

Văn học đại chúng ở Việt Nam hiện nay

Nguyễn Đăng Điệp¹

¹ Viện Văn học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
Email: diepvh@gmail.com

Nhận ngày 3 tháng 5 năm 2017. Chấp nhận đăng ngày 3 tháng 6 năm 2017.

Tóm tắt: Từ khi đổi mới (1986) đến nay, văn học đại chúng ở Việt Nam đã phát triển hết sức mạnh mẽ. Đặc biệt, trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế sâu rộng của Việt Nam hiện nay, văn học đại chúng không ngừng mở rộng tầm ảnh hưởng cho dù tâm thế tiếp nhận và thừa nhận nó từ phía người đọc là rất khác nhau. Sự phát triển của loại hình văn học này một mặt góp phần làm đa dạng hóa đời sống văn học, mặt khác đem đến nhiều hệ lụy và gây băn khoăn về sự suy giảm chất lượng nghệ thuật của văn học Việt Nam.

Từ khóa: Văn học đại chúng, sự phát triển, Việt Nam.

Phân loại ngành: Văn học

Abstract: Since Vietnam started the *đổi mới*, or renovation, process, in 1986, the country's popular literature has developed in an extremely strong manner. Especially, in the current context of the market economy and its in-depth and expanded international integration, the Vietnamese popular literature has been incessantly broadening its influence even though the way it is received and recognised varies among readers. The development of the type of literature has, on the one hand, contributed to diversifying the country's literature, but, on the other hand, brought about many negative impacts and concerns of declining quality.

Keywords: Popular literature, development, Vietnam.

Subject Classification: Literature

1. Mở đầu

Hiện nay có nhiều cách hiểu khác nhau về văn học đại chúng, song có thể quy vào hai loại chính. Cách thứ nhất, coi văn học đại

chúng là biểu hiện mặt trái của kinh tế thị trường, đề cao hiệu quả kinh tế hơn là hiệu quả xã hội. Cách thứ hai cho rằng văn học đại chúng chỉ quan tâm đến những cảm xúc vụn vặt, nhỏ hẹp của cá nhân, né tránh

những vấn đề quan trọng, nóng hổi của đất nước. Khi nói đến văn học đại chúng, không ít người giữ thái độ kì thị, coi đó chỉ là thứ “á văn học” tồn tại ở khu vực ngoại vi. Bài viết này đề cập đến quan niệm về văn học đại chúng, thực trạng và những giải pháp phát triển loại hình văn học này ở Việt Nam.

2. Quan niệm về văn học đại chúng

Khái niệm “văn học đại chúng” nhiều khi được đánh đồng với một số khái niệm khác như “văn học thị trường”, “văn học bình dân”, “văn học giải trí”... Sở dĩ có hiện tượng này bởi giữa chúng có những điểm chung: *thứ nhất*, chúng luôn hướng tới số đông; *thứ hai*, chúng đề cao chức năng giải trí. Trong những nghiên cứu đầu thế kỷ XX trở về trước, văn học bình dân là tên gọi khác của văn học dân gian, một loại hình có những đặc điểm khác biệt với văn chương bác học. Còn văn học thị trường và văn học đại chúng sinh ra và phát triển trong điều kiện kinh tế thị trường. Tuy nhiên, khái niệm văn học thị trường thường dùng để chỉ văn học được viết theo quy luật cung - cầu, thuận mua vừa bán. Tác phẩm văn học, dù là sản phẩm tinh thần, cũng phải được coi là hàng hóa. Trong điều kiện kinh tế thị trường, người viết (nhà sản xuất) phải cố gắng đáp ứng yêu cầu, sở thích ấy của người đọc (kẻ tiêu thụ). Nói gọn hơn, khi có kinh tế thị trường thì có văn học thị trường và thị trường văn học. Văn học đại chúng khác văn học thị trường ở chỗ, nó ra đời trên nền tảng xã hội tiêu dùng và truyền thông hiện đại. Phần lớn các nghiên cứu hiện đại về văn học đại chúng đều nhấn

manh những đặc điểm quan trọng này. Vì gắn với xã hội tiêu dùng và truyền thông nên văn học đại chúng có khả năng “xuyên không”: không hạn chế về lãnh thổ và biên giới, không giới hạn phạm vi người đọc. Độc giả văn học đại chúng có thể là bất cứ ai, không phân biệt tuổi tác, giới tính, trình độ, dân tộc, quốc gia; có thể đọc trong bất cứ thời điểm nào; có thể đọc ở sách điện tử và đọc trên điện thoại di động.

