

NỖI SỢ DƯ LUẬN VỚI SỰ PHÁT TRIỂN PHIM TẾT VIỆT NAM
GIAI ĐOẠN 2017 – 2025

Trần Duy Khương^{1,2*}

THE FEAR OF PUBLIC OPINION
IN THE DEVELOPMENT OF VIETNAMESE TET FILMS DURING 2017 – 2025

Tran Duy Khuong^{1,2*}

Tóm tắt – Từ năm 2017, phim Tết Việt Nam phát triển mạnh mẽ, đồng thời cũng chịu nhiều ảnh hưởng bởi sức mạnh của dư luận. Tuy vậy, nỗi sợ dư luận trong lĩnh vực nghệ thuật nói chung và lĩnh vực phim Tết Việt Nam nói riêng đến nay vẫn chưa được khai thác nhiều trong nghiên cứu khoa học. Trên cơ sở tiếp cận liên ngành giữa Văn hóa học, Xã hội học và Truyền thông, bài viết phân tích biểu hiện và tác động của nỗi sợ dư luận đối với phim Tết Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy nỗi sợ dư luận ở các nhà làm phim Tết chủ yếu thể hiện qua sự né tránh hoặc điều chỉnh hoạt động sáng tạo trước phản ứng tiêu cực của công chúng. Nỗi sợ dư luận tạo ra hai chiều hệ quả: một mặt dẫn đến cơ chế tự kiểm duyệt và hạn chế sáng tạo; mặt khác thúc đẩy việc nâng cao chất lượng sản xuất và tính chuyên nghiệp của phim Tết. Dưới góc nhìn lý thuyết Văn hóa hội tụ, nỗi sợ dư luận trở thành yếu tố tham gia điều tiết sự vận hành của thị trường phim Tết Việt Nam và góp phần thúc đẩy quá trình hội nhập của điện ảnh Việt Nam đương đại.

Từ khóa: nỗi sợ dư luận, phim Tết Việt Nam, văn hóa đại chúng, văn hóa hội tụ.

Abstract – Since 2017, Vietnamese Tet films

have developed vigorously while being markedly shaped by the influence of public opinion. However, the fear of public opinion in the field of art in general, and in Vietnamese Tet films in particular, remains underexplored in academic research. Based on an interdisciplinary approach integrating Cultural Studies, Sociology, and Communication Studies, this paper examined the manifestations and impacts of the fear of public opinion on Vietnamese Tet films. The research findings indicated that among Tet filmmakers, fear of public opinion is primarily expressed through the avoidance of or adjustments to creative practices in response to negative audience reactions. This fear generates dual consequences: on the one hand, it leads to mechanisms of self-censorship and creative constraints; on the other hand, it encourages improvements in production quality and professional standards in Tet films. From the perspective of convergence culture theory, fear of public opinion functions as a regulatory factor in the operation of the Vietnamese Tet film market and contributes to the integration of contemporary Vietnamese cinema into broader regional and global contexts.

Keywords: convergence culture, popular culture, the fear of public opinion, Vietnamese Tet films.

I. MỞ ĐẦU

Tết Nguyên đán là dịp lễ Tết quan trọng nhất trong năm của người Việt. Ở các đô thị lớn, do thiếu vắng hoạt động cộng đồng như ở nông thôn, người dân thường tìm đến các hình thức giải trí, trong đó có việc xem phim tại rạp. Trước năm

¹Nghiên cứu sinh, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

²Trường Đại học Thủ Dầu Một, Việt Nam

Ngày nhận bài: 13/7/2025; Ngày nhận bài chỉnh sửa: 10/12/2025; Ngày chấp nhận đăng: 15/12/2025

*Tác giả liên hệ: khuongtd@tdmu.edu.vn

¹PhD Student, USSH-VNUHCM, Vietnam

²Thu Dau Mot University, Vietnam

Received date: 13 July 2025; Revised date: 10 December 2025; Accepted date: 15 December 2025

*Corresponding author: khuongtd@tdmu.edu.vn

2017, phim điện ảnh Việt Nam có số lượng ít và khó cạnh tranh với các phim bom tấn từ Mỹ, Hàn Quốc, Trung Quốc [1]. Nhưng với định hướng xây dựng nền công nghiệp văn hóa mang bản sắc dân tộc, phim Việt, đặc biệt là phim chiếu Tết, ngày càng được đầu tư và thu hút truyền thông.

Tuy nhiên, dư luận từ các nền tảng truyền thông, các trang mạng xã hội cùng hiệu ứng đám đông cũng tạo ra sức ép lớn, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu phòng vé. Vì vậy, người làm phim luôn tìm cách lôi kéo truyền thông để định hướng dư luận mỗi khi xảy ra khủng hoảng hay phản hồi tiêu cực [2]. Tác động dây chuyền từ dư luận này dẫn đến việc điều chỉnh trong tư duy sáng tạo và định hướng phát triển của điện ảnh. Trong đó, phim Việt chiếu Tết là ví dụ điển hình cho thấy sự phụ thuộc ngày càng lớn vào phản ứng từ công chúng [3]. Do đó, nghiên cứu mối quan hệ giữa nỗi sợ dư luận và sự phát triển của phim Tết Việt Nam giúp làm rõ thêm sức mạnh của dư luận trong đời sống văn hóa hiện nay.

Bài viết này tập trung nghiên cứu sự tác động của nỗi sợ dư luận đến sự phát triển của phim Tết Việt Nam. Nhìn từ góc độ liên ngành, sự tác động này thể hiện qua ba nội dung chính. Thứ nhất, dư luận có thể chi phối mạnh mẽ đến quyết định của các nhà sản xuất. Thứ hai, trong mối quan hệ với sự phát triển phim Tết Việt Nam, nỗi sợ dư luận vừa mang tính tích cực lẫn tiêu cực. Thứ ba, nỗi sợ dư luận có mối quan hệ cộng sinh với sự vận hành thị trường phim Tết Việt Nam. Để thực hiện được điều này, bài viết tiến hành khảo sát sự phát triển của phim Tết Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2017 đến nay, kết hợp với việc thống kê các luồng dư luận về các phim Tết Việt Nam trên trang VnExpress.net, từ đó đi tìm mối liên hệ giữa các luồng dư luận với định hướng và chất lượng nghệ thuật ở các tác phẩm điện ảnh vào những khoảng thời gian sau đó.

II. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Khái niệm ‘sợ’ chủ yếu được đề cập đến trong các tài liệu nghiên cứu thuộc lĩnh vực xã hội và nhân văn. Tuy vậy, hiện có rất ít tài liệu nghiên cứu đưa ra định nghĩa chính thức về sợ. Theo Jericó, sợ là một cảm xúc khó chịu do tin rằng ai đó hoặc cái gì đó nguy hiểm, có khả năng gây đau đớn hoặc đe dọa [4, tr.1-2]. Định nghĩa

này chỉ ra rằng, sợ không chỉ là một cảm xúc cụ thể dựa trên phương diện sinh lí (chịu đau đớn) mà còn dựa trên phương diện tinh thần (bị đe dọa). Từ góc nhìn Chính trị học, Robin [5] chỉ ra rằng nỗi sợ có mối quan hệ chặt chẽ với sự phát triển của trí tuệ và sự hoàn thiện của cơ chế chính trị. Ở lĩnh vực Tâm lí học xã hội, Slovic [6] cho rằng nỗi sợ không phải là sản phẩm của việc phản ứng trước những hiểm họa, mà nó được hình thành từ niềm tin, kinh nghiệm của chủ thể trước những điều hệ trọng do bị lây lan từ cảm xúc của người khác. Kasperson et al. [7] nhận định rằng nỗi sợ thường bị thay đổi bởi sự can thiệp của các đối tượng trong xã hội, như các kênh truyền thông, chính phủ, cũng như dư luận của người dân. Trong khi đó, từ góc nhìn Văn hoá học, Phan Ngọc [8] cho rằng đặc trưng văn hóa Việt Nam chủ yếu được hình thành từ hai nỗi sợ lớn: sợ thiên tai (lũ lụt) và sợ bị xâm lăng. Theo đó, nỗi sợ không còn là một dạng trạng thái tâm lí của một cá nhân, đây là một yếu tố phản ánh đặc trưng văn hoá của cộng đồng dân tộc, hoặc phần đông người của cộng đồng dân tộc ấy. Từ góc nhìn này, sợ là dạng xu hướng tâm lí của cộng đồng khi đối mặt với những nguy cơ, từ đó hình thành nên những đặc trưng văn hoá cho cộng đồng. Bên cạnh đó, khái niệm ‘dư luận’ cũng được đề cập khá sớm. Le Bon [9] nhận định rằng, dư luận chính là dạng ý thức chung được hình thành từ tâm trí chung của cộng đồng. Wilson [10] khẳng định dư luận không phải là một hiện tượng tâm lí thuần túy, nó mang dấu ấn chính trị – đạo đức của một cộng đồng.

