



MỘT SỐ TÁC GIẢ VĂN HỌC THỊ TRƯỜNG Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐẦU THẾ KỈ XXI NHÌN TỪ LÝ THUYẾT “TRƯỜNG” CỦA PIERRE BOURDIEU

*Nguyễn Thị Phương Thúy**

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh

Ngày Tòa soạn nhận được bài: 20-02-2017; ngày phân biên đánh giá: 29-3-2017; ngày chấp nhận đăng: 25-5-2017

TÓM TẮT

Bài viết này áp dụng lý thuyết “trường văn học” của Pierre Bourdieu để tìm hiểu một số tác giả có sách bán chạy ở Thành phố Hồ Chí Minh (TPHCM) như Nguyễn Nhật Ánh, Anh Khang, Gào, Nguyễn Ngọc Thạch... Lý thuyết trường rất hữu ích trong việc tìm hiểu đối tượng lâu nay vẫn được gọi là văn học thị trường, vốn là một bộ phận văn học chịu tác động của rất nhiều yếu tố ngoài văn học. Kết quả nghiên cứu cho thấy những tác giả được khảo sát đã vận dụng nhiều loại vốn khác nhau như vốn nghệ thuật, vốn kinh tế, vốn quan hệ xã hội, vốn tượng trưng... để xây dựng và dịch chuyển vị trí của họ trong trường văn học và tác động đến trạng thái của trường văn học khiến nó luôn thay đổi không ngừng. Kết quả này giúp nhìn nhận văn học thị trường một cách khách quan, hạn chế định kiến.

Từ khóa: văn học thị trường, Thành phố Hồ Chí Minh, trường văn học, Pierre Bourdieu.

ABSTRACT

Some writers of market literature in Ho Chi Minh City in the early 21st century from a perspective of Pierre Bourdieu’s theory of “Field”

This article applies the theory of “field” in studying best-selling writers in Ho Chi Minh City such as Nguyen Nhat Anh, Duong Thuy, Anh Khang, Gao, and Nguyen Ngoc Thach. This theory by Bourdieu helps us to understand the so-called “market literature” in Vietnam, which has obviously been affected by many non-literary factors. The study illuminates how those writers have used different types of capitals such as aesthetic capital, economic capital, social capital, symbolic capital, etc. to build and move their positions within the literary field and to affect the literary field itself. The result helps to reduce bias in evaluating “market literature”.

Keywords: market literature, Ho Chi Minh City, literary field, Pierre Bourdieu.

1. Sơ lược lý thuyết trường của Pierre Bourdieu

Pierre Bourdieu (1930-2000) là nhà xã hội học người Pháp có nhiều đóng góp quan trọng đối với khoa học xã hội Pháp

nói riêng và phương Tây nói chung. Trong hệ thống lý thuyết mà ông đưa ra để tìm cách giải mã những vận động xã hội, khái niệm trường (champ/field) là khái niệm phổ cập nhất. Bằng cách mượn thuật ngữ

* Email: phuongthuy243@gmail.com

của khoa học vật lí, Bourdieu tách rời tư duy nghiên cứu khoa học xã hội khỏi tư duy mô tả xã hội thông thường nhằm tạo điều kiện cho các nhà nghiên cứu tiếp cận đối tượng một cách khách quan.

Bourdieu hình dung các lĩnh vực trong xã hội giống như các trường vật lí gồm cực âm và cực dương, chứa đựng các tác nhân mang lực hút và lực đẩy. Mỗi trường có quy luật hoạt động riêng nhưng cũng chịu ảnh hưởng qua lại lẫn nhau, chẳng hạn như trường văn học có thể chịu tác động của trường chính trị, trường kinh tế, trường trí thức, trường nghệ thuật, v.v.. Các tác nhân trong một trường thường xuyên di chuyển vị trí trong trường do hệ quả của hợp lực tác động. Theo Bourdieu, khi tham gia vào trường, các cá nhân đều mang theo nhiều loại vốn (capital) khác nhau và vẫn tiếp tục huy động vốn trong quá trình tương tác. Một nhà văn trong trường văn học sở hữu vốn tài năng văn học, nhưng họ còn có nhiều vốn khác như vốn kinh tế, vốn xã hội, vốn quyền lực... và họ sử dụng các loại vốn này thông qua việc thực thi chiến lược (strategy) để cố gắng di chuyển từ vị trí thấp đến vị trí cao trong trường. Khi thực thi bất cứ một hành động nào, họ sẽ phóng ra các lực hút và lực đẩy đến những tác nhân khác trong trường, khiến không chỉ bản thân họ di chuyển mà những tác nhân xung quanh họ cũng di chuyển vị trí, và thường thì không dễ thấy như kết quả của luật nhân - quả trực tiếp.

Lí thuyết trường của Bourdieu không đơn giản chỉ là tìm hiểu các tác động xã hội đến đối tượng nghiên cứu như thể các tác

động này là tất yếu, một chiều. Văn học sử truyền thống vẫn xem nhà văn là sản phẩm tất yếu của lịch sử xã hội và của tiểu sử chính bản thân người đó. Người ta cố gắng giải thích xem những biến cố của thời đại và sự kiện trong đời tư đã ảnh hưởng như thế nào đến suy nghĩ và tình cảm của người làm công việc sáng tạo văn học, và xem công việc sáng tạo của họ là sản phẩm của luật nhân - quả trực tiếp từ những tác động xã hội. Thuyết phản ánh của phê bình Marxist cũng lí giải sự việc ở góc nhìn tương tự khi cho rằng tác phẩm văn học là tấm gương phản chiếu đời sống bằng hình tượng nghệ thuật. Những lí thuyết này đều hướng đến việc xác định ý nghĩa và giá trị của các đối tượng nghiên cứu. Lí thuyết trường của Bourdieu lại khác, vì ở đây, sự việc, hiện tượng không quan trọng bằng mối quan hệ. Đó có thể là mối quan hệ giữa các nhà văn, giữa các tác phẩm, giữa các quan niệm nghệ thuật... Từ góc nhìn này có thể thấy được tính chủ động của nhà văn trong không gian văn học. Họ chính là tác nhân tạo lực và đồng thời cũng chịu tác động bởi lực.

Theo Lộc Phương Thủy, Nguyễn Phương Ngọc, và Phùng Ngọc Kiên (2014), “lí thuyết trường của Bourdieu giải quyết được vấn đề nan giải của lịch sử văn học rằng ai là người xứng đáng được ghi tên vào văn học sử?” (tr.133). Lâu nay, văn học sử vẫn thường xuyên đánh giá lại những đối tượng văn học và có không ít trường hợp kết quả của các lần đánh giá hoàn toàn trái ngược nhau, hoặc có cả những bộ phận văn học bị bỏ quên, bỏ qua,

về sau được nghiên cứu. Nguyên nhân của điều này xuất phát từ quan niệm vinh danh những người tài năng và có công lao đối với lịch sử văn học, lịch sử tư tưởng, và bỏ qua những người bị cho là không có công, nói như Hoài Thanh (2000): “[...] đã dở thì không tiêu biểu gì hết” (tr.363). Các nhà nghiên cứu theo quan niệm *trường* quan tâm đến mọi thành phần trong trường, sự tương tác giữa các quan niệm và giá trị, và thay vì suy nghĩ “Những nhà văn này có đáng để nghiên cứu hay không?”, họ đi tìm câu trả lời cho câu hỏi “Sự tồn tại của những nhà văn này có ý nghĩa gì?” và “Vì sao họ tồn tại?” Việc quan tâm đến tất cả mọi vị trí của các cá thể trong trường không phải để tỏ ra công bằng với tất cả mọi người, cũng không phải chỉ nhằm một mục đích có cái nhìn khách quan trên diện rộng, mà còn để đánh giá sâu sắc hơn những đối tượng vốn đã được vinh danh. Khi gạt bỏ “cái dở” theo cách gọi của Hoài Thanh, chúng ta cũng vô tình cắt đứt mối quan hệ của “cái hay” với mạng lưới xung quanh và xem cái hay như một tất yếu bất biến, trong khi để đạt được đến giá trị ấy nó cũng đã phải trải qua hành trình vất vả để điều chỉnh các mối quan hệ trong thế giới mà nó tồn tại. Pierre Bourdieu quan niệm:

Chúng ta mất đi cái quan trọng nhất, cái độc đáo và vĩ đại của những người được ghi tên khi chúng ta không có khái niệm về xã hội của những người đương thời với họ, bởi họ thực hiện những ý tưởng của mình hoặc cùng chống lại những người đó. Các tác giả

không thành công, hoặc thành công nhờ những tác phẩm kém, bị xoá tên và đơn giản là không tồn tại trong lịch sử văn học, nhưng lại có vai trò quan trọng cho việc nghiên cứu trường bởi hai lí do: việc họ thuộc về *trường văn học* cho phép nhận biết hoạt động của trường và đánh dấu biên giới của *trường*, đồng thời chỉ riêng sự tồn tại của họ trong *trường*, cũng như các phản ứng mà họ gây ra, cũng làm thay đổi hoạt động của *trường*. (dẫn theo Lộc Phương Thủy và cộng sự, tr.147).

2. Trường văn học ở Việt Nam đầu thế kỉ XXI

Với ý nghĩa của lí thuyết đã giải thích ở mục 1, chúng tôi cho rằng lí thuyết *trường văn học* của Pierre Bourdieu rất phù hợp để xem xét những tác giả lâu nay vẫn được xem là các nhà văn thị trường ở Việt Nam, mà trong bài viết này chúng tôi chỉ đề cập một số tác giả ở TPHCM. Mặc dù thừa nhận không gian vận động của trường lực gồm hai cực cao thấp liên quan đến quyền lực, nhưng lí thuyết *trường* không sử dụng tư duy nhị phân để chia văn học thành hai bộ phận rạch ròi theo quan niệm của nhiều người như văn học hàn lâm/văn học thị trường, văn học thuần túy/văn học giải trí, văn học tinh hoa/văn học đại chúng... Ở đây, các nhà văn hoạt động và di chuyển vị trí trong một không gian chung là *trường văn học* ở Việt Nam, sử dụng các loại vốn mà mình có như vốn tài năng, vốn tri thức, vốn kinh tế, vốn xã hội, vốn tượng trưng... để tác động đến các tác nhân khác trong trường. Các tác động của

họ có thể giúp củng cố hoặc thay đổi cách phân bổ vốn chủ lực trong trường, từ đó củng cố hoặc thay đổi các quan niệm và giá trị như giá trị nghệ thuật, giá trị giải trí, giá trị thương mại, dẫn đến việc thay đổi vị trí của các tác nhân. Tuy nhiên, cách gọi văn học thị trường đã quen thuộc, giúp cả người viết lẫn người đọc có thể nhanh chóng hình dung ra một số tác giả có sách bán chạy, nội dung và kỹ thuật tác phẩm đơn giản nhằm phục vụ số đông độc giả. Vì vậy, bài viết này vẫn sử dụng cụm từ “văn học thị trường”. Ở đây, chúng tôi chỉ nhắc đến các tác giả và tác phẩm (được gọi là) thị trường vì những thành công của họ về mặt thương mại cũng như đặc điểm sáng tác phục vụ đại chúng của họ, chứ không thừa nhận bộ phận văn học thị trường có ranh giới rạch ròi tồn tại bên trong trường văn học.

Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi muốn giới hạn đối tượng tác giả được khảo sát ở khu vực TPHCM, nhưng trường văn học mà họ hoạt động lại có phạm vi cả nước. Không tồn tại ranh giới vùng miền trong trường văn học Việt Nam đương đại. Các nhà văn có thể di chuyển nhiều nơi để làm công việc sáng tạo, dù nơi ở chính của họ cố định một nơi. Sách của họ được phát hành và được đọc trên toàn quốc. Ngoài ra, cách thức mà nhà văn giao lưu với độc giả của họ như tổ chức họp báo, giao lưu, sử dụng facebook cũng đều có phạm vi toàn quốc. Yếu tố thời điểm rất quan trọng trong việc xác định và nghiên cứu trường văn học, vì mối quan hệ giữa các tác nhân trong trường, vị trí của chúng, sự phân bổ

vốn đặc trưng... đều chỉ có giá trị nhất thời. Vì vậy, ở mục này, chúng tôi tìm hiểu về trường văn học ở Việt Nam đầu thế kỉ XXI.

Trường văn học ở Việt Nam đầu thế kỉ XXI ngày càng chịu tác động trực tiếp và sâu sắc từ trường kinh tế thay vì trường chính trị. Có thể nhìn thấy quá trình thay thế này trên tổng thể một chặng đường dài. Có thời kì mà nhà văn ở vị trí cao trong trường là người nắm trong tay quyền lực chính trị thực sự, như Tố Hữu, và mỗi vận động của văn học đều phải được sự cho phép của người làm chính trị hoặc các tư tưởng chính trị. Có thể thấy rõ điều này qua vai trò của Tố Hữu trong Nhân văn-Giai phẩm 1954-1955, vai trò của Nguyễn Văn Linh trong Đổi mới văn hóa văn nghệ 1986... Từ mốc Đổi mới 1986 đến giữa thập niên 90, trường văn học Việt Nam tuy không chịu sự chi phối trực tiếp của trường chính trị như những giai đoạn trước đó, nhưng ảnh hưởng của chính trị thì vẫn còn gián tiếp thông qua các tổ chức nghề nghiệp như các hội nhà văn, các đánh giá của giới chuyên môn trên các báo, tạp chí, từ các trường đại học. Tất cả những đơn vị này đều thuộc sự quản lí của Nhà nước và vẫn bị trường chính trị chi phối. Văn học giai đoạn này là một cuộc đấu tranh vượt thoát khỏi những ảnh hưởng chính trị.

Khi đất nước thật sự bước vào guồng quay của kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế từ khoảng giữa thập niên 90, trường kinh tế phát huy ảnh hưởng lên tất cả những trường khác trong xã hội, trong đó có trường văn học. Nhà nước vẫn độc

quyền xuất bản sách, nhưng không còn hoàn toàn bao cấp. Theo báo cáo năm 2015 của Cục Xuất bản, In và Phát hành, hiện nay toàn quốc có 63 nhà xuất bản, trong đó có 44 nhà xuất bản tổ chức hoạt động theo loại hình sự nghiệp, 19 nhà xuất bản hoạt động theo loại hình công ti trách nhiệm hữu hạn một thành viên (TNHH MTV) 100% vốn nhà nước. Hơn 13700 cơ sở phát hành xuất bản phẩm, trong đó có 117 công ti, đơn vị phát hành sách tỉnh, thành phố, hơn 100 công ti thuộc thành phần kinh tế khác và khoảng gần 13.500 trung tâm, siêu thị sách, nhà sách, hộ kinh doanh, các điểm bán sách trên toàn quốc (Cục Xuất bản, In và Phát hành, 2015). Việc chuyển đổi này khiến các nhà xuất bản gánh trên vai trách nhiệm kinh tế để duy trì hoạt động của mình, tạo điều kiện cho sự bành trướng của một thứ nghệ thuật thương mại, tuân phục trực tiếp sự chờ đợi của công chúng.

