cấu trúc - cốt truyện và phát ngôn tư tưởng, thông điệp... được hình thành. Đồng thời, phim ảnh có khả năng biểu đạt vô cùng phong phú ở hình thức: màu sắc, âm thanh, dàn cảnh, chuyển động, dựng phim... và cả những yếu tố thiên về kỹ thuật như kỹ xảo, kỹ thuật số, đồ họa vi tính... Tất cả tác nhân này thuộc về hình thức biểu đạt hết sức đặc thù và đa dạng của nghệ thuật điện ảnh. Hai mảng nội dung lớn trong lý thuyết sáng tác - kịch học điện ảnh - kể trên phong phú và độc lập đến mức trở thành 2 đề tài nghiên cứu riêng biệt trong lý luận điện ảnh. Do đó, khi cần hệ thống lại tổng quan tài liệu về kịch học điện ảnh, đồng thời liên hệ, đánh giá được hiệu quả của kịch học điện ảnh đối với kịch bản điện ảnh trong tác phẩm điện ảnh, tổng quan sẽ chia nguồn tài liệu về kịch học điện ảnh thành hai chủ đề tương ứng.

7.1.1 Nhóm tài liệu nghiên cứu về khả năng biểu đạt đặc trưng của điện ảnh

Đầu tiên, cuốn *The photoplay (Kịch hình ảnh)* của Hugo Munsterberg ra đời năm 1916 ở Mỹ có thể coi là một viên gạch đầu tiên đặt nền móng cho lý luận điện ảnh thế giới. Tiếp theo, đặt ra câu hỏi mang đầy tính bản thể

luận - Điện ảnh là gì?, tác giả Andre Bazin đã cho ra đời 2 công trình đồ sộ *What is cinema? (Volume I và II)* vào các năm 1967 và 1971 bao gồm tập hợp những bài luận xuất sắc dưới góc nhìn của một nhà phê bình điện ảnh. Đến năm 1997, hai tập của công trình *Cinema 1: The movement - Image (Điện ảnh - Hình ảnh chuyển động)*, và *Cinema 2: The Time - Image (Điện ảnh - Hình ảnh thời gian)* của Gilles Deleuze tiếp tục cung cấp cho chúng ta những thành tựu nghiên cứu về đặc trưng ngôn ngữ điện ảnh. Ngoài ra, một số công trình tiếng Việt xuất bản trong nước cũng đề cập trực diện đến “ngôn ngữ” điện ảnh như *Ngôn ngữ Điện ảnh* của Mác - Xen Mác - Thanh năm 2006 và *Ngôn ngữ điện ảnh và truyền hình* của Bruno Toussaint năm 2007. Hay cuốn *Nghiên cứu phim* của Warren Buckland năm 2011 tiếp cận dưới góc độ hướng dẫn phê bình phim nhưng toàn bộ những vấn đề thủ pháp và khả năng biểu đạt, cách kể chuyện của điện ảnh được tác giả đề cập và phân tích khá kỹ lưỡng.

Như vậy có thể thấy, hầu hết những công trình nghiên cứu về cơ sở lý luận điện ảnh nói chung hay “ngôn ngữ” điện ảnh nói riêng đều nhằm mục tiêu trả lời câu hỏi mang tính bản thể luận: Điện ảnh là gì? Sáng tạo điện ảnh và đặc trưng điện ảnh ra sao? Để trả lời câu hỏi đó, nghệ thuật điện ảnh đã được lý giải với đầy đủ những đặc điểm, tính chất, chức năng, mục tiêu... và hơn hết là phô bày khả năng sáng tạo vô hạn thông qua sức mạnh biểu đạt độc đáo và được coi là hiệu quả hơn bất kì loại hình nghệ thuật nào.

7.1.2. Nhóm tài liệu nghiên cứu về sáng tạo tác phẩm điện ảnh

Đi sâu vào lý thuyết sáng tạo kịch bản, những vấn đề về thủ pháp, nguyên tắc xây dựng truyện phim từ tư duy nội dung: hình thành ý tưởng - tư tưởng, xây dựng nhân vật, xây dựng cấu trúc - cốt truyện, tình huống, chi tiết, cách kể chuyện... đến phương pháp làm việc, cách sửa chữa biên tập, hình thức soạn thảo kịch bản... được trình bày và phân tích trong một số cuốn sách học thuật tiêu biểu: *Kỹ thuật viết kịch bản điện ảnh & truyền hình* của tác giả Richard Walter, xuất bản năm 1995; *Nghệ thuật viết kịch bản Điện ảnh* của các tác giả - giáo sư John W. Bloch - William Fadiman - Lois

Peysner, xuất bản năm 1996; *Làm thế nào sáng tác một kịch bản hay?* của Linda Seger; *Save the cat (Cứu mèo)* của Blake Snyder năm 2005... Đặc biệt cuốn *Save the cat* được nhiều nhà biên kịch trong nước và trên thế giới coi là “sách gối đầu giường” của dân biên kịch bởi những phân tích, công thức, ví dụ rất đầy đủ, chi tiết về mọi nguyên tắc trong sáng tạo truyện phim.

Ngoài ra, năm 2005, cuốn *Kim chỉ nam giải quyết những vấn đề khó cho Biên kịch điện ảnh* của Syd Field tuy đặt mục tiêu chính là công tác biên tập kịch bản nhưng để sửa chữa nâng cao chất lượng được, các vấn đề cơ bản của kịch học. Năm 2010, Robert McKee có cuốn *Story: Substance, structure, style, and the principles of screenwriting (Câu chuyện: phong cách, cấu trúc, chất liệu và nguyên tắc viết kịch bản)* trong đó tiếp cận lý thuyết sáng tạo truyện phim theo phương pháp diễn dịch, đi từ tổng thể câu chuyện và cách kể chuyện, những vấn đề liên quan đến câu chuyện và xây dựng cấu trúc rồi mới đi vào chi tiết. Cùng năm 2010, cuốn *Tự học viết kịch bản Phim* của Ray Frensham cũng trình bày lý thuyết sáng tạo truyện phim nhưng được kết cấu theo quy trình sáng tác.

Nói tóm lại, dù có tiếp cận bằng cách nào, hầu hết các công trình nghiên cứu về nguyên tắc sáng tạo kịch bản phim truyện điện ảnh cũng đều bắt đầu từ sự vận dụng, khai thác giá trị của những phương tiện biểu đạt trong điện ảnh vào kể chuyện - truyện phim. Sau đó tập trung cung cấp hệ thống nguyên lý về sáng tạo kịch bản phim truyện với sự đồng nhất quan điểm rất cao về cách xây dựng 3 thành tố chính trong kịch bản bao gồm: các vấn đề về xây dựng nhân vật, các vấn đề về xây dựng cấu trúc - cốt truyện và các vấn đề về tư tưởng chủ đề của tác phẩm.

Kế thừa những nội dung cơ bản trong kịch học điện ảnh trên thế giới, từ năm 1982, lý luận kịch học điện ảnh được Bành Bảo và Bành Châu, sau này là Nguyễn Hậu biên soạn, dùng làm giáo trình trong giảng dạy chuyên ngành điện ảnh tại trường Đại học sân khấu - điện ảnh Hà Nội cũng đề cập đến 2 mảng nội dung lớn: đặc trưng của “ngôn ngữ” điện ảnh và những vấn đề lý thuyết trong xây dựng kịch bản phim truyện.

Bên cạnh đó, năm 2006, cuốn *Viết kịch bản phim truyện* của Lê Ngọc Minh ra đời được coi như ấn phẩm chính thức đầu tiên của tác giả trong nước viết về kịch học điện ảnh. Tương tự, vào các năm 2009 và 2013, Đoàn Minh Tuấn có các công trình *Những vấn đề về lý luận kịch bản phim* và *Hướng dẫn viết kịch bản phim*. Trong đó, ở cuốn *Những vấn đề lý luận kịch bản phim*, tác giả chia nội dung thành 3 chương rành mạch: Những vấn đề về nhân vật, cấu trúc và cốt truyện, tư tưởng, cách kể chuyện... Do đó, sự đóng góp của các tác giả trong nước là góc nhìn thực tiễn, thiên về vận dụng lý thuyết vào thực hành sáng tác.

Tựu chung lại, điện ảnh là một bộ môn nghệ thuật tổng hợp và được sáng tạo bởi tập thể nghệ sĩ. Do đó, lý thuyết sáng tạo tác phẩm điện ảnh là sự tổng hòa các thủ pháp kể chuyện của những phương tiện biểu đạt đặc thù trong đó lý thuyết sáng tạo kịch bản điện ảnh là tiền đề quan trọng nhất bởi nó đặt nền móng cho một chuỗi quá trình tham gia tạo nghĩa cho tác phẩm điện ảnh sau này.