Trong khi đó, khái niệm ‘nỗi sợ dư luận’ vẫn chưa được định nghĩa chính thức và chỉ xuất hiện trong một số ít nghiên cứu. Trong nghiên cứu về cơ chế im lặng ở những người sợ đối mặt với dư luận, Noelle-Neumann [11] đã chỉ ra rằng: họ dùng sự lặng im để tránh bị cô lập hoặc bị phản đối, và dư luận mang sức mạnh tỉ lệ thuận với thái độ sợ hãi và sự lặng im ở những nhóm người có quan điểm thiểu số. Trong nghiên cứu về văn hóa Việt Nam, Trần Ngọc Thêm [12] nhận định: người Việt truyền thống sống khép kín trong làng xã nông nghiệp, coi trọng sức mạnh tập thể nên có tâm lí sợ dư luận. Trong bài viết này, chúng tôi dựa trên khái niệm ‘sợ’ và ‘dư luận’ từ các tác giả đi trước để đưa ra định nghĩa cụ thể như

sau: *Nỗi sợ dư luận là một dạng trạng thái tâm lí bị động của chủ thể khi đối mặt với những chiều hướng đánh giá gây bất lợi cho mình.*

Trong khi đó, phim Tết Việt Nam là khái niệm dùng để chỉ phim điện ảnh do Việt Nam sản xuất và chiếu vào dịp Tết Nguyên Đán. Mặc dù chưa trở thành đối tượng nghiên cứu chính thức trong các công trình nghiên cứu, nhưng khái niệm này xuất hiện phổ biến trong các bài báo ngắn trên các phương tiện truyền thông vào dịp Tết Nguyên Đán ở Việt Nam. Vào thời gian trước đây, các phim nước ngoài chiếm giữ vị trí gần như thống lĩnh ở các rạp chiếu phim [13]. Tuy vậy, với lối sống trọng tình cảm, chuộng lối sống lạc quan, người Việt nói chung và giới trẻ nói riêng vẫn có nhu cầu thưởng thức những bộ phim gần gũi đời sống của người Việt hơn. Từ đó, phim Tết dần dần trở thành chủ đề rất được quan tâm bởi các nhà làm phim ở Việt Nam. Hiện nay, phim Tết Việt Nam có mức đóng góp rất cao cho ngành công nghiệp điện ảnh Việt Nam nói riêng và nhóm ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam nói chung, đồng thời trở thành sản phẩm điển hình của văn hóa đại chúng Việt Nam [14].

Ở góc nhìn hẹp là trong việc phát triển phim điện ảnh Việt Nam, việc nhìn nhận nỗi sợ dư luận vẫn chưa được đề cập trong các công trình nghiên cứu, mặc dù nó vẫn là một hiện tượng đang tồn tại trong thực tế. Do đó, trong thời kì văn hóa đại chúng trở nên phổ biến như giai đoạn hiện nay, dư luận và nỗi sợ dư luận trong lĩnh vực nghệ thuật nói chung và nghệ thuật điện ảnh nói riêng cần phải được soi chiếu nhiều chiều, đặc biệt là qua lí thuyết Văn hóa hội tụ. Theo Jenkins [15], hội tụ thể hiện thông qua sự kết hợp của các phương tiện truyền thông (gồm phương tiện truyền thông truyền thống, như: phim ảnh, truyền hình và phương tiện kĩ thuật số, như: YouTube, TikTok), sự tham gia chủ động của khán giả (khán giả chủ động tạo nội dung, chia sẻ, lan truyền thông tin), sự tham gia của các bên đối tác. Việc vận dụng lí thuyết Văn hóa hội tụ trong nghiên cứu này sẽ cung cấp thêm cái nhìn mới về phương diện phê bình phim điện ảnh – một dạng thức mang tính đại diện của văn hóa đại chúng Việt Nam hiện nay.

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong bài nghiên cứu này, đối tượng nghiên cứu được đề cập đến chính là nỗi sợ dư luận ở trường hợp phim Tết Việt Nam. Thời gian nghiên cứu được tính từ năm tháng 1/2017 đến tháng 2/2025. Đây là khoảng thời gian mà phim Tết Việt Nam có sự bứt phá và phát triển mạnh mẽ, có nhiều tác phẩm mang lại doanh thu cao (hơn 100 tỉ đồng Việt Nam, xem Bảng 1). Đồng thời, vào giai đoạn này, ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ dựa trên tiền đề từ giai đoạn phát triển trước đó.

Bảng 1: Phim Tết Việt Nam từ năm 2017 đến tháng 2/2025 có doanh thu trên 100 tỉ VND

Năm	Tên phim	Đạo diễn	Ghi chú
2018	<i>Siêu sao siêu ngố</i>	Đức Thịnh	
2019	<i>Cua lại vợ bầu</i>	Nhất Trung	
	<i>Trạng Quỳnh</i>	Đức Thịnh	
2020	<i>Gái già lắm chiêu 3</i>	Bảo Nhân, Namcito	
2021	<i>Bố già</i>	Trần Thành, Vũ Ngọc Đăng	Đời sang tháng 3 do Covid-19 bùng phát
	<i>Lật mặt 5: 48H</i>	Lí Hải	Đời sang tháng 3 do Covid-19 bùng phát
2022	<i>Chìa khóa trăm tỷ</i>	Võ Thanh Hòa	
	<i>Nhà bà Nữ</i>	Trần Thành	
2023	<i>Chị chị em em 2</i>	Vũ Ngọc Đăng	
	<i>Siêu lừa gặp siêu lầy</i>	Võ Thanh Hòa	
2024	<i>Mai</i>	Trần Thành	
	<i>Bộ tứ báo thù</i>	Trần Thành	
2025	<i>Nụ hôn bạc tỷ</i>	Thu Trang	
	<i>Nhà gia tiên</i>	Huỳnh Lập	Sau Tết
	<i>Đèn âm hồn</i>	Hoàng Nam	

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ trang [VnExpress.net](https://vnexpress.net)

Nỗi sợ dư luận trong bài viết được tiếp cận theo hướng liên ngành Văn hóa học – Xã hội học – Truyền thông. Hướng nghiên cứu Xã hội học chỉ ra thực trạng của vấn đề, nhìn nhận nỗi sợ dư luận trong quan hệ với sự phát triển của phim Tết Việt Nam thông qua những hình thức thể hiện. Hướng nghiên cứu Văn hóa học nhìn nhận thực chất của vấn đề, giúp biện giải tính giá trị của dư luận trong văn hóa Việt Nam. Hướng nghiên cứu Truyền thông chủ yếu chỉ ra quá trình tác động của nỗi sợ dư luận đến các nhà làm phim Tết Việt Nam.

Phương pháp phân tích được sử dụng trong toàn bộ nghiên cứu nhằm chỉ ra những biểu hiện cụ thể của nỗi sợ dư luận ở các nhà làm phim Tết Việt Nam, cũng như làm rõ những mặt tích cực và tiêu cực do nỗi sợ dư luận mang đến cho quá trình phát triển phim Tết nói riêng và phim điện ảnh nói chung ở Việt Nam. Từ đó, nghiên

cứu cho thấy nỗi sợ dư luận có sự tác động lớn đến xu hướng phát triển của phim Tết Việt Nam.

Bên cạnh đó, phương pháp thống kê được sử dụng chủ yếu trong quá trình khảo sát các phản hồi đánh giá của công chúng đối với các phim Tết Việt Nam thông qua các bài viết về phim Tết đăng trên trang VnExpress.net từ năm 2017 đến năm. Trang báo điện tử VnExpress.net ra đời vào đầu năm 2001, nay trực thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ, được xem là tiền thân của báo chí hiện đại ở Việt Nam. Với xu hướng cập nhật nhanh, chính xác và mang tính mở, đa chiều, trang báo điện tử này cho phép độc giả để lại bình luận chia sẻ hợp pháp ở dưới mỗi bài viết, một số bài viết còn tiến hành mở bình chọn trực tiếp để lấy ý kiến của công chúng. Trong đó, những bài viết liên quan đến phim Tết Việt Nam cũng được công chúng quan tâm trong dịp Tết Nguyên đán hằng năm. Dựa trên các ý kiến phản hồi này, nghiên cứu đã thống kê các lượt ý kiến tiêu cực đối với từng bộ phim Tết do Việt Nam sản xuất, kết hợp khảo sát các bài viết về động thái của những người liên quan trực tiếp đến bộ phim (như nhà sản xuất, đạo diễn, diễn viên chính...). Nếu những động thái này có biểu hiện bị động của trạng thái sợ, nghiên cứu sẽ ghi nhận có sự xuất hiện của nỗi sợ dư luận đối với trường hợp đó. Phương pháp này được dùng hỗ trợ cho việc đưa ra các nhận định về sự ảnh hưởng của nỗi sợ dư luận đối với động thái của các nhà làm phim Tết Việt Nam.