Về bản chất, văn học đại chúng có ý thức khước từ tính cung đình và tính hàn lâm trong nghệ thuật, có dây mơ rễ má với văn học bình dân và là sản phẩm của thời đại kinh tế thị trường giai đoạn hậu công nghiệp. Bởi thế, có người coi văn học đại chúng là “văn học dân gian của xã hội công nghiệp”. Về thời điểm xuất hiện của văn hóa đại chúng trên phạm vi thế giới, trong tiểu luận *Lý luận về văn hóa đại chúng (A theory of mass culture)*, Dwight MacDonald cho rằng, những mầm mống văn hóa đại chúng xuất hiện từ thế kỷ XIX khi xã hội dân chủ phá vỡ sự độc quyền của tầng lớp quý tộc tự coi mình là tinh hoa, những tiến bộ của công nghệ có khả năng đáp ứng nhu cầu của thị trường văn hóa [4]. Văn hóa đại chúng hoàn toàn đối lập với văn hóa tinh hoa, thậm chí, văn hóa đại chúng phát triển ký sinh trên văn hóa tinh hoa và dựa vào nền tảng truyền thông và thương mại. Không phải ngẫu nhiên mà nhiều tác phẩm tinh hoa được giản lược, được viết lại cho dễ hiểu nhằm tăng tính phổ cập. Theo từ điển mở Wikipedia, văn hóa đại chúng ra đời vào đầu những năm 20 của thế kỷ XX và lan rộng toàn cầu vào những năm cuối thế kỷ XX, đầu thế kỷ XXI [6]. Giống như văn hóa, văn học đại chúng chỉ có thể phát triển mạnh khi xã hội tiêu dùng xuất hiện, và không gian tồn tại

của nó chủ yếu là không gian đô thị. Vì lý do đó nên có người coi văn hóa đại chúng thực chất là văn hóa đường phố, văn hóa của cái thường nhật. John Storey trong *Lý thuyết văn hóa và văn hóa đại chúng* (*Cultural theory and popular culture*) cho rằng, văn hóa đại chúng gắn với văn hóa tiêu dùng, sản xuất đại trà và tiêu thụ đại trà, đặc biệt gắn với văn hóa Mỹ [5]. Khi bàn về văn hóa đại chúng, khá gần gũi với ý kiến của nhiều học giả phương Tây, Nguyễn Văn Dân nhấn mạnh đến hai vấn đề quan trọng là “hiệu quả tiêu thụ của sản phẩm văn hóa” (gắn với nền tảng thương mại) và “thị hiếu của đại chúng toàn cầu” (với sự hiện diện của kỹ thuật truyền thông hiện đại) [7]. Như vậy, dù vẫn còn những điều cần bàn luận nhưng về cơ bản, các nhà nghiên cứu về văn học đại chúng đều cho rằng, văn học đại chúng là sản phẩm của xã hội tiêu dùng và thời đại truyền thông.

Tâm lý thời đại tiêu dùng, sự kết hợp, giữa kinh tế và nghệ thuật đã mở ra những viễn cảnh tươi sáng cho văn học đại chúng. Piroschka Dossi đã giải thích hợp lý về các giai đoạn khác nhau của văn học trong thời đại kinh tế thị trường: “Vào lúc bắt đầu của trào lưu tiên phong (avant - garde), nghệ thuật và kinh tế được coi là hai cõi riêng biệt - một cõi tập trung vào việc làm ra những giá trị tinh thần; cõi kia chú mục vào việc tạo ra sự giàu có về mặt tiền bạc. Những lĩnh vực trước đây tưởng chừng như thù địch với nhau nay đã sáp nhập vào trong các cấu trúc hỗn lai của một nền văn hóa bị kinh tế hóa và một nền kinh tế được văn hóa hóa” [1].

Cũng phải nói thêm rằng, xã hội tiêu dùng, xu thế kinh tế hóa văn hóa và văn hóa hóa kinh tế phù hợp với trào lưu hậu hiện đại (postmodernism). Mặc dù những

tranh cãi về hậu hiện đại vẫn còn tiếp tục, nhưng những điều kiện hậu hiện đại đã được J.F. Lyotard trình bày một cách khá thuyết phục trong công trình nổi tiếng của ông [2]. Trong văn hóa hậu hiện đại, hoài nghi và giễu nhại trở thành những đặc tính cơ bản, vì thế, văn hóa và văn học đại chúng luôn tìm cách xóa nhòa ranh giới giữa đặc tuyển và bình dân, chống lại những giấc mơ đại tự sự.

