



VĂN HỌC ĐẠI CHÚNG Ở VIỆT NAM HIỆN NAY  
 TRONG ĐIỀU KIỆN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG VÀ HỘI NHẬP QUỐC TẾ

POPULAR LITERATURE IN CONTEMPORARY VIETNAM IN THE CONTEXT  
 OF A MARKET ECONOMY AND INTERNATIONAL INTEGRATION

Nguyễn Thị Phương Thúy<sup>1\*</sup>, Võ Văn Nhơn<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,  
 Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

<sup>2</sup> Trường Đại học Cửu Long.

DOI: <https://doi.org/10.65934/mkusj.2026.42.963>

\*Email: [phuongthuynt@hcmussh.edu.vn](mailto:phuongthuynt@hcmussh.edu.vn)

Ngày nhận bài: 06/12/2025

Ngày phản biện: 06/01/2026

Ngày duyệt bài: 23/03/2026

TÓM TẮT

Trong bối cảnh chuyển giao mạnh mẽ của thời đại số và sự giao thoa văn hóa đa chiều, bức tranh văn chương Việt Nam đang chứng kiến những biến đổi sâu sắc về cả chất và lượng. Nhìn lại hành trình phát triển, bước vào thế kỷ XXI, dưới tác động của nền kinh tế thị trường và mạng Internet, việc hội nhập quốc tế đã ngày càng sâu rộng, văn học đại chúng ở Việt Nam ngày càng phát triển mạnh mẽ, thu hút sự quan tâm của xã hội, đặc biệt là của các nhà nghiên cứu văn học. Sự bùng nổ của các nền tảng xuất bản trực tuyến và mạng xã hội không chỉ làm thay đổi thói quen tiếp nhận của công chúng mà còn làm mờ dần ranh giới định kiến truyền thống giữa các dòng văn học. Để có cái nhìn toàn diện và hệ thống về hiện tượng văn hóa năng động này, bài viết của chúng tôi điểm lại quan điểm của các nhà khoa học trong hai thập niên đầu của thế kỷ XXI về văn học đại chúng và mối quan hệ của nó với văn học tinh hoa. Việc tổng hợp các luồng ý kiến học thuật này giúp định hình rõ hơn những cuộc tranh luận xoay quanh giá trị thẩm mỹ và chức năng xã hội của từng loại hình sáng tác. Kế thừa những nền tảng lý luận đó, bài viết cũng lý giải tình trạng của văn học đại chúng ở Việt Nam trong 5 năm trở lại đây trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. Qua đó, nghiên cứu góp phần khẳng định vị thế độc lập cũng như vai trò thiết yếu của văn học đại chúng trong việc phản ánh nhịp sống đương đại, đồng thời gợi mở những hướng tiếp cận mới cho giới phê bình văn chương nước nhà.

**Từ khóa:** văn học đại chúng, văn học tinh hoa, kinh tế thị trường, hội nhập quốc tế

ABSTRACT

In the context of the vigorous transition of the digital age and multidimensional cultural intersection, the literary landscape of Vietnam is witnessing profound transformations in both quality and quantity. Looking back at the developmental journey, entering the 21st century, under the impact of the market economy, the Internet, and the international integration, popular literature in Vietnam has grown rapidly and impressively, attracting massive attention, especially that from literary researchers. The boom of online publishing platforms and social networks has not only changed the public's reception habits but also gradually blurred the traditional prejudiced boundaries between literary genres. To gain a comprehensive and systematic view of this dynamic cultural phenomenon, this article reviews the opinions of researchers in the first two decades of the 21st century on popular literature and its relationship with elite literature. Synthesizing these academic viewpoints helps to more clearly define the ongoing debates surrounding the aesthetic value and social function of each creative category. Inheriting those theoretical foundations, the article also examines the current state of popular literature in Vietnam during the past 5 years in the context of globalization and international integration. Thereby, the research contributes to affirming the independent status and the essential role of popular literature in reflecting the rhythm of contemporary life, while concurrently opening up new approaches for literary critics nationwide.

**Keywords:** popular literature, elite literature, market economy, global integration

## 1. Mở đầu

Văn học đại chúng đã hình thành ở Việt Nam từ đầu thế kỷ 20, nhưng có những lúc bị gián đoạn bởi tình hình lịch sử đất nước. Hiện nay, khi nền kinh tế thị trường kết hợp chặt chẽ với việc hội nhập quốc tế và sự phát triển vũ bão của khoa học kỹ thuật, văn học đại chúng – nền văn học phục vụ đại chúng – đã có những thay đổi đáng kể, phản ánh sự chuyển biến không chỉ trong nhu cầu thưởng thức thẩm mỹ mà còn trong tâm lý xã hội. Nó được biết đến nhiều trong vỏ bọc của một khái niệm mới “văn học thị trường” với nhiều định kiến hơn xưa. Các nhà nghiên cứu đã dành nhiều sự quan tâm cho bộ phận văn học này, đi từ những bình luận, phân tích mang tính thời sự đến những công trình nghiên cứu chuyên sâu. Trong 5 năm gần đây, văn học đại chúng đã có một vài thay đổi, tuy chưa đủ lớn để thu hút thêm những nghiên cứu bề sâu, nhưng cũng đáng lưu tâm vì nó cho thấy tốc độ thay đổi cực kỳ nhanh chóng của thị hiếu.