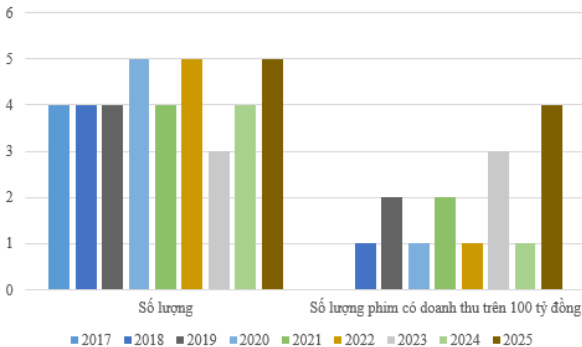
IV. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

A. Biểu hiện của nỗi sợ dư luận trong quá trình chế tác và phát hành phim Tết Việt Nam

Sự thành công của ngành công nghiệp văn hóa ở một số quốc gia trên thế giới đã góp phần thúc đẩy Việt Nam nhìn nhận lại vai trò của ngành công nghiệp đặc biệt này [16]. Hưởng ứng tinh thần đổi mới sáng tạo theo Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/09/2016 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 [17], ngành điện ảnh Việt Nam đã tập trung đầu tư cho các sản phẩm văn hóa đại chúng, giúp văn hóa trở thành sức mạnh kinh tế một cách thực thụ. Do vậy, từ năm 2017 đến nay, phim Tết ngày càng được đầu tư sản xuất với số lượng phong phú, đề

tài đa dạng, trong đó có nhiều phim được đánh giá cao bởi giới chuyên môn, cũng như dựa vào doanh thu bán vé. Trong khi đó, Tết Nguyên đán là thời điểm cư dân ở các khu đô thị có xu hướng tận dụng thời gian nhàn rỗi vào việc mua sắm, giải trí, đặc biệt, giới trẻ đô thị thường có thói quen đi xem phim rạp [18]. Vì vậy, các phim Tết cạnh tranh nhau để được ra rạp vào dịp này. Riêng năm 2023, số lượng phim ra rạp có phần khiêm tốn với ba bộ phim, nhưng cả ba đều có doanh thu trên 100 tỉ: *Nhà bà Nữ* [19], *Chị chị em em 2* [20], *Siêu lừa gặp siêu lầy* [21].

Xét về thành tích doanh thu, từ năm 2017 trở đi, mỗi năm luôn có ít nhất một bộ phim có doanh thu trên 100 tỉ đồng. Tuy không tăng theo một chiều tuyến tính, nhưng xu thế chung là càng về sau càng có nhiều bộ phim đáp ứng được nhu cầu thưởng thức của công chúng, đặc biệt, tính đến tháng 2 năm 2025, có đến 4/5 bộ phim chiếu Tết của Việt Nam có doanh thu trên 100 tỉ đồng (chưa kể bộ phim *Quỷ nhập tràng* ra mắt vào dịp 8/3). Điều này cho thấy phim Tết Việt Nam nhận được sự quan tâm và ủng hộ rất lớn từ công chúng. (Hình 1)



Hình 1: Số lượng và thành tích phim Tết Việt Nam từ năm 2017 đến tháng 2/2025
Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2025

Trong thực tế, sự phát triển của phim Tết Việt Nam có quan hệ mật thiết với sức mạnh của mạng xã hội và truyền thông [22]. Kéo theo đó, nhiều nhà làm phim Tết Việt Nam có thái độ e sợ trước dư luận [23]. Trong bối cảnh nền điện ảnh Việt Nam phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là dòng phim chiếu rạp vào dịp Tết, hiệu ứng đám đông đang ngày càng trở thành một yếu tố chi phối mạnh mẽ đến quyết định của các nhà sản xuất. Với sự phát triển của mạng xã hội và truyền thông số,

sức ép dư luận có thể tạo ra những tác động to lớn, thậm chí có thể quyết định sự thành bại của một bộ phim. Do vậy, nhiều nhà làm phim Tết ở Việt Nam ngày nay không chỉ tập trung vào nội dung và chất lượng sản phẩm mà còn phải cân nhắc kỹ lưỡng phản ứng của công chúng trên các nền tảng trực tuyến. Điều này dẫn đến các nhà làm phim sợ các luồng dư luận tiêu cực, dẫn đến việc họ phải điều chỉnh chiến lược sản xuất, đôi khi còn hạn chế sự sáng tạo để tránh rủi ro.

Theo Le Bon [9, tr.6], hiệu ứng đám đông có quan hệ chặt chẽ với dư luận xã hội:

Dù cá nhân trong đám đông có khác nhau thế nào, thì khi đã trở thành một phần của đám đông, họ sở hữu một kiểu tâm trí tập thể khiến họ cảm nhận, suy nghĩ và hành động khác hẳn so với khi còn là cá nhân riêng lẻ.

Có nghĩa là, hiệu ứng đám đông là một hiện tượng tâm lý xã hội trong đó cá nhân bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi quan điểm và hành động của nhóm đông người. Từ khoảng năm 2015 trở đi, công nghệ số ở Việt Nam bước vào thời kỳ bùng nổ, mạng xã hội đã trở thành công cụ lan truyền hiệu ứng đám đông một cách mạnh mẽ và nhanh chóng. Theo Lee et al. [24], một bài đánh giá tiêu cực hoặc một chiến dịch tẩy chay trên các nền tảng như Facebook, TikTok hay YouTube vẫn có thể khiến một bộ phim bị tổn hại nghiêm trọng về danh tiếng trong thời gian ngắn. Điều này đặc biệt nghiêm trọng đối với các bộ phim chiếu vào những ngày Tết, tức là vào thời điểm mà thị trường phim ảnh Việt Nam sôi động và cạnh tranh quyết liệt nhất trong năm.

Mặt khác, nỗi sợ đối mặt với những dư luận tiêu cực còn xuất phát từ thực tế khán giả hiện nay không chỉ là người thưởng thức phim mà còn là người tạo ra và lan truyền ý kiến. Một bộ phim có thể bị đánh giá chỉ dựa trên một vài hình ảnh hoặc đoạn trailer, và chỉ cần một sai sót nhỏ cũng có thể bị khuếch đại thành một làn sóng phản ứng tiêu cực. Trong bộ phim *Nhà gia tiên* [25], đoạn cắt về nhân vật Tiên trả lời câu hỏi mang tính soi mói và ác ý từ người cô đã bị một bộ phận khán giả nhận xét là hỗn láo, xúc phạm và kêu gọi tẩy chay phim. Dù vậy, những bình luận tích cực từ phần đông người xem đã khiến cho bộ phim không ngừng tạo ra sức hút, từ đó nhận được tình cảm tốt từ công chúng.

Áp lực này khiến các nhà làm phim phải thận

trọng trong sản xuất, bao gồm cả nội dung kịch bản, lựa chọn diễn viên cho đến việc ra rạp và quảng bá phim. Họ buộc phải dự đoán những yếu tố có thể gây tranh cãi, tránh những chủ đề nhạy cảm hoặc điều chỉnh kịch bản để giảm thiểu nguy cơ bị chỉ trích. Điều này đôi khi dẫn đến tình trạng an toàn quá mức trong sáng tạo. Đó cũng là lí do khiến trong vài năm gần đây, các bộ phim Tết ở Việt Nam thường tập trung vào yếu tố hài hước, tình cảm gia đình, tránh xa các chủ đề xã hội gai góc hay những góc nhìn mới mẻ, thậm chí là để đoán được cái kết của bộ phim.