Công chúng văn học thay đổi theo thời gian. Nếu như trong giai đoạn văn học Việt Nam chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của trường chính trị, đại chúng là trung tâm vì nhà văn phải viết để phục vụ giới bình dân theo đúng quan điểm chính trị thời đó, thì sang thời kì Đổi mới, công chúng lại phân hóa giữa chuyên nghiệp và không chuyên. Trong giai đoạn này, văn học tìm cách giành lấy sự độc lập của mình khỏi những ảnh hưởng chính trị, nên nhiều nhà văn tập trung tìm tòi, sáng tạo nghệ thuật, và chỉ có một bộ phận công chúng có hiểu biết chuyên môn mới có thể thưởng thức những sự tìm tòi này, dẫn đến sự phân hóa trong bộ phận công chúng. Khi kinh tế đất nước

phát triển hơn, ngày càng nhiều người xa rời thế giới văn chương và bước chân vào những lĩnh vực khác, khiến bộ phận công chúng không chuyên vừa tăng lên nhanh chóng, vừa có nhiều tiền hơn để thỏa mãn thị hiếu của mình.

Việc trường kinh tế dần thay thế những ảnh hưởng của trường chính trị đến văn học đã xảy ra từ lâu trên thế giới, khi giới tư bản dần thay thế tầng lớp phong kiến trong thang bậc quyền lực xã hội, và Việt Nam cũng đã trải qua giai đoạn này vào nửa đầu thế kỉ XX, tuy nhiên quá trình này bị ngắt quãng gần nửa thế kỉ vì hai cuộc chiến tranh, nó chỉ tiếp tục ở thành thị miền Nam, nhưng rồi cũng bị ngắt quãng trong 10 năm trước Đổi mới. Khi kinh tế trở thành một nguồn vốn quan trọng của các tác nhân trong trường văn học, và chi phối giá trị của tác phẩm văn học, thì xuất hiện quan niệm tác phẩm văn học là hàng hóa, có các thuộc tính của hàng hóa là giá trị trao đổi (còn được gọi tắt là giá trị) và giá trị sử dụng. Tuy nhiên, giá trị trao đổi của tác phẩm văn học không thể đo bằng giá trị sức lao động chứa đựng bên trong nó như các sản phẩm hàng hóa khác. Vì vậy, tác phẩm văn học đòi hỏi một thang đo giá trị khác để định giá nó, và đó là lí do mà nó được xếp vào loại hàng hóa đặc biệt.

Như vậy, các tác nhân trong trường văn học Việt Nam đầu thế kỉ XXI chịu tác động bởi nhiều lực thuộc nhiều hệ chuẩn mực khác nhau, giá trị tư tưởng, giá trị nghệ thuật, giá trị giải trí, giá trị thương mại. Nhiều khi những giá trị này mâu thuẫn nhau. Tác phẩm được giải thưởng

văn học của các hội nhà văn, giải thưởng Sách hay, hoặc của các cuộc vận động sáng tác uy tín như Văn học tuổi hai mươi... thì lại không bán được nhiều, còn tác phẩm bán chạy lại bị giới chuyên môn, thậm chí là rất nhiều độc giả phổ thông khác, chê là không có chất lượng nghệ thuật. Các tác nhân trong trường văn học chịu tác động của những lực này không giống nhau, có người xác định phục vụ độc giả đại chúng, phục vụ những người trả tiền mua sách của họ và hướng đến thành tựu là số sách bán ra, nhưng cũng có những người xác định tìm tòi khám phá nghệ thuật mặc dù có thể độc giả hiểu được họ không nhiều, thế nhưng vì cùng hoạt động trong một trường, tất cả họ đều chịu tác động của các lực đó. Các nhà phê bình chuyên nghiệp vẫn chê nhiều tác phẩm thị trường là nhạt nhẽo và không có giá trị nghệ thuật, nhưng thành công của các best-seller ở Việt Nam ngày nay đã khiến tất cả các nhà văn khi đặt bút viết phải tự hỏi: sách viết ra có bán được không, và bán cho ai? Trong khi câu hỏi này có thể không phải là quá quan trọng trong những năm đầu Đổi mới, và càng không có giá trị gì trong trường văn học ở miền Bắc Việt Nam thời chiến tranh. Một ví dụ cho điều này là những thay đổi trong cuộc vận động sáng tác Văn học tuổi hai mươi lần V và lần VI. Đây là một cuộc vận động sáng tác văn học rất uy tín, với Ban giám khảo là các nhà văn, nhà phê bình tên tuổi, đã tổ chức được 5 lần trong gần 20 năm qua và góp phần phát hiện nhiều cây bút về sau trở thành những nhà văn có đóng góp. Tuy là một cuộc vận động sáng

tác dành cho người trẻ, với đề tài trẻ, nhưng phần nhiều tác phẩm, tác giả bước ra từ các cuộc thi này đều khá xa lạ đối với chính độc giả trẻ. Trong một điều tra xã hội học quy mô nhỏ do chúng tôi thực hiện trên 382 học sinh, sinh viên ngành Văn về mức độ đọc và biết của họ đối với văn học trẻ TPHCM, chỉ có 36% trong số những người trả lời có đọc Văn học trẻ là có biết về Văn học tuổi hai mươi và các tác giả trưởng thành từ cuộc thi này. Lực hút từ thành công của các tác giả trẻ best-seller đã tác động đến cuộc thi này, khiến Ban tổ chức tìm cách cải thiện khía cạnh thương mại của các tác phẩm bằng cách ra sức thu hút sự quan tâm của công chúng nhiều hơn. Ngoài các hoạt động bên lề cuộc thi như các sự kiện giao lưu, quảng bá, tọa đàm... được tổ chức nhiều hơn và quảng cáo rầm rộ hơn trên các kênh báo mạng, facebook, giới thiệu đến các trường đại học, trung học, ban tổ chức còn cho xuất bản các bản thảo đã qua vòng sơ khảo để độc giả tham gia bình chọn, thay vì trước đây các bản thảo này được giữ bí mật cho đến phút chót, chỉ xuất bản sau khi đã trao giải. Trong số các tác phẩm đạt giải mùa thứ V có *UREM-Người đang mơ* của Phạm Bá Diệp, một tác phẩm thuộc thể loại giả tưởng fantasy du nhập vào Việt Nam không lâu, với cốt truyện đơn giản, thiên về tính giải trí, phục vụ độc giả đại chúng. Thể loại này có những tác phẩm đình đám bán chạy như bộ ba *Những đôi mắt lạnh*, *Chuỗi hạt Azoth*, *Xuyên thâm* của Phan Hồn Nhiên, *Huyền thoại Porasitus* của Thảo Dương, *Thiên mã* của Hà Thủy

Nguyên... Việc trao giải cho tác phẩm này, dù chỉ là giải khuyến khích, cho thấy Ban giám khảo cuộc thi này cũng đã quan tâm nhiều hơn đến thị hiếu của độc giả trẻ đại chúng. Như vậy, thành công thương mại của các best-sellers như Anh Khang, Gào, Nguyễn Ngọc Thạch... với những kĩ lục xuất bản không phải chỉ có ý nghĩa với chính họ, mà còn phóng lực tác động lên tất cả các tác nhân khác trong trường văn học. Nó có thể là lực hút với những người xem thành công thương mại là điều đáng học hỏi, nhưng lại là lực đẩy đối với những người xem giá trị thương mại đối lập với giá trị nghệ thuật. Đây là một mâu thuẫn giữa nghệ thuật và thị trường. Văn học một mặt chịu tác động bởi thị trường, mặt khác tìm cách chống lại tác động này; một mặt muốn thỏa mãn số đông người đọc, mặt khác xem thị hiếu của số đông là sự hạ thấp giá trị nghệ thuật thuần túy.

