

LUẬN ÁN TIẾN SĨ VĂN HỌC

VÕ THỊ THU HÀ. *Sự phân hóa thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại*

Chuyên ngành: Lý luận văn học

Mã số: 62.22.01.20

Từ khi Lý thuyết Tiếp nhận được giới thiệu và vận dụng rộng rãi trong nghiên cứu, giảng dạy và hoạt động thực tiễn văn học nghệ thuật ở Việt Nam, vai trò của người đọc và công chúng văn học được giới nghiên cứu và sáng tác văn học tương đối quan tâm. Nhiều phương diện khác nhau của thực tiễn tiếp nhận đã bước đầu được khảo sát, lý giải. Ở mỗi thời kỳ, những nhu cầu xã hội và văn học khác nhau sẽ hình thành nên các nhóm người đọc với thị hiếu thẩm mỹ khác nhau. Thị hiếu thẩm mỹ của mỗi cá nhân làm nên thị hiếu thẩm mỹ của giai cấp, cộng đồng. Thị hiếu thẩm mỹ không tồn tại bất biến mà nó luôn trong xu thế thay đổi, vận động phù hợp với nhu cầu thực tiễn và hoàn cảnh xã hội. Nghiên cứu thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại có thể góp phần đánh giá, định hướng nhằm nâng cao thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học trong bối cảnh hiện nay. Với lý do đó, đề tài *Sự phân hóa thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại* có ý nghĩa thực tiễn sâu sắc.

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và Chương 1 tổng quan tình hình nghiên cứu, nội dung chính của Luận án được trình bày trong 3 chương (Chương 2 đến Chương 4).

Chương 2: Nhận diện và lý giải thực trạng phân hóa thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại

Theo tác giả, thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam từ năm 1986 trở về trước khá thống nhất và ít có sự phân hóa. Nó mang màu sắc lý tưởng, hướng đến cái chung, đơn giản về loại hình công chúng, đơn giản về sắc thái thẩm mỹ. Do tính thống nhất nên không có nhiều cơ hội cho sự lựa chọn cá nhân. Công chúng thường ở vào thế bị động, thụ động. Tuy nhiên, chặng đường từ mười năm đầu đổi mới đến những thập niên đầu thế kỷ XXI, đã có sự khẳng định của *tính cá thể hóa* trong phân hóa thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại. Từ kết quả nghiên cứu tài liệu, các số liệu điều tra định lượng và định tính về thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại, tác giả cho rằng, sự phân hóa thị hiếu thẩm mỹ có nhiều bình diện khác nhau.

Nhìn từ bình diện môi trường văn hóa-xã hội, trong bối cảnh đổi mới, thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học thay đổi theo chiều hướng đa dạng hơn, phức tạp hơn. Độ chênh về khoảng cách giàu nghèo, không gian địa lý, trình độ văn hóa, kinh nghiệm thẩm mỹ... đã dẫn đến thị hiếu thẩm mỹ khác nhau, hình thành nên các nhóm công chúng văn học. Công chúng *bình dân (đại chúng)* là những người yêu chuộng thơ ca, hò vè (lưu truyền miệng) như văn học dân gian; họ quan tâm tới tác phẩm quen thuộc, tác giả quen thuộc và có xu hướng dễ thích nghi với sự mới lạ, mang tính thời sự trong các sáng tác đương đại; họ cũng ít quan tâm tới văn học giảng dạy trong nhà trường và tác phẩm mang tính hàn lâm. Công chúng văn học là *học sinh - sinh viên* thì thích thú, hấp dẫn với các thể loại như thơ, tiểu

thuyết, truyện ngắn. Còn công chúng *lý tưởng (đặc tuyển)* là những người có trình độ chuyên môn, quan tâm và am tường về văn học; họ giữ vai trò là người thẩm định, đánh giá và định hướng cho sáng tác và công chúng văn học... Như vậy, thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại nhìn từ bình diện môi trường văn hóa, xã hội đã có độ chênh và khác biệt lớn. ...