Ngoài ra, nỗi sợ dư luận cũng ảnh hưởng đến chiến lược quảng bá phim. Các nhà sản xuất không chỉ cần tạo ra nội dung hay mà còn phải kiểm soát cách công chúng đón nhận nó. Họ thường thuê đội ngũ truyền thông để kiểm soát bình luận trên mạng xã hội, xóa các đánh giá tiêu cực hoặc tạo ra các bài viết tích cực nhằm định hướng dư luận. Một số phim còn sử dụng KOLs (Key Opinions Leaders – Tạm dịch: những người có sức ảnh hưởng lớn) hoặc TikToker – người sáng tạo nội dung trên nền tảng mạng xã hội TikTok – để xây dựng hình ảnh tích cực trước khi phim ra mắt. Tuy nhiên, chiến lược này không phải lúc nào cũng hiệu quả, bởi một khi dư luận đã quay lưng, thì rất khó xoay chuyển tình thế. Tương tự, hiệu ứng đám đông từ việc người xem thường phán xét chất lượng một bộ phim dựa trên xu hướng trên mạng xã hội và truyền thông cũng khiến các nhà làm phim lo ngại dư luận. Tuy điều này tạo ra một áp lực không nhỏ, nhưng để có được sự phát triển bền vững, các nhà làm phim Tết tại Việt Nam cần cân bằng giữa việc lắng nghe dư luận và giữ vững phong cách riêng, thay vì chỉ dựa vào các xu hướng ngắn hạn trên mạng xã hội.

Để nhìn nhận rõ hơn về sức mạnh của dư luận cũng như những biểu hiện cụ thể của nỗi sợ dư luận ở các nhà làm phim Tết Việt Nam, nghiên cứu này căn cứ theo định nghĩa công cụ về nỗi sợ dư luận với hai đặc trưng gồm tâm lý bị động ở chủ thể và tác động bất lợi từ nhận xét đánh giá của công chúng để tiến hành phân tích nỗi sợ dư luận ở các bộ phim Tết Việt Nam khi chúng đáp ứng được hai tiêu chí: 1) được công chúng quan tâm, thể hiện bằng nhiều bình luận tiêu cực đối với bộ phim và 2) nhà sản xuất phim có động

thái nhượng bộ trước dư luận.

Phim *Táo Quay* [26]: Phim bị đánh giá kịch bản thiếu chiều sâu, cách kể chuyện lê thê, không có cao trào hấp dẫn, tình huống cười gượng gạo. Trong bài viết *Phim Tết Táo Quay: Kịch bản lủng củng, hài vụng* của Ân Nguyễn [27], mục khảo sát có 522/928 phiếu bầu chấm 1 điểm trên thang điểm 10 (chiếm 56,5%); có 34/41 bình luận tiêu cực, 06 bình luận trung tính, 01 bình luận tích cực. Trước những đánh giá tiêu cực này, đạo diễn, nhà sản xuất cùng ê kíp làm phim đều không có bất kì phản hồi nào, cũng không có chiến lược quảng bá để cải thiện tình hình. Điều này cho thấy đội ngũ làm phim thể hiện thái độ lo sợ và buông xuôi trước dư luận tiêu cực về bộ phim.

Phim *Trạng Quỳnh* [28]: Phim nhận được đánh giá là thông điệp hay nhưng rời rạc, vai của Trần Thành lại lạc điệu [29]. Đồng thời, qua bài viết *Đức Thịnh: ‘Trần Thành cư xử không khéo’* của Ân Nguyễn [30], một bộ phận dư luận cho rằng sự việc đôi co giữa Trần Thành và Đức Thịnh về vai trò của vai Xẩm trong phim được dùng để tạo sự chú ý từ công chúng. Sự kết hợp của những luồng dư luận này đã khiến một bộ phận khán giả quay lưng và tẩy chay bộ phim. Để tránh tạo thêm dư luận không tốt về bộ phim, cả Trần Thành và Đức Thịnh đều giữ thái độ lặng im và không tiếp tục hợp tác.

Phim *30 chưa phải Tết* [31]: Phim bị đánh giá là motif vòng lặp thời gian thiếu hấp dẫn, phim đứt mạch và khó hiểu, diễn xuất chưa tạo sự đồng cảm [32]. Thông qua bài viết *Phim Tết của Trường Giang thu hơn mười tỉ ngày đầu* của Ân Nguyễn [33], độc giả đã để lại 99 bình luận, trong đó có 67 nhận xét là phim nhạt nhẽo (chiếm 68%), 05 nhận xét khen ngợi/khích lệ, 27 nhận xét trung tính. Làn sóng dư luận tiêu cực này đã khiến bộ phim rút khỏi rạp sau hai tuần.

Phim *Trạng Tí phiêu lưu ký* [34]: Phim vướng phải ồn ào về vấn đề bản quyền khiến nhà sản xuất Ngô Thanh Vân gần như im lặng trước các luồng dư luận thay vì thừa dịp tranh luận mà quảng bá phim nhiều hơn [35]. Đây là trường hợp thể hiện rất rõ về nỗi sợ dư luận ở các nhà làm phim điện ảnh nói chung và phim Tết ở Việt Nam nói riêng.

Phim *1990* [36]: Phim không chỉ bị dư luận đánh giá kém về nội dung, kịch bản rời rạc, lời thoại sáo rỗng, diễn xuất thiếu tự nhiên mà còn

gặp khủng hoảng truyền thông từ trước khi ra mắt. Tiếp nối nhận định của Tam Kỳ [37] trong bài viết *Phim 1990 – ý tưởng tốt, diễn xuất nhạt*, độc giả đã để lại 77 bình luận, trong đó có 54 lời bình luận tiêu cực về phim (chiếm 70,1%), 23 lời bình luận trung tính. Trước những nhận xét tiêu cực này, diễn viên Nhã Phương đã không tham gia quảng bá phim và giữ thái độ im lặng. Riêng đạo diễn Nhất Trung tuy cố gắng tích cực trong việc quảng bá phim và xử lý khủng hoảng, nhưng cũng không thể giúp nhiều hơn cho bộ phim [38].

Như vậy, ở một mức độ nhất định, dư luận xã hội về một bộ phim Tết có thể ảnh hưởng trực tiếp đến việc người Việt quyết định mua vé xem phim hay không. Trong đó, những bình luận tiêu cực từ công chúng thường sẽ khiến một bộ phận đạo diễn, nhà sản xuất phim, thậm chí là diễn viên tham gia sẽ có những biểu hiện lo sợ khác nhau. Kết quả là, một số người thể hiện sự lảng tránh, im lặng hoặc có thái độ thận trọng, e dè. Đó cũng là cơ sở để nhà sản xuất phải thay đổi cách làm phim từ chủ đề, kịch bản đến việc lựa chọn diễn viên, cách sử dụng kĩ thuật dựng phim... cho những bộ phim sau.

B. Hệ quả của nỗi sợ dư luận đối với thị trường phim Tết ở Việt Nam

Từ thực tế cho thấy, nỗi sợ dư luận có tác động lớn đến các nhà làm phim Tết. Việt Nam là một đất nước gốc nông nghiệp, có truyền thống trọng tình cảm, phim Tết trở thành một hiện tượng đặc thù của điện ảnh nước ta bởi lẽ những bộ phim này ra mắt vào dịp Tết Nguyên đán không chỉ nhằm mục đích giải trí mà còn mang ý nghĩa văn hóa, tinh thần. Tuy nhiên, sự phát triển của dòng phim này thường bị chi phối bởi nỗi sợ dư luận. Tác động này vừa có tính tích cực vừa có tính tiêu cực, chúng góp phần định hình cho các nhà làm phim cách tìm ý tưởng, lên kịch bản, lựa chọn diễn viên, sản xuất phim cho đến việc ứng dụng kĩ thuật hỗ trợ và tổ chức quảng bá phim.

Ở chiều hướng tiêu cực, nỗi sợ dư luận khiến nhiều nhà làm phim rơi vào cơ chế tự kiểm duyệt. Với kì vọng về một bộ phim ít phát sinh sự cố, đồng thời phù hợp với không khí ngày Tết (vừa hài hước vừa có ý nghĩa, mang bản sắc văn hóa dân tộc), nhiều đạo diễn phải tránh các chủ đề nhạy cảm như chính trị, tôn giáo. Điều này đòi

khi dẫn đến sự lặp lại trong nội dung hoặc chỉ xoay quanh motif hài hước đơn thuần. Ví dụ bộ phim *Cua lại vợ bầu* [39] của đạo diễn Nhất Trung, dù có nội dung cảm động về tình yêu và gia đình, bộ phim vẫn phải đảm bảo yếu tố hài hước nhẹ nhàng để phù hợp với thị hiếu khán giả dịp Tết. Vào năm 2024, đạo diễn Nhất Trung lại tiếp tục ra rạp bộ phim *Gặp lại chị bầu* [40] (tựa đề gần giống với bộ phim thành công trước đó) nhằm thu hút sự chú ý từ công chúng. Bên cạnh đó, các cơ quan chức năng cũng bị áp lực nhiều hơn trong khâu kiểm duyệt. Hệ quả là, những cảnh quay có yếu tố nhạy cảm dễ bị cắt bỏ, làm ảnh hưởng đến tính toàn vẹn của tác phẩm. Trong phim *Bố già* [41] do Trần Thành đồng đạo diễn và sản xuất, ban đầu có một số tình tiết gai góc hơn về đời sống xã hội, nhưng sau đó đã được điều chỉnh để phù hợp hơn với thị hiếu đại chúng và tránh những tranh cãi.

