

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
VIỆN VĂN HOÁ NGHỆ THUẬT QUỐC GIA VIỆT NAM

Nguyễn Hồ Phong

**PHÁT TRIỂN KHÁN GIẢ SÂN KHẤU CẢI LƯƠNG
TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
(NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP NHÀ HÁT CẢI LƯƠNG
TRẦN HỮU TRANG)**

Ngành: Quản lý văn hóa
Mã số: 9229042

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN LÝ VĂN HÓA

Hà Nội – 2022

Công trình được hoàn thành tại:
VIỆN VĂN HÓA NGHỆ THUẬT QUỐC GIA VIỆT NAM
BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

Người hướng dẫn khoa học: **TS. Lê Thị Thanh Thuý**
PGS.TS. Phan Quốc Anh

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Phản biện 3:

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Viện
Hợp tại: **Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam**
Số 32, phố Hào Nam, phường Ô Chợ Dừa, quận Đống Đa, Hà Nội
Vào hồigiờ, ngày tháng năm 2022

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- *Thư viện Quốc gia Việt Nam;*
- *Thư viện Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam.*

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Sân khấu Cải lương có “nguồn cội” là Đờn ca Tài tử Nam Bộ, ra đời vào khoảng đầu thế kỷ XX, từng bước thay thế Hát bội, trở thành “món ăn” tinh thần của đại bộ phận công chúng Nam Bộ. Với tư cách là trung tâm của Nam Bộ, thành phố Hồ Chí Minh (Tp.HCM) được xem là “Bà đỡ”, là “thánh địa” cho sân khấu Cải lương phát triển. Tuy nhiên đến năm 2001, Nghiên cứu sinh (NCS) thấy các suất diễn Cải lương tại nhiều sân khấu không còn thu hút đông đảo công chúng. Trước tương lai không mấy tươi sáng trên, để bảo tồn, phát huy sân khấu Cải lương, Ủy ban nhân dân (UBND) Tp.HCM, Sở Văn hóa và Thể thao (VH & TT), và đặc biệt Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang đã thực hiện nhiều giải pháp như xây dựng mới Nhà hát, tổ chức biểu diễn miễn phí phục vụ công chúng, thực hiện chương trình “Sân khấu học đường”, “Sân khấu du lịch”, “Rap Sáng đèn sân khấu hàng tuần”, “Sân khấu thiếu nhi”; mở các lớp đào tạo diễn viên Cải lương, tổ chức các giải thưởng sân khấu Cải lương như giải Trần Hữu Trang,... Thế nhưng lượng khán giả đến với Nhà hát rất khiêm tốn. Trước thực trạng đó, với mong muốn tìm ra những giải pháp góp phần giải quyết vấn đề, NCS chọn đề tài *Phát triển khán giả sân khấu Cải lương tại thành phố Hồ Chí Minh (Nghiên cứu trường hợp Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang)* để làm luận án tiến sĩ, ngành Quản lý văn hóa.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

- *Mục đích nghiên cứu:* Tìm giải pháp để hạn chế đà suy giảm, từng bước gia tăng số lượt khán giả đến thụ hưởng nghệ thuật Cải lương tại các sân khấu ở Tp.HCM, trọng tâm là Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang (CL THT).

- *Nhiệm vụ nghiên cứu*

+ Hệ thống hóa cơ sở lý luận cho quá trình nghiên cứu phát triển

khán giả của sân khấu Cải lương, trọng tâm là Nhà hát CL THT.

+ Đánh giá thực trạng phát triển khán giả của Nhà hát CL THT ở các khía cạnh: đặc điểm của công chúng Thành phố, khán giả của Nhà hát; chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về công tác bảo tồn, phát huy nghệ thuật sân khấu truyền thống; các nguồn lực, những hoạt động cụ thể của Nhà hát nhằm phát triển khán giả Cải lương;

+ Phân tích những hạn chế và nguyên nhân trong việc phát triển khán giả của Nhà hát CL THT.

+ Phân tích những cơ hội, thách thức để phát triển khán giả sân khấu Cải lương ở Tp.HCM.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Khán giả sân khấu Cải lương ở Tp.HCM qua nghiên cứu trường hợp Nhà hát CL THT.

- Phạm vi nghiên cứu: Địa bàn Tp.HCM; thời gian nghiên cứu chung: từ cuối thập niên 20 của thế kỷ 20 đến thập niên 20 của thế kỷ 21; thời gian thu thập dữ liệu: từ năm 2015 đến năm 2020.

4. Câu hỏi nghiên cứu

- Tại sao trong những năm gần đây, lượng khán giả đến thưởng thức Cải lương tại các sân khấu ở Tp.HCM suy giảm mạnh?

- Nhà hát CL THT đã làm gì để giải quyết thực trạng suy giảm khán giả?

- Cần những giải pháp nào để hạn chế đà suy giảm, từng bước gia tăng lượng khán giả đến thụ hưởng nghệ thuật Cải lương tại các sân khấu ở Tp.HCM, trọng tâm là Nhà hát CL THT?

5. Giả thuyết nghiên cứu

- Sân khấu Cải lương ở Tp.HCM mất dần khán giả vì chất lượng vở diễn giảm sút; Đảng và Nhà nước chưa có chủ trương, chính sách phù hợp; thị hiếu nghệ thuật của công chúng thay đổi.

- Nhà hát CL THT đã thực hiện nhiều hoạt động, giải pháp nhằm phát triển khán giả, nhưng kết quả không đủ lớn để giải quyết vấn đề suy giảm khán giả.

- Có thể tìm ra những giải pháp để duy trì và phát triển khán giả của sân khấu Cải lương qua nghiên cứu trường hợp ở Nhà hát CL THT.

6. Phương pháp nghiên cứu

- *Phương pháp luận*: NCS tiếp cận liên ngành với các góc độ khoa học cụ thể sau: bảo tồn trên cơ sở kế thừa và phát triển, quản lý nhà nước về văn hóa, vùng văn hoá, kinh tế văn hóa; liên ngành tâm lý học, kinh tế học, văn hoá học, nghệ thuật học.

- *Phương pháp nghiên cứu cụ thể*

+ *Định lượng bằng khảo sát phiếu*: Độ lớn của mẫu là 1.131 người

+ *Định lượng bằng thống kê*: Đó là các số liệu thống kê từ các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương được nghiên cứu.

+ *Phương pháp định tính thông qua phỏng vấn sâu và phỏng vấn nhanh*: Độ lớn của mẫu là 45 người.

- *Phương pháp so sánh, gồm*: So sánh lịch đại, đồng đại các dữ liệu về phát triển khán giả sân khấu Cải lương với các chủ thể khác.

7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

- *Ý nghĩa khoa học*: Ở chừng mực nhất định, kết quả nghiên cứu của đề tài sẽ góp phần xây dựng nền tảng cơ sở lý luận trong việc phân tích thực trạng, đề xuất giải pháp để hạn chế đà suy giảm, từng bước gia tăng lượng khán giả của nghệ thuật sân khấu truyền thống nói chung, sân khấu Cải lương nói riêng.