Bài viết này sử dụng phương pháp tiếp cận lịch sử xã hội để mô tả diễn trình của văn học đại chúng cũng như sự chuyển biến trong đánh giá của các nhà nghiên cứu về bộ phận văn học này, đặc biệt là giai đoạn từ Đổi mới đến nay. Cũng với phương pháp này, bài viết căn cứ vào những yếu tố xã hội đương đại để tìm cách lý giải hiện trạng của văn học đại chúng Việt Nam trong 5 năm gần đây.

## 2. Văn học đại chúng Việt Nam dưới mắt các nhà nghiên cứu

Khái niệm “đại chúng” không mới mẻ đối với người nghiên cứu văn học ở Việt Nam, nhưng nó đã thay đổi đáng kể theo những khúc quanh của lịch sử đất nước, khiến mỗi khi làm quen lại với nó, người nghiên cứu cũng có không ít những thái độ trái chiều. Bộ phận văn học đại chúng ra đời từ đầu thế kỷ 20, khi văn học trở thành hàng hóa trong nền kinh tế tư bản được thực dân mang đến, đánh dấu sự kết thúc của nền văn học trung đại gắn với khoa cử, văn đàn phong kiến và hoạt động sáng tác, thưởng thức văn học thù tạc trong quy mô nhỏ. Đó là thời kỳ xuất hiện cái gọi là thị hiếu của công chúng và những nhà văn có sách bán chạy. Thị hiếu đại chúng thường được đánh giá là hời hợt, tầm thường, đối lập với những giá trị

sâu sắc và bền vững của văn học tinh hoa, nhưng lại có sức chi phối mạnh mẽ đến người sáng tác.

Sau Cách mạng tháng Tám 1945, nền văn học được tập trung hóa với tôn chỉ “Khoa học, Dân tộc, Đại chúng”. “Đại chúng” lúc này tuy vẫn là đám đông, nhưng không còn gắn với hời hợt hay tầm thường, mà là lý tưởng phục vụ của người cầm bút. Người cầm bút thay vì chiều theo thị hiếu tầm thường của đại chúng thì phải có trách nhiệm phát hiện ra vẻ đẹp giản dị và sức mạnh vũ bão của đại chúng, từ đó ca ngợi và vun đắp chúng. Người cầm bút, với những hiểu biết về văn học và mỹ cảm về văn chương, phải giúp đại chúng nâng cao trình độ thẩm mỹ thông qua những sáng tác của mình. Nếu đại chúng của văn học thị trường là sức mạnh chi phối từ dưới lên thì đại chúng của văn học hiện thực xã hội chủ nghĩa là sự phổ cập từ trên xuống. Trong giai đoạn 1954-1975, miền Bắc và miền Nam đã có hai cách hiểu rất khác nhau về văn học đại chúng như thế.

Kể từ sau Đổi mới 1986, văn học đại chúng trở lại dần dần theo từng bước phát triển của nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên, suốt mười mấy năm cuối thế kỷ XX, đây chưa phải là vấn đề thu hút sự quan tâm rộng rãi của giới nghiên cứu, vì những vấn đề liên quan đến nội dung phản ánh, thông điệp chính trị - xã hội, ý nghĩa thẩm mỹ, cách tân nghệ thuật của tác phẩm văn học... vẫn là những vấn đề đáng lưu tâm hơn hẳn.

Bước sang thế kỷ XXI, tốc độ phát triển kinh tế của Việt Nam tăng nhanh, sự xuất hiện của mạng Internet giúp việc hội nhập quốc tế về mặt văn hóa ngày càng sâu rộng, Luật Xuất bản được sửa đổi, cho phép doanh nghiệp tư nhân tham gia lĩnh vực xuất bản dưới hình thức liên kết, tất cả những điều này đã tạo ra sự lộn xộn ngoạn mục của thị trường xuất bản. Từ thập niên 2000, các nhà nghiên cứu và quản lý văn hóa đã bắt đầu quan tâm đến vấn đề văn học trong bối cảnh kinh tế thị trường. Đây là thời kỳ của những “hiện tượng xuất bản” thu hút nhiều tranh cãi vì tính thách thức truyền thống của chúng, chẳng hạn như *Bóng đèn* của Đỗ Hoàng Diệu, *I am đàn bà* của Y Ban, *Dự báo phi thời tiết* của nhóm Ngựa Trời..., hoặc những tác phẩm bán chạy trên thị trường nhưng đồng thời vẫn được giới phê bình đánh giá cao về mặt giá trị nội dung và ý nghĩa xã hội như *Cánh đồng bất tận*