Trong trường văn học, mỗi nhà văn đều huy động các nguồn vốn có thể để thực hiện chiến lược. Và trong trường văn học Việt Nam hiện nay, nguồn vốn mà mỗi nhà văn có rất đa dạng: vốn tài năng, vốn tượng trưng, vốn kinh tế, vốn xã hội..., tất cả đều góp phần giúp nhà văn xác định vị trí và di chuyển trong trường. Không phải cứ có tài là có vị trí cao, không phải tác phẩm chỉ cần hay là tác giả được trọng vọng, vì cái “hay” rất mơ hồ và dễ thay đổi tùy vào thang đo giá trị cũng như cảm quan của người tiếp nhận. Trong thời đại này, người viết có thể tự bỏ tiền xuất bản tác phẩm, rút ngắn con đường đến với độc giả nếu họ có vốn kinh tế vững chắc. Vốn xã hội chính là

tập hợp các mối quan hệ xã hội, địa vị xã hội của người viết văn. Vốn này rất quan trọng, vì thông qua mạng lưới quan hệ xã hội, nhà văn có thể có được bộ đỡ thuận lợi cho sự nghiệp văn học của mình. Các nhà văn trẻ có sách bán chạy đã tận dụng rất tốt nguồn vốn này. So với nhiều nhà văn trẻ đồng trang lứa 8X, các “best-sellers” Anh Khang, Gào, Nguyễn Ngọc Thạch... đều hoạt động trong lĩnh vực giải trí. Anh Khang ban đầu viết báo giải trí, hiện giờ vừa viết văn, vừa viết nhạc, vừa là ca sĩ hát chính những ca khúc của mình; Gào từng làm quản lí cho nhóm nhạc 365 của Ngô Thanh Vân; Nguyễn Ngọc Thạch làm MC truyền hình. Vốn xã hội còn có được nhờ những quan hệ được thiết lập thông qua mạng Internet. Bộ phận văn học sáng tác và công bố trên mạng Internet vừa tạo ra vốn xã hội, vừa tạo ra vốn tượng trưng cho nhà văn. Vốn tượng trưng nằm ở đánh giá của độc giả mạng đối với tác phẩm đăng trên mạng, còn vốn xã hội nằm ở quan hệ cảm xúc cá nhân giữa người đọc và người viết. Internet cho phép người đọc và người viết trao đổi trực tiếp với nhau về tác phẩm, từ đó tác giả có thể phát triển mối quan hệ cá nhân với một số người đọc trung thành với mình. Nhiều tác giả có một lượng người hâm mộ trên mạng rất hùng hậu thông qua việc trao đổi những chuyện nhiều khi chẳng liên quan gì đến tác phẩm, mà chỉ liên quan đến con người cá nhân của họ, như Anh Khang, Gào, Nguyễn Ngọc Thạch, Minh Hoàng và Hoàng Vi Lê. Anh Khang và Gào đều là “hot boy”, “hot girl” của thế giới giải trí với ngoại hình

đẹp, nhiều tài lẻ và những thành tích được xem là đáng nể trong mắt độc giả tiềm năng của họ là học sinh hoặc sinh viên. Hiện nay, những dòng trạng thái trên facebook của Gào về các con, về những câu chuyện trải nghiệm khi làm mẹ, những suy nghĩ về phụ nữ... đều nhận được rất nhiều lượt thích và phản hồi từ những người theo dõi. Nguyễn Ngọc Thạch lại xuất hiện với hình tượng người đồng tính can đảm, đồng thời là một facebooker (người dùng facebook) nổi tiếng. Mỗi chia sẻ của Nguyễn Ngọc Thạch, dù bàn chuyện xã hội hay kí ức riêng tư đều nhận rất nhiều lượt bình luận. Cặp đôi Minh Hoàng và Hoàng Vi Lê là tác giả của sê-ri truyện nổi tiếng *Nhà nàng ở cạnh nhà tôi* đăng tải trên mạng, sau đã xuất bản thành sách. Bộ truyện viết về kí ức tình yêu của chính hai tác giả với giọng hồn hậu, hài hước. Facebook của hai tác giả này nhanh chóng đạt lượng view khủng, vì cách hai người tương tác với nhau và những câu chuyện đời tư của họ hiện nay càng khiến cho độc giả cảm thấy câu chuyện trong *Nhà nàng ở cạnh nhà tôi* được nổi dài hơn.

Bourdieu quan niệm mối quan hệ giữa các tác nhân trong trường là mối quan hệ quyền lực, trong đó các tác nhân luôn muốn vươn lên vị trí cao hơn thông qua nỗ lực sắp xếp lại quy luật của trường. Thực ra, chỉ nhìn bề ngoài thì các tác giả thị trường không tỏ thái độ “tranh giành quyền lực”, mà ngược lại, họ chấp nhận những quy luật sẵn có. Cái gọi là quan hệ “tranh giành quyền lực” trong lí thuyết trường của Bourdieu là thứ quan hệ khách quan, gián

tiếp và vô hình. Nó không thể hiện trực tiếp qua những phát ngôn hay hành động cụ thể của nhà văn, mà gián tiếp qua hoạt động sáng tác, xuất bản, phát hành, tiếp nhận các tác phẩm của nhà văn đó. Xét về mặt tự ý thức, Anh Khang và Gào có thể chẳng bao giờ muốn “tranh giành” quyền lực với những nhà văn mà mọi người vẫn nghĩ là thuộc giới hàn lâm, nhưng việc trở thành best-seller trong thời gian ngắn kỉ lục của Anh Khang đã khiến mọi người quan tâm, có người chê bai, nhưng cũng có người muốn học theo. Anh Khang và Gào chưa từng được trao giải thưởng văn học của các tổ chức văn học chính thống nào, chẳng hạn giải thưởng Hội nhà văn, giải thưởng Văn học tuổi hai mươi, giải thưởng của các báo tổ chức... nhưng họ lại được độc giả của trang web bán sách nổi tiếng Tiki bình chọn là nam và nữ tác giả trẻ được yêu thích nhất năm 2014, và được mời làm giám khảo cuộc thi sáng tác trẻ Tiki Young Author 2015, với giá trị giải thưởng vượt cả các giải thưởng khác (giải nhất Tiki 100 triệu đồng, giải nhất Văn học tuổi hai mươi 70 triệu đồng, mỗi giải thưởng Hội nhà văn Việt Nam 20 triệu đồng). Nhờ vào số lượng tác phẩm và số lượng ấn bản kỉ lục của mình từ thập niên 90, nhà văn Nguyễn Nhật Ánh đã nhanh chóng gây chú ý và về sau đạt được vị trí đáng kể trong trường văn học. Một mặt, các nhà văn thị trường phục vụ thị hiếu của độc giả, nhưng ngược lại, họ cũng góp phần tạo nên thị hiếu đó, chi phối nhu cầu của công chúng, và từ đó gián tiếp tác động đến việc sắp xếp lại quy luật trong tổng thể

trường văn học. Một trong những quy luật có thể sẽ bị họ góp phần thay đổi trong tương lai chính là khái niệm “văn học” và “nhà văn”.