Ở Việt Nam, thời điểm xuất hiện văn học đại chúng đến nay vẫn chưa được thống nhất trong giới nghiên cứu văn học, cho dù những dấu hiệu của nó đã bắt đầu manh nha từ trước năm 1945 với các cây bút tiêu biểu như Hồ Biểu Chánh và Lê Văn Trương... Tuy nhiên, sáng tác của các nhà văn này trên thực tế là những sáng tác mang tính đại chúng, hướng về đại chúng chứ chưa phải là văn học đại chúng theo cách hiểu hiện nay². Những dấu hiệu của văn học đại chúng thể hiện rõ ràng hơn trong văn học đô thị miền Nam giai đoạn 1954 - 1975 qua hiện tượng “nhiều nhà văn đua nhau viết tiểu thuyết đăng tải trên báo (feuilleton) và tràn ngập thị trường là các tiểu thuyết kiếm hiệp, dục tình đến từ nước ngoài” [3]. Song về cơ bản, văn học ở các đô thị Nam Việt Nam giai đoạn này vẫn được hiểu là “văn học thị trường” hay “văn học tiêu thụ” chứ chưa phải là văn học đại chúng. Đến những năm 90 của thế kỷ XX, khi kinh tế thị trường được đã được xác lập thực sự ở Việt Nam, internet xuất hiện và tiến trình toàn cầu hóa không ngừng được mở rộng thì văn học đại chúng mới có điều kiện phát triển mạnh. Đây là thời điểm bắt đầu hội đủ ba điều kiện quan trọng để phát triển văn học đại chúng ở Việt Nam: xã hội tiêu dùng và tâm lý thực dụng; sự thỏa hiệp và nhượng bộ giữa đặc tuyển và bình dân; sự phát triển

chóng mặt của công nghệ truyền thông và báo chí xuất bản. Sự phát triển mạnh mẽ của văn học đại chúng khiến cho không gian văn học tinh hoa bị co hẹp một cách đáng kể. Số lượng các nhà văn sáng tác theo trào lưu văn học đại chúng ngày càng đông đảo. Bên cạnh đó, lượng sách dịch văn học đại chúng từ nước ngoài đã khiến cho loại văn học này gần như phủ kín thị trường sách báo.

Trong tâm thế của người đọc, văn học đại chúng giống như đồ ăn nhanh (fast food), chất lượng nghệ thuật không cao nhưng tiện lợi. Đặc trưng cơ bản của loại văn học này là đi vào những vấn đề liên quan đến cuộc sống thường nhật của cư dân đô thị hiện đại, những câu chuyện nghiêng về giải trí, lối viết nhẹ nhàng, dễ hiểu, dễ kể lại. Vì thế, văn học đại chúng có khả năng giúp người đọc gỡ bỏ áp lực xã hội và tranh thủ quỹ thời gian nhàn rỗi ít ỏi của độc giả. Đối với một tác phẩm tinh hoa, người đọc phải mất thời gian liên hệ, tưởng tượng, suy ngẫm còn đối với văn học đại chúng, người ta có thể vừa đọc vừa trò chuyện, thậm chí, đọc để cho dễ ngủ mà không hề thấy bất tiện chút nào.

3. Thực trạng văn học đại chúng ở Việt Nam hiện nay

3.1. Về đề tài và nội dung

Văn học đại chúng thường hướng tới những đề tài không quá phức tạp, dễ đánh vào tâm lý của người hiện đại muốn giải tỏa áp lực đời sống. Phần lớn các tác phẩm văn học đại chúng thường trở đi trở lại với các đề tài quen thuộc, thậm chí mòn sáo: những cuộc tình tay ba, tay tư éo le, trắc trở; những tình

cảm ủy mị, sướt mướt dễ làm người đọc mũi lòng. Đây là lý do khiến cho tiểu thuyết ngôn tình làm mưa làm gió trên thị trường văn học những năm qua. Các đề tài tình dục, đồng tính nữ, đồng tính nam cũng được nhiều nhà văn quan tâm. Đây là những tác phẩm có khả năng giúp người đọc thoát ly thực tại thông qua việc thỏa mãn những hoài nhớ, mơ tưởng của họ. Đề tài kiếm hiệp, dã sử, khoa học viễn tưởng cũng hút khách bởi có khả năng đưa người đọc phiêu lưu đến những không gian lạ. Tuy nhiên, về cơ bản đề tài cốt lõi và vẫn là các chủ đề quen thuộc như thiện và ác, chính và tà với những tình tiết ly kỳ, gay cấn pha chút rắc rối yêu đương.