- *Ý nghĩa thực tiễn*: Kết quả nghiên cứu làm cơ sở khoa học cho việc điều chỉnh, ban hành, thực hiện các chủ trương, chính sách về bảo tồn, phát huy VH - NT. Các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương có cơ sở để nâng cao chất lượng nguồn lực, thúc đẩy các hoạt động phát triển

khán giả hiệu quả hơn. Các cơ sở đào tạo về VH – NT có thể dùng làm tư liệu tham khảo trong quá trình đào tạo ở những mức độ khác nhau.

8. Bố cục của luận án

Ngoài phần Mở đầu (08 trang), Kết luận (05 trang), Tài liệu tham khảo (15 trang) và Phụ lục (123 trang), nội dung của luận án gồm 3 chương, cụ thể:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu và cơ sở lý luận về phát triển khán giả cho sân khấu Cải lương (35 trang).

Chương 2: Thực trạng phát triển khán giả ở Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang (60 trang).

Chương 3: Cơ hội, thách thức và giải pháp phát triển khán giả cho Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang (51 trang).

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN KHÁN GIẢ CHO SÂN KHẤU CẢI LƯƠNG

1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

1.1.1. Nhóm công trình viết về khán giả nghệ thuật

Từ một số công trình của tác giả trong và ngoài nước, NCS rút ra một số vấn đề chung như sau: (1) Các nhà khoa học đều thừa nhận mối quan hệ biện chứng giữa sự phát triển của sân khấu và nhu cầu của khán giả. Đáp ứng nhu cầu của khán giả là điều kiện để sân khấu tồn tại. (2) Sân khấu truyền thống cần cải cách, tăng cường đầu tư để vừa đáp ứng được nhu cầu của công chúng, vừa không đánh mất những giá trị cốt lõi của nghệ thuật sân khấu. (3) Nghiên cứu, đào tạo, phát triển khán giả nghệ thuật nói chung, sân khấu nói riêng cần được xem là hoạt động không thể tách rời trong quá trình phát triển của nhà hát trong môi trường kinh tế thị trường.

1.1.2. Nhóm công trình viết về khán giả sân khấu Cải lương

Từ việc tiếp cận khoảng 20 công trình của các tác giả trong nước,

NCS rút ra được một số kết luận sau: (1) Nhiều nhà nghiên cứu nhận định rằng dù trải qua nhiều khủng hoảng, nhưng vẫn còn một bộ phận công chúng yêu mến Cải lương. Nhu cầu thưởng thức Cải lương có sự khác biệt giữa nhóm khán giả; hiện tượng “già hóa” khán giả diễn ra nhanh. (2) Nhiều nhà nghiên cứu đồng thuận rằng từ sau năm 1990, khán giả Cải lương suy giảm nhanh vì nhu cầu của công chúng thay đổi, sự bùng nổ của thông tin đại chúng, suy giảm các nguồn lực đầu tư, chất lượng đội ngũ sáng tạo nghệ thuật và chất lượng vở diễn chưa cao,... (3) Các nhà nghiên cứu đề xuất các giải pháp để hạn chế sự suy giảm khán giả Cải lương như nâng cao chất lượng vở diễn, gia tăng nguồn lực đầu tư; thay đổi hình thức và nội dung vở diễn; nâng cao vai trò của cơ quan quản lý, công tác lý luận – phê bình sân khấu; thực hiện các hoạt động giáo dục nghệ thuật cho công chúng, thúc đẩy marketing,...

Qua tổng quan tài liệu cho thấy các công bố khoa học về khán giả Cải lương còn một số điểm khuyết như chưa phân tích đa chiều thực trạng, một số nhận định chủ quan; chưa nhận diện được nguyên nhân gốc làm suy giảm khán giả Cải lương; cơ sở lý luận của những nguyên nhân ít được đề cập; giải pháp chưa có tính toàn diện. Những hạn chế trên, NCS sẽ cố gắng để giải quyết ở nhiều mức độ khác nhau trong đề tài *Phát triển khán giả sân khấu Cải lương tại thành phố Hồ Chí Minh (Nghiên cứu trường hợp Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang)*.

1.2. Cơ sở lý luận

1.2.1. Một số khái niệm cơ bản

Trong luận án này, NCS đề cập đến những khái niệm cơ bản sau: Nghệ thuật sân khấu, sân khấu Cải lương, công chúng, khán giả, phát triển khán giả, nhu cầu,... Trong đó, kế thừa khái niệm về “khán giả”, “công chúng” của các nhà nghiên cứu đi trước, NCS đề xuất khái niệm khán giả sân khấu Cải lương như sau: *Khán giả sân khấu Cải lương là*

những nhóm công chúng cụ thể đã, đang và sẽ thưởng thức nghệ thuật Cải lương ở các mức độ khác nhau, bằng những phương thức không giống nhau. Bên cạnh đó, NCS cũng đề xuất khái niệm phát triển khán giả Cải lương: là hệ thống các hoạt động đào tạo nguồn nhân lực, nghiên cứu khán giả, marketing, tổ chức biểu diễn nghệ thuật và giáo dục nghệ thuật về Cải lương cho công chúng trên cơ sở các chính sách phù hợp, nguồn lực tài chính, con người, cơ sở vật chất, mạng lưới đối tác mà đơn vị tổ chức biểu diễn sân khấu Cải lương có được.

1.2.2. Lý thuyết nghiên cứu

Lý thuyết lựa chọn duy lý (thuyết lựa chọn hợp lý): Thuyết lựa chọn duy lý xuất hiện vào khoảng thế kỷ XVIII, XIX với công đầu của G. C. Homans. Lý thuyết này được ứng dụng trong việc đề xuất các phương thức tác động vào quá trình đưa ra quyết định đi xem Cải lương của khán giả, tìm hiểu “mối quan hệ gắn kết, tin cậy” với những người xung quanh của công chúng và hành vi đi xem Cải lương của họ; đề xuất các phương án, nội dung đào tạo, bồi dưỡng về thái độ, kỹ năng của đội ngũ nhân sự phục vụ biểu diễn tại Nhà hát CL THT.

Lý thuyết vốn văn hóa của Pierre Bourdieu: Lý thuyết này do P. Bourdieu xây dựng và phát triển. Từ lý thuyết này, NCS có thể nhận diện được nguyên nhân làm suy giảm khán giả của sân khấu Cải lương ở Tp.HCM trong thời gian qua, từ đó có những đề xuất giải pháp khả thi và thích hợp hơn. Trong đó, NCS xem một trong những giải pháp trọng tâm để phát triển khán giả sân khấu Cải lương ở Tp.HCM là cần hình thành “thói quen” đi xem Cải lương của công chúng thông qua hình thành các không gian nghệ thuật Cải lương từ gia đình, làng xóm, nhà trường và xã hội.