của Nguyễn Ngọc Tư, Nhật ký Đặng Thùy Trâm, Nhật ký Nguyễn Văn Thạc... Những năm 2005, 2006 là khoảng thời gian mà Bộ Văn hóa - Thông tin ban hành rất nhiều lệnh thu hồi và nhắc nhở. Trước tình hình này, Hội đồng Lý luận Phê bình Văn học Nghệ thuật Trung ương đã tổ chức hội thảo cấp quốc gia Văn học nghệ thuật trong cơ chế thị trường và hội nhập vào ngày 17/11/2008. Nhìn chung, những tham luận trong hội thảo này có tính chất phác thảo, nhận diện những tác động cơ bản của kinh tế thị trường đến văn học với một thái độ khá dè dặt, thận trọng. Các nhà nghiên cứu thừa nhận tác động tích cực của cơ chế thị trường như tạo động lực mới cho văn học, nhưng đại đa số là tỏ ra lo lắng trước những tác động tiêu cực của nó nhiều hơn. Họ khá quan tâm đến những vấn đề liên quan đến quản lý văn hóa, văn nghệ, đồng thời đề cao trách nhiệm của nhà văn không chỉ với sự phát triển của văn học mà với nhận thức thẩm mỹ của toàn xã hội nói chung. Có thể thấy ý này trong các bài viết Khi văn chương được xem là hàng hóa (Hữu Thịnh), Phát triển văn hóa, nghệ thuật trong cơ chế thị trường (Đương Trọng Dật), Văn học nghệ thuật dưới tác động hai mặt của cơ chế thị trường (Phan Trọng Thuồng), Thị trường văn học nghệ thuật Việt Nam hiện nay – nhận thức và thực tiễn (Trần Luân Kim)... Trước đó, vào năm 2005, Phạm Tú Châu có bài Văn học Trung Quốc trong kinh tế thị trường đăng trên Tạp chí Cộng sản, trong đó người viết nhìn ra thế giới để học hỏi kinh nghiệm từ nước bạn. Năm 2009, Viện Văn học thực hiện đề tài cấp Bộ Tác động của kinh tế thị trường đến văn học Việt Nam thời kỳ Đổi mới. Tương tự như hội thảo nói trên, mối quan tâm đáng chú ý của nhóm tác giả đề tài vẫn là làm sao để văn học Việt Nam phát triển đúng hướng trong bối cảnh kinh tế thị trường mà không có những can thiệp chủ quan, thô bạo vào thị trường văn học. Năm 2010, Đỗ Hải Ninh có bài Tác động của cơ chế thị trường đến tiếp nhận văn học, Lê Hương Thủy có bài Xuất bản sách văn học trong cơ chế thị trường, trong đó thể hiện sự băn khoăn về sự xuống cấp của văn hóa đọc, quan sát thấy tuy số đầu sách xuất bản hàng năm tăng nhưng số bản in trên mỗi đầu sách lại ít đi, có những cuốn sách được tái bản không hẳn nhờ giá trị đích thực mà do tâm lý hiếu kỳ của người tiêu dùng.