Cốt truyện văn học đại chúng thường đơn giản, không cầu kỳ, dễ nắm bắt. Đọc xong một tác phẩm văn học đại chúng, người ta có thể kể cho nhau nghe dễ dàng, và có những cộng hưởng từ chính cộng đồng người đọc như một hiệu ứng lây lan. Cốt truyện tâm lý được ưu tiên và khả năng phân tích tâm lý của người viết nhiều lúc khá tinh tế. Điều đáng chú ý là, các cây bút văn học đại chúng rất nhanh nhạy trong việc nắm bắt các tình huống tâm lý của người hiện đại. Để tìm kiếm lượng độc giả, nhiều cây bút sẵn sàng chiều theo thị hiếu dễ dãi của người đọc, thậm chí tìm mọi chiêu thức để câu khách. Cũng bởi thế, trong văn học đại chúng Việt Nam đương đại đã bắt đầu xuất hiện lối mòn, thậm chí xuất hiện công thức pha trộn ngôn tình Trung Quốc, phim ảnh nhiều tập của Đài Loan, phim tình cảm Hàn Quốc với một số yếu tố văn hóa đại chúng để lấy nước mắt và sự ủy mị của người đọc. Chẳng hạn trong quyển *Thương mấy cũng là người dung*, Anh Khang muốn chia sẻ với độc giả

của mình một cách nhẹ nhàng: “Người dung thôi mà, có thương bao nhiêu cũng đầu thể xoay chiều sự thật hiển nhiên ở đời rằng, máu thịt ruột rà còn chưa chắc sống đời với nhau, huống hồ người dung nước lã”. Trạng thái tâm lý này nhanh chóng tìm được sự đồng cảm của lớp trẻ, sau cuộc tình chóng vánh, nếu chia lìa, cũng không nên quá thất vọng, hờn trách nhau vì xét đến cùng, cả hai đều là người dung!

3.2. Về thể loại

Được coi là mảng văn học thuộc khu vực ngoại vi, phi chính thống, văn học đại chúng rất đa dạng về thể loại, như tiểu thuyết tình cảm, truyện tranh, tân kiếm hiệp, ngôn tình, thơ bụi, tản văn... Ngoài ra, tự truyện cũng phát triển khá mạnh với nhiều tác phẩm gây xôn xao dư luận của Lê Vân, Thương Tín... Sự phát triển của tự truyện gắn với tinh thần dân chủ xã hội được mở rộng. Người viết không còn né tránh mà dám bộc lộ cái tôi ẩn giấu của mình, thậm chí không ngại đưa ra cho người đọc nhìn thấy cả những chuyện riêng tư nhất. Truyện tranh cũng có cơ hội phát triển, nhất là sau khi Doremon được Nhà xuất bản Kim Đồng xuất bản và tái bản liên tục. Năm 2011, độc giả nhiều tầng lớp dường như phát sốt với truyện tranh *Sát thủ đầu mừng mủ* của họa sĩ Thanh Phong. Năm 2013, tác phẩm này được tái bản lấy tên là *Phê như con tê tê*. Cuốn sách là tập hợp những câu “thành ngữ cải biên” của giới trẻ (như: *Ngây ngất con gà Tây; Thuận vợ thuận chồng con đông một quá...*). Tác giả đã truyền tải cái nhìn của mình về đời sống thông qua các bức vẽ mang tính hài hước, vì thế nên cuốn sách rất dễ thu hút

người đọc. Mặc dù *Sát thủ đầu mừng mủ* gây ra những khen chê ồn ào khác nhau, nhưng sự hiện diện của truyện tranh này cũng được coi là sự gây hấn của văn học đại chúng trước áp lực của văn hóa hàn lâm và văn học tinh hoa. Lai ghép thể loại cũng là hiện tượng khá nổi bật của văn học đại chúng. Sự tương tác giữa thơ và văn xuôi, văn bản viết và tranh vẽ, giữa văn xuôi và kịch... được nhiều nhà văn đại chúng quan tâm và thể hiện khá sinh động. Điều này khiến cho người đọc không cảm thấy gò bó, được phiêu lưu và chia sẻ với nhà văn những cảm xúc mà họ thấy phù hợp tâm trạng mình.