Lý thuyết phát triển thị trường của H. Igor Ansoff: Theo H. Igor Ansoff, để phát triển thị trường của mình, các doanh nghiệp cần xây

dựng chiến lược tiếp thị trong định hướng chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp. Ansoff đề xuất ma trận sản phẩm thị trường khách hàng (Ma trận Ansoff), được cấu trúc bằng cách kết hợp các sản phẩm hiện có, sản phẩm mới với các thị trường hiện tại và thị trường mới với quy trình thâm nhập thị trường, phát triển thị trường, phát triển sản phẩm, đa dạng hóa sản phẩm. Lý thuyết phát triển thị trường của H. Igor Ansoff thông qua Ma trận Ansoff sẽ được NCS ứng dụng trong đề xuất giải pháp phát triển khán giả của Nhà hát.

1.3. Khái quát về sân khấu Cải lương

1.3.1. Lịch sử hình thành, phát triển sân khấu Cải lương

Sân khấu Cải lương ở Nam Bộ vào cuối thập niên 19 của thế kỷ trước. Sau đó, Cải lương nhanh chóng phát triển ra khắp Việt Nam. Thập niên 30 - 40, sân khấu Cải lương gặp khó khăn từ khủng hoảng kinh tế thế giới. Giai đoạn thập niên 50 – 60, Cải lương có bước phát triển mới và phân hóa sâu sắc về loại hình. Giai đoạn thập niên 60 – 70, sân khấu Cải lương đối diện với những thử thách mới từ ảnh hưởng của môi trường chính trị, quân sự. Thời kỳ “hoàng kim” nhất của sân khấu Cải lương là giai đoạn 1976 – 1985. Sau năm 1986, các loại hình sân khấu truyền thống như Cải lương bắt đầu đối diện với những khó khăn, thử thách lớn để tồn tại và phát triển. Từ năm 1990 đến nay, sân khấu Cải lương bắt đầu rơi vào thời kỳ “chuyển cấp”, còn công chúng thì “xuống cấp trầm trọng” [Đỗ Dũng (2003), *Sân khấu Cải lương Nam Bộ 1918 - 2000*, tr.115].

1.3.2. Vai trò của Thành phố Hồ Chí Minh với quá trình phát triển của sân khấu Cải lương

Trong hơn 100 năm qua, với những điều kiện thuận lợi về địa lý, kinh tế, xã hội, văn hoá, cơ sở hạ tầng, Tp.HCM là nơi “nuôi dưỡng”, là “bệ phóng” cho Cải lương phát triển. Vào giai đoạn đầu của sân khấu

Cải lương, hầu hết các gánh hát phải đến Sài Gòn – Gia Định để biểu diễn. Vào giai đoạn Cải lương đĩa hát phát triển, Tp.HCM là trung tâm đầu mối của hầu hết các khâu sản xuất, phát hành đĩa hát, là thị trường tiêu thụ lớn nhất của Cải lương. Không những thế, yêu cầu cao của khán giả Sài Gòn xưa còn là động lực để các gánh hát phát triển.

Tiểu kết

Sân khấu Cải lương ra đời vào đầu thế kỷ XX và là đối tượng nghiên cứu của nhiều nhà khoa học. Qua công trình của mình, các nhà nghiên cứu cũng đưa ra nhiều giải pháp với mong muốn góp phần giải quyết thực trạng suy giảm khán giả Cải lương. Tuy nhiên, phần lớn các giải pháp được đề xuất trên cơ sở quan sát thực tiễn của nhà nghiên cứu, mà thiếu những nền tảng lý luận đầy đủ, vững chắc. Những thiếu hụt này sẽ được NCS bổ túc một phần trong luận án.

Hành vi thụ hưởng một sản phẩm văn hóa nghệ thuật của công chúng do nhiều yếu tố tác động. Do đó, để có thể nghiên cứu thực trạng khán giả sân khấu Cải lương ở Tp.HCM qua trường hợp nghiên cứu là Nhà hát CL THT, cũng như đề xuất được các giải pháp khả thi, toàn diện để góp phần giải quyết vấn đề suy giảm khán giả của Cải lương, NCS xây dựng nền tảng lý luận là các khái niệm công cụ như công chúng – khán giả, phát triển khán giả, nhu cầu, thị hiếu nghệ thuật; các lý thuyết nghiên cứu như sự lựa chọn duy lý, vốn văn hoá, mô hình Ansoff,... Đây là những cơ sở lý luận cơ bản để NCS phân tích thực trạng chương 2 và đề xuất giải pháp ở chương 3 của luận án.

Chương 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN KHÁN GIẢ

Ở NHÀ HÁT CẢI LƯƠNG TRẦN HỮU TRANG

2.1. Tổng quan về Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang và một số đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương tư nhân ở Thành phố Hồ Chí Minh

2.1.1. Tổng quan về Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang

Nhà hát CL THT được thành lập năm 1998. Đây là đơn vị sự nghiệp công lập về nghệ thuật Cải lương duy nhất và lớn nhất ở Tp.HCM, chịu trách nhiệm chính về bảo tồn, phát huy nghệ thuật Cải lương. Tuy nhiên, những chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn hiện nay của Nhà hát chỉ phù hợp với những đơn vị nghệ thuật được bao cấp toàn diện. Bộ máy tổ chức của Nhà hát chỉ phù hợp với mô hình Nhà hát có nhiệm vụ trọng tâm là biểu diễn phục vụ miễn phí, thực hiện các nhiệm vụ chính trị xã hội do Nhà nước giao.

2.1.2. Khái quát về một số đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương tư nhân ở Thành phố Hồ Chí Minh

Sân khấu Sen Việt: Người sáng lập là NSƯT Lê Nguyên Đạt, diễn viên thường trực tại số 5B, đường Võ Văn Tần, Quận 3. Đây là một trong số rất ít sân khấu tư nhân thường xuyên tổ chức biểu diễn Cải lương với mô hình sân khấu nhỏ. *Sân khấu Chí Linh – Vân Hà:* Tiền thân là CLB Cải lương “Hát với nhau”, hoạt động tại quán cafe Feeling ở Quận 3. Đây là mô hình sân khấu xã hội hoá. Cải lương Hồ Quảng (tuồng cổ) là thể loại chính của Sân khấu này. *Công ty Green Horizon:* Công ty có trụ sở tại Quận 3, là doanh nghiệp hoạt động đa ngành nghề. Biểu diễn nghệ thuật không phải là lĩnh vực kinh doanh chính của doanh nghiệp. Trong tương lai, doanh nghiệp này không có kế hoạch phát triển lĩnh vực biểu diễn Cải lương.

2.2. Khái quát về khán giả Cải lương ở Thành phố Hồ Chí Minh

2.2.1. Đặc điểm của công chúng ở Thành phố Hồ Chí Minh

Công chúng Tp.HCM có phong cách sống cởi mở, phóng khoáng. Do đó, họ dễ dàng tiếp nhận, thụ hưởng loại hình sân khấu mới như Cải lương vào đầu thế kỷ XX. Đó là động lực thúc đẩy Cải lương phát triển, mau chóng chiếm lĩnh thị trường phía Nam trong suốt một thời gian dài. *Đa thành phần về mặt nhân khẩu học và tộc người:* Tp.HCM có dân số

đông nhất Việt Nam, thành phần tộc người cũng rất đa dạng. Điều này đặt ra vấn đề về nội dung, hình thức và tính văn hoá trong các vở diễn Cải lương. *Thích ngôi sao*: Lịch sử phát triển của sân khấu Cải lương cho thấy yếu tố ngôi sao có sức hút đặc biệt lớn đối với công chúng. Đặc điểm tâm lý này đã tạo động lực rất lớn để các nghệ sĩ nỗ lực phấn đấu rèn luyện, trau dồi tài năng để thành “sao”.