7.1.3. Nhóm tài liệu nghiên cứu về nghệ thuật kể chuyện điện ảnh

Tiếp cận từ góc nhìn lý luận, một số công trình nghiên cứu đã bàn luận chuyên sâu về thuật kể trong tác phẩm điện ảnh. Tiêu biểu có *Narration in the Fiction film (Kể chuyện trong phim truyện)* năm 1930 của David Bordwell. Năm 2005, Manfred Jahn có cuốn *A guide Narratological Film analysis (Hướng dẫn nghiên cứu phim theo trần thuật học)*. Theo Manfred Jahn, trần thuật học nghiên cứu 2 chiều hướng: Trần thuật diễn ngôn và trần thuật câu chuyện. Tiếp theo, công trình *Cách kể chuyện, cấu trúc, nội dung tư tưởng* của Philip Rosen cũng lấy thuật kể làm nền tảng nhưng tập trung hơn vào cấu trúc và tư tưởng của truyện phim.

7.2. Những nghiên cứu về tác phẩm đa phương tiện

7.2.1. Nhóm tài liệu tổng quan về truyền thông đa phương tiện

Năm 1964, lần đầu tiên triết gia về truyền thông Marshall McLuhan xuất bản cuốn *Understanding media: The extensions of man (Hiểu biết về phương tiện truyền thông: Phần mở rộng của con người)*, đưa ra những

khái niệm cơ bản và mới mẻ về công nghệ truyền thông như: phương tiện truyền thông, làng toàn cầu, môi trường truyền thông... Năm 2005, cuốn *Copyright and Multimedia products (Bản quyền và sản xuất truyền thông đa phương tiện* của Irini A. Stamatoudi trình bày hầu hết các thể loại sử dụng ứng dụng đa phương tiện như sản phẩm nghe nhìn, giải trí, văn học, chương trình máy tính, video game...

Sang đến thế kỉ 21, với sự xuất hiện của một số “phương tiện truyền thông mới” (*new media*), Bùi Hoài Sơn trong công trình *Phương tiện truyền thông mới và những thay đổi văn hóa xã hội ở Việt Nam* (2008) đã cụ thể hóa phương tiện truyền thông mới ở đây là thiết bị điện tử thông minh và internet qua đó đánh giá tác động của nó đối với mọi mặt đời sống xã hội. Cùng lấy chủ điểm là tính đa phương tiện trong lĩnh vực báo chí và truyền thông, năm 2016 Dương Xuân Sơn có cuốn *Các loại hình báo chí truyền thông* và năm 2017 Nguyễn Thị Trường Giang với *Báo chí và truyền thông đa phương tiện* đã một lần nữa khẳng định: báo chí đa phương tiện là một trong những kênh truyền thông đại chúng hữu ích nhất mọi thời đại.

7.2.2. Nhóm tài liệu về sáng tạo tác phẩm đa phương tiện

7.2.2.1. Nhóm tài liệu nghiên cứu về kể chuyện đa phương tiện

Lấy tâm điểm là kể chuyện đa phương tiện, cuốn *Multimedia storytelling for digital communicators in a multiplatform world (Kể chuyện đa phương tiện dành cho các nhà giao tiếp kỹ thuật số trong một thế giới đa dạng)* của Seth Gitner xuất bản năm 2016 trình bày những kết quả nghiên cứu về cách thức kể chuyện trong tác phẩm đa phương tiện. Tiếp cận vấn đề sáng tạo cho tác phẩm truyền thông theo một cách khác, năm 2012, cuốn *A creator's guide to transmedia storytelling: How to captivate and engage audiences across multiple platforms (Hướng dẫn cho người sáng tạo về cách kể chuyện liên truyền thông: Cách thu hút và giữ chân khán giả trên nhiều nền tảng)*, của Phillips Andrea không chỉ trình bày kết quả nghiên cứu về sáng tạo tác phẩm truyền thông nói chung mà nhấn mạnh vào hiệu quả của cách kể chuyện truyền thông sao cho hấp dẫn. Cuốn *Digitales*

Erzählen - Die dramaturgie der Neuen Medien (tiếng Đức), (*Kể chuyện kỹ thuật số - Lý thuyết kịch cho truyền thông mới*) của Dennis Eick có thể coi là một công trình có hướng tiếp cận gần nhất với đề tài. Trong đó, tác giả dành một phần đầu tiên để khái quát những đặc điểm cơ bản của kể chuyện kỹ thuật số trong mối quan hệ tương tác với người xem. Phần tiếp theo đi vào nghiên cứu một số loại hình: (1) phim viral (lan tỏa), (2) phim series chiếu web, (3) trò chơi điện tử, (4) sách điện tử. Cuối cùng tác giả dành một phần để tổng kết về kể chuyện truyền thông. Qua đó có thể thấy, 3 trong số 4 loại hình tác phẩm kỹ thuật số mà công trình này nghiên cứu cũng chính là 3 loại hình tiêu biểu mà đề tài lựa chọn làm đối tượng khảo sát. Tuy nhiên, luận án có điểm mới là không chỉ trình bày về đặc điểm và cách thức kể chuyện của từng loại hình mà tập trung nghiên cứu thủ pháp vận dụng lý thuyết kịch học trong sáng tạo các loại hình tác phẩm kể trên và khả năng ứng dụng cũng như đóng góp của nó đối với kể chuyện đa phương tiện.

7.2.2.2. Nhóm tài liệu về nguyên tắc sáng tạo tác phẩm đa phương tiện

Tập trung nghiên cứu cách thức sáng tạo nội dung cho lĩnh vực truyền thông, năm 2006, cuốn *Writing for Multimedia and the Web (Viết cho đa phương tiện và trang mạng)* của Timothy Garrand tập hợp những nguyên tắc lý thuyết về sáng tạo nội dung khá đa dạng, bao gồm hầu hết các dạng/ thể mà một công ty truyền thông sản xuất phục vụ thị trường. Bên cạnh đó, hai cuốn - *Scriptwriting for Film, Television, and new media (Viết kịch bản cho phim, truyền hình và truyền thông mới)* năm 2019 của Alan C và *Writing for Television, radio, and new media (Viết cho truyền hình, phát thanh và phương tiện truyền thông mới)* của Robert L. Hilliard năm 2011 đi từ những khái niệm cơ bản về phương tiện truyền thông đại chúng, các vấn đề thương mại, kỹ thuật của phương tiện truyền thông mới đến từng loại hình cụ thể.

Như vậy, khảo sát một phần nguồn tài liệu có thể tổng quan được cho thấy: hầu hết các nhà nghiên cứu khi tiếp cận cách thức sáng tạo hoặc nghệ thuật kể chuyện trong các loại hình tác phẩm đa phương tiện đều trình bày riêng rẽ từ nguyên lý, thủ pháp sáng tác, xây dựng từng loại hình cụ thể và

quan trọng nhất là không phải trường hợp nào cũng sử dụng đến nguồn lý luận kịch học điện ảnh. Trong khi đó, qua quan sát và thực tiễn sáng tạo của nghiên cứu sinh cùng đồng nghiệp, người viết nhận thấy, lý luận kịch học điện ảnh với những nguyên tắc cơ bản về sáng tạo kịch bản điện ảnh trước nay không dừng ở việc vận dụng vào kể chuyện cho thể loại phim truyện điện ảnh mà phim hoạt hình và phim truyện truyền hình nhiều tập cũng đã kế thừa, vận dụng rất hiệu quả. Cho đến khi phương tiện truyền thông mới xuất hiện, do cũng sử dụng phương tiện nghe nhìn làm “ngôn ngữ” biểu đạt chính, một số loại hình tác phẩm đa phương tiện đã khai thác rất nhiều nguyên tắc sáng tạo kịch bản trong kịch học điện ảnh. Thậm chí càng vận dụng nhiều yếu tố trong kịch học điện ảnh, càng làm tăng hiệu quả kể chuyện xét trên cả 3 tiêu chí: tính hấp dẫn, cảm xúc người xem; giá trị xã hội và giá trị nghệ thuật. Do đó, khả năng vận dụng cùng một nguồn lý thuyết chung cho hoạt động sáng tạo 3 loại hình tác phẩm đa phương tiện tiêu biểu ở giai đoạn phương tiện truyền thông mới là một giả thuyết nghiên cứu hứa hẹn khả thi, hữu ích và mới mẻ nhưng chưa được nhà nghiên cứu nào đề cập.

Cuối cùng, từ những thủ pháp vận dụng kịch học điện ảnh trong xây dựng tác phẩm đa phương tiện, đề tài tiếp tục mở rộng bàn luận về khả năng vận dụng của kịch học điện ảnh và mối quan hệ của nó đối với sáng tạo tác phẩm đa phương tiện. Đây cũng là một “khoảng trống lý thuyết” đang cần đóng góp thêm tiếng nói bởi người viết đồng tình rằng, lý thuyết về kể chuyện đa phương tiện (tự sự học đa phương tiện) được giới học thuật coi là “một hiện tượng tương đối mới và xét về mặt sản xuất và phân tích, vẫn còn ở giai đoạn sơ khai”.

8. Cấu trúc (bố cục) của luận án

Ngoài phần Mở đầu, phần Kết luận, Danh mục các công trình đã công bố liên quan đến đề tài luận án, Tài liệu tham khảo, phần Nội dung luận án gồm 03 chương.