Đến thập niên 2010, khái niệm “văn học thị

trường” rõ lên trên truyền thông đại chúng. Khác với những hiện tượng gây tranh cãi trong vài năm trước đó, lúc này những best-seller của người viết trẻ khiến các nhà phê bình lưu tâm bởi chúng có nội dung và cách viết cực kỳ đơn giản nhưng được yêu thích rộng rãi vì tính giải trí, như các tản văn của Anh Khang, Phan Ý Yên...; truyện của Dương Thụy, Gà, Keng, Nguyễn Ngọc Thạch, Hamlet Trương, Iris Cao...; du ký của Huyền Chip, Phan Việt...; thơ của Nguyễn Phong Việt, Nguyễn Thiên Ngân, Nông Nàn Phổ... Trong hội thảo “Sáng tác văn học Việt Nam thời kỳ đổi mới: Thực trạng và triển vọng” tổ chức ngày 28/5/2015 tại Viện Văn học, Võ Văn Nhon và Nguyễn Thị Phương Thúy có tham luận Văn học thị trường ở Thành phố Hồ Chí Minh bàn luận về sự xuất hiện của khái niệm “văn học thị trường” cũng như sự liên quan của nó với khái niệm “văn học đại chúng” đã từng phổ biến mấy mươi năm trước trong không gian văn học đô thị miền Nam. Một năm sau đó, Viện Văn học tổ chức hội thảo “Thị trường văn học và văn học thị trường: lý luận và thực tiễn” vào ngày 29/8/2016 thu hút gần 50 tham luận. Các tham luận này sau đó lần lượt được công bố dưới dạng bài báo khoa học ở nhiều tạp chí như Nghiên cứu Văn học, Lý luận Phê bình Văn học Nghệ thuật, các tạp chí khoa học của các trường đại học... Nhìn chung, các bài viết này đã bàn luận về văn học thị trường và văn học đại chúng ở cả bề rộng lẫn bề sâu. Ở bề rộng, các nhà nghiên cứu mô tả diện mạo và đặc trưng của văn học đại chúng, giới thiệu những tác giả, tác phẩm tiêu biểu qua những chặng đường cụ thể, đưa ra những nhận xét tổng quát về ý nghĩa của bộ phận văn học này trong nền văn học Việt Nam đương đại. Ở bề sâu có những bài viết phân tích những yếu tố nội tại lẫn tác động ngoại lực đến văn học đại chúng. Ở đây, ta thấy có nhiều nhà nghiên cứu lại tiếp tục bàn luận vấn đề mối quan hệ giữa thị trường và văn học như Trần Đình Sử (2016) với Mấy suy nghĩ về mối quan hệ giữa văn học và thị trường, Đỗ Lai Thúy (2016) với Văn học Việt Nam từ “văn hóa quà tặng” đến “văn hóa hàng hóa”, Phương Lưu (2016) với Sự thống nhất mâu thuẫn giữa hoạt động văn học với kinh tế thị trường, Huỳnh Vân (2016) với Tác giả, tác phẩm, độc giả trong thị trường văn học, Nguyễn Đăng Điệp (2017) với Kinh tế thị trường, xã hội tiêu dùng và văn học đại chúng, Nguyễn Thế Kỳ

(2020) với Văn học trong cơ chế thị trường, Phùng Ngọc Kiên (2024) với Vai trò của báo chí và xuất bản đối với văn học trong sự chuyển đổi nền kinh tế ... Có những bài phân tích các trường hợp tác giả cụ thể, như Nguyễn Nhật Ánh, Nguyễn Ngọc Tư, hoặc sử dụng những công cụ lý thuyết để giải mã một số khía cạnh của văn học đại chúng, chẳng hạn như Internet và văn học đại chúng – từ giải trung tâm đến giải nhị phân viết – nói (trường hợp Có một phố vừa đi qua của Đinh Vũ Hoàng Nguyễn) của Trần Văn Toàn, Một số tác giả văn học thị trường ở Thành phố Hồ Chí Minh đầu thế kỷ XXI nhìn từ lý thuyết “trường” của Pierre Bourdieu của Nguyễn Thị Phương Thúy..., hoặc nhìn ra nước bạn để mở rộng tầm nhìn, chẳng hạn như Từ tiểu thuyết võ hiệp Kim Dung bàn về đặc trưng văn học đại chúng của Trần Văn Trọng, Thực trạng văn học thị trường Trung Quốc đương đại của Nguyễn Thị Thúy Hạnh... Từ chỗ dè dặt và lo lắng trước các tác nhân của thị trường, các nhà nghiên cứu lúc này đã xem quy luật thị trường đối với văn học là có tính khách quan và văn học đại chúng là một xu thế có tính toàn cầu. Từ chỗ lo lắng thị trường có thể ảnh hưởng tiêu cực đến chân – thiện – mỹ trong văn học và suy tính về những cơ chế quản lý có tính chất nhà nước đối với thị trường văn học, các nhà nghiên cứu đã dần có cái nhìn lạc quan và toàn diện hơn về văn học đại chúng cũng như tác động qua lại của nó với văn học tinh hoa.

Cũng trong khoảng thời gian này, Viện Văn học triển khai đề tài nghiên cứu cấp bộ Văn học đại chúng trong bối cảnh văn hóa Việt Nam đương đại do Nguyễn Đăng Điệp chủ nhiệm, nghiệm thu năm 2020 và in sách chuyên khảo năm 2021. Đây là công trình công phu và đầy đủ nhất về văn học đại chúng Việt Nam tính đến thời điểm này. Công trình khảo sát lịch sử hình thành và phát triển văn học đại chúng ở Việt Nam qua các giai đoạn từ cuối thế kỷ XIX đến 1945, 1945-1975, sau 1975; phân tích những tiền đề lịch sử, văn hóa xã hội dẫn tới sự phát triển của văn học đại chúng, bao gồm đô thị hóa và kinh tế thị trường, toàn cầu hóa, dân chủ hóa và ảnh hưởng của văn học đại chúng nước ngoài, công nghệ bao gồm Internet và công nghệ phục vụ văn hóa; phân tích các thể loại tiêu biểu của văn học đại chúng như truyện hình sự, trinh thám, kinh dị, ngôn tình, truyện khoa học viễn