2.2.2. Đặc điểm nhân khẩu học của khán giả Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang

Về giới tính: Khán giả nữ nhiều hơn khán giả nam. Về độ tuổi: Phần lớn có độ tuổi trung niên, ít khán giả trẻ tuổi. Về nghề nghiệp: Phần lớn khán giả là hưu trí, buôn bán tự do, ít khán giả là HS, SV. Về trình độ học vấn: Phần lớn khán giả có trình độ học vấn dưới ĐH.

2.3. Thực trạng về chủ trương và nguồn lực phát triển khán giả cho sân khấu Cải lương ở Thành phố Hồ Chí Minh

2.3.1. Thực trạng về chủ trương, chính sách phát triển khán giả cho sân khấu Cải lương

Chủ trương chung của Đảng, của Thành ủy Tp.HCM về sân khấu truyền thống: Tính đến nay, Đảng và Thành ủy Tp.HCM đã có nhiều chủ trương về bảo tồn, phát huy sân khấu truyền thống của dân tộc Việt Nam. Đây là nền tảng chính trị vững chắc để chính quyền các cấp ban hành và thực hiện các chính sách liên quan. Tuy nhiên, nó chưa tạo ra sức mạnh chính trị đủ mạnh để công tác bảo tồn, phát huy nghệ thuật sân khấu truyền thống của Thành phố đạt những kết quả lớn.

Chính sách của Nhà nước Trung ương và của UBND Tp.HCM về bảo tồn, phát huy, phát triển nghệ thuật sân khấu truyền thống: Nhà nước luôn xác định việc bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa truyền thống, trong đó có NTBD là một trong những nhiệm vụ trọng tâm, gắn liền với quá trình xây dựng, phát triển đời sống văn hoá của người dân

Việt Nam. UBND Tp.HCM đã ban hành nhiều chính sách để tìm “lối thoát” cho nghệ thuật sân khấu truyền thống; luôn xem việc bảo tồn, phát huy các loại hình nghệ thuật sân khấu truyền thống là cần thiết; xác định những nhiệm vụ chính trong bảo tồn, phát huy nghệ thuật sân khấu truyền thống là khắc phục những yếu kém về cơ sở vật chất, đội ngũ sáng tạo, làm quản lý VH - NT; phát triển thị trường VH – NT, xã hội hóa các nguồn lực đầu tư,...

2.3.2. Thực trạng các nguồn lực để phát triển khán giả của Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang

Về tài chính: Nhà hát luôn đối diện với những khó khăn về nguồn lực tài chính. Mọi hoạt động của Nhà hát phụ thuộc hoàn toàn vào ngân sách. Do đó, mức đầu tư của Nhà hát cho các hoạt động để thu hút khán giả luôn ở mức khá thấp.

Về nguồn nhân lực: Lãnh đạo đơn vị, quản lý phòng, ban chức năng của Nhà hát thiếu những kiến thức về kinh tế văn hóa, phát triển khán giả,... Lực lượng tác giả vừa thiếu vừa yếu, không được đào tạo bài bản, thiếu động lực để đầu tư cho sáng tạo nghệ thuật. Đạo diễn Cải lương không thiếu về lượng và năng lực sáng tạo nghệ thuật. Nhưng họ thiếu là kịch bản hay, cơ sở vật chất hiện đại; môi trường đào tạo bài bản. Trong khi diễn viên Cải lương tài năng ít, chưa được đào tạo tốt, một bộ phận ý thức làm nghề chưa cao. Nhóm nhân viên kỹ thuật chỉ có thể đảm trách tốt công việc với những suất diễn sử dụng các thiết bị, công nghệ quen thuộc. Nhóm nhân viên vệ sinh, bán, soát vé, chỉ ghế, bảo vệ, giữ xe,... được khán giả đánh giá cao về thái độ phục vụ. Nhóm phụ trách truyền thông – quảng bá của Nhà hát CLTHT có năng lực chuyên môn thấp, không được đào tạo chuyên môn.

Về cơ sở vật chất, dù Nhà hát CL THT có tòa nhà mới khang trang nhưng tồn tại nhiều bất cập về kiến trúc, chức năng, công năng liên quan đến tổ chức biểu diễn Cải lương; thang máy, thang cuốn thường có

sự cố; hệ thống phòng cháy chữa cháy hư hỏng không còn sử dụng được. Về mạng lưới đối tác: Ngoài mối quan hệ lâu năm với một số đơn vị xã hội hoá, hệ thống Trung tâm Văn hoá các cấp, Nhà hát CL THT chưa có mối quan hệ mật thiết với các kênh báo chí, truyền thông, cơ sở giáo dục VH – NT, các doanh nghiệp du lịch.

2.4. Thực trạng hoạt động phát triển khán giả của Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang

2.4.1. Thực trạng marketing nghệ thuật

Ở Tp.HCM, hầu như không đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương nào dành sự quan tâm đúng mức đến nghiên cứu khán giả, kể cả Nhà hát CL THT. Trong khi đó, các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương cũng không xây dựng kế hoạch marketing. Mọi hoạt động truyền thông, quảng bá được triển khai một cách tự phát. Về công cụ truyền thông marketing, hiện Nhà hát đã nâng cấp website, facebook và youtube nhưng hiệu quả mang lại của các công cụ này còn tồn tại nhiều hạn chế.

2.4.2. Thực trạng hoạt động tổ chức biểu diễn sân khấu Cải lương

Số lượng vé được bán trong các suất diễn doanh thu của Nhà hát rất thấp (trung bình 30 vé/suất). Tỷ lệ khán giả của các suất diễn phục vụ người dân miễn phí tại cơ sở giảm trung bình 20,9%/năm. Tỷ lệ lấp đầy khán phòng của các suất diễn theo Kế hoạch “Rạp sáng đèn sân khấu hàng tuần” chỉ đạt trung bình 33,1%/suất. Đối với Chương trình “Sân khấu du lịch”: Nội dung và quá trình thực thi “Sân khấu du lịch” còn nhiều hạn chế, rườm rà như phân khúc khán giả mục tiêu chưa rõ, chưa ký kết chính thức với các đơn vị phối hợp thực hiện; nội dung, hình thức, cấu trúc chương trình được xây dựng từ ý muốn chủ quan; công tác truyền thông cho chương trình yếu.