PHẦN NỘI DUNG

Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KHÁI QUÁT VỀ KỊCH HỌC ĐIỆN ẢNH TRONG SÁNG TẠO TÁC PHẨM ĐA PHƯƠNG TIỆN

1.1. Kịch học điện ảnh

1.1.1. Khái niệm kịch học điện ảnh

Theo quan điểm của L.N. Nekhoroshev, khái niệm Kịch học điện ảnh được xác định là “khoa học về những quy tắc, niêm luật xây dựng kịch bản và phim”; Kịch học điện ảnh theo Đoàn Minh Tuấn là “bộ môn nghiên cứu kịch bản, cung cấp cái nhìn tổng quát về những vấn đề cơ bản trong công việc sáng tạo, thẩm định và đánh giá một kịch bản phim”; Bành Bảo quan niệm: “bộ môn kịch học điện ảnh có quan hệ trực tiếp, tương hỗ với môn nghiệp vụ biên kịch, trở thành nội dung chủ yếu trong đào tạo biên kịch điện ảnh”. Từ tất cả những quan điểm của các nhà biên kịch, lý luận điện ảnh trên, luận án xác định: kịch học điện ảnh là hệ thống lý thuyết, là phạm vi nghiên cứu, là bộ môn học thuật về vấn đề xây dựng, sáng tạo từ kịch bản đến phim, được đúc rút trong nhiều năm thông qua thực tiễn sáng tác và nghiên cứu lý luận phê bình.

1.1.2. Nội dung chính của kịch học điện ảnh

Tổng quan những tài liệu thu thập được về vấn đề lý thuyết sáng tạo kịch bản điện ảnh có thể thấy, đa phần các nhà biên kịch, nhà nghiên cứu đồng thuận nghiên cứu kịch học điện ảnh trên 2 phương diện, chia kịch học điện ảnh thành 2 mảng nội dung lớn:

- Những phương tiện biểu đạt đặc trưng, thuộc hình thức thể hiện của điện ảnh, thường được gọi là ngôn ngữ (của) điện ảnh - phương tiện đặc thù và hiệu quả nhất trong giao tiếp với khán giả, một trong những yếu tố quan trọng xây dựng bộ phim thành một tổng thể thống nhất (*film form*) trong đó nhấn mạnh các yếu tố: hình ảnh chuyển động, âm thanh, dựng phim...

- Và các nguyên tắc trong sáng tạo nội dung (tác phẩm) thường được tổng hợp thành những nguyên tắc xây dựng nhân vật, xây dựng cấu trúc - cốt truyện và kiến tạo tư tưởng chủ đề.

Ngoài ra, bao trùm lên cả hai nội dung trên là lý thuyết trần thuật học điện ảnh theo hai quan điểm của David Bordwell và Manfred Jahn.

1.2. Nguyên tắc sáng tạo tác phẩm đa phương tiện

1.2.1. Khái quát về thời đại phương tiện truyền thông mới

Cùng với sự bùng nổ của internet, phương tiện truyền thông mới đã làm thay đổi hoàn toàn thói quen và cách tư duy của con người, thay đổi cách thức thông tin và truyền thông của nhân loại. Người viết đồng tình rằng, phương tiện truyền thông mới đang được xem như một phần của sự thay đổi toàn cầu. Người ta gọi đây là “thời đại mới” hay “kỷ nguyên mới”, trong đó, “sự xuất hiện của phương tiện truyền thông mới như một hiện tượng thời đại, đã và vẫn được xem như một phần của sự thay đổi lớn hơn nhiều về xã hội, công nghệ và văn hóa”. Trong đó, thuật ngữ “đa phương tiện” (*multimedia*) thường được hiểu là việc sử dụng nhiều hơn một loại phương tiện (audio, video, 3D...) để biểu đạt. Thuật ngữ truyền thông hội tụ (*convergence*) là “sự kết hợp của hai, hoặc nhiều công nghệ khác nhau trong một thiết bị duy nhất, ví như sự hội tụ của máy tính và viễn thông trong điện thoại di động tạo thành điện thoại đa chức năng”, tích hợp nhiều tiện ích như nghe, gọi, nhắn tin, nghe nhạc, chơi game, quay phim, chụp ảnh, định vị GPS, lướt web, đọc sách, xem truyền hình, lưu trữ thông tin... góp phần tạo ra “văn hóa truyền thông hội tụ” (*media convergence culture*).

1.2.2. Nguyên tắc sáng tạo 3 loại hình tác phẩm đa phương tiện tiêu biểu

1.2.2.1. Phim trực tuyến

Trước hết, phim trực tuyến (điện ảnh trực tuyến, phim truyện trực tuyến, phim bộ trực tuyến) - (*streaming movies*) là dạng phim truyện được sản xuất và phát hành trực tuyến, “xem một lần và ngay lập tức qua internet”. Loại hình phim trực tuyến được lựa chọn khảo sát để phục vụ mục đích nghiên cứu của đề tài là dạng phim series theo mùa (*season*) và chỉ phát hành trực tuyến, không phải dạng phim 120’ điện ảnh cũng không phải dạng phim nhiều tập phát hành đa nền tảng (cả rạp, cả truyền hình và

internet). Bởi đây là dạng phim truyện mang nhiều nét đặc trưng khác biệt nhất so với các loại hình phim truyện truyền thống.

Về “văn hóa màn hình” (*screen culture*) bao gồm thị hiếu và nhu cầu của người tiêu dùng sản phẩm, gọi chung là khán giả internet trong giai đoạn phương tiện truyền thông mới hiện nay có những điểm đáng chú ý sau: xu hướng “cá thể hóa” - trải nghiệm một mình trong môi trường truyền thông riêng biệt cùng với thiết bị điện tử cá nhân. Xu hướng “toàn cầu hóa” thể hiện ở “sự phát triển mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông toàn cầu cùng sử dụng và các “chủ thể chi phối truyền thông cũng toàn cầu... như các ‘ông lớn’ công nghệ: Facebook, Google, Instagram”, tik-tok... và sản sinh ra “thế hệ công chúng mới: công chúng toàn cầu”. Thứ hai là môi trường truyền thông, được xác định là “tập hợp tất cả những yếu tố xung quanh con người, bao gồm 2 loại yếu tố chính: các yếu tố môi trường tự nhiên và các yếu tố thuộc môi trường xã hội”.

1.2.2.2. Phim quảng cáo

Được xếp là “1 trong 6 thể loại, mẫu dạng và phương tiện nghe nhìn”, phim quảng cáo, còn gọi là quảng cáo truyền hình theo thuật ngữ tiếng Anh là television advertisement hay television commercial (viết tắt TVad hay TVC) - là “một dạng phim hay tiết mục được dàn dựng, sản xuất, lưu hành trên những phương tiện truyền thông đại chúng”, thường dài 30 hoặc 60 giây (cũng có khi là 15 giây, 10 giây, 20 giây, 90 giây, 2 phút hoặc lâu hơn nữa). “Mục đích cơ bản của quảng cáo vẫn luôn thật đơn giản là thuyết phục, làm cho người xem mua ngay sản phẩm hoặc dịch vụ”.

Đi sâu vào những nguyên tắc trong xây dựng nội dung cho phim quảng cáo, người ta thường nhắc đến công thức truyền thông liên cá nhân nổi tiếng của Lasswell: “Ai nói? Nói cái gì? Cho ai? Bằng kênh nào? Và hiệu quả như thế nào?”. Hầu hết các nhà sản xuất quảng cáo nói chung và phim quảng cáo nói riêng thống nhất với một số tiêu chí: (1) - Quảng cáo phải rõ ràng sản phẩm. (2) - Thu hút sự chú ý của người xem đến sản phẩm cần bán. (3) - Có

tính sáng tạo. (4) - Quảng cáo mang lại cảm xúc âm áp, hài hước. (5) Quảng cáo phải thú vị.

Đồng thời, với bản chất là truyền thông và ngoại trừ những mẫu quảng cáo chỉ mang tính thông tin thì chúng ta đồng tình rằng “mỗi mẫu quảng cáo, trong một khoảng thời gian ngắn phải kể được một câu chuyện nhỏ”. 5 bước quan trọng được coi là quá trình cấu trúc tác phẩm quảng cáo bao gồm: đầu tiên là thu hút sự chú ý của khán giả (*attention*); thứ hai là trình bày lợi ích sản phẩm, duy trì sự quan tâm của họ (*interest*); thứ ba là chứng minh, tạo ấn tượng, về một vấn đề phát sinh có liên quan tới chức năng sản phẩm (*confidence*); thứ tư là hấp dẫn và thuyết phục, gieo ý nghĩ rằng vấn đề sẽ được giải quyết nếu sử dụng sản phẩm (*desire*); thứ năm kết thúc bằng lời kêu gọi mạnh mẽ, khơi gợi cảm xúc để thúc đẩy hành động của khán giả (*action*).