Ở chiều hướng tích cực, việc sợ dư luận đã khiến các nhà làm phim phải luôn cải thiện chất lượng phim, từ đó làm gia tăng khả năng hội nhập thị trường giải trí của thể loại. Không chỉ tập trung vào yếu tố hài hước, các nhà làm phim Tết đã bắt đầu chú trọng hơn vào việc xây dựng câu chuyện có chiều sâu, có tính nhân văn và phản ánh đúng giá trị văn hóa Việt Nam. Điển hình là giai đoạn từ khoảng năm 2021 trở về sau, các bộ phim Tết của Việt Nam được đánh giá là có tính đời hơn. Phim *Bố già* [41] của Trần Thành, *Nhà gia tiên* [25] của Huỳnh Lập là những bộ phim không chỉ đạt doanh thu cao mà còn tạo được cảm xúc tích cực cho khán giả thông qua những câu chuyện gia đình sâu sắc. Những bộ phim này chứng tỏ rằng phim Tết không chỉ cần yếu tố hài mà còn có thể mang đến thông điệp ý nghĩa nếu được thực hiện chín chu.

Ngoài ra, để tránh chỉ trích về chất lượng thấp, các nhà sản xuất đã tập trung đầu tư vào công nghệ làm phim. Từ năm 2020 đến nay, nhiều phim Tết Việt Nam đã có sự đầu tư mạnh vào công nghệ làm phim, đặc biệt là kỹ xảo hình ảnh (CGI), kỹ thuật quay phim, âm thanh và kỹ thuật hậu kỳ. Trong đó, công nghệ âm thanh vòm được đầu tư hiệu quả cho phim *Bố già* [41], giúp câu chuyện gia đình trong phim trở nên chân thực và giàu cảm xúc hơn. Cũng trong bộ phim này, kỹ thuật one shot (một cảnh dài, không cắt) được

sử dụng trong cảnh cãi vã trong con hẻm giữa Ba Sang (Trần Thành) và Quấn (Tuấn Trần) giúp người xem cảm giác như đang trực tiếp chứng kiến cuộc tranh cãi gay gắt giữa hai cha con. Hoặc trong phim *Chìa khóa trăm tỷ* [42], kỹ thuật quay phim hành động tiên tiến góp phần mang lại cảm giác chân thực và hấp dẫn hơn đối với khán giả. Theo đó, phim nhận được phản hồi tích cực về sự chuyên nghiệp trong cách quay phim hành động.

Không chỉ vậy, nỗi sợ dư luận còn tạo ra sự chuyển biến trong cách sáng tác, lựa chọn diễn viên và quảng bá phim. Về cách sáng tác, phim Tết hiện nay thường áp dụng các mô hình kịch bản hiện đại, có yếu tố bất ngờ hoặc sử dụng các thể loại pha trộn như hành động – hài, kinh dị – hài để tạo sự mới mẻ. Trong phim *Gái già lắm chiêu V: Những cuộc đời vương giả* [43], đạo diễn Bảo Nhân và Namcito đã kết hợp yếu tố kịch tính với sự xa hoa của giới thượng lưu, mang đến một hướng đi mới cho phim Tết. Bên cạnh đó, nỗi sợ dư luận còn trực tiếp tác động đến việc lựa chọn diễn viên. Trong khâu quảng bá, các nhà sản xuất ngày càng tận dụng nền tảng số như TikTok, YouTube, Facebook để tiếp cận khán giả. Các chiến dịch truyền thông, những phân đoạn gây tò mò, các nội dung hậu trường thú vị sẽ tạo hiệu ứng truyền thông mạnh mẽ, từ đó giúp phim tiếp cận nhiều đối tượng khán giả hơn. Chẳng hạn, ê-kíp làm phim *Chìa khóa trăm tỷ* [42] đã có chiến dịch quảng bá hiệu quả với sự xuất hiện của dàn sao trong các chương trình giải trí, từ đó tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ.

C. Nỗi sợ dư luận với sự phát triển của phim Tết Việt Nam nhìn từ lý thuyết Văn hóa hội tụ

Nhìn từ lý thuyết Văn hóa hội tụ, nỗi sợ dư luận có mối quan hệ cộng sinh với sự vận hành thị trường phim Tết Việt Nam. Theo đó, nỗi sợ dư luận hỗn dung với xu hướng hội tụ nhằm kích thích sự phát triển của phim Tết Việt Nam từ 2017 đến nay. Các phương diện cụ thể của sự tác động này bao gồm: công nghệ, nội dung, truyền thông xã hội, sản xuất, tài chính, trải nghiệm của khán giả.

Ở phương diện hội tụ công nghệ (Technological Convergence): Phim Tết Việt Nam trong những năm gần đây có sự hỗ trợ rất lớn từ sự

kết hợp giữa các nền tảng truyền thông khác nhau như phim ảnh, truyền hình, mạng xã hội, YouTube, TikTok... Trong các phim Tết do Trần Thành tham gia sản xuất như *Nhà bà Nữ* [19], *Bố già* [41], các hiệu ứng CGI, kĩ thuật quay one shot, âm thanh vòm... được chú ý vận dụng đã tạo nên sự bất ngờ, thú vị. Ngoài ra, việc phát hành song song trên các nền tảng trực tuyến cũng giúp các bộ phim Tết tiếp cận nhiều khán giả hơn.

Ở phương diện hội tụ nội dung (Content Convergence): Nội dung phim Tết Việt Nam ngày càng kết hợp nhiều thể loại khác nhau: hài – hành động, hài – tâm lí, kinh dị – hài. Hệ quả là, phim Tết không chỉ còn là những câu chuyện hài đơn thuần mà còn đan xen yếu tố gia đình, cảm xúc, hình sự như *Bố già* [41], *Nhà bà Nữ* [19], *Nhà gia tiên* [25]. Sự hội tụ nội dung này cũng chính là một dạng thể hiện của thủ thuật cắt dán – lắp ghép – giễu nhại (Collage – Bricolage – Pastiche) vốn thường thấy trong các sản phẩm của văn hóa đại chúng.

Ở phương diện hội tụ truyền thông xã hội (Social Convergence): Sự tham gia của khán giả trong quá trình truyền thông phim thông qua việc giới thiệu phim (review phim), tạo các hình ảnh hài hước (meme), quảng bá lan truyền (viral marketing) trên các nền tảng số. Ví dụ, các bộ phim *Bố già* [41] hay *Chìa khóa trăm tỷ* [42] đã tận dụng TikTok, YouTube để tạo hiệu ứng lan truyền trước khi ra rạp. Việc sử dụng liên kết của các trang mạng xã hội này gây nên sự tò mò rất lớn ở công chúng, nhất là nhóm người trẻ tuổi.

Ở phương diện hội tụ sản xuất (Production Convergence): Phim Tết trong thời gian từ năm 2017 đến nay không đơn thuần chỉ là sản phẩm của một nhóm người khép kín mà luôn là kết quả của sự kết hợp giữa các nhà làm phim trong nước với các ê-kíp quốc tế. Ở phim *Nhà bà Nữ* [19], sự hội tụ này diễn ra ở khâu sản xuất, biên tập [44]; ở phim *Gái già lắm chiêu V: Những cuộc đời vương giả* [43], sự hội tụ này diễn ra ở khâu phối hợp diễn viên và Netflix phối hợp phát hành trên 190 quốc gia [45, 46]; ở phim *Nụ hôn bạc tỷ* [47], sự hội tụ này diễn ra ở khâu kĩ thuật định dạng IMAX® của Canada [48].