2.4.3. Thực trạng hoạt động giáo dục nghệ thuật sân khấu Cải lương cho công chúng

Năm 2015, Nhà hát đề ra kế hoạch xây dựng Đề án *Sân khấu học*

đường nhưng không thực hiện được. Đến quý 4/2020, Nhà hát biểu diễn 05 suất tại các trường THCS, THPT trên địa bàn Tp.HCM. Tuy nhiên, chương trình chỉ dừng ở kết quả đạt số lượng suất diễn theo Kế hoạch, số lượng HS tham dự, và bước đầu giúp HS tiếp xúc với sân khấu Cải lương. Năm 2020, Nhà hát chủ trì, phối hợp tổ chức các suất diễn nghệ thuật truyền thống phục vụ thiếu nhi. Quan sát 3/9 chương trình, khảo sát xã hội học cho thấy đông đảo thiếu nhi tham dự thích thú, tích cực tham gia giao lưu, tương tác, thực hành hát lòng bản bài bản vẫn Cải lương. Kết quả nghiên cứu cho thấy những hoạt động giáo dục nghệ thuật cho công chúng của Nhà hát CL THT trong những năm qua chưa đạt được kết quả theo lý thuyết “Vốn văn hóa” của P.Bourdieu.

2.5. Đánh giá nguyên nhân của những hạn chế trong hoạt động phát triển khán giả của Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang

2.5.1. Nguyên nhân khách quan

Tiến độ thực hiện một số chủ trương, chính sách còn chậm. Chính sách tài chính chưa đủ mạnh để tạo động lực thúc đẩy hoạt động sáng tạo nghệ thuật Cải lương, thu hút nguồn nhân lực có chất lượng cao. Nền kinh tế thị trường, khoa học kỹ thuật phát triển kéo theo sự ra đời của nhiều loại hình dịch vụ, vui chơi giải trí hiện đại. Do đó, các đơn vị tổ chức biểu diễn nghệ thuật truyền thống phải chịu sự cạnh tranh rất lớn để thu hút công chúng. Cơ sở, môi trường, điều kiện đào tạo đội ngũ nhân lực phục vụ cho sân khấu Cải lương ở Tp.HCM rất hạn chế. Chương trình, tài liệu giảng dạy, giảng viên chất lượng chưa cao. Nguồn tuyển sinh khá hạn chế cả về chất lượng và số lượng. Quá trình đào tạo chưa gắn với thực hành nghề nghiệp. Nhu cầu của công chúng đa dạng, thay đổi mau lẹ. Yếu tố “Vốn văn hóa” của công chúng về nghệ thuật Cải lương không được bồi đắp. Một bộ phận công chúng có quan niệm đi xem Cải lương là hành vi tiêu dùng văn hoá ít “văn minh”.

2.5.2. Nguyên nhân chủ quan

Nhóm nhân lực là lãnh đạo, quản lý của Nhà hát CL THT chưa được trang bị những nền tảng kiến thức về kinh tế văn hóa, cách thức vận hành, phát triển một nhà hát trong bối cảnh kinh tế thị trường. Nhà hát CL THT, sân khấu Sen Việt, Chí Linh – Vân Hà có mối liên kết với truyền thông yếu. Những hạn chế trong hoạt động marketing là do bộ phận phụ trách truyền thông, quảng cáo của Nhà hát CL THT được tích hợp vào Phòng Hành chính – Tổng hợp, trong khi nhân sự chuyên trách là kiêm nhiệm và thiếu chuyên môn cần thiết. Những hạn chế trong hoạt động biểu diễn Cải lương là do vở diễn, hoạt động truyền thông chưa hướng đến một phân khúc công chúng cụ thể. Khâu phát hành vé kém hiệu quả. Yếu tố “ngôi sao” của lực lượng sáng tạo chưa cao. Chất lượng vở diễn chưa đáp ứng sự kỳ vọng, mong đợi của công chúng.

Tiểu kết

Tp.HCM là địa phương có đặc thù về lịch sử hình thành, kinh tế, văn hoá. Công chúng Thành phố cũng có đặc điểm riêng. Do đó, các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương như Nhà hát CL THT nếu muốn phát triển phải thực hiện nhiều phương thức để nâng cao năng lực cạnh tranh, thu hút khán giả. Trong số các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương ở Tp.HCM, Nhà hát CL THT là đơn vị sự nghiệp công lập duy nhất có trách nhiệm trực tiếp trong công tác bảo tồn, phát huy, phát triển sân khấu Cải lương. Với những nguồn lực của mình, trong giai đoạn 2015 – 2020, Nhà hát đã thực hiện nhiều hoạt động để gia tăng lượng khán giả của sân khấu Cải lương. Tuy nhiên, những hoạt động này chưa thu lại những hiệu quả thiết thực. Khán giả đến với sân khấu Cải lương vẫn thưa thớt, nhất là khán giả trẻ. Nguyên nhân của những hạn chế này có nhiều, tuy nhiên, những hạn chế trong thực thi chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước là nguyên nhân gốc của các nguyên nhân khác.

Chương 3

CƠ HỘI, THÁCH THỨC VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KHÁN GIẢ CHO NHÀ HÁT CẢI LƯƠNG TRẦN HỮU TRANG

3.1. Cơ hội và thách thức để phát triển khán giả sân khấu Cải lương

3.1.1. Cơ hội và thách thức từ môi trường kinh tế – văn hóa – xã hội

Cơ hội: Kinh tế Tp.HCM phát triển toàn diện và mạnh mẽ, người dân có thu nhập cao; Thành phố có dân số đông, là trung tâm giáo dục lớn; sinh hoạt Đờn ca Tài tử còn sôi động,... Những điều trên sẽ tạo cơ hội cho Nhà hát CL THT xây dựng mạng lưới đối tác, kêu gọi vốn đầu tư; tổ chức biểu diễn có bán vé, triển khai mô hình “Sân khấu du lịch”, “Sân khấu học đường”, “Rap sáng đèn sân khấu hàng tuần”,... *Thách thức:* Sự phân hóa ngày càng sâu sắc, sự thay đổi mau lẹ nhu cầu thưởng thức nghệ thuật của công chúng. Nhà hát CL THT sẽ gặp thách thức trong việc chuyển đổi cách thức vận hành Nhà hát theo hướng tự chủ tài chính. Bên cạnh đó, các khủng hoảng y tế cộng đồng lớn như đại dịch Covid-19 sẽ là thách thức rất lớn trong việc duy trì và phát triển các loại hình nghệ thuật biểu diễn trực tiếp trên sân khấu.

3.1.2. Cơ hội và thách thức từ sự phát triển của khoa học và công nghệ

Cơ hội: Với những ưu thế vượt trội trong tương tác với công chúng, những thành tựu KH & CN đã mở ra những cơ hội lớn cho các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương như Nhà hát CL THT trong việc ứng dụng công nghệ để thực hiện các chiến lược marketing, nghiên cứu khán giả; hiện thực hóa ý tưởng nghệ thuật của đạo diễn như thiết kế sân khấu, âm thanh, ánh sáng, kỹ xảo,... để chinh phục khán giả. *Thách thức:* Những thành tựu về KH & CN đặt ra những thách thức cho các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương trong việc bảo mật thông tin của khán giả, năng lực tiếp nhận, vận hành, quản lý yếu tố công nghệ, khả

năng đảm bảo tính truyền thống của sân khấu Cải lương; thách thức trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho các sáng tạo nghệ thuật; công chúng thay đổi thói quen thưởng thức nghệ thuật.