1.2.2.3. Trò chơi điện tử

Trò chơi điện tử được coi là một trong những “sản phẩm đa phương tiện đầu tiên xuất hiện trên thị trường”. Trò chơi điện tử là “một dạng trò chơi điện tử liên quan đến tính tương tác với một giao diện người sử dụng để tạo ra một phản hồi hình ảnh trên một thiết bị hiển thị”. Đối với sáng tạo nội dung: Có 3 thể loại thường thấy là “trò chơi mô phỏng, trò chơi chiến đấu và đấu trường chỉ dành cho nhiều người chơi”. Trong đó, mặc dù tính trải nghiệm cho người chơi là yếu tố quan trọng hơn cả khiến nhiều khi câu chuyện bị rơi vào nhạt nhẽo hoặc không có gì để kể. Về nhân vật trong trò chơi điện tử, nhân vật chính cũng đồng thời là người chơi. Vì vậy, ngoài việc sáng tạo ra một nhân vật thông thường đáp ứng những yêu cầu cơ bản tương đồng với kịch học điện ảnh, nhân vật game phải khiến người chơi có niềm tin và sự linh hoạt trong việc nhập vai và điều khiển. Đồng thời, “nghệ thuật thiết kế giao diện của nhân vật, bao gồm cả quần áo và thiết bị của nhân vật” cũng được thiết kế từ khâu sáng tác, là một thủ pháp rất quan trọng trong kịch bản game. “Cần phải có số liệu thống kê về kỹ năng, phép thuật và trang thiết bị cho các game thủ. Viết xong thì phải có bước chơi thử và hoàn thiện” là một trong số nguyên tắc riêng có trong sản xuất game. Về mẫu

dạng, theo cách chia của Evan Skolnick, nhân vật game thường có 7 nguyên mẫu: anh hùng (*hero*); sứ giả (*herald*); người cố vấn (*mentor*); Tay sai (*henchman*); Kẻ lừa đảo (*trickster*); Người biến hình (*shapeshifter*); Nhân vật phản diện (*villain*). Về các cuộc gặp gỡ, xây dựng nội dung game có 4 loại cơ bản: gặp gỡ đối kháng, đàm phán, bẫy câu đố và thảm họa thiên nhiên, cuối cùng là tình huống khó xử.

Tiểu kết

Nhằm triển khai nhiệm vụ nghiên cứu, chương 1 của luận án đã tổng hợp, hệ thống hóa những nguyên lý quan trọng và cơ bản nhất trong lý luận kịch học điện ảnh, lý thuyết về thuật kể trong điện ảnh cùng những nguyên tắc chung trong kể chuyện đa phương tiện, nguyên tắc riêng trong xây dựng kịch bản phim chiếu web, kịch bản phim quảng cáo và thiết kế chương trình trò chơi điện tử cũng như đặc trưng, yêu cầu, mục tiêu, giá trị... của từng loại hình. Ngoài ra, những khái niệm cơ bản thuộc lĩnh vực truyền thông như truyền thông đa phương tiện, truyền thông hội tụ... cùng những đặc điểm của thời đại công nghệ số, vai trò của phương tiện truyền thông mới đối với khán giả internet... cũng là một phần không thể thiếu trong bức tranh toàn cảnh về nghệ thuật kể chuyện đa phương tiện: khai thác đa thể loại, đáp ứng đa mục đích, xây dựng đa dạng nội dung và trình chiếu đa nền tảng trong thời kỳ công nghệ số.

Chương 2. NHỮNG THỦ PHÁP VẬN DỤNG KỊCH HỌC ĐIỆN ẢNH TRONG SÁNG TÁC PHIM TRỰC TUYẾN, PHIM QUẢNG CÁO VÀ TRÒ CHƠI ĐIỆN TỬ

2.1. Kịch học điện ảnh trong phim trực tuyến

2.1.1. Một số yêu cầu của phim trực tuyến

2.1.1.1. Phim nhiều tập theo mùa

Với mục tiêu sản xuất để phát hành chủ yếu trên phương tiện truyền thông mới là internet và điện thoại di động, phim trực tuyến sẽ đồng nghĩa

phải đáp ứng thị hiếu và nhu cầu của khán giả kỹ thuật số và môi trường “văn hóa ảo”. Khán giả kỹ thuật số hiện nay là ai? Đa phần là gen Z với độ tuổi từ 12 đến 26. Họ gần như không xem TV truyền thống nữa bởi thế giới internet đã mở ra trước mắt họ sự lựa chọn vô bờ. Vì vậy, nhìn chung, phim trực tuyến vừa hấp dẫn đúng thế hệ khán giả trẻ về nội dung cốt truyện, đề tài, thông điệp... vừa đạt được hiệu quả nghệ thuật không kém gì so với điện ảnh. Đây là một đặc điểm rất đáng kể của phim trực tuyến. Phim trực tuyến được lựa chọn khảo sát thường bao gồm khoảng 10 tập (*episode*), mỗi tập chừng 50 phút và được chia thành nhiều phần/ mùa (*seasons*). Số lượng mùa dao động từ 2 đến 10 hoặc dài hơn, tùy thuộc vào nhà sản xuất và giữa các mùa có thể sản xuất cách nhau cả vài năm trời. Trong đó, mỗi tập phim có tính độc lập tương đối với nhau như một tác phẩm điện ảnh có thể thưởng thức riêng lẻ là một đặc điểm khác biệt của dạng series này. Tính độc lập trong mỗi tập được thể hiện ở sự trọn vẹn tương đối của cốt truyện và ở cả hình thức biểu đạt trong ngôn ngữ điện ảnh. Nhờ đó tạo được hiệu quả thỏa mãn về nhu cầu thưởng thức cho người xem tương tự như khi trải nghiệm tác phẩm điện ảnh. Đồng thời, sau mỗi tập lại vẫn tạo ra sức cuốn hút từ nội dung để kích thích khán giả theo dõi tập tiếp theo, cho đến hết mùa, nội dung cốt truyện mới bộc lộ trọn vẹn và cũng không cần đặt nặng cái kết mở hay khâu gợi trí tò mò cho mùa sau.

2.1.1.2. Chịu chi phối bởi phản hồi của người xem

Nếu như trước kia, trong các loại hình nghệ thuật biểu diễn như múa, hát, kịch... đã có sự tương tác trực tiếp giữa người xem (nhiều người) với tác phẩm thông qua diễn xuất của diễn viên thì đến nghệ thuật điện ảnh, công chúng chỉ có thể tương tác gián tiếp qua màn ảnh rộng hoặc TV (một hoặc nhiều người), phụ thuộc vào lịch chiếu của rạp hoặc nhà đài. Đến ngày nay, tương tác trực tiếp lại xuất hiện trở lại, một - một giữa tác phẩm với công chúng. Khán giả internet được thưởng thức phim trực tuyến một cách chủ động, có thể lựa chọn trình chiếu theo ý mình, có thể cùng lúc “đi dạo” trên mạng, mở các cửa sổ khác trong cùng một màn hình, cũng như có

thể phản ứng ngay khi câu chuyện đang diễn ra hoặc gửi ý kiến phản hồi về tác phẩm.

Có thể đi đến tiểu kết rằng, ba đặc điểm kể trên là những nét riêng cơ bản nhất của hầu hết các sản phẩm, tác phẩm đa phương tiện, trong đó phim trực tuyến là một trường hợp tiêu biểu nhất. Yếu tố duy nhất còn nhiều nét tương đồng so với phim truyện điện ảnh, truyền hình lại chính là đối tượng khảo sát của đề tài - nguồn lý thuyết kịch học điện ảnh được áp dụng trong chế tác. Vì vậy, cách thức và thủ pháp vận dụng nguồn lý thuyết này ở điều kiện thay đổi của thực tiễn và đòi hỏi mới của loại hình (trực tuyến) sẽ là nhiệm vụ nghiên cứu tiếp theo của công trình.

2.1.2. Thực tế vận dụng kịch học điện ảnh trong sáng tác phim trực tuyến

2.1.2.1. Kết hợp lý thuyết kịch học điện ảnh với nghệ thuật viết kịch bản phim truyện truyền hình

Kế thừa từ lý thuyết sáng tác và công nghệ sản xuất phim truyện điện ảnh, chế tác phim trực tuyến đang vận dụng hầu hết những nguyên lý cơ bản trong kịch học điện ảnh. Không dừng lại ở đó, phim truyện trực tuyến còn vận dụng kết hợp cả nghệ thuật viết kịch bản phim truyện hình nhiều tập trong xây dựng kịch bản, sản xuất và phát hành phim. Xem xét yếu tố kịch bản trong cả 3 phim trực tuyến được khảo sát có thể dễ dàng nhận thấy những nguyên lý cơ bản về xây dựng nhân vật, thiết lập cấu trúc - cốt truyện và tạo dựng tư tưởng nghệ thuật được tuân thủ theo kịch học điện ảnh khá chặt chẽ. Đồng thời, kịch bản phim truyện trực tuyến còn cho thấy sự kết hợp tương đối ăn ý với một số nguyên tắc sáng tạo của kịch bản phim truyện truyền hình nhiều tập trong cả tạo dựng nhân vật, thiết lập xung đột và xây dựng cấu trúc.