Nhìn từ bình diện tâm lý, lứa tuổi, nghề nghiệp, thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học cũng có sự phân hóa sâu sắc. Công chúng là *học sinh* thường có xu hướng thích đọc truyện tranh, còn công chúng là *thanh niên (sinh viên)* có xu hướng thích đọc truyện ngắn và tiểu thuyết. Thị hiếu đọc văn học chủ yếu rơi vào nhóm độc giả là *học sinh, sinh viên, nhà nghiên cứu* làm việc trong môi trường có liên quan đến sách vở, tri thức, còn nhóm độc giả là người đi làm ngoài các ngành này thường ít quan tâm tới văn học.

Nhìn từ phương thức tiếp nhận, mỗi loại công chúng thường lựa chọn cho mình một phương thức tiếp nhận phù hợp. Với công chúng *tiếp nhận theo phương thức đọc truyền thống*, thực tiễn điều tra cho thấy nổi lên xu hướng lười đọc sách, ngại đọc sách và “phai nhạt” thói quen đọc sách của công chúng văn học, tình trạng lười đọc văn học diễn ra ở nhiều thành phần xã hội, nhiều lứa tuổi khác nhau, đặc biệt là ở giới trẻ. Còn nhóm công chúng *tiếp nhận qua các phương tiện nghe-nhìn* (phát thanh, truyền hình, Internet...) đang ngày càng đông đảo hơn cùng với sự hình thành của trào lưu văn học mạng, trong đó không ít người bị tác động mạnh bởi tâm lý đám đông, nhu cầu thị trường.....

Nhìn từ bình diện giá trị, cùng với công cuộc đổi mới toàn diện và hội nhập

từ năm 1986 đến nay, thị hiếu của các nhóm công chúng văn học cũng được phân hóa đa dạng. Có nhóm công chúng *để dãi* trong tiếp nhận tác phẩm, có xu hướng thỏa hiệp với nhu cầu, sở thích cá nhân, chạy theo lợi nhuận trước mắt mà ít quan tâm tới giá trị nghệ thuật của tác phẩm. Có nhóm công chúng lại *coi văn học là hàng hóa* trong hoạt động mua bán, khiến việc phê bình, thẩm định tác phẩm trở nên thiếu khách quan...

Chương 3: Các yếu tố tác động đến sự phân hóa thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại.

Tác giả cho rằng, thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại đang chịu tác động của nhiều yếu tố.

Trước hết phải kể đến là truyền thống văn hóa và kinh nghiệm thẩm mỹ. Truyền thống văn hóa ở đây bao gồm truyền thống văn hóa dân tộc, truyền thống văn hóa vùng miền, địa phương và truyền thống văn hóa gia đình. Đây là một trong những yếu tố tác động trực tiếp, mạnh mẽ đến hành vi, lối sống và quá trình hình thành nhân cách của con người. Kinh nghiệm thẩm mỹ luôn thuộc về cá nhân, nó hướng đến sự trải nghiệm, tích lũy và vận dụng của cá nhân. Kinh nghiệm thẩm mỹ mang tính cá nhân, được hình thành trong quá trình từ sáng tác đến tiếp nhận.

Bên cạnh đó là tác động của hệ thống giáo dục - đào tạo. Trên cơ sở đổi mới toàn diện hệ thống giáo dục, với mục tiêu xây dựng lối sống lành mạnh, tích cực, hệ thống giáo dục đã tác động đến thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học, hình thành những chuẩn thẩm mỹ cá nhân phù hợp với chuẩn thẩm mỹ cộng đồng; nâng cao năng lực cảm thụ thẩm mỹ, tôn trọng nhân cách, kích thích khả năng sáng tạo, phát huy tính

chủ động, độc lập, tích cực trong học tập cũng như lối sống của công chúng.

