

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN**



VŨ THỊ THU HƯỜNG

**“TÔI THẤY HOA VÀNG TRÊN CỔ XANH” VÀ “CON CHIM XANH BIẾC
BAY VỀ” CỦA NGUYỄN NHẬT ÁNH TỪ GÓC NHÌN VĂN HÓA
ĐẠI CHÚNG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ LÍ LUẬN VĂN HỌC

Hà Nội – Năm 2026

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN



VŨ THỊ THU HƯỜNG

"TÔI THẤY HOA VÀNG TRÊN CỎ XANH" VÀ "CON CHIM XANH BIẾC BAY VỀ"
CỦA NGUYỄN NHẬT ÁNH TỪ GÓC NHÌN VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG

Luận văn Thạc sĩ chuyên ngành: Lí luận văn học

Mã số: 8229030.01

Người hướng dẫn khoa học: TS. ĐIỀU THỊ LAN PHƯƠNG

Hà Nội - Năm 2026

LỜI CẢM ƠN

Sau thời gian dài đăng kí làm Luận văn tại Khoa Văn học, trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, em đã hoàn thành đề tài ***“Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh và Con chim xanh biếc bay về của Nguyễn Nhật Ánh từ góc nhìn văn hóa đại chúng”***.

Trong quá trình thực hiện đề tài, em xin chân thành gửi lời cảm ơn tới TS. Diêu Thị Lan Phương – Giảng viên hướng dẫn, đã giúp đỡ, tham vấn cho em rất chi tiết và tận tình mặc dù công việc bận rộn. Em chúc cô thật nhiều sức khỏe, hạnh phúc và thành công!

Em cũng xin được gửi lời cảm ơn tới các thầy cô trong Khoa đã giúp đỡ, tạo điều kiện tốt nhất cả trong quá trình học tập và thời gian làm Luận văn để em có thể hoàn thành đề tài đúng hạn.

Là nghiên cứu cá nhân nên Luận văn cũng không tránh khỏi những thiếu sót do kiến thức chuyên môn còn hạn chế, em mong sẽ nhận được sự góp ý, hướng dẫn từ quý thầy cô trong khoa và Hội đồng phản biện để Luận văn được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Tháng 6 năm 2026

Học viên

Vũ Thị Thu Hường

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan Luận văn: “*Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* của Nguyễn Nhật Ánh từ góc nhìn văn hóa đại chúng” là công trình của tôi dưới sự hướng dẫn của TS. Diêu Thị Lan Phương.

Công trình này chưa được công bố và không trùng lặp với bất cứ một công trình nào trước đây.

Những ý kiến tham khảo, trích dẫn của các tác giả đều có nguồn gốc và chú thích cụ thể, rõ ràng.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về những lời cam đoan trên.