2.1.2.2. Khai thác tối đa những nguyên lý tạo tính hấp dẫn

Hơn bất kỳ một dạng phim nào, nhu cầu thu hút lập tức người xem trong từng tập phim là nhiệm vụ cốt tử đối với phim trực tuyến. Với đặc thù phát hành trên phương tiện truyền thông mới, cho khán giả internet ở thời đại

công nghiệp 4.0. Khác với phim chiếu rạp, chỉ cần “dụ” người xem đến phòng chiếu là có thể “nhốt” họ trong suốt thời gian trình chiếu, ở phim trực tuyến, tâm thế của người xem internet là bàn tay lăm lăm tư thế “trượt, vuốt” để chuyển sang nội dung khác. Trong khi đó, muốn có một lượt xem để thu được tiền thì phải duy trì được sự theo dõi của họ đến hết phim. Vì vậy, các nhà làm phim phải duy trì tính hấp dẫn xuyên suốt từ đầu đến cuối thời lượng của tác phẩm thông qua khai thác tối đa tính hấp dẫn của những nguyên lý kịch học trong cả xây dựng nhân vật, xây dựng cấu trúc và lựa chọn đề tài.

2.1.2.3. Thủ pháp ửng tác

Ở phim trực tuyến, công việc chế tác kịch bản kéo dài trong suốt quá trình sản xuất và phát hành, thậm chí là sau phát hành. Trong rất nhiều trường hợp, phim sẽ được phát hành ngay trong quá trình sản xuất. Vì thế, khi tiến hành thăm dò ý kiến người xem, những tình huống, hướng truyện mà phần đông khán giả kỳ vọng lại không giống với kịch bản đã được xây dựng từ trước. Do đó, các nhà làm phim sẽ phải lập tức điều chỉnh kịch bản, xoay chuyển nhân vật, thay đổi sự biến, tình huống tiếp theo của truyện phim sao cho thỏa mãn nhu cầu thưởng thức của công chúng nhất có thể. Trước đòi hỏi đó, người biên kịch lúc này chỉ còn cách ửng tác để điều chỉnh kịp thời nội dung, sản xuất và phát hành.

2.2. Kịch học điện ảnh trong sáng tác phim quảng cáo

2.2.1. Một số yêu cầu của phim quảng cáo

2.2.1.1. Yếu tố dung lượng

Phim quảng cáo được xây dựng phổ biến nhất với độ dài là 30 giây cho mỗi lượt quảng cáo trên truyền hình. Ngoài ra, phim quảng cáo cũng có phiên bản 15 giây, 60 giây hoặc vài phút. Với thời lượng trung bình quá ngắn như vậy, nội dung được trình bày trong phim quảng cáo cần phải hết sức gọn lọc, súc tích. Gọn lọc đến mức mỗi phim thường chỉ phản ánh một lát cắt của câu chuyện, một tình huống nhỏ, một loạt hình ảnh mang tính cung cấp thông tin cần quảng bá... Do đó, việc vận dụng lý thuyết sáng tạo cho nghe nhìn chủ yếu tập trung vào yếu tố hình thức, phương tiện biểu đạt. Chỉ những phim có

thời lượng dài hơn, ít nhất là 3 phút trở lên mới có cơ hội thể hiện được rõ ràng, đầy đủ cả những nguyên tắc sáng tác nội dung kịch bản phim.

2.2.1.2. Chế tác theo đơn đặt hàng

Từ một chiến lược truyền thông, các nhãn hàng sẽ hình thành nhu cầu sản xuất phim quảng cáo để quảng bá sản phẩm và kích cầu thị trường. Sự chủ động đặt hàng từ các thương hiệu khiến cho công việc chế tác phim quảng cáo phải tuân thủ và đáp ứng được những yêu cầu cụ thể mà nhà sản xuất đề ra. Xét trong ba thành phần chính của những nguyên lý sáng tạo nội dung kịch bản thì yếu tố ý tưởng chủ đạo là yếu tố bị “đặt hàng” khắt khe nhất, người sáng tác không thể tự ý thay đổi. Trong khi hai yếu tố còn lại là nhân vật và nội dung cốt truyện thì có thể được tự do sáng tạo hơn.

2.2.1.3. Tính thương mại

Thực ra trong chức năng và đặc trưng của tác phẩm nghe nhìn nói chung, tác phẩm điện ảnh nói riêng luôn có tính thương mại, đặc biệt là dòng phim đại chúng - giải trí. Nhưng tính thương mại trong tác phẩm phim truyện thể hiện ở khả năng tạo ra lợi nhuận từ chính tác phẩm đó. Trong phim quảng cáo thì không như vậy. Phim quảng cáo không được sản xuất và trình chiếu để thu tiền khán giả, không trực tiếp tạo ra lợi nhuận mà chỉ là một phương tiện, cách thức hiệu quả trong hoạt động kinh doanh một sản phẩm hàng hóa khác. Vì vậy, tính thương mại của phim quảng cáo thể hiện ở khả năng thúc đẩy hành vi mua hàng của khán giả. Chức năng của phim quảng cáo là làm tăng hiệu quả bán hàng, giúp cho một nhãn hàng cụ thể đạt được lợi nhuận. Trong trường hợp phim quảng cáo làm ra không phải để bán hàng mà khẳng định thương hiệu hoặc củng cố vị thế của doanh nghiệp đi nữa, thì mục đích cuối cùng vẫn là bán hàng sau đó.

2.2.1.4. Tính nghệ thuật

Dù phần lớn phim quảng cáo được cho là làm ra “không phải là để người ta ưa thích, để giải trí, hay để đạt giải thưởng, mà là để bán hàng”, vẫn có một số lượng những bộ phim quảng cáo hội tụ được tất cả những yếu tố trên. Đó là những phim quảng cáo vượt trên mục tiêu kinh doanh

thông thường, đạt tới tính nghệ thuật trong kể chuyện, khiến bộ phim có thể tồn tại như một tác phẩm độc lập, mang đầy đủ giá trị thường thấy ở một tác phẩm nghệ thuật. Việc cân bằng giữa yếu tố nghệ thuật trong kể chuyện quảng cáo và mục đích thương mại của phim quảng cáo là mấu chốt quan trọng trong sáng tác kịch bản phim loại hình này.

2.2.2. Thực tế vận dụng kịch học điện ảnh trong sáng tác phim quảng cáo

2.2.2.1. Vận dụng hầu hết nguyên lý cơ bản trong kịch học điện ảnh vào sáng tác phim quảng cáo

Từ những đòi hỏi đặc thù của công nghệ truyền thông nói chung và loại hình phim quảng cáo nói riêng, nghệ thuật viết kịch bản phim quảng cáo phải hình thành những nguyên lý phù hợp để đáp ứng đúng nhu cầu sản xuất. Trước hết là sự vận dụng cả 3 cụm nguyên lý cơ bản trong kịch học điện ảnh vào sáng tác và sản xuất phim quảng cáo. Nguyên lý về xây dựng nhân vật như: nhân vật phải có cá tính, nhân vật phải có lý lịch tiểu sử, nhân vật phải có hành động, mục đích rõ ràng, nhân vật phải tạo được sự thương cảm... Nguyên lý tạo dựng cấu trúc - cốt truyện: cấu trúc 3 hồi, các bước ngoặt quan trọng, điểm thắt nút và cởi nút kịch tính, cú twist, cái kết... Nguyên lý tạo dựng thông điệp, thể hiện ý tưởng chủ đạo... Về phương tiện biểu đạt đặc trưng của nghệ thuật nghe nhìn, các bộ phim đều khai thác tối đa khả năng biểu đạt đặc sắc của hình ảnh chuyển động.

2.2.2.2. Biến thông điệp của nhãn hàng thành thông điệp của tác phẩm

Để đáp ứng một trong những đòi hỏi hàng đầu của phim quảng cáo là tuyên ngôn được thông điệp của nhãn hàng/ sản phẩm cần quảng bá, phim quảng cáo thường áp dụng quy trình sáng tác ngược trong xây dựng kịch bản phim nhằm biến thông điệp cần tuyên ngôn đó thành thông điệp của chính phim quảng cáo. Từ thông điệp nghệ thuật của tác phẩm/ thông điệp truyền thông của nhãn hàng và nội dung kịch bản, đạo diễn sẽ căn cứ vào đó “để vận dụng phương pháp, thủ pháp thể hiện nhằm tạo ra một chỉnh thể nghe nhìn đạt tới sự thống nhất nghệ thuật”.

2.2.2.3. Vận dụng nguyên tắc xây dựng chi tiết nghệ thuật để quảng bá tính năng sản phẩm

Tính năng của sản phẩm cần quảng bá trong cả 3 phim khảo sát đều được thể hiện thông qua chi tiết nghệ thuật một cách hiệu quả, góp phần tạo nên thành công chung cho tác phẩm.

2.3. Kịch học điện ảnh trong sáng tác trò chơi điện tử

2.3.1. Một số yêu cầu của chương trình trò chơi điện tử

2.3.1.1. Tính trải nghiệm, tương tác nhập vai

Là một “đứa con” của kỹ thuật số, trò chơi điện tử khá đặc biệt khi có sự kết hợp giữa nghệ thuật kể chuyện bằng hình của điện ảnh với tính trải nghiệm đặc thù của trò chơi điện tử trên nền tảng phương tiện truyền thông mới. Tính trải nghiệm, tương tác nhập vai của người chơi/ người xem có thể coi là nét riêng độc đáo nhất của loại hình này.