3.3. Về ngôn ngữ nghệ thuật

Khác với văn học tinh hoa, văn học đại chúng không cầu kỳ trong diễn đạt, không đặt ra những vấn đề nghiêm trọng, cũng không quá quan tâm đến cách tân lối viết. Nó đặc biệt nhấn mạnh tính trò chơi. Nhưng trò chơi trong văn học đại chúng nhằm gây hiệu ứng lây lan và giàu chất giải trí chứ không nghiêng về trò chơi trí tuệ. Ngôn ngữ văn học đại chúng cũng có khả năng gây hiệu kỳ và có sức hút lớn, đặc biệt đối với giới trẻ, qua những cách nói “lạ” như: “chán như con gián”, “cổng rãnh sóng sánh với đại dương”, “cổ quá thành quá cổ” (*Sát thủ đầu mừng mủ* của Thanh Phong), “lờ tay chạm ngực con gái”, “một nửa tình yêu là tình dục”... Ngôn ngữ thông tục, suồng sã được sử dụng nhiều trong văn học đại chúng, nó không buộc người đọc phải mất nhiều thời gian suy ngẫm như ngôn ngữ văn học tinh hoa. Đây là loại ngôn ngữ có khả năng gây hiệu ứng tức thì. Mặt khác, một số cây bút khác lại thu hút người đọc không

bằng con đường “khiêu khích” mà chọn thứ ngôn ngữ nhẹ nhàng, gần với tản văn hay những trang nhật ký nói về những nỗi niềm thầm kín, những nhớ mong khắc khoải, những nỗi buồn vu vơ với những tên sách khá mùi mẫn. Điều này cho thấy, các cây bút văn học đại chúng rất nhạy bén và biết chiều thị hiếu có phần dễ dãi của người đọc. Đây có thể coi là sự “thỏa thuận ngầm” giữa nhà văn và số đông người đọc trong môi trường văn học đại chúng hiện nay.

3.4. Về phương thức truyền bá và công nghệ quảng bá (PR)

Văn học đại chúng có thể được viết và xuất bản theo phương thức truyền thống (in) hoặc xuất hiện trên internet. Tuy nhiên, internet vẫn là không gian được cư dân mạng đặc biệt thích thú bởi ở đó có sự tự do về không gian sáng tạo và giấu được thông tin của cả người viết lẫn người đọc. Sau khi tồn tại trên mạng, một số tác phẩm được biên tập và xuất bản theo hình thức truyền thống. Cũng có trường hợp ngược lại, bắt đầu từ hình thức truyền thống, sau đó được đưa lên mạng nhằm phát tán và mở rộng lượng độc giả khi giúp họ tiết kiệm được thời gian và kinh phí. Cho dù xuất bản ở hình thức nào, các cây bút văn học đại chúng cũng cố gắng tạo ra sự bắt mắt cho các ấn phẩm của họ. Để tăng cường sức hút, văn học đại chúng dựa vào công nghệ truyền thông và coi PR là một công đoạn không thể thiếu. Tại Hội nghị các nhà văn trẻ tổ chức ở Hà Nội năm 2016, Văn Thành Lê cho rằng, hiện đang có một số cây bút trẻ nhầm lẫn khi coi văn học đại chúng là thứ “văn ăn sẵn” và để tạo tên tuổi, họ tổ chức “các buổi giới thiệu bóng bẩy như