tưởng, kiếm hiệp, tự truyện, hồi ký, du ký, truyện tranh; phân tích sự giao thoa giữa các thể loại văn học, sự chuyển thể hình thức nghệ thuật, sự dung hợp văn học tinh hoa và văn học đại chúng. Thông qua việc phân tích cộng đồng văn học đại chúng gồm người đọc và người viết, nhóm tác giả đề xuất một cái nhìn toàn diện về văn học đại chúng cũng như các ứng xử phù hợp từ phía người đọc, người viết và nhà quản lý văn học nghệ thuật.

Nhìn chung, văn học đại chúng Việt Nam đã được nghiên cứu khá toàn diện dựa trên thực tiễn sáng tác và tiếp nhận tính đến những năm cuối thập niên thứ hai của thế kỷ XXI. Ngoài việc hiểu rõ hơn về đặc trưng và quy luật của văn học đại chúng để có những ứng xử phù hợp, các nhà nghiên cứu đã có xu hướng xem văn học đại chúng như một trong những biểu hiện của quá trình hội nhập của Việt Nam vào dòng chảy văn hóa toàn cầu. Ở mục kế tiếp, chúng tôi sẽ bàn đến tình hình văn học đại chúng trong khoảng 5 năm gần đây, tức là 5 năm đầu của thập niên thứ ba trong thế kỷ XXI, đồng thời trình bày một vài suy nghĩ về quá trình hội nhập quốc tế của văn học đại chúng trong sự đối sánh với những loại hình nghệ thuật đại chúng khác.

### **3. Thực trạng văn học đại chúng Việt Nam trong 5 năm gần đây**

Bước sang thập niên thứ ba của thế kỷ XXI, văn học thị trường/ văn học đại chúng dường như lắng xuống và ít thu hút sự chú ý hơn so với thập niên trước đó. Sau những tranh luận sôi nổi và những nghiên cứu có chiều sâu, các nhà nghiên cứu đã hiểu hơn về tính chất của văn học đại chúng và từ đó bình thản dần trước sự tồn tại của những tác phẩm best-seller trong không gian văn học đương đại. Những tác phẩm, tác giả từng gây nên các cơn sốt đình đám trong thập niên 2010 cũng được thời gian và công chúng sàng lọc lại. Những cái tên như Anh Khang, Nguyễn Ngọc Thạch, Hamlet Trương, Iris Cao, Phan Ý Yên, Huyền Chip, Nông Nàn Phốc... không còn lưu lại nhiều trong ký ức của đại chúng khi họ không còn tiếp tục ra sách mới. Cá biệt, Gào Vũ Phương Thanh từ chỗ là một tác giả có sách bán chạy lại bị công chúng trẻ chế nhạo trên nhiều diễn đàn mạng xã hội vì cách ứng xử, khiến những tác phẩm của cô bị vạ lây, bị soi lại và bài xích.

Ngược lại, Nguyễn Nhật Ánh, Nguyễn Ngọc Tư tiếp tục là những tác giả có sách bán chạy nổi bật. Công chúng không lãng quên họ nhờ uy tín văn học mà họ đã tạo lập, và cũng bởi vì họ vẫn bền bỉ ra sách mới.

Trong 5 năm vừa qua cũng không thấy những hiện tượng sách bán chạy thu hút sự chú ý trên diện rộng, tạo thành những hiện tượng trong thị trường xuất bản như trước kia nữa. Ông Nguyễn Thành Nam, Phó giám đốc NXB. Trẻ, cho biết độc giả trẻ có xu hướng chuyển sang lựa chọn sách phi hư cấu, đặc biệt là các sách kỹ năng, nhiều hơn là sách hư cấu (theo Hồ Sơn, 2020). Danh mục sách bán chạy được một số nền tảng bán sách trực tuyến tổng hợp từ số liệu thị trường như danh mục của Fahasa năm 2023, danh mục của Vinabook năm 2024, số liệu tính đến thời điểm hiện tại của trang Tiki.vn đều cho thấy tình trạng thực tế như Nguyễn Thành Nam đã nêu. Các tác phẩm văn học lọt vào những danh sách này đa phần là tác phẩm dịch. Đức Huy (2024) cũng nhận định thị trường sách văn học trong nước đang rơi vào giai đoạn ảm đạm. Ngay cả những cái tên là bảo chứng cho doanh thu như Nguyễn Nhật Ánh, Nguyễn Ngọc Tư trong thị trường sách văn học Việt Nam cũng đang bớt “gây sốt” như ở hai thập niên trước.