2.3.1.2. Kể chuyện liên phương tiện và xuyên phương tiện

Khái niệm “kể chuyện đa phương tiện” được hầu hết các nhà nghiên cứu thống nhất với hai dạng kết hợp đa phương tiện phổ biến đó là xuyên phương tiện và liên phương tiện. Nếu như xuyên phương tiện mở ra khả năng kể chuyện cho đa dạng nhiều nền tảng truyền phát cùng một lúc (cả hoạt hình, truyện, game, điện ảnh...) thì liên phương tiện lại tích hợp nhiều ngôn ngữ biểu đạt vốn thuộc các loại hình khác nhau vào cùng một tác phẩm. Khả năng kể chuyện xuyên phương tiện, liên phương tiện như trên khiến cho việc sáng tạo văn bản (cả nội dung lẫn biểu đạt) trở nên đa dạng hơn bao giờ hết.

2.3.2. Thực tế vận dụng kịch học điện ảnh trong sáng tác chương trình trò chơi điện tử hiện nay

2.3.2.1. Lấy người chơi làm tâm điểm của sáng tác

Là một “đứa con” của kể chuyện đa phương tiện, trò chơi 3D “sinh sau đẻ muộn” nhất và kế thừa một số đặc điểm và thủ pháp riêng của lý thuyết kịch học điện ảnh khi vận dụng trong chế tác game, tiêu biểu nhất là lấy người chơi làm tâm điểm của chế tác nhằm đảm bảo tính trải nghiệm, tương

tác nhập vai trong xây dựng nhân vật, thiết kế giao diện và tạo dựng tình huống, vật phẩm, thăng cấp, cuộc phiêu lưu...

2.3.2.2. Năng động trong xây dựng cấu trúc - cốt truyện

Khi xem xét yếu tố cấu trúc - cốt truyện trong những tác phẩm game được khảo sát, người viết nhận thấy vẫn hiện diện các dạng cấu trúc cơ bản trong kịch học điện ảnh nhưng được phát triển một cách năng động, phức tạp, linh hoạt hơn. Cụ thể là tác phẩm game cũng xây dựng mô hình cấu trúc 3 hồi và đa cấu trúc nhưng trong cấu trúc 3 hồi lại có sự phân nhánh của cốt truyện phụ và đa cấu trúc thì được sử dụng trong tư duy sáng tác và đòi hỏi người chơi phải trải nghiệm thành nhiều lượt khác nhau mới có thể khám phá được.

2.3.2.3. Tạo hình bằng dạng đặc biệt của điểm nhìn ống kính

Dù cùng sử dụng những phương tiện biểu đạt đặc trưng của điện ảnh, tạo hình của game vẫn có thủ pháp đặc biệt như điểm nhìn của ống kính máy quay, chính xác hơn là điểm nhìn của khuôn hình, vì máy quay không tồn tại trong sản xuất game 3D. Trong thành phần sáng tác trò chơi điện tử, người quay phim được “tích hợp” vào họa sĩ thiết kế, lập trình viên... Vì thế không có thiết bị máy quay hay ống kính nào xuất hiện trong sản xuất. Ngược lại, trò chơi điện tử có thể thiết kế những cú máy rất dài, chỉ cắt cảnh sau mỗi trường đoạn lớn, tương ứng như một cuộc gặp gỡ, thậm chí không hề cắt cảnh trong toàn bộ tác phẩm game.

Tiểu kết

Khảo sát thực tiễn vận dụng kịch học điện ảnh trong sáng tác 3 loại hình tác phẩm đa phương tiện tiêu biểu cho thấy, về cơ bản đều tuân thủ hầu hết nguyên lý của kịch học điện ảnh. Sự khác biệt chủ yếu nằm ở đặc trưng loại hình, do đòi hỏi đặc trưng của loại hình đó quy định. Thêm nữa là sự chi phối bởi yếu tố phương tiện truyền thông. Cuối cùng, những thủ pháp vận dụng lý thuyết kịch học trong chế tác phim trực tuyến, phim quảng cáo và video game đã được phân tích và hệ thống hóa thành những thủ pháp vận dụng kịch học trong sáng tạo tác phẩm đa phương tiện.

Chương 3. BÀN VỀ KHẢ NĂNG VẬN DỤNG KỊCH HỌC ĐIỆN ẢNH VÀ MỐI QUAN HỆ VỚI SÁNG TẠO TÁC PHẨM ĐA PHƯƠNG TIỆN Ở THỜI KỲ CÔNG NGHỆ SỐ

3.1. Khả năng vận dụng kịch học điện ảnh trong thời kỳ công nghệ số

3.1.1. Mở rộng biên độ vận dụng của kịch học điện ảnh

Qua cách thức vận dụng kịch học trong sáng tạo tác phẩm đa phương tiện, trước đòi hỏi mới của phương tiện truyền phát và môi trường truyền thông, so với phim truyện điện ảnh truyền thống, các loại hình tác phẩm này đã có sự vận dụng linh hoạt lý thuyết kịch học điện ảnh theo dạng công thức phổ quát: **kế thừa hầu hết những nguyên lý sáng tác (cơ bản, phổ biến) trong kịch học điện ảnh đồng thời, với mỗi một loại hình (mới) của kể chuyện đa phương tiện sẽ sử dụng một số thủ pháp khác nhau nhằm đáp ứng được đúng yêu cầu, đòi hỏi đặc trưng riêng của thể loại.** Trừ những thủ pháp buộc phải biến đổi để đáp ứng yêu cầu, đòi hỏi riêng của đặc trưng loại hình, còn lại, hầu hết nguyên lý trong kịch học điện ảnh vẫn được kế thừa sáng tạo đa phương tiện. Điều đó khẳng định khả năng vận dụng xuyên loại hình, không chỉ trong ngành điện ảnh nữa mà mở rộng biên độ sang lĩnh vực truyền thông, báo chí, game... giúp người sáng tác vốn đã có khối lượng kiến thức lý thuyết về kịch học điện ảnh có thể mở rộng biên độ thực hành sáng tạo cho đa thể loại, đa nền tảng, đa phương tiện.

3.1.2. Hiệu quả của kịch học điện ảnh trong sáng tạo tác phẩm đa phương tiện

Cuốn hút người xem bằng những hình tượng nghệ thuật có thể coi là hiệu quả trước tiên bất cứ một loại hình tác phẩm nghệ thuật nào cũng phải đạt được, không riêng gì điện ảnh hay đa phương tiện. Để hiện thực hóa hiệu quả này, người kể chuyện bao giờ cũng phải quan tâm đến cảm xúc của “người nhận” trong quá trình dịch giải, rồi mới tới giá trị nghệ thuật, kinh tế hay xã hội... những yếu tố trực tiếp quyết định chất lượng và hiệu quả của tác phẩm. Sự hòa quện không thể tách rời giữa 2 yếu tố thông điệp và hình thức thể hiện, giữa cái biểu đạt và cái được biểu đạt mới cung cấp đầy đủ cơ sở cho dịch giải trong quá trình tiếp nhận của người xem. Đây

chính là lúc vai trò của kịch học điện ảnh được khẳng định. Nếu chỉ có sức mạnh của hình thức của biểu đạt, có thể tạo ra một MV đẹp với những khung hình mãn nhãn thị giác nhưng mới chỉ là “điều kiện cần”, chưa phải điều kiện “đủ” cho một tác phẩm chất lượng. Vấn đề cốt yếu vẫn ở nội dung. Để thiết lập nội dung thì không thể xa rời nguyên tắc lý thuyết trong xây dựng kịch bản là kịch học điện ảnh. Do đó, kịch học điện ảnh trong quá trình được sử dụng để sáng tạo nội dung đã góp phần tác động vào chất lượng nghệ thuật của tác phẩm đa phương tiện.

3.2. Đóng góp của kịch học điện ảnh vào sự phát triển của sáng tạo tác phẩm đa phương tiện

3.2.1. Sự phát triển của kể chuyện đa phương tiện

Nếu nghệ thuật điện ảnh sử dụng phương tiện truyền thông (internet, điện thoại...) để truyền tải tác phẩm đến khán giả thì ngược lại, truyền thông đang sử dụng phim ảnh như một công cụ để thực hiện các chiến lược truyền thông của mình. Quá trình soát xét lại hai hình thức kể chuyện được đề cập trong đề tài là kể chuyện bằng hình và kể chuyện đa phương tiện một lần nữa khẳng định vai trò quan trọng, có tính chất quyết định của phương tiện truyền thông và môi trường truyền thông. Do đó, nghiên cứu về sáng tạo tác phẩm đa phương tiện còn đóng góp thêm cho tự sự học đa phương tiện nói riêng và lý thuyết tự sự nói chung những tiếng nói đa dạng và được đúc rút từ thực tiễn sáng tác. Bởi chưa bao giờ, những khái niệm chủ đạo trong nghiên cứu tự sự như: người kể chuyện, người nghe chuyện, phương tiện, điểm nhìn, không gian - thời gian tự sự, tư tưởng nghệ thuật... lại trở nên biến động và mờ nhòe đến thế.

Như vậy, từ thực tiễn phát sinh của loại hình, của phương tiện biểu đạt và phương tiện truyền thông, người kể chuyện sẽ phải điều chỉnh, thay đổi, bổ sung... phương pháp, quy trình sáng tạo cho phù hợp, thích ứng.