3. Một số tác giả thị trường ở Thành phố Hồ Chí Minh

Ở mục này, chúng tôi sẽ tìm hiểu một vài nhà văn có sách bán chạy tiêu biểu ở TPHCM, tìm cách lí giải những thành công của họ, và các lực họ tạo ra trong quá trình hoạt động trong trường văn học Việt Nam thế kỉ XXI. Những tác giả được tìm hiểu trong mục này gồm có Nguyễn Nhật Ánh (sinh năm 1955), Dương Thụy (1975), và 3 tác giả thuộc thế hệ 8X là Anh Khang (1987), Nguyễn Ngọc Thạch (1987) và Gào-Vũ Phương Thanh (1988). Năm tác giả là con số quá ít so với lượng tác giả xuất hiện mỗi ngày trong thị trường văn học TPHCM, nhưng trong khuôn khổ giới hạn của bài viết này, việc khảo sát điểm chỉ có thể dừng ở số lượng này, và mỗi lựa chọn đều có lí do.

Các tác giả có sách bán chạy được tìm hiểu ở đây thuộc nhiều thế hệ khác nhau, nhưng thực ra lâu nay khi nhắc về văn học thị trường ở TPHCM, nhiều người nghĩ ngay đến những cái tên như Anh Khang, Gào, Keng, Hamlet Trương, Iris Cao, Ploy Ngọc Bích, Nguyễn Ngọc Thạch... Chúng tôi đưa Nguyễn Nhật Ánh vào danh sách khảo sát để góp thêm ý kiến vào một vấn đề đã có nhiều người bàn bạc: văn học thị trường ở Việt Nam là gì và có từ bao giờ? Nhiều người vẫn cho rằng văn học thị trường ở Việt Nam chỉ mới nổi lên gần đây, chẳng hạn như Phan Việt:

Việt Nam có sự nổi lên dần dần của dòng văn học thị trường. Nó là kiểu sách mà phương Tây đã phát triển từ lâu. Nó dành cho một phân khúc độc giả lớn trong xã hội, là những người đi làm vất vả cả ngày; họ chỉ thích những thứ nhẹ nhàng, giải trí mà người ta có thể đọc trên tàu điện ngầm, khi nằm phơi nắng ngoài biển, hoặc đọc cho dễ ngủ. (Nguyễn Xuân Thủy, 2014).

Hoặc có người thậm chí chỉ gắn văn học thị trường với giới trẻ, và bằng cách dùng định ngữ “thị trường”, người ta mơ hồ phân biệt nó với văn học đại chúng dành cho mọi tầng lớp nói chung vốn đã phổ biến từ rất lâu trước đó.

Văn học nước ta đang ở mức báo động nếu không muốn gọi là mục nát, đến nỗi phải gọi là “văn học thị trường” âu cũng chỉ là để phục vụ một phong trào mà thôi. Sự xuất hiện ngày càng nhiều các tác giả trẻ có lẽ là một phần làm cho văn học thị trường phát triển mạnh, vì họ ở tuổi còn trẻ, sống trong xã hội bây giờ và họ hiểu tâm lí của giới trẻ hơn các tác giả khác. (Linh Hoàng, 2015).

Như vậy, những người quan niệm như trên có thể đã không xếp Nguyễn Nhật Ánh vào văn học thị trường, mặc dù ông là tác giả có sách bán chạy hàng đầu Việt Nam, và tác phẩm của ông đúng như Phan Việt mô tả là “nhẹ nhàng, giải trí”, “dành cho một phân khúc độc giả lớn trong xã hội”. Ngay từ năm 1995, Nguyễn Nhật Ánh đã được bình chọn là nhà văn được

yêu thích nhất trong 20 năm (1975-1995) qua cuộc trưng cầu ý kiến bạn đọc về các gương mặt trẻ tiêu biểu trên mọi lĩnh vực của Thành Đoàn TPHCM và báo *Tuổi trẻ*. Năm 1998, ông được Nhà xuất bản Kim Đồng trao giải Nhà văn có sách bán chạy nhất. Các mốc thời gian này cách đây đã gần 20 năm. Có thể tác giả những ý kiến vừa trích dẫn ở trên cho rằng một mình Nguyễn Nhật Ánh không làm nên hiện tượng văn học thị trường, vì văn học thị trường theo họ là cả một dòng văn học không chỉ có những cuốn sách bán chạy, mà nó còn có cả vô số những cuốn bán không chạy nhưng học theo lối viết đơn giản của những cuốn bán chạy, phục vụ thị hiếu của độc giả bình dân. Nhìn từ lý thuyết trường của Bourdieu thì trường văn học không bị chia ra thành hai hay nhiều mảnh trong đó có mảnh tên là “văn học thị trường”, do đó, dĩ nhiên không có chuyện xếp bất cứ nhà văn nào vào nhóm nào cả, mà chỉ đi tìm mối quan hệ của người đó đối với các tác nhân khác trong trường mà thôi. Việc tôi gắn họ với định ngữ “thị trường” chỉ là thuận theo một thói quen đã có từ trước trong xã hội.

Các tác giả khảo sát ở đây đều sở hữu những con số xuất bản ấn tượng¹. Có

¹ Nguyễn Nhật Ánh là nhà văn best-seller sớm nhất ở Việt Nam sau Đổi mới 1986. Đến nay ông đã xuất bản gần 100 tác phẩm trên nhiều thể loại. Nhà xuất bản Trẻ cho biết có 6 đầu sách của Nguyễn Nhật Ánh đã tái bản 20 lần, 10 đầu sách tái bản trên 30 lần. Từ năm 2010 tới nay, tất cả sách của Nguyễn Nhật Ánh đều có số lượng phát hành lần đầu tiên lên tới trên 50.000 bản. Tác phẩm *Con chó nhỏ mang giỏ hoa hồng* của ông in lần đầu 100.000 bản, hiện đang giữ kỉ lục tác phẩm in nhiều bản nhất trong lần đầu tiên ra mắt (Lam Thu, 2015). Có tuổi

thể thấy các tác giả này viết rất khỏe, rất bền, và các đầu sách của họ đều được độc giả đón nhận nồng nhiệt. Nếu chỉ xét về số lượng, nhiều nhà văn khác cũng thường xuyên được tái bản, với lượng bản in tính đến thời điểm hiện nay phải nói là rất lớn, chẳng hạn như Tố Hữu, Nam Cao, Chế Lan Viên... Điểm khác biệt là các nhà văn thị trường đạt được số lượng này trong một thời gian ngắn. Tác phẩm của họ vừa ra mắt đã bán rất chạy và tái bản nhiều lần để phục vụ nhu cầu độc giả đương thời. Con số những tác phẩm này có thể qua nhanh, cũng có thể tạo được dư âm vài chục năm như trường hợp Nguyễn Nhật Ánh, nhưng

đời và tuổi nghề nhỏ hơn Nguyễn Nhật Ánh 20 năm, Dương Thụy, nhà văn sinh năm 1975 đã xuất bản 16 đầu sách kể từ năm 1997 đến nay, trong đó có nhiều đầu sách được tái bản rất nhiều lần, với tổng số bản in đáng nể như *Bỏ câu chung mài vòm*, xuất bản lần đầu năm 2004, tái bản 8 lần, tổng số 21.000 bản, *Oxford thương yêu* (2007), tái bản 25 lần, 81.000 bản, *Cáo già, gái già và tiểu thuyết diêm tình* (2008), tái bản 12 lần, 29.000 bản, *Venise và những cuộc tình Gondola* (2009), tái bản 13 lần, 34.000 bản, *Nhắm mắt thấy Paris* (2009) tái bản 12 lần, 45.000 bản, *Chờ em ở San Francisco* (2014), tái bản 3 lần, 19.000 bản (số liệu lấy từ website Dương Thụy). Anh Khang không sở hữu số đầu sách và số ấn bản khổng lồ như Dương Thụy vì xuất hiện muộn hơn, nhưng lại giữ kỉ lục số ấn bản tiêu thụ nhanh nhất và tái bản trong thời gian ngắn nhất. Anh Khang là “hiện tượng xuất bản” năm 2014, với quyển *Đường hai ngã, người thương thành lạ* được đặt hàng 10.000 bản trước khi phát hành (Gia Hoàng, 2013), và quyển *Buồn làm sao buồn* đứng đầu danh sách bán chạy nhất của Hội sách TPHCM lần VIII với 40.000 bản tiêu thụ hết trong vòng 7 ngày và sau đó gấp rút in thêm 15.000, rồi 20.000 bản nữa (Hồ Hương Giang, 2014). Quyển *Đi đâu cũng nhớ Sài Gòn và em* in 50.000 bản trong lần đầu tiên, bằng với nhà văn Nguyễn Nhật Ánh. Nguyễn Ngọc Thạch chỉ mới bắt đầu viết năm 2010, nhưng đến nay đã sở hữu trong tay 14 đầu sách, trung bình mỗi năm 2 đầu sách. Gào xuất bản 6 đầu sách từ năm 2009 đến 2015.