Hà Nội, ngày 15 tháng 06 năm 2026

Học viên

Vũ Thị Thu Hường

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	3
1. Lý do chọn đề tài	3
2. Lịch sử nghiên cứu vấn đề	6
2.1. Nghiên cứu văn hóa đại chúng trên thế giới	6
2.2. Nghiên cứu văn hóa đại chúng ở Việt Nam	10
2.3. Nghiên cứu về Nguyễn Nhật Ánh và hai tác phẩm <i>Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh</i> và <i>Con chim xanh biếc bay về</i>	11
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	16
4. Mục đích nghiên cứu	17
5. Phương pháp nghiên cứu	17
6. Bố cục	17
CHƯƠNG I: KHÁI LƯỢC VỀ VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG VÀ HIỆN TƯỢNG NGUYỄN NHẬT ÁNH	19
1.1. Văn hóa đại chúng	19
1.1.1. Khái niệm	19
1.1.2. Đặc trưng của văn hóa đại chúng	22
1.1.3. Vòng tròn văn hóa (circuit of culture)	25
1.2. Xu hướng nghiên cứu văn học từ góc nhìn văn hóa đại chúng ở Việt Nam	26
1.3. Nguyễn Nhật Ánh và hai trường hợp tiêu biểu của văn học đại chúng	30
1.3.1. Chân dung văn học của Nguyễn Nhật Ánh	30
1.3.2. <i>Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh</i> và <i>Con chim xanh biếc bay về</i>	31
Tiểu kết chương 1:	33
CHƯƠNG 2: TÍNH ĐẠI CHÚNG TRÊN PHƯƠNG DIỆN CẤU TRÚC TÁC PHẨM	34
2.1. Sự gắn gũi của đề tài và tính phổ quát của chủ đề	34
2.1.1. Đời sống thường nhật như chất liệu của tính đại chúng	34
2.1.2. Tính phổ quát của ký ức, tình yêu và sự trưởng thành	39
2.2. Kết cấu trần thuật	41
2.2.1. Kết cấu tuyến tính và khả năng tiếp nhận rộng rãi	42
2.2.2. Tự sự từ những sự kiện đời thường	43
2.2.3. Tính mở và sự tham gia của người đọc	44
2.3. Ngôn ngữ và điểm nhìn trần thuật	45
2.3.1. Điểm nhìn trần thuật ngôi thứ nhất	45
2.3.2. Ngôn ngữ đời thường và khả năng phổ cập hóa	45

2.4. Nhân vật và cơ chế nhận diện đại chúng.....	46
2.4.1. Nhân vật mang tính đại diện	47
2.4.2. Tâm lý nhân vật đơn giản	52
2.4.3. Nhân vật giàu cảm xúc	54
Tiểu kết chương 2:	57
CHƯƠNG 3: CƠ CHẾ VẬN HÀNH VÀ TIẾP NHẬN TÁC PHẨM CỦA NGUYỄN NHẬT	
ÁNH.....	59
3.1. Cơ chế sản xuất và lưu hành văn hóa.....	59
3.1.1. Quy trình xuất bản công nghiệp.....	59
3.1.2. Chiến lược truyền thông	68
3.2. Chuyển thể đa phương tiện	73
3.2.1. Tính liên văn bản	73
3.2.2. Sự tái sản xuất ý nghĩa trong không gian đại chúng	79
3.3. Công chúng và quá trình kiến tạo ý nghĩa.....	83
3.3.1. Khoái cảm đại chúng	83
3.3.2. Kiến tạo bản sắc qua hành vi tiếp nhận	86
Tiểu kết chương 3:	87
KẾT LUẬN	89
DANH MỤC TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT.....	93
PHỤ LỤC 1	99

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong vài thập niên trở lại đây, ngành nghiên cứu văn học trên thế giới đã ghi nhận một cuộc dịch chuyển hệ hình học thuật mang tính toàn cầu, gắn liền với hiện tượng mang tên “bước ngoặt văn hóa” (cultural turn). Cuộc chuyển dịch này đánh dấu sự thay đổi căn bản từ việc phân tích một cách biệt lập các tác phẩm kinh điển mang tính hàn lâm sang việc đặt nó trong mạng lưới của các mối quan hệ văn hóa – xã hội. Trong mô hình nghiên cứu truyền thống, văn học kinh điển được coi như một thực thể thẩm mỹ khép kín, đối lập hoàn toàn với tính chất của văn hóa đại trà. Các hướng tiếp cận như thi pháp học, giải cấu trúc, phân tâm học... chủ yếu đi tìm câu trả lời cho các vấn đề về ý nghĩa của tác phẩm, nghệ thuật ngôn từ kiến tạo nên tác phẩm, cách xây dựng kết cấu, tuyến nhân vật của nhà văn. Giờ đây, hướng nghiên cứu văn học liên ngành văn hóa đã mở rộng câu hỏi đi tìm cách vận hành tác phẩm trong đời sống xã hội. Vì sao nó được số đông lựa chọn? Và ý nghĩa của nó được kiến tạo lại ra sao qua hành vi tiếp nhận? Sự dịch chuyển hệ hình này bắt nguồn trước hết từ sự bùng nổ mạnh mẽ của hệ thống truyền thông đại chúng và sự trỗi dậy của các công nghệ kỹ thuật số đương đại. Sự phủ sóng diện rộng của truyền hình, điện ảnh, Internet và các nền tảng mạng xã hội không chỉ làm thay đổi toàn diện phương thức con người tiêu dùng thông tin mà còn định hình lại cách thức công chúng tương tác với các giá trị thẩm mỹ. Thực tế này đã phá vỡ vành đai ranh giới giữa nghệ thuật truyền thống với các loại hình văn hóa giải trí hiện đại. Nó buộc giới nghiên cứu phải ngẫm thừa nhận rằng văn hóa đại chúng không phải là những sản phẩm chỉ có tính thời vụ, sáo rỗng mà còn có thể chứa đựng những giá trị nhất định, có khả năng thể hiện bản sắc, niềm tin của cộng đồng tạo ra và sử dụng chúng. Sự dịch chuyển này không phủ nhận giá trị nội tại của văn bản mà bổ sung cho nó một chiều kích lâu nay còn bỏ ngỏ trong nghiên cứu văn học truyền thống đó là chiều kích của sự lưu thông và tiêu dùng văn hóa. Việc chỉ đóng khung đối tượng nghiên cứu trong các văn bản văn học thuần túy là hoàn toàn bất khả thi để giải mã toàn diện bức tranh về con người, xã hội và các tác động thực tế của văn học đến đời sống tinh thần của nhân dân. Điều quan trọng là