3.2.2. Phát triển đa dạng loại hình

Trước đòi hỏi của công nghệ số, sáng tạo nội dung số hay kể chuyện kỹ thuật số ngày nay cùng một câu chuyện đa phương tiện có thể được kể

“xuyên” qua nhiều phương tiện biểu đạt: từ nghe nhìn, tương tác nhập vai, sang hội họa + chữ viết... cũng có thể được kể bằng cách kết hợp liên phương tiện nhiều loại hình biểu đạt cùng lúc. Sự kết hợp đó chính là nguyên do hình thành nên ít nhất là 2 loại hình tác phẩm mới tính đến thời điểm này đó là **điện ảnh thực tế ảo** và **điện ảnh tương tác**. Sự xuất hiện của các loại hình kể trên cho thấy nhu cầu khai thác kết hợp sức mạnh biểu đạt của các ngôn ngữ ngoài ngôn từ, như hội họa, hình ảnh chuyển động, không gian thực tế ảo... là đòi hỏi mới của kể chuyện kỹ thuật số. Người sáng tạo nội dung số giờ đây không thể chỉ sáng tác từng loại hình riêng rẽ tách bạch mà phải hướng tới kể chuyện đa phương tiện ngay từ khâu tư duy ý tưởng.

3.3. Tác động trở lại của tác phẩm đa phương tiện đối với nghệ thuật điện ảnh

3.3.1. Làm phong phú thêm khả năng biểu đạt của điện ảnh

Vẫn được coi là một trong số những “loại hình nghệ thuật đa phương tiện”, điện ảnh trong giai đoạn phương tiện truyền thông mới tất yếu nằm trong dòng chảy vận động của chuyển đổi số, của hình thái kể chuyện đa phương tiện. Mặc dù vậy, sự hình thành và phát triển của một số loại hình tác phẩm đa phương tiện trong công cuộc chuyển đổi số cũng đang tác động ngược trở lại điện ảnh. Ví dụ, trò chơi điện tử với vai trò mở ra những khả năng kể chuyện mới khiến cho điện ảnh phải “nghĩ lại”, phải tìm tòi khám phá, thể nghiệm hơn nữa các cách thức kể chuyện. Đồng thời, đặc điểm kể chuyện phi tuyến tính, đa tuyến tính của game làm phong phú thêm kết cấu tự sự của điện ảnh và phương thức biểu đạt của điện ảnh.

3.3.2. Dòng phim được chuyển thể từ phiên bản game

Trong cuộc cạnh tranh lành mạnh và tích cực giữa phim truyện điện ảnh và video games, tác động qua lại hai chiều biện chứng giữa hai loại hình đã tạo ra dòng phim được chuyển thể từ các phiên bản game đã thành công trước đó. Tính đến nay, có khoảng 60 bộ phim cải biên từ các trò chơi điện tử. Khi chuyển thể từ game, hầu hết các phiên bản điện ảnh đều cố gắng bảo tồn tính tương tác nhập vai của khán giả vào từng quyết định lựa

chọn trong diễn biến phim. Tuy nhiên, nội dung cốt truyện trong game vẫn là một yếu tố mờ nhạt so với điện ảnh. Game dường như không cần tạo ra niềm tin của khán giả vào câu chuyện. Vì vậy, hệ thống tình tiết logic, nhân vật được xây dựng hợp lý, cuốn hút, diễn tiến sự kiện logic... không phải là điểm mạnh ở game. Bên cạnh đó, lượng khán giả của game vô cùng hùng hậu... Dù chưa đạt được sự thành công như kỳ vọng so với tựa game, các phiên bản điện ảnh chuyển thể từ loại hình này ít nhất đã tạo nên một xu hướng chuyển thể, một dòng phim cho nghệ thuật điện ảnh.

3.3.3. Tác động đến trải nghiệm và cảm thụ nghệ thuật điện ảnh

Hình thức xem phim điện ảnh trên điện thoại thông minh ngày nay đã trở nên phổ biến. Việc trải nghiệm tác phẩm phim truyện thông qua màn hình điện thoại cũng có những điểm khác biệt, tác động đến sáng tạo và sản xuất, ví như giao diện của màn hình điện thoại, dạng khuôn hình ngang dọc, giao diện của màn hình, khả năng tương tác, trải nghiệm nhập vai vào tác phẩm...

Tiểu kết

Từ kết quả nghiên cứu về thủ pháp chế tác đa phương tiện, ở chương III của công trình tiếp tục bàn luận mở rộng khả năng vận dụng của kịch học điện ảnh và mối quan hệ của nó với sáng tạo đa phương tiện trong thời kỳ công nghệ số. Phương tiện truyền thông đang tác động trở lại sáng tác, làm thay đổi cả phương tiện biểu đạt - thứ “ngôn ngữ” vốn được coi là đặc trưng nhận diện của mỗi loại hình. Sự thay đổi về ngôn ngữ biểu đạt trong tác phẩm nghe nhìn hiện nay đang phổ biến ở dạng liên phương tiện và xuyên phương tiện.

Tiến hành nghiên cứu mối quan hệ tương tác giữa lý thuyết sáng tạo phim truyện điện ảnh (truyền thống) với thực tiễn phát sinh đa dạng phương tiện, ở chiều hướng thứ nhất, lý thuyết sáng tạo tác phẩm điện ảnh là kịch học điện ảnh đã vận động cùng thực tiễn đa phương tiện, hiện diện trong tác phẩm đa phương tiện ở cả 3 loại hình tiêu biểu (phim trực tuyến, phim

quảng cáo và trò chơi điện tử) và góp phần phát huy hiệu quả của kể chuyện đa phương tiện. Ở chiều hướng ngược lại, chính sự xuất hiện đa dạng tác phẩm đa phương tiện trong thời kì công nghệ số đã thúc đẩy điện ảnh phải vận động, thay đổi, giúp phát triển đa dạng khả năng biểu đạt, đáp ứng tốt hơn nhu cầu giải trí của khán giả internet nhưng không được lơ là trọng trách định hướng khán giả, nâng tầm thị hiếu khán giả hướng tới các giá trị “chân, thiện, mỹ” như sứ mệnh vốn có của văn hóa nghệ thuật. Để làm được điều đó, thật may, chính thủ pháp vận dụng kịch học điện ảnh lại có khả năng đáp ứng. Bởi kịch học điện ảnh là nguồn lý thuyết của sáng tạo nghệ thuật điện ảnh, giúp tác phẩm điện ảnh đồng thời đạt được giá trị nghệ thuật và giá trị thương mại. Đó là một quan điểm mang tính đề xuất giải pháp của tác giả luận án.

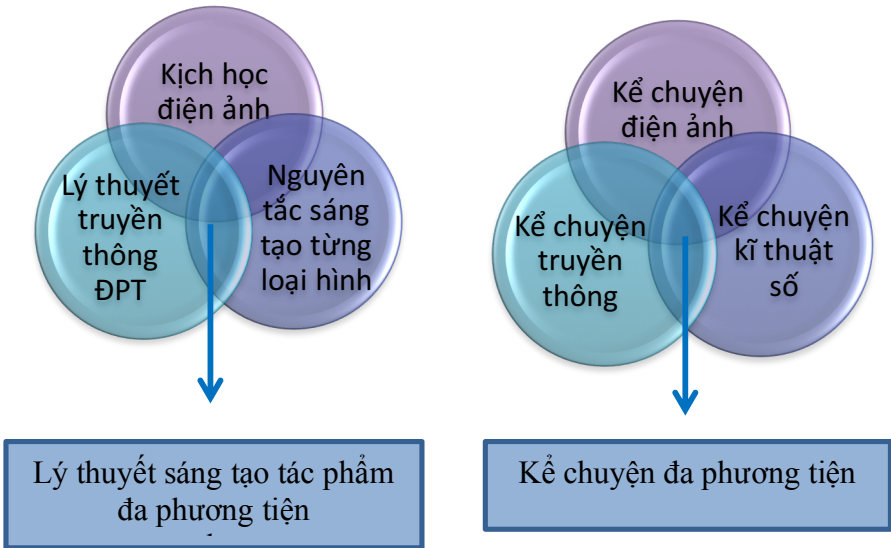
KẾT LUẬN

Cuộc cách mạng chuyển đổi số đầu thế kỉ XXI đã khiến ngành công nghiệp truyền thông trong khoảng 20 năm trở lại đây có “bước phát triển mạnh mẽ với những đột phá bất ngờ, xóa nhòa khoảng cách thời gian - không gian trong việc tiếp cận thông tin trên toàn thế giới”. Người sáng tạo nội dung số cho khán giả internet đứng trước thách thức lớn là kể chuyện đa phương tiện. Đặc điểm đầu tiên của kể chuyện đa phương tiện là khả năng kể chuyện trên bất kỳ loại hình, nền tảng, phương tiện truyền phát nào. Hiện nay ở các công ty truyền thông, cùng một người sáng tác sẽ phải đảm nhận theo đơn đặt hàng đa dạng: xây dựng TVC, thiết kế nội dung cho game, viết kịch bản phim truyện... Đặc điểm thứ hai là kể chuyện xuyên phương tiện. Câu chuyện có thể du hành từ phương tiện này sang phương tiện khác, từ sách ảnh, sách điện tử sang phim truyện, sang game hoặc video trực tuyến... Đặc điểm thứ ba là sự kết hợp liên phương tiện của nhiều ngôn ngữ biểu đạt trong cùng một tác phẩm, ví dụ: hội họa, điện ảnh, văn học, truyền thông... cùng tích hợp trong game. Từ góc độ chế tác điện ảnh, khi sản xuất phim truyện điện ảnh không chỉ dừng ở bộ phim chiếu rạp mà cùng lúc phát hành trên internet, phần mềm OTT với những định dạng dài

ngắn khác nhau, hoặc chuyển thể xuyên phương tiện thành phiên bản game, truyện tranh... đòi hỏi các nhà làm phim phải cùng lúc nắm được lý thuyết và cách thức chế tác nhiều loại hình, lĩnh vực, định dạng. Nhu cầu về một nguồn lý thuyết thống nhất, có khả năng vận dụng cho nhiều loại hình, định dạng để kể chuyện đa phương tiện là một đòi hỏi đặt ra từ thực tiễn và rõ ràng còn là “mảnh đất trống” trong lý luận sáng tác điện ảnh, truyền thông.