Ở phương diện hội tụ tài chính (Financial Convergence): Các dự án phim Tết Việt Nam ngày càng có sự tham gia của nhiều nguồn đầu tư: hãng phim tư nhân, nền tảng trực tuyến, thương

hiệu tài trợ. Điều này giúp tăng ngân sách sản xuất, đảm bảo phim có chất lượng cao hơn, điển hình như phim *Nhà bà Nữ* đã đạt doanh thu cao nhờ chiến lược đầu tư và quảng bá mạnh mẽ [48]. Sự hỗ trợ liên kết giữa các nguồn đầu tư này sẽ khiến cho các bên đều cùng có lợi khi doanh số bán vé tăng lên không ngừng.

Ở phương diện hội tụ trải nghiệm ở khán giả (Experiential Convergence): Trong những năm gần đây, khán giả không chỉ xem phim tại rạp mà còn có thể xem trên các nền tảng Netflix, Galaxy Play, VieON. Điều này đã tạo ra một sự thay đổi trong cách tiếp cận phim ảnh. Có thể nói, các phim Tết hiện nay không chỉ hướng đến khán giả truyền thống mà còn phải đáp ứng thị hiếu của thế hệ trẻ trên nền tảng số. Sự hội tụ trải nghiệm này càng kích thích nhiều hơn cho sự sáng tạo của các nhà làm phim Tết nói riêng và ngành công nghiệp văn hóa nói chung ở Việt Nam.

Như vậy, nỗi sợ dư luận đã và đang ảnh hưởng sâu sắc đến sự phát triển của phim Tết Việt Nam, góp phần rất lớn đến việc quyết định xu hướng hội tụ văn hóa trên lĩnh vực này. Trong bối cảnh của một quốc gia gốc nông nghiệp thiên về âm tính như Việt Nam, nỗi sợ dư luận vẫn hàm chứa sức mạnh ngay trong thời đại hiện nay. Mặc dù nó gây ra những hạn chế về sáng tạo do cơ chế tự kiểm duyệt, nhưng chính nỗi sợ này cũng tạo động lực để người làm phim nâng cao chất lượng, hội nhập xu hướng toàn cầu và tận dụng các yếu tố hội tụ văn hóa để đổi mới. Thậm chí, một số bộ phim còn đủ tự tin khi phát hành ở nước ngoài: *Bố già* [41] (phát hành tại Mỹ, Úc, Canada, Singapore, Malaysia); *Gái già lắm chiêu V: Những cuộc đời vương giả* [43] (phát hành tại Mỹ, Úc), *Nhà bà Nữ* [19] (phát hành tại Mỹ, Úc, Canada, Singapore), trong đó, phim *Bố già* có doanh thu đến 1,07 triệu USD sau 17 ngày công chiếu tại Mỹ [49]. Nhìn chung, nỗi sợ dư luận đã góp phần giúp phim Tết Việt Nam ngày càng tiệm cận với chuẩn mực điện ảnh quốc tế, vừa đảm bảo tính giải trí, vừa duy trì được giá trị văn hóa truyền thống.

Trong văn hóa Việt Nam truyền thống, dư luận được xem là công cụ để quản chế làng xã, từ đó tạo nên sự ổn định cho xã hội [12]. Tuy nhiên, xã hội Việt Nam hiện nay đang phát triển theo chiều hướng dương tính hóa. Sự thay đổi này thể

hiện qua xu hướng cá nhân hóa mạnh, khả năng hoạt động xã hội tích cực, ý thức trách nhiệm cao [50]; xu hướng chủ động trong tiếp nhận, sáng tạo, hòa trộn các ảnh hưởng bên ngoài [51]. Do vậy, tính chất của nỗi sợ dư luận trong văn hóa Việt cũng cần có sự thay đổi theo sự chuyển biến của xã hội. Theo đó, nỗi sợ dư luận ở các nhà làm phim Tết ở Việt Nam cần thoát ra khỏi trạng thái bị động (lo sợ trước những luồng dư luận tiêu cực và có những biểu hiện buông xuôi, lảng tránh, đổ lỗi) và chuyển sang trạng thái chủ động (bình tĩnh tiếp nhận và đưa ra các phương thức xử lý dư luận tiêu cực bằng các chiến thuật truyền thông phù hợp), cũng như rèn luyện bản lĩnh cá nhân trong kỹ thuật làm phim Tết, xử lý hậu kỳ, sử dụng phương thức truyền thông – quảng bá phim. Như vậy, việc ứng phó và tận dụng nỗi sợ dư luận ở các nhà làm phim Tết Việt Nam hiện nay cần được thay thế bằng việc xây dựng bản lĩnh thực tế để có thể vượt qua dư luận, chấp nhận thất bại và không ngừng cải thiện để sản xuất những bộ phim Tết nói riêng và phim điện ảnh nói chung có chất lượng cao, từ đó góp phần khẳng định vai trò của ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

V. KẾT LUẬN

Từ phương pháp phân tích và thống kê, nghiên cứu này chỉ ra rằng, khi đã trở thành sản phẩm văn hóa đại chúng điển hình, phim Tết Việt Nam cũng đối mặt với hàng loạt những luồng dư luận mang tính phức tạp, khó lường từ cộng đồng mạng, khiến cho một bộ phim có thể thành công bất ngờ nhưng cũng có khi thất bại nặng nề. Do vậy, đội ngũ làm phim Việt Nam thường bị áp lực trước dư luận, thậm chí, vì sợ dư luận mà có những động thái tiêu cực như im lặng trốn tránh, hoặc tìm cách chối bỏ trách nhiệm khi sản phẩm của họ bị công chúng công kích, phán xét. Hoặc để an toàn, nhiều nhà làm phim buộc phải điều chỉnh chiến lược sản xuất vào những lần làm phim sau đó theo hướng thoái lui, đôi khi còn hạn chế sự sáng tạo để tránh gặp phải rủi ro. Bên cạnh đó, trước áp lực của dư luận, phần lớn các nhà làm phim Tết ở Việt Nam đã cẩn thận hơn trong việc cải thiện chất lượng phim trong những dịp Tết Nguyên đán sau.

Đồng thời, dựa theo lý thuyết Văn hóa hội tụ, nghiên cứu cho thấy xu thế phát triển của xã hội

hiện nay là phải hội tụ sức mạnh, hội tụ ưu thế của các bên liên quan. Trong bối cảnh văn hóa Việt Nam chuyển mình từ loại hình văn hóa trọng âm điển hình sang chiều hướng dương tính hóa, sự gặp gỡ và hỗn dung giữa xu hướng hội tụ này với nỗi sợ dư luận đã khiến nỗi sợ dư luận trở thành nguồn lực kích thích hiệu quả trong việc thúc đẩy sự phát triển của phim Tết Việt Nam thời đại mới. Do vậy, kết quả nghiên cứu này có ý nghĩa thực tiễn trong việc chứng minh rằng, nỗi sợ dư luận có thể hỗn dung với xu hướng hội tụ văn hóa trong quá trình làm phim Tết Việt Nam, góp phần thúc đẩy các nhà làm phim phải tự chuyển biến và phải có tính đột phá trong các khâu sản xuất, quảng bá phim. Có như thế, thị trường phim Tết nói riêng và phim điện ảnh nói chung mang bản sắc văn hóa Việt Nam sẽ ngày càng thu hút công chúng trong nước, cũng như dần dần tiếp cận tiêu chuẩn quốc tế, từ đó thực hiện được nhiệm vụ xuất khẩu văn hóa, góp phần giúp Việt Nam trở thành một quốc gia có nền văn hóa đại chúng mạnh trong khu vực châu Á.