3.2. Giải pháp phát triển khán giả cho Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang

3.2.1. Quan điểm phát triển khán giả sân khấu Cải lương

Phát triển khán giả phải lấy các chức năng cơ bản của nghệ thuật sân khấu truyền thống làm cơ sở; phát triển khán giả sân khấu Cải lương phải dựa vào những thành tựu của lĩnh vực xã hội học công chúng (xã hội học khán giả); phát triển khán giả Cải lương phải dựa trên quan điểm toàn diện, hệ thống, trường kỳ.

3.2.2. Giải pháp về chủ trương, chính sách

Giải pháp về chủ trương, chính sách cấp Trung ương: Đảng và Nhà nước cần có các quyết sách để lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện; bố trí, phân bổ nguồn lực để thực hiện các nội dung, mục tiêu quan trọng trong việc thực hiện cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập được quy định tại Nghị định số 60/2021/NĐ-CP của Chính phủ; thực hiện Chiến lược phát triển văn hoá đến năm 2030.

Giải pháp về chủ trương, chính sách cấp Tp.HCM: Thành ủy và UBND Tp.HCM cần tăng cường lãnh đạo, chỉ đạo bố trí nguồn tài chính để thúc đẩy tiến độ đầu tư hoàn thiện cơ sở vật chất; đẩy nhanh tiến độ nâng cấp trường CĐ Văn hóa Nghệ thuật Tp.HCM lên ĐH; tổ chức biểu diễn phục vụ, các chương trình giáo dục nghệ thuật, đào tạo nguồn nhân lực lĩnh vực nghệ thuật; có chính sách tài chính đặc thù đối với lực lượng tham gia sáng tạo nghệ thuật truyền thống; phân bổ nguồn lực để thực hiện các mục tiêu được thể hiện trong Đề án Chiến lược phát triển ngành văn hóa Tp.HCM giai đoạn 2020 – 2030.

3.2.3. Giải pháp về tổ chức bộ máy và cơ chế hoạt động của Nhà hát Cải lương Trần Hữu Trang

Giải pháp về tổ chức bộ máy của Nhà hát: Để hoạt động phát triển khán giả Cải lương hiệu quả hơn trong tương lai, NCS đề xuất bổ sung vào tổ chức bộ máy Nhà hát hai bộ phận chức năng mới là “Trung tâm nghiên cứu sân khấu Cải lương” và “Phòng Truyền thông và Giáo dục nghệ thuật”. *Giải pháp thay đổi cơ chế hoạt động của Nhà hát:* Bên cạnh những chức năng, nhiệm vụ hiện hành, Nhà hát cần bổ sung các chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn gắn với mô hình hoạt động của một doanh nghiệp văn hoá trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng mạnh.

3.2.4. Giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực

Với thực trạng nguồn nhân lực lĩnh vực Cải lương ở Tp.HCM cũng như Nhà hát CL THT, để thực hiện hiệu quả các chương trình phát triển khán giả, họ cần được đào tạo. Tuy nhiên, tùy vào từng trường hợp cụ thể, Nhà hát cần lưu tâm đến những vấn đề lựa chọn đối tác tham gia công tác đào tạo; lựa chọn, xây dựng chương trình, nội dung, tài liệu phục vụ đào tạo; lựa chọn lực lượng giáo viên, giảng viên tham gia đào tạo; lựa chọn hình thức, thời gian đào tạo; xây dựng quy trình đánh giá chất lượng tài liệu và kết quả đào tạo.

3.2.5. Giải pháp về xây dựng mạng lưới đối tác

Nhà hát CL THT cần xây dựng mạng lưới có tính chất hệ thống giữa các cấu trúc vĩ mô. Trong đó, chủ thể lõi của cấu trúc này là Nhà hát, các nhóm đối tác gồm các thành phần cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức chính trị – xã hội, các hội nghề nghiệp, các đơn vị sự nghiệp văn hóa công lập; các doanh nghiệp du lịch – lữ hành, báo chí truyền thông, NTBD; các cơ sở đào tạo; các tổ chức cung cấp các gói tài trợ, bảo trợ cho các hoạt động bảo tồn văn hóa truyền thống.

3.2.6. Giải pháp tăng cường hoạt động marketing

Để phát triển được khán giả trong tương lai, Nhà hát CL THT cần

tăng cường hoạt động marketing gồm: Thúc đẩy nghiên cứu khán giả, thúc đẩy hành vi thưởng thức Cải lương của công chúng thông qua ứng dụng đăng thức $C = (P \times V) = \text{Maximum}$ và các định đề về hành vi cá nhân người do G.C.Homans đề xuất; đẩy mạnh truyền thông qua trang điện tử, mạng xã hội như nền tảng IchLinks, website, fanpage facebook; các trang báo điện tử; marketing trực quan, truyền thông miệng; đẩy mạnh truyền thông qua sản phẩm truyền hình và điện ảnh.

3.2.7. Phát triển khán giả theo lý thuyết Ansoff

Phát triển khán giả cho Nhà hát CL THT từ ứng dụng lý thuyết của H. Igor Ansoff được cụ thể hóa như sau: Để thâm nhập thị trường, Nhà hát tăng cường tổ chức biểu diễn các thể loại Cải lương mà phân khúc khán giả hiện có vốn đam mê. Để phát triển thị trường, Nhà hát cần đầu tư nghiên cứu khán giả, nhất là khán giả trẻ. Để phát triển các vở diễn, Nhà hát cần đầu tư nguồn lực để sáng tạo ra các vở diễn mới, biến thể mới của các vở diễn ăn khách bằng cách đổi mới hình thức, cải tiến đạo cụ, phục trang; thiết kế sân khấu, tăng yếu tố công nghệ. Đồng thời, Nhà hát sáng tạo nên những vở diễn mới về hình thức, nội dung để cung cấp cho những phân khúc khán giả mới.

3.2.8. Giải pháp về giáo dục nghệ thuật sân khấu Cải lương cho công chúng

Nhóm giải pháp này được xây dựng theo thuyết “Vốn văn hóa” của P.Bourdieu. Do đó, để công chúng có “Vốn văn hoá” về nghệ thuật Cải lương, cần thực hiện các chương trình giáo dục nghệ thuật về Cải lương cho công chúng từ môi trường gia đình, làng xã/khu phố, học đường và môi trường xã hội.