Đứng trước thực tiễn phát triển của công nghệ như trên, nhiệm vụ của người sáng tạo nội dung cho phương tiện nghe nhìn trong giai đoạn này là vận động và thích ứng với tốc độ phát triển của công nghệ đồng thời đáp ứng tốt nhu cầu của công chúng và thực tiễn sản xuất. Vì vậy, chương I của luận án thực hiện nhiệm vụ hệ thống hóa những cơ sở lý luận của kịch học điện ảnh trong sáng tác đa phương tiện. Tiếp theo, trong chương II, trước yêu cầu của thực tiễn, những nguyên tắc, niêm luật cơ bản của kịch học điện ảnh vẫn đang tiếp tục phát huy hiệu quả trong hoạt động sáng tác kịch bản, sản xuất và phát hành phim truyện nói riêng và hầu hết các thể loại tác phẩm nghe nhìn nói chung. Khảo sát qua một số tác phẩm tiêu biểu của 3 loại hình kể chuyện đa phương tiện, người viết nhận thấy những đặc điểm và thủ pháp vận dụng kịch học điện ảnh vừa có tính kế thừa, vừa có sự phối kết hợp, điều chỉnh linh hoạt nhằm đáp ứng những đòi hỏi cụ thể của từng loại hình và đòi hỏi của kể chuyện đa phương tiện. Qua đó thể hiện rằng, mỗi loại hình tác phẩm đa phương tiện vận dụng những thủ pháp sáng tác khác nhau, nhưng cùng có điểm chung là khai thác nguồn lý thuyết kịch học điện ảnh. Bởi đây vẫn được coi là hệ thống lý thuyết cơ bản và kinh điển nhất từ trước đến nay cho kể chuyện bằng hình (ảnh chuyển động). Vì vậy, chứng minh khả năng và hệ thống hóa thủ pháp vận dụng đa phương tiện, xuyên phương tiện và liên phương tiện của lý thuyết kịch học điện ảnh là một luận điểm mang tính giải pháp, thể hiện tính mới của đề tài. Chương III của luận án tiến hành bản luận mở rộng vấn đề, đánh giá ưu nhược điểm của thủ pháp vận dụng kịch học điện ảnh trong sáng tác đa phương tiện đối với thực tiễn và lý thuyết, từ đó bàn luận về khả năng vận dụng của kịch học điện ảnh trong sáng tạo tác phẩm đa phương tiện nhằm chứng minh rằng: Khả năng vận dụng của kịch học điện ảnh trong sáng tạo đa phương

tiện là vô cùng khả thi, xét cả chiều rộng khi áp dụng vào đa thể loại và chiều sâu khi tác động đến chất lượng, hiệu quả của tác phẩm. Cuối cùng, công trình tìm hiểu sự tác động ngược trở lại của tác phẩm đa phương tiện đối với nghệ thuật điện ảnh, nhằm nhận diện đầy đủ mối quan hệ tương tác hai chiều của tác phẩm đa phương tiện với điện ảnh. Vì vậy, nghiên cứu về kể chuyện đa phương tiện, cụ thể là lý thuyết sáng tác cho tác phẩm đa phương tiện cũng sẽ hữu ích cho cả hoạt động chế tác điện ảnh. Hơn nữa, đối tượng nghiên cứu là thủ pháp vận dụng kịch học điện ảnh vào kể chuyện đa phương tiện nên người sáng tạo điện ảnh vốn đã vận dụng lý thuyết này trong kể chuyện điện ảnh sẽ tham khảo vận dụng sang cả các loại hình khác để đáp ứng được yêu cầu sáng tạo nội dung vô cùng đa dạng trong thời kỳ công nghệ số.



Nhìn vào sơ đồ trên, kịch học điện ảnh được định vị là lý thuyết của sáng tạo tác phẩm điện ảnh nhằm mục đích kể chuyện điện ảnh. Tương tự, lý thuyết truyền thông đa phương tiện là lý thuyết sáng tạo cho tác phẩm truyền thông đa phương tiện nhằm mục đích kể chuyện truyền thông và nguyên tắc sáng tạo từng loại hình cụ thể như game, web, quảng cáo... là lý thuyết sáng tạo nội dung cho từng loại hình trong kể chuyện kỹ thuật số. Việc nghiên cứu

riêng rẽ từng nguồn lý thuyết kể trên đã có nhiều. Song điểm giao thoa của cả 3 nguồn lý thuyết trên thì người viết chưa tìm thấy ở bất kì tài liệu nào và chính là đối tượng nghiên cứu của đề tài. Thông qua nghiên cứu cách thức vận dụng kịch học điện ảnh khi buộc phải kết hợp với lý thuyết truyền thông và lý thuyết sáng tạo riêng biệt theo loại hình để mở rộng biên độ và hiệu quả của sáng tác, đề tài đã chỉ ra điểm gặp gỡ giữa 3 nguồn lý thuyết khác biệt kể trên chính là lý thuyết sáng tạo cho tác phẩm đa phương tiện nhằm mục đích kể chuyện đa phương tiện, cũng là dạng thức kể chuyện vô cùng mới mẻ, là điểm tiếp giáp hội tụ của cả 3 phương thức kể chuyện điện ảnh, kể chuyện truyền thông và kể chuyện kỹ thuật số.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ

1. Đặng Thu Hà (2020), “Khai thác và xử lý đề tài gia đình trong bộ phim *Những kẻ trộm siêu thị*”, *Tạp chí Nghiên cứu Sân khấu và Điện ảnh* số 25/2020, tr. 66-71.
2. Nguyễn Thanh, Đặng Thu Hà (2020), “Exposition - khúc mở đầu hay dẫn dắt truyện trong kịch học và những vấn đề đặt ra với kịch bản phim truyện: Phân tích phim “Joker” bằng khái niệm Exposition”, *Tạp chí Nghiên cứu Sân khấu và Điện ảnh* số 27/2020, tr. 20-29.
3. Đặng Thu Hà (2020), “Giáo trình môn học: Biên kịch. Phần I. Xây dựng cấu trúc kịch bản phim truyện”, *Công trình nghiên cứu cấp cơ sở*, Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội.
4. Đặng Thu Hà (2021), “Giáo trình môn học: Biên kịch. Phần II. Cách kể chuyện” *Công trình nghiên cứu cấp cơ sở*, Trường Đại học Sân khấu - Điện ảnh Hà Nội.
5. Đặng Thu Hà (2021), “Từ kể chuyện truyền khẩu đến kể chuyện đa phương tiện”, *Tạp chí Nghiên cứu Sân khấu và Điện ảnh* số 32/2021, tr.53-59; số 33/2022, tr.40-47.
6. Đặng Thu Hà (2022), “Tác động của phương tiện truyền thông mới đến sáng tạo tác phẩm nghe nhìn”, *Tạp chí Văn hóa học* số 6 (64)/2022, tr. 30-35
7. Đặng Thu Hà (2022), “Điểm nhìn nghệ thuật trong 2 phiên bản phim điện ảnh chuyển thể từ tác phẩm văn học **Người đẹp say ngủ** của Kawabata Yasunari”, *Tạp chí Văn hóa học*, số 3(67)-2023, tr. 93-102.
8. Đặng Thu Hà (2023), “Sáng tác kịch bản trong phim truyện trực tuyến”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, số 533, tr. 85-88.
9. Đặng Thu Hà (2023), “Khán giả internet trong thời kỳ công nghệ số”, *Tạp chí Nghiên cứu Sân khấu và Điện ảnh*, số 39/2023, tr. 63-69.
10. Đặng Thu Hà (2023), “Viết kịch bản phim tài liệu nhà nước đặt hàng ở Việt Nam”, một chương của cuốn sách *Dạy và học phim tài liệu điện ảnh trong thế kỉ 21* của Hiệp hội điện ảnh quốc tế CILECT.