Tuy vậy, hiệu quả của việc dựa theo các bài viết trên trang báo điện tử VnExpress.net cùng với lời bình luận của công chúng đối với các tác phẩm phim Tết Việt Nam, kết hợp tham khảo các tin tức liên quan để suy luận ra sự tồn tại của nỗi sợ dư luận hiện vẫn còn hạn chế về dữ liệu tham khảo. Do vậy, việc trực tiếp phỏng vấn động thái của các nhà làm phim khi đối mặt với những bình luận tiêu cực của công chúng sẽ bổ sung minh chứng đầy đủ hơn cho các nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Sokolov AA. Modern cinema of Vietnam: results and trends of development. *The Russian Journal of Vietnamese Studies*. 2016;1(6): 287–298.
- [2] Nguyen VTL. *Harnessing social media for effective film promotion*. <https://www.rmit.edu.vn/news/all-news/2024/mar/harnessing-social-media-for-effective-film-promotion> [Accessed 6 August 2025].
- [3] Le TM, Nash C. Social media versus traditional Vietnamese journalism and social power structures. *Asian Journal of Journalism and Media Studies*. 2019;2: 1–14. https://doi.org/10.33664/ajjms.2.0_1.
- [4] Jericó P. *No fear in business and in life*. United Kingdom: Palgrave Macmillan; 2009.
- [5] Robin C. Страх – История политической идеи. Москва, Россия: Территория будущего & Прогресс-Традиция ; 2004. [Robin C. *Fear – The*

- history of a political idea*. Moscow, Russia: Territory of the Future & Progress-Tradition; 2004].
- [6] Slovic P. Perception of risk. *Science*. 1987;236(4799): 280–285.
- [7] Kasperson RE, Renn O, Slovic P, Brown HS, Emel J, Goble R, et al. The social amplification of risk: A conceptual framework. *Risk Analysis*. 1988;8(2): 177–187.
- [8] Phan Ngọc. *Bản sắc văn hóa Việt Nam*. Hà Nội, Việt Nam: NXB Văn hóa thông tin; 2002. [Phan Ngọc. *Vietnamese cultural identity*. Hanoi, Vietnam: Cultural Information Publishing House; 2002].
- [9] Le Bon G. *The crowd: a study of the popular mind*. New York, United States: The Macmillan Co.; 1896.
- [10] Wilson FG. *A theory of public opinion*. New Brunswick, NJ, United States: Transaction Publishers; 2013.
- [11] Noelle-Neumann E. *The spiral of silence: Public opinion – Our social skin*. Chicago, United States: The University of Chicago Press; 1984.
- [12] Trần Ngọc Thêm. *Tìm về bản sắc văn hoá Việt Nam*. TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam: Nhà xuất bản Tổng hợp; 2004. [Tran Ngoc Them. *Finding Vietnamese cultural identity*. Ho Chi Minh City, Vietnam: General Publishing House; 2004].
- [13] Linh Khánh. *Sôi động mùa phim Việt chiếu rạp Tết*. <https://nhandan.vn/soi-dong-mua-phim-viet-chieu-rap-tet-post858184.html> [Ngày truy cập: 30/9/2025]. [Linh Khanh. *Exciting Vietnamese movie season in theaters during Tet*. <https://nhandan.vn/soi-dong-mua-phim-viet-chieu-rap-tet-post858184.html> [Accessed 30 September 2025]].
- [14] Quang Vũ. *Điện ảnh Việt Nam 2019: Những cột mốc mới của ngành công nghiệp nghìn tỉ*. <https://kenh14.vn/dien-anh-viet-nam-2019-nhung-cot-moc-moi-cua-nganh-cong-nghiep-nghin-ty-20200116193823165.chn> [Ngày truy cập: 30/9/2025]. [Quang Vu. *Vietnamese Cinema 2019: New milestones of the trillion-dollar industry*. <https://kenh14.vn/dien-anh-viet-nam-2019-nhung-cot-moc-moi-cua-nganh-cong-nghiep-nghin-ty-20200116193823165.chn> [Accessed 30 September 2025]].
- [15] Jenkins H. *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, United States: New York University Press; 2006.
- [16] Hoàng Thị Thu Hương. Công nghiệp văn hóa – kinh nghiệm của một số nước và bài học cho Việt Nam. *Journal of Educational Equipment: Applied Research*. 2024;2(321): 279–281. [Hoang Thi Thu Huong. Cultural industry – experiences of some countries and lessons for Vietnam. *Journal of Educational Equipment: Applied Research*. 2024;2(321): 279–281].
- [17] Thủ tướng Chính phủ Việt Nam. *Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*. Việt Nam: Thủ tướng Chính phủ Việt Nam. Quyết định số: 1755/QĐ-TTg, 2016. <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=186367> [Ngày truy cập: 30/9/2025]. [Prime Minister of Vietnam. *Approving the Strategy for the development of cultural industries in Vietnam to 2020, with a vision to 2030*. Vietnam: Prime Minister of Vietnam. Decision number: 1755/QĐ-TTg, 2016. <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=186367> [Accessed 30 September 2025]].
- [18] Tuổi Trẻ News. *Vietnam one of Asia's fastest growing cinema markets*. <https://news.tuoitre.vn/vietnam-one-of-asias-fastest-growing-cinema-markets-us-news-site-10378481.html> [Accessed 30 September 2025].
- [19] *Nhà bà Nữ*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Trần Thành. Việt Nam: Cục Điện ảnh – CJ CGV; 2023. [*The house of no man*. [Film] Directed by: Tran Thanh. Vietnam: Cinema Department – CJ CGV; 2023].
- [20] *Chị chị em em 2*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Vũ Ngọc Đăng. Việt Nam: Cục Điện ảnh – CJ CGV; 2023. [*Sister sister 2*. [Film] Directed by: Vu Ngoc Dang. Vietnam: Cinema Department – CJ CGV; 2023].
- [21] *Siêu lừa gặp siêu lầy*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Võ Thanh Hòa. Việt Nam: Cục Điện ảnh – Galaxy Studio; 2023. [*The scammer meets the trickster*. [Film] Directed by: Vo Thanh Hoa. Vietnam: Cinema Department – Galaxy Studio; 2023].
- [22] Hanoi moi. *Phim Tết rộn ràng từ rạp đến không gian mạng*. <https://baokhanhhoa.vn/van-hoa/giai-tri/202501/phim-tet-ron-rang-tu-rap-denkhong-gian-mang-04c2dc9/> [Ngày truy cập: 30/9/2025]. [Hanoi moi. *Tet movies are bustling from theaters to cyberspace*. <https://baokhanhhoa.vn/van-hoa/giai-tri/202501/phim-tet-ron-rang-tu-rap-denkhong-gian-mang-04c2dc9/> [Accessed 30 September 2025]].
- [23] Minh Nhật. *Cuộc chiến ngầm mùa phim Tết và trò seeding bẩn để thao túng dư luận*. <https://tienphong.vn/cuoc-chien-ngam-mua-phim-tet-va-tro-seeding-ban-de-thao-tung-du-luan-post1716067.tpo> [Ngày truy cập: 30/9/2025]. [Minh Nhat. *The underground war during Tet movie season and dirty seeding to manipulate public opinion*. <https://tienphong.vn/cuoc-chien-ngam-mua-phim-tet-va-tro-seeding-ban-de-thao-tung-du-luan-post1716067.tpo> [Accessed 30 September 2025]].
- [24] Lee S, Choeh JY. The interactive impact of online word-of-mouth and review helpfulness on box office revenue. *Management Decision*. 2018;56(4): 849–866.
- [25] *Nhà gia tiên*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Huỳnh Lập. Việt Nam: Cục Điện ảnh – CJ CGV; 2025. [*The ancestral home*. [Film] Directed by: Huynh Lap. Vietnam: Cinema Department Tuổi Trẻ New CJ CGV; 2025].
- [26] *Táo quây*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Toàn Joshua. Việt Nam: Cục Điện ảnh – BHD; 2019. [*The mischievous kitchen gods*. [Film] Directed by: Toan Joshua. Vietnam: Cinema Department – BHD; 2019].
- [27] Ân Nguyễn. *Phim Tết Táo Quây: Kịch bản lủng củng, hài vụng*. <https://vnexpress.net/phim-tet-tao-quay->