Tiểu kết

Trong quá khứ, sân khấu Cải lương đã từng là “món ăn” tinh thần của đại bộ phận người dân Việt Nam. Nhưng hiện nay, khán giả Cải

lương đang suy giảm mạnh. Để góp phần giải quyết thực trạng này, NCS đề xuất các giải pháp: đổi mới, bổ sung chính sách về bảo tồn, phát huy, phát triển VH – NT; bổ sung vào bộ máy tổ chức của Nhà hát CL THT các bộ phận chức năng mới là Trung tâm nghiên cứu sân khấu Cải lương và Phòng Truyền thông; bổ sung chức năng, nhiệm vụ của Nhà hát cho phù hợp với bối cảnh mới; xây dựng môi trường, chương trình, nội dung đào tạo nguồn nhân lực; các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương, trọng tâm là Nhà hát CL THT thúc đẩy hoạt động truyền thông, quảng bá;... Những giải pháp phát triển khán giả cho sân khấu Cải lương ở Tp.HCM, trường hợp nghiên cứu Nhà hát CL THT được đề xuất, xây dựng trên các quan điểm cơ bản như: phải lấy các chức năng cơ bản của nghệ thuật sân khấu truyền thống làm cơ sở lý luận; lấy những thành tựu của lĩnh vực xã hội học công chúng (xã hội học khán giả) thông qua nghiên cứu khán giả làm cơ sở thực tiễn; phải dựa trên quan điểm toàn diện, hệ thống, trường kỳ trong việc đề xuất và thực thi chính sách.

KẾT LUẬN

Căn cứ vào mục đích, nhiệm vụ, câu hỏi, giả thuyết, lý thuyết và phương pháp nghiên cứu của đề tài, NCS rút ra một số kết luận như sau:

Thứ nhất, phát triển khán giả cho sân khấu Cải lương là hệ thống các chuỗi hoạt động nghiên cứu khán giả, marketing, tổ chức biểu diễn và giáo dục nghệ thuật về Cải lương cho công chúng trên cơ sở chủ trương, chính sách; các nguồn lực tài chính, con người, cơ sở vật chất và mạng lưới đối tác mà đơn vị tổ chức biểu diễn sân khấu Cải lương có được. Để nhận diện thực trạng phát triển khán giả Cải lương ở Tp.HCM với trường hợp nghiên cứu Nhà hát CL THT, cần phân tích các nội dung: (1) Phân tích đặc điểm công chúng Thành phố, khán giả hiện có của Nhà hát; (2) Đánh giá những chủ trương, chính sách của Đảng và

Nhà nước về bảo tồn, phát huy, phát triển sân khấu truyền thống; (3) Phân tích các nguồn lực để phát triển khán giả của Nhà hát như tài chính, nhân lực, cơ sở vật chất, mạng lưới đối tác; (4) Phân tích các hoạt động phát triển khán giả cụ thể của Nhà hát như nghiên cứu khán giả, marketing, tổ chức biểu diễn sân khấu Cải lương, giáo dục nghệ thuật về Cải lương cho công chúng. (5) Phân tích những nguyên nhân và đề xuất giải pháp để phát triển khán giả cho Nhà hát CL THT. Các khía cạnh lý luận trên như là những mắt xích góp phần hoàn thiện hệ thống cơ sở lý luận về nghiên cứu khán giả nghệ thuật sân khấu.

Thứ hai, sân khấu Cải lương nói chung, thực trạng khán giả nói riêng đã được nhiều nhà nghiên cứu khai thác ở các mức độ khác nhau. Nhưng tính đến nay, chưa có công trình nghiên cứu hoàn chỉnh, đầy đủ các khía cạnh về vấn đề phát triển khán giả với trường hợp nghiên cứu là Nhà hát CL THT có đối sánh với một số đơn vị tư nhân có tổ chức biểu diễn Cải lương ở Tp.HCM. Qua đó, công trình này đã góp phần làm phong phú, đầy đủ trong kho dữ liệu nghiên cứu về loại hình nghệ thuật truyền thống này.

Thứ ba, với quan điểm tiếp cận toàn diện và hệ thống, kết quả nghiên cứu giúp các bên liên quan có cái nhìn đầy đủ hơn về thực trạng phát triển khán giả Cải lương ở Tp.HCM giai đoạn 2015 – 2020. Cụ thể, công trình đã làm rõ các thực trạng sau:

- Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về công tác bảo tồn, phát huy VH – NT, trong đó có nghệ thuật sân khấu truyền thống đã được ban hành và khá đầy đủ. Tuy nhiên, quá trình triển khai thực thi chính sách còn rất chậm, nhất là những chính sách thu hút đầu tư ngoài nhà nước; sửa chữa, nâng cấp cơ sở vật chất, kỹ thuật; đào tạo nguồn nhân lực, hiện đại hoá trong sáng tạo – sản xuất – phổ biến tác phẩm nghệ thuật; phát triển thị trường VH – NT,... Mặt khác, một số chính

sách đã được thực thi, nhưng tác động còn hạn chế, điển hình là chính sách tài chính đối với lực lượng tham gia sáng tạo nghệ thuật. Những chủ trương, chính sách được thực thi chậm là nguyên nhân chính dẫn đến những hạn chế khác trong công tác bảo tồn, phát huy, phát triển sân khấu Cải lương, trong đó có vấn đề phát triển khán giả.

- Nhà hát CL THT có những nguồn lực cơ bản như đội ngũ nhân lực, ngân sách, cơ sở vật chất để tổ chức sáng tạo – sản xuất và biểu diễn Cải lương, mạng lưới đối tác. Nhưng các nguồn lực này chưa đủ lớn, đủ mạnh để Nhà hát đủ khả năng tạo ra những chương trình biểu diễn Cải lương có chất lượng cao, chưa đủ để nâng cao năng lực cạnh tranh của Nhà hát từ nhiều phương diện. Do đó, khán giả đến với sân khấu Cải lương vẫn còn rất hạn chế, nhất là khán giả trẻ.

- Trong giai đoạn 2015 – 2020, trước thực trạng suy giảm khán giả, trong sự giới hạn về nguồn lực, Nhà hát CL THT đã triển khai một số hoạt động nhằm thu hút công chúng như nghiên cứu khán giả, thúc đẩy hoạt động marketing, tổ chức biểu diễn, giáo dục nghệ thuật qua các chương trình sân khấu thiếu nhi, sân khấu học đường,... Nhưng những hoạt động này hiệu quả chưa cao, còn nhiều hạn chế. Hệ lụy là lượng khán giả đến thụ hưởng các chương trình biểu diễn Cải lương của Nhà hát còn thấp. Kết quả này giúp NCS trả lời được câu hỏi nghiên cứu “Nhà hát CL THT đã làm những gì để giải quyết thực trạng suy giảm khán giả?”, đồng thời, giúp NCS kiểm chứng được giả thuyết nghiên cứu: “Nhà hát CL THT đã thực hiện nhiều hoạt động, giải pháp nhằm phát triển khán giả, nhưng kết quả không đủ lớn để giải quyết vấn đề suy giảm khán giả” là đúng hoàn toàn.

Thứ tư, luận án cũng tìm ra những nguyên nhân cơ bản của các hạn chế trong hoạt động phát triển khán giả của Nhà hát CL THT:

- Về khách quan: Một phần chủ trương, chính sách chưa phù hợp

thực tế; tiến độ triển khai một số nội dung chính sách rất chậm so với yêu cầu, đòi hỏi của công tác bảo tồn, phát huy, phát triển sân khấu Cải lương. Tiếp cận từ góc độ quản lý nhà nước về văn hoá, nguyên nhân này là gốc của mọi nguyên nhân. Bên cạnh đó còn có các nguyên nhân như: sự tác động từ kinh tế thị trường, khoa học kỹ thuật; môi trường đào tạo nguồn nhân lực Cải lương hạn chế; nhu cầu và thói quen thụ hưởng của công chúng thay đổi, sự thiếu hụt vốn văn hoá về Cải lương, cũng như quan niệm đi xem Cải lương là thiếu văn minh của một bộ phận công chúng.