showbiz” [8]. Điều này thêm một lần nữa xác định đặc trưng quan trọng của văn học đại chúng là gắn liền với truyền thông hiện đại. Thông thường, các cây bút văn học đại chúng và các công ty truyền thông có kế hoạch tổ chức giới thiệu sách hay giao lưu với tác giả trước khi ra sách. Hiệu ứng của cú bắt tay này lớn đến mức giới trẻ đua nhau mua sách của các cây bút đình đám này. Theo Zing.vn ngày 18/5/2015, cây bút Anh Khang (sinh năm 1987) là người lập kỷ lục xuất bản với những đầu sách “hot” như: *Ngày trôi về phía cũ* (45.000 bản), *Đường hai ngã người thương thành lạ* (55.000 bản), *Buồn làm sao buồn* (70.000 bản). Đây là con số đáng kinh ngạc vì các tác phẩm văn học được coi là tinh hoa cũng chỉ dừng lại ở con số 1.000 - 2.000 bản cho mỗi lần xuất bản. Sách nghiên cứu, phê bình văn học còn khó khăn hơn nhiều trong khâu tiêu thụ sản phẩm. Không chỉ thế, nhiều khi các tác phẩm của họ còn khơi nguồn cho các ca khúc của dòng âm nhạc đại chúng. Chẳng hạn, *Thương mấy cũng là người dung* của Anh Khang cũng là tên một ca khúc được ca sĩ Noo Phước Thịnh thể hiện thành công. Sức hút của nhà văn này vẫn rất lớn khi Anh Khang vừa ra mắt quyển sách mới nhất có tên *Trời vẫn còn xanh, em vẫn còn anh* vào tháng 4/2017. Bên cạnh Anh Khang, một số nhà văn đại chúng khác cũng có lượng sách bán chạy như Gào (với *Cho em gần anh thêm chút nữa*), Nguyễn Phong Việt (với *Đi qua thương nhớ, Sinh ra để cô đơn*), Hamlet Trương (với *Yêu đi rồi khóc...*). Cũng phải thừa nhận rằng, mặc dù được coi là những nhân vật đình đám trong dòng văn học đại chúng, nhưng một số cây bút không quá dễ dãi, họ có ý thức chăm chút ngôn ngữ, cách kể và cách thể hiện cảm xúc. Đúng là sáng

tác của họ chưa vươn tới những yêu cầu khắt khe của văn học tinh hoa, nhưng những nỗ lực chinh phục người đọc của họ là rất đáng ghi nhận.

3.5. Về hiệu ứng với độc giả

Mặc dù gần đây có ý kiến cho rằng, văn học đại chúng, đặc biệt là ngôn tình, đã dần cạn kiệt ý tưởng, nhưng trên thực tế, cơn sốt ngôn tình vẫn chưa hạ nhiệt. Trong thời đại ngày nay, sự phân hóa thị hiếu của người đọc là một thực tế, và việc chọn “thực đơn tinh thần” là quyền của họ. Tuy nhiên, đã bắt đầu xuất hiện những phá cách thái quá trong nghệ thuật, kể cả việc phi chuẩn mực ngôn ngữ. Điều này đã khiến cho nhiều người lo lắng về sự bành trướng quá mức của văn học đại chúng (đặc biệt là văn học mạng). Những cảm xúc hời hợt hay quá đà trong miêu tả bạo lực, tình dục làm cho nhiều người lo sợ rằng văn học đại chúng sẽ làm sai lệch thị hiếu và mỹ cảm của lớp trẻ. Hơn nữa, sự thấp kém về chất lượng nghệ thuật của nhiều tác phẩm văn học đại chúng cũng rất dễ khiến người đọc có định kiến, và đó chính là lý do trong một thời gian dài văn học đại chúng lọt ra ngoài tầm ngắm của giới nghiên cứu hàn lâm và chịu sự rẻ rúng, coi thường của văn học tinh hoa. Tuy nhiên, nếu nhìn vấn đề một cách bình tĩnh, nhất là khi coi văn học đại chúng như sản phẩm của thời đại tiêu dùng, kỹ thuật truyền thông đại chúng thì vấn đề không còn đơn giản như thế. Cổ súy cho văn học đại chúng không phải là biện pháp tối ưu vì sẽ làm cho người đọc quay lưng với văn học tinh hoa và làm nghèo nàn đời sống tinh thần của xã hội, nhất là những ấn phẩm kém chất lượng nghệ thuật. Nhưng cảm thì đương nhiên không được vì suy

cho cùng, sự phát triển của văn học đại chúng nằm trong lô gíc của văn hóa tinh thần đương đại.