Chúng tôi chưa thể thực hiện một nghiên cứu toàn diện để đưa ra những lý giải cặn kẽ cho sự thoái trào của các best-seller cũ và sự vắng mặt của các best-seller mới trong lĩnh vực sách văn học ở Việt Nam, nhưng xin đưa ra một vài kiến giải như sau:

Thứ nhất là tính tất yếu của xu hướng: có thịnh có suy. Những lối sáng tác khi trở thành công thức và bùng nổ với số lượng lớn sẽ đến lúc trở nên nhàm chán và khiến công chúng “bội thực”. Nếu các tác giả đại chúng không có sức bền trong sáng tác hay sự đổi mới lối viết đáp ứng thị hiếu thì khó giữ chân được người hâm mộ nói riêng và công chúng nói chung. Không riêng gì trong văn học mà ở những loại hình giải trí đại chúng khác như âm nhạc hay nghệ thuật biểu diễn, người sáng tác luôn phải ra sản phẩm mới thường xuyên để duy trì độ nhận diện trong thị trường. Ngược lại, tác phẩm văn học kinh điển/ văn học tinh hoa, luôn có sức đi đường dài nhờ giá trị biểu trưng của chính

nó. Chẳng hạn Nỗi buồn chiến tranh được tái bản đều đặn suốt từ thập niên 1990 đến nay, thậm chí từ 2014 còn được tái bản hằng năm. Với nhiều giải thưởng quốc tế như Giải thưởng văn học Sim Hun năm 2016 và Giải thưởng Văn học Châu Á năm 2018, và mới đây nhất được Bộ Văn hóa – Thể thao và Du lịch vinh danh trong danh sách 50 tác phẩm văn học, nghệ thuật biểu diễn Việt Nam tiêu biểu, xuất sắc sau ngày đất nước thống nhất gây nên một cơn “cháy hàng” nho nhỏ, Nỗi buồn chiến tranh chưa bao giờ nguội trong thị trường văn học Việt Nam. Không dày đặc như Nỗi buồn chiến tranh nhưng các tác phẩm khác cùng thời như Thời xa vắng, Ăn mày dĩ vãng, Mùa lá rụng trong vườn, truyện ngắn Nguyễn Huy Thiệp... vẫn được tái bản rất đều, cách 2-3 năm là tái bản. Những tác phẩm xưa hơn, chẳng hạn như truyện của Nam Cao, Vũ Trọng Phụng, Tự Lực Văn Đoàn... cũng thế. Những giá trị biểu trưng này được chọn lọc qua thời gian, được khẳng định bởi những nhà phê bình, nghiên cứu, được củng cố, tôn vinh, và lan tỏa đến những thế hệ sau thông qua thiết chế giáo dục. Trong khi đó, văn học đại chúng chỉ có sự yêu thích của đại chúng tại thời điểm nó xuất hiện. Muốn không bị công chúng lãng quên, người viết phải liên tục đáp ứng thị hiếu của họ, hoặc duy trì sức hút thông qua kết nối với những hình thức sinh hoạt nghệ thuật đại chúng khác, chẳng hạn như phim ảnh.

Thứ hai là sự thay đổi của mạng xã hội trong những năm vừa qua. Thập niên 2000 chứng kiến sự xuất hiện và phổ biến của mạng Internet với những trang web và blog văn học. Tuy tính tương tác hai chiều còn chưa cao lắm, nhưng chính khả năng vượt qua những thiết chế kiểm duyệt truyền thống của chúng đã làm thay đổi hình thức sáng tác và phổ biến văn học, mang đến cho công chúng những tác phẩm đầy tính thách thức và gây ồn ào trong văn giới. Văn học mạng cũng ra đời và bắt đầu gây chú ý trong thập niên này với các tác phẩm dịch của Trang Hạ, các sáng tác của Hà Kin, Trần Thu Trang... Thập niên 2010 chứng kiến sự phổ biến của mạng xã hội Facebook ở Việt Nam, với tính tương tác và tính dân chủ vượt trội so với các trang web và blog văn học. Với đặc trưng này, Facebook góp phần quan trọng trong việc tạo nên các trào lưu thưởng thức văn học. Người viết trẻ sáng tác và chia sẻ sáng tác của mình trên mạng xã