lí do nó được mua nhiều là bởi nó được đảm đông nhất loạt yêu thích trong một thời điểm nào đó. Nam Cao, Tố Hữu, Chế Lan Viên... ngày nay vẫn tái bản và tiêu thụ được, nhưng sức cạnh tranh trong cùng một thời điểm với các tác phẩm thị trường là không cao (số ấn bản tiêu thụ trong cùng thời điểm không bằng, vì mỗi lần tái bản cũng chỉ vài ngàn cuốn). Hơn nữa, không thể bỏ qua sự tác động của giáo dục phổ thông đối với việc tiêu thụ tác phẩm của các tác giả này. Việc họ đã được các nhà nghiên cứu công nhận là những tác giả lớn của nền văn học, được đưa vào chương trình phổ thông, đã khiến họ được biết đến nhiều hơn, do đó lượng độc giả tiềm năng của họ cũng nhiều hơn, bao gồm nhiều lứa tuổi, và mua sách với nhiều lí do, trong đó có lí do học và ôn thi.

Cách sử dụng vốn của mỗi nhà văn kể trên cũng khác nhau. Trong số họ, chỉ có Nguyễn Nhật Ánh là được giới chuyên môn đánh giá cao. Các nhà nghiên cứu có mặt trong Hội thảo “Nguyễn Nhật Ánh – hành trình chinh phục tuổi thơ” diễn ra vào ngày 19/6/2015 tại Đại học Sư phạm Hà Nội đã một lần nữa công nhận chất lượng nghệ thuật của tác phẩm Nguyễn Nhật Ánh. Khẳng định tác phẩm của ông có chất triết học, có giá trị giáo dục và thẩm mỹ cao, các ý kiến đều đồng tình ở điểm Nguyễn Nhật Ánh đã chuyển tải những giá trị ấy bằng lối văn giản dị, phù hợp với đối tượng độc giả của ông là trẻ nhỏ, và do đó trở nên hấp dẫn với độc giả đại chúng. Như vậy, có thể nói Nguyễn Nhật Ánh sở hữu và phát huy được vốn nghệ thuật trong sự

nghệ thuật của mình. Hơn nữa, việc ông được giới chuyên môn đánh giá cao còn thể hiện sự giao cắt giữa trường của văn học thị trường và trường của văn học thiếu nhi, vốn được chấp nhận trong trường văn học chính thống của định chế. So với các tác giả trẻ như Dương Thụy, Anh Khang, Gà, Ngọc Thạch, tuổi tác của ông là vốn tượng trưng lớn, vì tuổi tác luôn đi kèm với kinh nghiệm và khả năng tích lũy thành tựu. Ông là nhà văn best-seller sớm nhất. Khi ông được trao danh hiệu Nhà văn có sách bán chạy nhất vào năm 1998 thì Dương Thụy mới viết những tác phẩm đầu tiên, và tất nhiên là chưa hề hút khách. Sau Nguyễn Nhật Ánh, Hà Kin mới là tác giả best-seller xuất hiện kế tiếp trong thị trường văn học TPHCM với tác phẩm *Chuyện tình New York* năm 2007. Hà Kin cũng là người mở màn cho cơn sốt văn học mạng Việt Nam, cùng với Trang Hạ, Trần Thu Trang ở miền Bắc. Cách xa thế hệ sau một quãng thời gian rất dài như thế, vốn tượng trưng của Nguyễn Nhật Ánh rất dày dặn, với lượng tác phẩm đồ sộ. Hơn nữa, Nguyễn Nhật Ánh cũng thường xuyên vun đắp vốn tượng trưng của mình khi ông thường xuyên xuất hiện trong các sự kiện liên quan đến tuổi thơ. Những sản phẩm phái sinh từ sách như phim ảnh, nhà sách, quán ăn cũng góp phần làm tăng thêm vốn tượng trưng của Nguyễn Nhật Ánh. Các bộ phim chuyển thể từ tác phẩm của ông như *Kính vạn hoa*, *Chuyện xứ Lang Biang*, *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh...* càng khắc thêm ấn tượng về Nguyễn Nhật Ánh và thế giới tuổi thơ trong lòng độc giả, khán giả. Nhà

sách *Kính vạn hoa* bán sách của Nguyễn Nhật Ánh và nhiều sáng tác của những tác giả khác dành cho thiếu nhi và người trẻ, cùng với quán ăn Đò Đò (là tên của một quán ăn trong truyện dài *Quán Gò đi lên*) thuộc sở hữu của ông đã tạo nên một hệ thống sản phẩm có giá trị tượng trưng cao. Khi một tác phẩm mới của ông ra mắt, chỉ riêng cái tên Nguyễn Nhật Ánh thôi đã đủ bảo chứng cho sự thành công về mặt doanh thu. Đó chính là cơ sở để Nguyễn Nhật Ánh và Nhà xuất bản Trẻ tự tin cho in 100.000 bản *Con chó nhỏ và giỏ hoa hồng* ngay trong lần đầu tiên. Bản thân kỉ lục này đã mang giá trị PR cực kì hiệu quả. Như vậy, Nguyễn Nhật Ánh đã sử dụng triệt để vốn tượng trưng của mình, đem chính giá trị thương hiệu Nguyễn Nhật Ánh tác động đến doanh số, từ đó tiếp tục nâng cao vị trí của mình trong trường văn học.

Có thể vốn nghệ thuật của mỗi nhà văn nói trên không giống nhau, hoặc được giới chuyên môn đánh giá cao như Nguyễn Nhật Ánh, hoặc bị chê là nhạt nhẽo như Anh Khang, Gàò, Nguyễn Ngọc Thạch, nhưng họ đều biết cách xây dựng thương hiệu cho mình từ vốn nghệ thuật đó để có thể đảm bảo thành công thương mại. Mỗi tác giả đều phát huy thế mạnh của mình ở một trường đề tài cụ thể, và rất trung thành với trường đề tài đó, biến nó trở thành thương hiệu cá nhân. Nguyễn Nhật Ánh không phải chỉ viết cho thiếu nhi, nhưng số lượng tác phẩm viết cho thiếu nhi chiếm áp đảo, và hiện tại ông là nhà văn thiếu nhi thành công nhất. Miệt mài với một đối