Hệ thống truyền thông cũng là yếu tố tác động lớn đến thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại. Sự phát triển mạnh mẽ của phương tiện truyền thông đã kích thích sự sáng tạo của nhà văn, tác động mạnh đến nhận thức và thị hiếu thẩm mỹ, đồng thời ảnh hưởng đến lối sống và nhân cách của công chúng, nhất là giới trẻ. Bên cạnh những tác động tích cực, truyền thông cũng góp phần hình thành nên lối viết dễ dãi trong sáng tác văn học, hình thành tâm lý đám đông...

Ngoài ra, thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học Việt Nam đương đại còn chịu tác động của nhiều yếu tố khác như: cơ chế thị trường, tâm lý, các giá trị văn học, hệ thống lý thuyết văn học, chuẩn thẩm mỹ của cộng đồng...

Chương 4: Sự chi phối của thị hiếu thẩm mỹ công chúng đến thực tiễn sáng tác văn học Việt Nam đương đại

Thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học có thể tác động trở lại hoạt động sáng tác, điển hình là thể hiện trong việc thay đổi hình thức thể loại với tiểu thuyết ngắn, truyện rất ngắn, thơ cách tân... Nhiều nhà văn đã thay đổi lối viết mới, phương thức biểu hiện mới để thích ứng, phù hợp với tâm lý ngại đọc, lười đọc của công chúng.

Sự pha trộn thể loại văn học, xóa nhòa ranh giới giữa văn xuôi và thơ đang nổi lên trong các sáng tác gần đây. Thể loại thơ cũng có sự chuyển động, đổi mới tạo nên diện mạo mới. Xu hướng thơ tân hình thức với các kỹ thuật tính kể, vắt dòng, kỹ thuật lặp lại và ngôn ngữ đời thường mở là sáng tạo mới lạ, “khiến độc giả yêu thơ xúc động, khóc cười, nổi da gà theo từng tứ thơ, thi ảnh”.

Từ góc độ quan niệm sáng tác, đề tài trong sáng tạo văn học, nhiều nhà văn đã dám từ bỏ lối viết cũ, tư duy truyền thống để xác lập lối viết mới, mang dấu ấn cá nhân. Đề tài về tâm linh, tính dục, đồng giới... xưa nay ít nhà văn “dám động chạm” tới thì nay đã trở thành vấn đề mới, đề tài mới trong sáng tác văn học. Những thay đổi về mặt ngôn ngữ cũng thể hiện khá rõ ở việc sử dụng khá nhiều các thủ pháp, cách chuyển đổi “loại hình giao tiếp thẩm mỹ” để tạo ra những ngôn từ mới, phù hợp với thị hiếu của công chúng. Phương thức thể hiện cũng mới mẻ (kết hợp hình thức sân khấu - điện ảnh - truyền thông - văn học) nhằm thỏa mãn nhu cầu thưởng thức đa dạng của công chúng. Các hình thức thể nghiệm văn học mới như trình diễn thơ, sân khấu kịch, các chiến dịch truyền thông, quảng bá văn học trên báo chí, truyền thông cũng được ứng dụng rộng rãi.

Tất cả những sự chi phối này đều phù hợp với quy luật khách quan, mang đến những hiệu ứng nghệ thuật cho hoạt động sáng tạo của nhà văn và hoạt động tiếp nhận của công chúng. Sự thay đổi trong thị hiếu thẩm mỹ của công chúng văn học còn cho thấy sự biến động trong việc lựa chọn các giá trị nghệ thuật của cá nhân và xã hội trong nhận thức và đánh giá thẩm mỹ... Nhìn nhận đúng đắn sự tác động trở lại của thị hiếu thẩm mỹ người đọc đến các khâu của quá trình sáng tạo văn học sẽ là cơ sở để định hướng tiếp nhận và định hướng sáng tác, hướng tới các chuẩn thẩm mỹ, chuẩn nghệ thuật lành mạnh.

Luận án được bảo vệ thành công tại Hội đồng chấm luận án cấp học viện, họp tại Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam năm 2015.

MINH PHÚC giới thiệu