- Về chủ quan: Sự thiếu hụt nền tảng kiến thức về kinh tế văn hóa, cách thức vận hành một Nhà hát trong bối cảnh kinh tế thị trường của nhóm lãnh đạo, quản lý Nhà hát CL THT; mối liên kết với truyền thông yếu; Nhà hát chưa xây dựng được chương trình giảng dạy chuẩn; các vở diễn chưa hướng đến phân khúc công chúng cụ thể; chất lượng các vở diễn chưa đáp ứng được sự kỳ vọng, mong đợi của công chúng nên không có lợi thế cạnh tranh với các loại hình VH – NT hiện đại; không xác định được nhóm công chúng mục tiêu trong hoạt động marketing; phát hành vé đến các nhóm công chúng mục tiêu chưa phù hợp. Kết quả nghiên cứu này đã giúp NCS trả lời được câu hỏi nghiên cứu “Tại sao trong những năm gần đây, lượng khán giả đến thưởng thức Cải lương tại các sân khấu ở Tp.HCM suy giảm mạnh?”. Như vậy, giả thuyết nghiên cứu “Sân khấu Cải lương ở Tp.HCM mất dần khán giả vì chất lượng vở diễn giảm sút; chưa có chủ trương, chính sách phù hợp để huy động các nguồn lực nâng cao chất lượng vở diễn” là hoàn toàn đúng.

Thứ năm, trong tương lai, phát triển khán giả cho Cải lương ở Tp.HCM, trọng tâm là Nhà hát CL THT đứng trước nhiều cơ hội gặt hái những thành quả tích cực hơn khi môi trường kinh tế - văn hoá – xã hội ở Tp.HCM phát triển tích cực; những thành tựu KH & CN, nhất là

truyền thông đại chúng đã và sẽ giúp công chúng Tp.HCM có nhiều hình thức thụ hưởng sản phẩm VH – NT trong đó có sân khấu Cải lương. Tuy nhiên, thách thức là sự cạnh tranh trên thị trường VH – NT ở Tp.HCM sẽ gay gắt hơn, trong khi Cải lương luôn tỏ ra yếu thế trong việc chinh phục công chúng. Mặt khác, sự phát triển của KH & CN đặt ra thách thức cho các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương là đội ngũ nguồn nhân lực để vận hành hệ thống. Sự thay đổi thói quen thụ hưởng VH – NT của công chúng từ trực tiếp tại sân khấu sang gián tiếp qua phương tiện đại chúng cũng là thách thức lớn.

Thứ sáu, công trình đã tìm ra được những giải pháp phù hợp, trên cơ sở những dữ liệu khoa học đáng tin cậy để hạn chế đà suy giảm, từng bước gia tăng số lượt khán giả đến thụ hưởng nghệ thuật Cải lương tại các sân khấu ở Tp.HCM, trọng tâm là Nhà hát CL THT. Qua đó, câu hỏi nghiên cứu “Cần những giải pháp nào để hạn chế đà suy giảm, từng bước gia tăng lượng khán giả đến thụ hưởng nghệ thuật Cải lương tại các sân khấu ở Tp.HCM, trọng tâm là Nhà hát CL THT?” cũng được giải quyết. Theo kết quả nghiên cứu, NCS đề xuất các giải pháp: ban hành và đẩy nhanh tiến độ thực hiện chính sách thu hút vốn đầu tư ngoài nhà nước, đầu tư cơ sở vật chất, đào tạo nhân lực; bổ sung hoàn thiện chức năng, nhiệm vụ của Nhà hát CL THT cho phù hợp tình hình mới; hoàn thiện bộ máy tổ chức của Nhà hát với việc thành lập “Trung tâm nghiên cứu sân khấu Cải lương” và “Phòng Truyền thông và Giáo dục nghệ thuật”, thúc đẩy hoạt động đào tạo nguồn nhân lực, giáo dục nghệ thuật cho công chúng, xây dựng mạng lưới đối tác, nâng cao chất lượng hoạt động sáng tạo nghệ thuật,....

Thứ bảy, kết quả nghiên cứu còn một số hạn chế như: Luận án chưa nghiên cứu chuyên sâu về mối quan hệ biện chứng giữa hành vi thưởng thức sân khấu Cải lương của công chúng với lượng “Vốn văn

hóa”, quan niệm về “văn minh” và lý thuyết lựa chọn duy lý. Mặt khác, kết quả nghiên cứu cũng chưa phân tích sâu sắc, toàn diện những đóng góp của các đơn vị tổ chức biểu diễn Cải lương ngoài Nhà nước ở Tp.HCM như sân khấu Sen Việt, sân khấu Chí Linh - Vân Hà, Công ty Green Horizon,... trong việc phát triển khán giả cho sân khấu Cải lương.

Thứ tám, những định hướng nghiên cứu sâu hơn trong tương lai: Trong trường hợp các giải pháp phát triển khán giả sân khấu Cải lương ở Tp.HCM trong luận án được thực hiện, NCS mong muốn trong tương lai sẽ thực hiện các công trình nghiên cứu đánh giá chuyên sâu hơn để kiểm chứng giả thuyết nghiên cứu thứ năm đã được đặt ra. Đồng thời, NCS cũng mong muốn có những nghiên cứu sâu hơn về mối tương tác giữa “Vốn văn hóa”, quan niệm về “văn minh” của từng nhóm công chúng trong xã hội với hành vi thụ hưởng sân khấu Cải lương.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Nguyễn Hồ Phong (2019), “Developing the audience for Vietnam traditional theatre arts in the context of digital technology development from the theory of human behaviour” (Phát triển khán giả cho nghệ thuật sân khấu truyền thống ở Việt Nam trong bối cảnh sự phát triển của công nghệ số từ lý thuyết hành vi người), Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế *Digital Disruption Era: Challenges and Opportunities for Business Management*, tr.1–11.

2. Nguyễn Hồ Phong (2019), “Phát triển khán giả sân khấu truyền thống nhìn từ lý thuyết lựa chọn duy lý”, Tạp chí *Văn hóa Nghệ thuật*, số 418, tr.90–94.

3. Nguyễn Hồ Phong (2019), “Vốn văn hóa và vấn đề phát triển công chúng đối với nghệ thuật sân khấu truyền thống ở Việt Nam hiện nay”, Tạp chí *Văn hóa học*, số 2, tr. 86–92.

4. Nguyễn Hồ Phong (2021), “Phát triển công chúng cho nghệ thuật dân gian – dân tộc ở Thành phố Hồ Chí Minh”, Hội nghị *Nghiên cứu khoa học của nghiên cứu sinh năm 2020*, Nxb Thế giới, Hà Nội, tr.114-133.