tượng độc giả trong suốt nhiều chục năm, liên tục viết và tìm tòi cách chuyển tải mới nhưng vẫn đảm bảo đặc tính giản dị, dễ hiểu của tác phẩm, Nguyễn Nhật Ánh đã trở thành biểu tượng thành công của văn học đại chúng, khiến cho quan điểm phân biệt cao thấp giữa hàn lâm và đại chúng, hay đặc tuyển và thị trường, trở nên phi lí. Dương Thụy chuyên viết về những chuyến đi phía trời Âu, dù trong tiểu thuyết hay tản văn, các nước hiện đại phương Tây luôn là bối cảnh, là đích đến, là cội nguồn khơi gợi tình cảm và suy tư. Anh Khang chỉ viết mỗi một thể loại tản văn, và chỉ xoay quanh những cảm xúc yêu đương của tuổi trẻ, có phần nhuốm màu buồn bã. Nguyễn Ngọc Thạch ghi dấu ấn ở đề tài đồng tính và được gắn luôn danh hiệu “nhà văn đồng tính”. Thay vì tự thử thách mình với những thủ pháp hay lí thuyết mới lạ, các nhà văn này đào sâu vào thứ đã làm nên thương hiệu của mình. Khi đọc những tác giả này, người đọc không thể nào tránh khỏi cảm giác quen thuộc, lặp lại, nhưng việc trung thành với hình ảnh thương hiệu này mặt khác lại giữ chân được người đọc bình dân vốn đã hâm mộ đúng đặc trưng đó của người viết. Nhiều đầu sách của Nguyễn Nhật Ánh vẫn tái bản được và bán chạy dù tuổi đời đã hơn 20 năm không chỉ vì nó hấp dẫn thế hệ thiếu nhi hôm nay, mà quan trọng hơn là vì nó khiến thiếu nhi thế hệ 8X, đầu 9X muốn trở về tuổi thơ của họ. Hiện nay, rất nhiều nhà xuất bản đang tái bản hàng loạt những tác phẩm truyện chữ, truyện tranh nổi tiếng gắn liền với tuổi thơ thế hệ 8X và đầu 9X, và sách bán rất chạy.

Lí do rất dễ hiểu, thế hệ thiếu nhi 8X, đầu 9X sống trong giai đoạn sang trang của đất nước, không còn phải gánh vác các nhiệm vụ lịch sử nên đã bắt đầu được đọc các tác phẩm đúng lứa tuổi, tuy nhiên số lượng không nhiều và không quá phong phú như hiện nay. Giờ đây, thế hệ đó đã trưởng thành và có đủ điều kiện kinh tế để sở hữu những thứ mà ngày xưa họ cho là báu vật nhưng lại không dễ gì có được. Gần 20 đầu sách của Dương Thụy chỉ viết về những giấc mộng đẹp phía trời Tây nhưng vẫn không làm độc giả chán nản, vì Dương Thụy đã trở thành một biểu tượng của hành trình phương Tây, thổi bùng lên giấc mộng viễn du của nhiều thế hệ người đọc trẻ hôm nay muốn thoát khỏi ao làng bé nhỏ để đến với chân trời khác hiện đại hơn, phát triển hơn.

Người trẻ không có nhiều vốn kinh tế, nhưng những người trẻ được khảo sát ở đây đã sử dụng vốn xã hội cực kì hiệu quả trong trường văn học. Anh Khang, Nguyễn Ngọc Thạch, Gào đều hoạt động trong giới giải trí, và những mối quan hệ họ thiết lập được trong giới này đã tác động rất tích cực lên khả năng tiêu thụ sách của họ. Trước kia, vị trí quản lí nhóm nhạc 365 nổi tiếng của Ngô Thanh Vân đã nghiêm nhiên mang lại cho Gào số lượng người hâm mộ của nhóm 365. Ngọc Thạch được cộng đồng đồng tính ủng hộ nhiệt liệt, còn Anh Khang thì bắt tay với người sáng tác nhạc và ca sĩ để tung ra những ca khúc viết riêng theo chủ đề từng quyển sách của mình, như *Buồn làm sao buồn* (Anh Khang - Quốc Thiên), *Ngày trôi về phía cũ* (Dương

Trường Giang – Trung Quân Idol), *Đường hai ngã người thương thành lạ* (Anh Khang – Phạm Quỳnh Anh). Gào và Hamlet Trương cũng làm như Anh Khang, tức là ra sách và ca khúc cùng một lúc và cùng một tựa. Bằng cách này, họ thu hút được cả người thích nghe nhạc của họ đến với sách của họ, tức là mở rộng được đối tượng độc giả tiềm năng. Mặt khác, họ xây dựng được hình tượng cá nhân đa tài, giúp tăng vốn tượng trưng của họ theo một cách khác với Nguyễn Nhật Ánh, nhưng vẫn có hiệu quả không nhỏ trong việc làm tăng số lượng người hâm mộ, từ đó tăng thành công thương mại của họ trong trường văn học. Nhiều người viết trẻ xây dựng được hình tượng cá nhân long lanh như một nhân vật trong phim thần tượng. Họ nhanh chóng trở thành “hot boy”, “hot girl” trong làng văn. Không ít độc giả trẻ đổ xô đi mua tác phẩm của họ là vì hâm mộ người viết đẹp trai, xinh gái, đa tài...

Vốn xã hội còn được các tác giả nói trên phát huy rất hiệu quả thông qua các hoạt động liên quan đến độc giả như giao lưu, kí tặng, và trao đổi trên mạng xã hội. Vì có người hâm mộ và sống dựa vào người hâm mộ nên những nhà văn này rất biết chiều lòng độc giả của họ. Dương Thụy có website giới thiệu sách của mình, thường xuyên cập nhật số lần tái bản sách. Anh Khang tạo cho các tác phẩm của mình một trang facebook. Gào và Nguyễn Ngọc Thạch là những facebooker nổi tiếng, mỗi người có khoảng 500.000 người theo dõi. Facebook cá nhân của Gào, ngoài những thông tin đời sống riêng tư, còn có những

bài viết khá dài với lập luận sắc bén về những vấn đề xã hội, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến phụ nữ và bình đẳng giới, rất thu hút các cô gái và các bà mẹ trẻ. Nguyễn Ngọc Thạch nổi tiếng trên facebook bằng những bài bình luận về các vấn đề xã hội, trong đó nhiều bài sử dụng ngôn ngữ thô tục hoặc lời lẽ kích động, gây hiệu ứng cảm xúc mạnh. Hiện tượng này không hiếm trên mạng xã hội hiện nay. Nhiều facebooker và vlogger (người quay video clip trình bày một nội dung nào đó) sử dụng ngôn ngữ thô tục, thậm chí tục tĩu, hoặc cách diễn đạt kích động để thu hút sự chú ý của người xem vào vấn đề mình muốn trình bày và đạt được hiệu quả nhất định, ví dụ như chủ nhân của các trang nổi tiếng như Dura Leo, Tuyết Bitch Collection, Huỳnh Phước Sang... Ngôn ngữ thô tục của những facebooker này không hoàn toàn có ý nghĩa tiêu cực. Trong nhiều trường hợp, nó là một giải pháp thông minh đánh vào cảm nhận của người đọc, người xem, kích thích sự chú ý và khuấy động tranh luận về vấn đề mà tác giả đang bàn tới, muốn mọi người quan tâm. Facebook của Nguyễn Ngọc Thạch, cũng như những trang facebook kể trên, nổi tiếng và có lượt xem ổn định đến nỗi chủ nhân của nó kí được hợp đồng quảng cáo với nhiều thương hiệu. Hiện tượng này cần bàn trong một bài viết khác sâu hơn. Không thể phủ nhận rằng cách sử dụng facebook đã giúp Nguyễn Ngọc Thạch nổi tiếng hơn trong giới trẻ, từ đó gián tiếp tăng lượng sách được tiêu thụ của tác giả này.