hội, thu hút người hâm mộ không chỉ với tác phẩm của mình mà còn với phong cách cá nhân mà họ tạo dựng. Mạng xã hội thúc đẩy những sáng tác ngắn, đơn giản, nắm bắt những cảm xúc thoáng qua, kể lại những câu chuyện phổ biến, những trải nghiệm mới mẻ, dễ được đồng cảm bởi nhiều người trẻ. Đặc biệt, các sáng tác thơ được chia sẻ rất nhanh và rộng, tạo nên sự phổ biến của những cái tên như Nguyễn Phong Việt, Nguyễn Thiên Ngân, Nông Nàn Phỏ... Đến nay, Facebook vẫn là mạng xã hội được sử dụng nhiều nhất ở Việt Nam, chiếm hơn 90% người dùng mạng xã hội theo chuyên trang thống kê Statista (Minh-Ngoc Nguyen, 2025). Việc đất nước có đến hơn 70% dân số là người dùng mạng xã hội đã khiến nó trở thành một tác nhân quan trọng chi phối đến các khía cạnh đời sống xã hội, trong đó có việc đọc. Tuy nhiên, một sự thay đổi rất đáng lưu ý về mạng xã hội trong những năm vừa qua rất có thể đã tác động đến việc đọc sách nói chung và việc đọc sách văn học nói riêng ở Việt Nam: đó là sự xuất hiện và tăng trưởng nhanh chóng của Tiktok. Ra mắt toàn cầu năm 2016 và chính thức vào Việt Nam vào ngày 24/04/2019, đến nay, Tiktok đã trở thành nền tảng mạng xã hội phổ biến hàng đầu trong thế hệ Z (những người sinh trong khoảng từ năm 1997 đến năm 2010), với hơn 80% người dùng Internet thuộc thế hệ này là người dùng Tiktok (Minh-Ngoc Nguyen, 2025). Khác với Facebook nơi người dùng vẫn còn sử dụng ngôn ngữ viết để chia sẻ suy nghĩ và trải nghiệm (tuy mức độ sử dụng ngôn từ đã ít hơn rất nhiều so với blog Yahoo!360o từng phổ biến vào cuối thập niên 2000), Tiktok là mạng xã hội của những video ngắn. Sự giảm thiểu nghiêm trọng của ngôn ngữ viết trên Tiktok làm suy giảm hứng thú của người dùng với việc đọc. Độ ngắn của các video khiến tốc độ của thao tác lướt mạng tăng lên, làm suy giảm khả năng tập trung của người dùng, vốn là một yếu tố cần thiết trong việc đọc sách và thưởng thức nghệ thuật ngôn từ. Không chỉ giới hạn ở Tiktok, các video ngắn cũng đã lan tỏa đến những mạng xã hội khác như Facebook, YouTube... Những yếu tố này có thể phần nào lý giải cho sự vắng bóng của những tác giả best-seller mới trong văn chương, khi mà người đọc trẻ – đối tượng phục vụ chính của họ, cũng là bộ phận công chúng giàu cảm xúc, dễ bị ảnh hưởng bởi xu hướng – đã suy giảm dần hứng thú với con

chữ bởi sự tác động của những thay đổi của các nền tảng mạng xã hội video ngắn.

Thứ ba là sự tác động của hội nhập quốc tế trong lĩnh vực văn hóa – nghệ thuật. Quá trình hội nhập quốc tế đã bắt đầu từ khi đất nước thực hiện Đổi mới, nhưng tốc độ và mức độ của nó ngày càng mạnh mẽ trong những năm gần đây do toàn cầu hóa và chính sách đối ngoại đa phương của đất nước. Trong không gian toàn cầu hóa, văn học và văn hóa đại chúng Việt Nam cạnh tranh trên sân nhà với văn học đại chúng của nhiều quốc gia khác vốn đã phát triển lâu đời hơn, ít gián đoạn hơn và được hậu thuẫn mạnh mẽ bởi trình độ phát triển kinh tế của họ như Âu-Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc... Những tác phẩm đại chúng nổi tiếng thế giới như Harry Potter, Chúa tể những chiếc nhẫn; các truyện ngôn tình, cung đấu Trung Quốc như Bên nhau trọn đời, Cô gái năm ấy chúng ta cùng theo đuổi, Em là niềm kiêu hãnh của anh, Chân Hoàn truyện...; các tác phẩm truyện tranh Nhật Bản như Doraemon, Conan... đều có sức sống vượt thời gian, với cộng đồng người hâm mộ vẫn được duy trì và tăng dần theo năm tháng, và những hội nhóm hâm mộ trên mạng xã hội hoạt động bền bỉ, những trang fanfiction (truyện do người hâm mộ viết) đa dạng, phong phú. Nhờ toàn cầu hóa và tính chất không biên giới của mạng xã hội mà công chúng Việt Nam hiện nay, đặc biệt là người trẻ, có nhiều lựa chọn hơn trong việc thưởng thức những tác phẩm mà họ đánh giá là thuần túy giải trí, mua vui trong chốc lát. Website văn học Tấn Giang (晋江文学城 Tấn Giang Văn học Thành), một diễn đàn văn học chiếm đến 80% thị phần sách điện tử của nữ giới Trung Quốc hiện nay, thu hút rất nhiều người đọc Việt Nam. Với sự hỗ trợ của các công cụ dịch thuật bằng trí tuệ nhân tạo, khác biệt ngôn ngữ không còn là rào cản với họ. Người đọc đại chúng bị thu hút vào tính giật gân của cốt truyện nhiều hơn là vẻ đẹp của ngôn từ, nên vấn đề chất lượng bản dịch không ngăn cản họ chọn đọc tác phẩm. Trên một bàn tiệc đầy món như thế, tác giả Việt Nam chật vật hơn nhiều trong việc thu hút công chúng trong nước. Điều này phần nào lý giải cho sự thiếu vắng các best-seller Việt Nam hiện nay, khi thị trường văn học đã bão hòa bởi các yếu tố hấp dẫn và bền vững của văn học đại chúng đến từ bên ngoài biên giới.