4. Giải pháp phát triển văn học đại chúng ở Việt Nam hiện nay

Để có giải pháp phù hợp phát triển văn học đại chúng một cách lành mạnh, cần phải có những nghiên cứu kỹ lưỡng hơn nữa về loại hình văn học nghệ thuật này. Tuy nhiên, ở đây tôi đề xuất một số giải pháp sau đây:

Một là, cần phải nhận thấy sự phát triển của văn học đại chúng là một thực tế khách quan, có cơ sở lịch sử, văn hóa, xã hội cụ thể. Nhìn vào lịch sử, bao giờ cũng có hai bộ phận song song tồn tại: văn hóa tinh hoa và văn học bình dân. Văn học đại chúng với sự hậu thuẫn của tư tưởng hậu hiện đại là loại hình văn học muốn xóa bỏ ranh giới giữa đặc tuyển và đại chúng, giữa tinh hoa và bình dân. Tuy nhiên trong thực tế, nhiều cây bút tinh hoa luôn luôn biết hút dưỡng chất của văn hóa bình dân để tinh luyện và chuyển hóa nó trong các sinh thể nghệ thuật ưu tú, từ đó mở rộng diện người đọc. Hơn nữa, không phải cây bút văn học đại chúng nào cũng vô trách nhiệm với sản phẩm của mình. Họ viết như một giải bày, và mong tìm được sự chia sẻ từ những người cùng mối quan tâm mà không cần đầu tư quá kỹ lưỡng về công sức. Nếu trong nghệ thuật tiền hiện đại, sự phổ cập của văn học là có giới hạn (về địa lý là vùng, miền, lãnh thổ; về đối tượng là phân cấp trí thức/bình dân, về thị hiếu là giới tính, tuổi tác...) thì đến kỷ nguyên truyền thông hiện đại, sáng tạo và tiếp nhận văn học của văn học đại chúng có khả năng phổ cập hết sức rộng lớn, không phân biệt người đó là ai, ở quốc gia

nào. Có thể nói ở đâu có internet là ở đó có mặt văn học đại chúng. Đó là lý do không thể ngăn cấm sự phát triển của loại hình văn học này một cách cứng nhắc từ bất cứ một cường chế hành chính nào mà phải có những cảnh báo kịp thời mang tính định hướng cho người đọc.

Hai là, cần phải có một chiến lược phát triển văn học đại chúng một cách phù hợp. Hãy cứ giả sử toàn bộ nền văn học chỉ còn lại văn học đại chúng thì chắc chắn văn học sẽ thiếu cân bằng trầm trọng. Để hạn chế sự bành trướng và quyền lực của văn học đại chúng, cần đến một chiến lược kép: vừa định hướng thẩm mỹ đúng đắn cho người đọc, vừa chú trọng phát triển văn học tinh hoa. Định hướng ở đây không đồng nghĩa với cấm đoán mà phải làm cho người đọc nhận ra đâu là những giá trị nhất thời và đâu là giá trị trường cửu, đâu là những chiêu trò giải trí trước mắt và đâu là những sản phẩm tinh thần giúp con người biết “nhân đôi” mình lên nhờ sự quyền rũ của nghệ thuật. Ở đây, vai trò của phê bình văn học là hết sức quan trọng. Không thể biến phê bình văn học thành quảng cáo, biến những tác phẩm chất lượng trung bình thành kiệt tác và bán chạy nhất vì lợi nhuận. Văn học tinh hoa, dù có phần “lép vế” trước văn học đại chúng vốn có ưu thế truyền thông và sự hỗ trợ của thị trường, nhưng chưa bao giờ chết. Và chẳng, đã hướng tới sáng tạo tinh hoa thì phải chấp nhận mặc định không chiều theo thị hiếu tầm thường hay sở thích nhất thời của người đọc. Các tác phẩm văn học kinh điển vẫn được xuất bản, tuy số lượng không nhiều nhưng ổn định và có chỗ đứng riêng trong lòng độc giả, đặc biệt là giới trí thức và những người có nhu cầu được trải nghiệm văn hóa. Như vậy, phát triển văn

học tinh hoa một cách hợp lý cần phải được coi là chiến lược phát triển văn hóa chiều sâu và cần được sự hỗ trợ của Nhà nước. Mặc dù nhấn mạnh sự hợp nhất giữa kinh tế và văn hóa, nhưng Piroshka Dossi đã có nhận xét chính xác đối với sự phát triển của văn học: “Mục tiêu cuối cùng của kinh tế là tạo ra lợi nhuận. Mục tiêu cuối cùng của nghệ thuật là làm sâu sắc trải nghiệm về sự tồn tại của con người” [1]. Những trải nghiệm sâu sắc ấy chắc chắn chỉ có thể trông đợi ở văn học tinh hoa chứ không phải là văn học đại chúng.