Các tác giả trẻ như Dương Thụy, Anh Khang, Gà, Nguyễn Ngọc Thạch... tác động một lực vào trường văn học thông qua việc khiến cho hoạt động giao lưu, kí tặng, sử dụng mạng xã hội... trở nên phổ biến hơn trong trường văn học, khiến cho những nhà văn dù quan niệm “bầu trời nghệ thuật là bầu trời riêng tư” đến đâu chẳng nữa cũng không thể thu mình trong tháp ngà giữa thời buổi kinh tế thị trường này. Cuộc thi Văn học tuổi hai mươi đã mở thêm hạng mục giải thưởng do độc giả bình chọn. Nhiều nhà văn lớn tuổi đã dần học cách sử dụng mạng Internet để công bố tác phẩm, trao đổi với độc giả, hoặc với các nhà văn khác. Theo kết quả cuộc khảo sát mà chúng tôi thực hiện (đã nhắc đến ở mục 2), có 26,6% người được khảo sát cho biết có tham gia các buổi giao lưu với nhà văn, 65,9% người theo dõi facebook và blog của tác giả mình yêu thích. Ngoài ra, một số hình thức giao lưu khác cũng có nhiều người tham gia như thành lập trang hâm mộ (fanpage), tham gia bình chọn online...

* * *

Tóm lại, lí thuyết trường văn học giúp nhìn một số hiện tượng văn học – trong đó có hiện tượng lâu nay vẫn được gọi là văn học thị trường – bằng cách đặt chúng trong những mối quan hệ tương tác lực. Nhìn từ góc độ này, chúng ta sẽ giải quyết được một số những băn khoăn bấy lâu, chẳng hạn như văn học thị trường gồm những đặc trưng gì và gồm những nhà văn nào, và việc định danh văn học thị trường có phải là một sự hạ thấp những đối tượng được định danh hay không. Tư duy nhị

phân văn học đặc tuyển/ văn học thị trường, văn học thuần túy/văn học giải trí vẫn có cái gì đó chưa ổn. Nhiều người cảm thấy không sẵn sàng xếp Nguyễn Nhật Ánh hay Dương Thụy vào văn học thị trường, mặc dù sáng tác của họ có giá trị giải trí cao, phục vụ số đông độc giả đại chúng và gặt hái thành công thương mại lớn, bởi vì tác phẩm của họ có chất lượng nghệ thuật, khác với nhiều tác giả thị trường khác như Gào, Keng, Anh Khang, Nguyễn Ngọc Thạch, Hamlet Trương, Iris Cao, Ploy Ngọc Bích viết khá hời hợt. Lí thuyết trường văn học không phân chia bộ phận văn học, mà xem xét tất cả nhà văn trong một không gian chung tương tác lẫn nhau, và ở bất cứ vị trí nào cũng có thể tạo ra tác động có ý nghĩa với trường văn học. Từ góc nhìn này, việc một nhà văn có được định danh là thị trường, hay hàn lâm, hay giải trí, hay chuyên nghiệp... đều không có ý nghĩa, bởi vì mọi sự cao thấp đều tương đối và những trật tự hay nguyên tắc đều có thể bị thay đổi. Người viết không bác bỏ tên gọi này vì sự thật là nó đang tồn tại, nhưng không hiểu nó theo nghĩa phân chia rạch ròi. Khái niệm “văn học”, “nhà văn” còn có thể được hiểu khác đi theo thời gian, thì “văn học thị trường” vẫn có thể rất đa dạng trong suy nghĩ của nhiều người, nó có thể chỉ gồm các tác phẩm best-selling dành cho giới trẻ và không có giá trị nghệ thuật cao, hoặc có thể phình ra và trùng khít với toàn bộ văn học đại chúng, gồm

những tác phẩm bán chạy lẫn bán không chạy nhưng phục vụ được số đông độc giả với lối viết đơn giản, gần gũi, dễ hiểu.

Một điều quan trọng mà lí thuyết trường văn học đưa ra là các nhà văn sử dụng rất nhiều loại vốn khi tương tác trong trường văn học, và vị trí của họ căn cứ vào cách sử dụng đa dạng vốn chứ không phải chỉ mỗi mình vốn tài năng. Điều này rất dễ nhận thấy trong trường hợp các tác giả văn học thị trường, giải thích được tại sao họ nổi tiếng, được yêu thích trên diện rộng. Họ đang góp phần sắp xếp lại luật chơi trong trường văn học. Tất nhiên, những thay đổi sẽ không đến trong thời gian trước mắt có thể nhìn thấy được, và cũng không chắc chắn, vì kết quả còn tùy thuộc vào sự đấu tranh giữa các tác nhân, giữa quy luật của thị trường và quy luật của nghệ thuật, giữa những nhà văn được độc giả đại chúng hâm mộ và những nhà văn đi tìm những thử thách nghệ thuật, dù những thử thách ấy không dành cho đám đông. Các nhà phê bình có thể phê bình, phân tích tác phẩm như một cách định hướng độc giả về giá trị thẩm mỹ của văn học, nhưng độc giả có quyền tự chọn cho mình giá trị giải trí phù hợp với bản thân họ trong một thời điểm nào đó. Văn học thị trường là sản phẩm khách quan của những vận động xã hội và văn học, vì vậy không cần thiết phải kì thị nó hay tìm cách uốn nắn, sửa chữa gì cả, vì mỗi nhà văn đều có vị trí riêng và tác động riêng tới trường văn học.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Cục Xuất bản, In và Phát hành. (31/12/2015). Báo cáo Tổng kết công tác năm 2015 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2016. <http://mic.gov.vn/solieubaocao/Pages/TinTuc/116096/Tinh-hinh-phat-trien-linh-vuc-xuat-ban--in-va-phat-hanh-nam-2015.html>
- Hồ Hương Giang. (05/04/2014). Tại sao lại tức giận với best-seller Việt? <http://vietnamnet.vn/vn/van-hoa/168942/tai-sao-lai-tuc-gian-voi-sach--bestseller--viet-.html>
- Gia Hoàng. (25/09/2013). Tái bản trước phát hành, Anh Khang nối tiếp Nguyễn Nhật Ánh. <http://baodatviet.vn/doi-song/giai-tri/tai-ban-truoc-phat-hanh-anh-khang-noi-tiep-nguyen-nhat-anh-2355689/>
- Linh Hoàng. (15/01/2015). Văn học nước nhà và quan điểm sáng tác của Nam Cao. <http://anlacminh.blogspot.com/2015/01/van-hoc-nuoc-nha-va-quan-kiem-sang-tac.html>
- Hoài Thanh. (2000). *Thi nhân Việt Nam*. Hà Nội: NXB Văn học.
- Lam Thu (2015). Giới phê bình giải mã thành công của Nguyễn Nhật Ánh. <http://giaitri.vnexpress.net/tin-tuc/sach/lang-van/gioi-phe-binh-giai-ma-thanh-cong-cua-nguyen-nhat-anh-3280335.html>
- Lộc Phương Thủy, Nguyễn Phương Ngọc và Phùng Ngọc Kiên. (2014). *Xã hội học văn học*. Hà Nội: NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Nguyễn Xuân Thủy. (2014). Phan Việt: Minh bạch thì dễ sống hơn. <http://giaitri.vnexpress.net/tin-tuc/sach/lang-van/phan-viet-minh-bach-thi-de-song-hon-3013166.html>
- Bourdieu. P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (R. Nice, Trans.). Massachusetts: Havard University Press.
- Eastwood J. (2007). Bourdieu, Flaubert, and the Sociology of Literature. *Sociological Theory*, 25(2), 149-169.
- Laurenson D. T. & Swingewood A. (1972). *The Sociology of Literature*. New York: Schoken Books.