- kich-ban-lung-cung-hai-vung-3877035.html [Ngày truy cập: 12/7/2025]. [An Nguyen. *Tet movie The mischievous kitchen gods: disjointed script, awkward humor*. <https://vnexpress.net/phim-tet-ao-quay-kich-ban-lung-cung-hai-vung-3877035.html> [Accessed 12 July 2025]].
- [28] *Trạng Quỳnh*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Đức Thịnh. Việt Nam: Cục Điện ảnh – CJ CGV; 2019. [*Trạng Quỳnh*. [Film] Directed by: Duc Thinh. Vietnam: Cinema Department – CJ CGV; 2019].
- [29] Ân Nguyễn. '*Trạng Quỳnh*' - thông điệp tích cực, tiếng cười dân gian lạc điệu. <https://vnexpress.net/trang-quynh-thong-diep-tich-cuc-tieng-cuoi-dan-gian-lac-dieu-3875061.html> [Ngày truy cập: 12/7/2025]. [An Nguyen. '*Trạng Quỳnh*' - positive message, out-of-tune folk laughter. <https://vnexpress.net/trang-quynh-thong-diep-tich-cuc-tieng-cuoi-dan-gian-lac-dieu-3875061.html> [Accessed 12 July 2025]].
- [30] Ân Nguyễn. *Đức Thịnh: 'Trần Thành cư xử không khéo'*. <https://vnexpress.net/duc-thinh-tran-thanh-cu-xu-khong-keho-3879336.html> [Ngày truy cập: 12/7/2025]. [An Nguyen. *Duc Thinh: 'Trần Thành handled it poorly'*. <https://vnexpress.net/duc-thinh-tran-thanh-cu-xu-khong-keho-3879336.html> [Accessed 12 July 2025]].
- [31] *30 chưa phải Tết*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Quang Huy. Việt Nam: Cục Điện ảnh – CJ CGV; 2020. [*It's not yet Tet on the 30th*. [Film] Directed by: Quang Huy. Vietnam: Cinema Department – CJ CGV; 2020].
- [32] Hạ Tuyết. '*30 chưa phải Tết*' – chỉ nỗ lực từ Trường Giang là chưa đủ. <https://lifestyle.znews.vn/30-chua-phai-tet-chi-no-luc-tu-truong-giang-la-chua-du-post1039621.html> [Ngày truy cập: 12/7/2025]. [Ha Tuyen. '*30 is not yet Tet*' - *Truong Giang's efforts alone are not enough*. <https://lifestyle.znews.vn/30-chua-phai-tet-chi-no-luc-tu-truong-giang-la-chua-du-post1039621.html> [Accessed 12 July 2025]].
- [33] Ân Nguyễn. *Phim Tết của Trường Giang thu hơn mười tỉ ngày đầu*. <https://vnexpress.net/phim-tet-cua-truong-giang-thu-hon-muoi-ty-ngay-dau-4046923.html> [Ngày truy cập: 12/7/2025]. [An Nguyen. *Truong Giang's Tet movie earned more than ten billion on the first day*. <https://vnexpress.net/phim-tet-cua-truong-giang-thu-hon-muoi-ty-ngay-dau-4046923.html> [Accessed 12 July 2025]].
- [34] *Trạng Tí phiêu lưu ký*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Phan Gia Nhật Linh. Việt Nam: Cục Điện ảnh – CJ CGV; 2022. [*The adventures of Trạng Tí*. [Film] Directed by: Nhat Trung. Vietnam: Cinema Department – CJ CGV; 2021].
- [35] Mai Nhật. *Ngô Thanh Vân: 'Tôi khôn đến khi Trạng Tí bị tẩy chay'*. <https://vnexpress.net/ngo-thanh-van-toi-khon-don-khi-trang-ti-bi-tay-chay-4225724.html> [Ngày truy cập: 12/7/2025]. [Mai Nhat. *Ngô Thanh Vân: 'I was miserable when Trạng Tí was boycotted'*. <https://vnexpress.net/ngo-thanh-van-toi-khon-don-khi-trang-ti-bi-tay-chay-4225724.html> [Accessed 12 July 2025]].
- [36] 1990. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Nhật Trung. Việt Nam: Cục Điện ảnh – CJ CGV; 2022. [1990. [Film] Directed by: Nhat Trung. Vietnam: Cinema Department – CJ CGV; 2022].
- [37] Tam Kỳ. *Phim 1990 - ý tưởng tốt, diễn xuất nhạt*. <https://vnexpress.net/giai-tri/phim/thu-vien-phim/1990-96> [Ngày truy cập: 12/7/2025]. [Tam Ky. *Movie '1990' – good idea, weak acting*. <https://vnexpress.net/giai-tri/phim/thu-vien-phim/1990-96> [Accessed 12 July 2025]].
- [38] Phong Kiều. *Nhã Phương lần đầu nói về lùm xùm với đạo diễn Nhật Trung*. <https://ngoisao.vnexpress.net/nha-phuong-lan-dau-noi-ve-lum-xum-voi-dao-dien-nhat-trung-4421501.html> [Phong Kieu. *Nha Phuong speaks for the first time about the scandal with director Nhat Trung*. <https://ngoisao.vnexpress.net/nha-phuong-lan-dau-noi-ve-lum-xum-voi-dao-dien-nhat-trung-4421501.html> [Accessed 12 July 2025]].
- [39] *Cua lại vợ bầu*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Nhật Trung. Việt Nam: Cục Điện ảnh – Galaxy Distribution; 2019. [*Winning my baby back*. [Film] Directed by: Nhat Trung. Vietnam: Cinema Department – Galaxy Distribution; 2019].
- [40] *Gặp lại chị bầu*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Nhật Trung. Việt Nam: Cục Điện ảnh – ABC Pictures; 2024. [*Destined encounter*. [Film] Directed by: Nhat Trung. Vietnam: Cinema Department – ABC Pictures; 2024].
- [41] *Bố già*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Trần Thành, Vũ Ngọc Đăng. Việt Nam: Cục Điện ảnh – Galaxy Studio; 2021. [*Dad, I'm sorry*. [Film] Directed by: Tran Thanh, Vu Ngoc Dang. Vietnam: Cinema Department – Galaxy Studio; 2021].
- [42] *Chìa khóa trăm tỷ*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Võ Thanh Hòa. Việt Nam: Cục Điện ảnh – Lotte Entertainment; 2022. [*A hundred billion key*. [Film] Directed by: Vo Thanh Hoa. Vietnam: Cinema Department – Lotte Entertainment; 2022].
- [43] *Gái già lắm chiêu V: Những cuộc đời vương giả*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Bảo Nhân, Namcito. Việt Nam: Cục Điện ảnh – Lotte Entertainment; 2021. [*Camellia sisters – living like royalty*. [Film] Directed by: Bao Nhan, Namcito. Vietnam: Cinema Department – Lotte Entertainment; 2021].
- [44] IMDB. *The house of no man – Full cast & crew*. <https://www.imdb.com/title/tt26427249/fullcredits/> [Accessed 30 September 2025].
- [45] Youtube. *Gái già lắm chiêu V. Hậu trường #9: Năm châu hội tụ tại dạ tiệc ở Bạch Trà Viên*. <https://youtube.com/watch?v=sY09oVvgckw&list=PLjm4TZo-139ZmwUq1gTMK-EHWJaNoAdcl&index=16> [Ngày truy cập: 30/9/2025]. [Youtube. *Camellia sisters V. Behind the Scenes #9: Five continents converge at a banquet at Bach Tra Vien*. <https://youtube.com/watch?v=sY09oVvgckw&list=PLjm4TZo-139ZmwUq1gTMK-EHWJaNoAdcl&index=16> [Accessed 30 September

2025]].

[46] Dang Khoa. *Netflix to show Vietnamese rom-com globally*. <https://e.vnexpress.net/news/life/arts/netflix-to-show-vietnamese-rom-com-globally-4281607.html> [Accessed 30 September 2025].

[47] *Nụ hôn bạc tỷ*. [Phim điện ảnh] Đạo diễn: Thu Trang. Việt Nam: Cục Điện ảnh – CGV Cinemas Vietnam; 2025. [Money kisses. [Film] Directed by: Thu Trang. Vietnam: Cinema Department – CGV Cinemas Vietnam; 2025].

[48] Tuệ Nhi. *'Nụ hôn bạc tỷ' là phim Tết Việt đầu tiên ra mắt định dạng IMAX®*. <https://cuoi.tuoiitre.vn/nu-hon-bac-ty-la-phim-tet-viet-dau-tien-ra-mat-dinh-dang-imax-2025012410272955.htm?> [Ngày truy cập: 30/9/2025]. [Tue Nhi. *'Money kisses' is the first Vietnamese Tet film to be released in IMAX® format*. <https://cuoi.tuoiitre.vn/nu-hon-bac-ty-la-phim-tet-viet-dau-tien-ra-mat-dinh-dang-imax-2025012410272955.htm?> [Accessed 30 September 2025]].

[49] Tam Kỳ. *Phim 'Bố già' vượt mốc một triệu USD ở Mỹ*. <https://vnexpress.net/phim-bo-gia-vuot-moc-mot-trieu-usd-o-my-4291973.html> [Ngày truy cập: 30/9/2025]. [Tam Ky. *The movie 'Dad, I'm sorry' surpassed the one million USD mark in the US*. <https://vnexpress.net/phim-bo-gia-vuot-moc-mot-trieu-usd-o-my-4291973.html> [Accessed 30 September 2025]].

[50] Nguyen THM, Nguyen AC. Specific cultural values affect basic political activities in Vietnam. *Cogent Social Sciences*. 2024;10(1): 2404622. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2404622>.

[51] Le HK, Le TT, Tran XH. The evolution and impact of popular culture in contemporary Vietnam. *Russian Journal of Vietnamese Studies*. 2025;9(2): 129–140. <https://doi.org/10.54631/VS.2025.92-641917>.