văn hóa đại chúng đã có vị thế nhất định trong đời sống đương đại. Văn hóa đại chúng (popular culture) từ lâu đã không còn là hiện tượng ngoại vi mà đã trở thành “mạch máu của sự tồn tại hằng ngày” [32]. Trong kỷ nguyên toàn cầu hóa và bùng nổ truyền thông kỹ thuật số, ranh giới giữa văn hóa tinh hoa và văn hóa đại chúng ngày càng mờ nhạt. Văn hóa đại chúng không chỉ đơn thuần là giải trí, mà theo Maina, nó “tiết lộ niềm tin, thực hành và bản sắc của cộng đồng tạo ra và tiêu dùng chúng” [47, pg. 10 – 20]. Bên cạnh đó, văn hóa đại chúng vốn là một lĩnh vực quan trọng khi nghiên cứu tác động của văn học tới xã hội. Nó giúp lý giải cách một tác phẩm văn học được tiếp nhận, lan tỏa và ảnh hưởng đến đời sống tinh thần của công chúng.

Ở Việt Nam, sau Đổi mới, văn học đại chúng phát triển mạnh mẽ nhờ hội đủ các điều kiện về xã hội tiêu dùng và truyền thông hiện đại. Tác giả Nguyễn Nhật Ánh là một trường hợp tiêu biểu cho phong cách nhà văn dung hòa hiệu quả giữa hai yếu tố nghệ thuật và thị trường. Sáng tác của ông gần như hình thành được một vùng độc giả ổn định và bền vững, trải nghiệm từ thiếu nhi, thanh thiếu niên cho tới người đọc trưởng thành. Những sáng tác đã có từ thế kỉ XX làm sống dậy thế giới tuổi thơ đầy thông minh, hồn nhiên, ngộ nghĩnh và cũng rất cá tính. Những tâm hồn có khi non nớt đại khởi, có khi khê rung động của tuổi mới lớn. Mỗi tác phẩm của ông ra đời đều để lại sau mỗi trang sách cuối là nụ cười mãn nguyện, với giọng văn hài hước, nhẹ nhàng, dễ đọc, dễ hiểu, dễ cảm, những trang văn phân tích tâm lí sâu sắc theo từng lứa tuổi. Vì vậy, nó không chỉ thu hút trẻ em mà còn với những ai từng là trẻ em. Có thể thấy các tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh không chỉ ăn khách ở mảng sách giấy thông thường khi liên tục đạt số lượng phát hành lớn và tái bản nhiều lần mà còn thu hút được các nhà làm phim chuyển thể tác phẩm văn học sang tác phẩm điện ảnh. Đi kèm với nó là các ấn phẩm truyền thông đa dạng, tiếp cận được lượng khán giả lớn. Ông đã được công nhận tài năng không chỉ ở thị trường đại chúng mà còn thuyết phục được các tổ chức hàn lâm thông qua các đề cử, giải thưởng danh giá, có thể kể tới như *Giải thưởng Văn học ASEAN năm 2010 cho tác phẩm Cho tôi xin một vé đi tuổi thơ*. Để có thể viết nên những tác phẩm vừa có yếu tố văn chương, vừa có yếu tố thị trường thì ngoài yếu tố cốt truyện hấp dẫn, cách kể chuyện, giọng điệu, ... cần xác