Ba là, cần phải dung hợp văn học tinh hoa và văn học đại chúng. Điều này không có nghĩa là, văn học tinh hoa phải hạ thấp tiêu chuẩn xuống, còn văn học đại chúng thì nâng cao chất lượng nghệ thuật lên. Vì chạy theo sự điều chỉnh này cũng là cách triệt tiêu cả hai loại hình văn học đã nói ở trên. Vấn đề đặt ra là, nhà văn phải biết viết theo tinh thần nghệ thuật của cá nhân, nhưng cũng phải nắm bắt được trạng thái tinh thần đương đại để đem lại cho người đọc những sản phẩm mà họ có thể đồng điệu và chia sẻ với nhà văn. Một số tác phẩm văn học tinh hoa trong thời kỳ đổi mới vẫn đủ sức chinh phục người đọc không hề thua kém văn học đại chúng (như: *Thời xa vắng* của Lê Lựu, *Mảnh đất lắm người nhiều ma* của Nguyễn Khắc Trường, *Nỗi buồn chiến tranh* của Bảo Ninh, *Hồ Quý Ly*, *Mẫu Thượng Ngàn* của Nguyễn Xuân Khánh, truyện cho thiếu nhi và tuổi mới lớn của Nguyễn Nhật Ánh, một số truyện ngắn của Nguyễn Huy Thiệp hay Nguyễn Ngọc Tư...). Những cách tân nghệ thuật theo lối phương Tây triệt để khó được tiếp cận hơn từ người đọc và sự hưởng ứng của công chúng; còn những cách tân nghệ thuật trên cơ sở tiếp thu kỹ

thuật tự sự truyền thông dễ chấp nhận và được chia sẻ nhanh hơn, rộng hơn.

5. Kết luận

Không thể và không nên đưa ra một lời khuyên nào cho nghệ sĩ, vì mỗi nhà văn là một cá tính sáng tạo độc đáo. Cũng không nên đổ lỗi hoàn toàn cho các nhà văn đại chúng, vì nếu người đọc quay lưng thì văn học đại chúng sẽ khó tồn tại. Điều quyết định vẫn là ngưỡng tiếp nhận và thị hiếu của người đọc. Nhưng từ thực tế tiếp nhận văn học thời kỳ đổi mới, có thể nghĩ đến một khả năng: nếu nhà văn biết kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại, biết trình bày đời sống từ thái độ hướng thụ cá nhân và tinh thần nhân bản thì tác phẩm của họ có khả năng chạm đến lõi sâu trong tâm thức cộng đồng. Khi tâm thức cộng đồng được đánh thức, hiệu ứng lây lan thẩm mỹ sẽ xuất hiện, và cũng là lúc văn học tinh hoa sẽ đến được với số đông. Rất có thể đây là một trong nhiều ngã đường mà văn học tinh hoa sẽ tìm đến.

Chú thích

² Ở giai đoạn này, văn học hướng về đại chúng (hay tính đại chúng của văn học) được hiểu là loại văn học viết cho số đông với lối viết bình dân, dễ hiểu.

Tài liệu tham khảo

- [1] Piroshka Dossi (2016), “Nghệ thuật đương đại và thị trường”, *Tạp chí Mỹ thuật nhiếp ảnh*, số 5.
- [2] J. F. Lyotard (2007), *Hoàn cảnh hậu hiện đại*, Nxb Tri thức, Hà Nội.
- [3] Huỳnh Như Phương (2015), “Chiến tranh, xã hội tiêu thụ và văn học thị trường miền Nam 1954 - 1975”, *Tạp chí Nghiên cứu văn học*, số 4.
- [4] Dwight MacDonald (1957), *A theory of mass culture*, Free Press, New York.
- [5] John Storey (2009), *Cultural theory and popular culture: An introduction*, University of Sunderland, Pearson Longman.
- [6] https://en.wikipedia.org/wiki/popular_culture
- [7] <http://www.vanhoahoc.vn/nghien-cuu/ly-luan-van-hoa-hoc/van-hoa-va-phat-trien/65-nguyen-van-dan-toan-cau-hoa-van-hoa-va-da-dang-van-hoa.html>
- [8] <http://news.zing.vn/nha-van-tre-chon-viet-gon-tinh-hay-van-hoc-tinh-hoa-post685678.html>