#### 4. Kết luận

Văn học đại chúng đã xuất hiện ở Việt Nam từ đầu thế kỷ 20, tồn tại và phát triển trong những không gian văn học chịu sự chi phối bởi kinh tế tư bản và quy luật thị trường. Kể từ Đổi mới năm 1986, văn học đại chúng trở lại sau một thời gian dài bị gián đoạn bởi nền kinh tế tập trung bao cấp, và phát triển nhanh chóng với diện mạo đổi thay từng ngày. Trong 2 thập niên đầu thế kỷ 21, văn học đại chúng có nhiều hiện tượng nổi bật, với thập niên đầu tiên gắn với những hiện tượng xuất bản thách thức tư duy sáng tác truyền thống, khiến giới quản lý văn nghệ dè chừng, và thập niên thứ hai gắn với những tác phẩm phù hợp thị hiếu đại chúng, lan tỏa mạnh mẽ từ mạng xã hội ra quầy hàng, kệ sách. Trong nửa đầu thập niên thứ ba, văn học đại chúng ở Việt Nam chưa có được những hiện tượng gây chú ý như trước vì nhiều lý do: thứ nhất là do các tác phẩm đại chúng thiếu chiều sâu khó giữ chân được công chúng, và các tác giả đại chúng thiếu đầu tư nên đuối sức dần trong quá trình sáng tạo, nhanh chóng bị lãng quên; thứ hai là do sự lên ngôi của các video ngắn trên mạng xã hội làm giảm hứng thú của công chúng với việc đọc; thứ ba là do sự cạnh tranh của văn học đại chúng Việt Nam với những nền văn học đại chúng lớn trên thế giới trong không gian toàn cầu hóa. Văn học tinh hoa, nhờ giá trị biểu trưng của nó, trái lại vẫn có chỗ đứng vững chắc trong lòng người đọc. Vị trí của các tác phẩm tinh hoa ngày càng được củng cố thông qua các thiết chế giáo dục và truyền thông. Thậm chí có nhiều trường hợp đã vượt ra khỏi biên giới đất nước, góp phần

gia tăng giá trị biểu trưng của nó và tích lũy được lượng người đọc khổng lồ qua nhiều thế hệ và nhiều không gian.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Đức, H. (2024, June 22). Bức tranh âm đạm của thị trường sách văn học trong nước. Tri thức Trực tuyến. <https://znews.vn/buc-tranh-am-dam-cua-thi-truong-van-hoc-post1482055.html>
- Fahasa. (2024). 100 tựa sách bán chạy nhất năm 2023 – Số liệu do Fahasa tổng hợp từ số liệu thị trường năm 2023. <https://www.fahasa.com/top-100-best-seller>
- Hồ, S. (2020, January 12). Sách best-seller khó định hình xu hướng. Sài Gòn Giải Phóng Online. <https://www.sggp.org.vn/sach-best-seller-kho-dinh-hinh-xu-huong-post543675.html>
- Hội đồng Lý luận, Phê bình Văn học, Nghệ thuật Trung ương. (2009). Văn học nghệ thuật trong cơ chế thị trường và hội nhập. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.
- Nguyen, M.-N. (2025, August 7). Social media in Vietnam: Statistics and facts. Statista. <https://www.statista.com/topics/8182/social-media-in-vietnam/>
- Nguyễn, Đ. Đ. (Ed.). (2021). Văn học đại chúng trong bối cảnh văn hóa Việt Nam đương đại. Nhà xuất bản Khoa học Xã hội.
- Nguyễn, T. K. (2020). Văn học trong cơ chế thị trường. Nghiên cứu Văn học, (1), 5–12.
- Trần, Đ. S. (2016). Mấy suy nghĩ về mối quan hệ giữa văn học và thị trường. Nghiên cứu Văn học, (11), 13–17.
- Võ, V. N., & Nguyễn, T. P. T. (2015). Văn học thị trường ở Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu Văn học, (9), 89–104.