định đúng đối tượng độc giả hướng tới và xem xét các yếu tố văn hóa đại chúng tác động tới tác phẩm. Mặt khác, sự cộng hưởng từ hai yếu tố giá trị thẩm mỹ và sức lan tỏa cộng đồng không thể được lý giải đầy đủ nếu chỉ dừng ở việc chú trọng vào tài năng cá nhân của người viết. Hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* của Nguyễn Nhật Ánh là hai trường hợp tiêu biểu cho thấy sự giao thoa mạnh mẽ giữa văn học và các loại hình nghệ thuật khác như: điện ảnh, âm nhạc, hội họa... Nếu tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* nhìn tuổi thơ từ bên trong không gian làng quê hoài niệm thì tác phẩm *Con chim xanh biếc bay về* lại dịch chuyển điểm nhìn sang thế giới mưu sinh hối hả của người trưởng thành, phản ánh rõ nét lối sống hiện đại của giới trẻ đô thị, phù hợp với xu hướng đọc trên các nền tảng mạng xã hội hiện nay. Hai tác phẩm thuộc hai giai đoạn sáng tác khác nhau và khai thác hai không gian khác nhau nhưng đều cho thấy cùng một cơ chế đó là khả năng kết nối với ký ức, kinh nghiệm sống của số đông công chúng. Việc lựa chọn hai truyện dài này vì thế vừa bảo đảm tính điển hình của văn học truyền thống, vừa cho phép so sánh để nhận diện cơ chế đại chúng hóa một cách có hệ thống.

Mặc dù Nguyễn Nhật Ánh và hai tác phẩm nêu trên là tâm điểm chú ý của truyền thông và công chúng, nhưng nhìn lại bức tranh phê bình hiện nay, phần lớn các công trình vẫn chỉ tiếp cận ông từ góc độ thi pháp học thuần túy, phong cách nghệ thuật hoặc mỹ học tiếp nhận đơn lẻ. Một số nghiên cứu bước đầu có chạm đến các yếu tố kỹ thuật PR hay hiện tượng chuyển thể điện ảnh. Những nghiên cứu này có giá trị, song chúng chủ yếu dừng lại bên trong văn bản và lý giải thành công của tác phẩm như hệ quả của phẩm chất sáng tạo nội tại. Điều còn thiếu là một cách tiếp cận coi tác phẩm như một sản phẩm văn hóa hoàn chỉnh, được vận hành qua cả một chu trình từ sản xuất, biểu đạt, lưu hành đến tiêu dùng và kiến tạo bản sắc. Khung lý thuyết vòng tròn văn hóa (circuit of culture) do Paul du Gay, Stuart Hall và các cộng sự đề xuất trong công trình *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman (1997)* cung cấp một công cụ thích hợp để lấp khoảng trống ấy. Đây là mô hình nghiên cứu phù hợp cho những tác phẩm thành công phát triển vượt khỏi định dạng văn bản sách giấy để trở thành hệ sinh thái văn hóa đa phương tiện và đa nền tảng như phim ảnh,

âm nhạc, truyền thông, du lịch. Tác phẩm được đặt trong một chỉnh thể khép kín và tuần hoàn của năm mắt xích: Sản xuất, Biểu đạt, Tiêu dùng, Bản sắc, Quy chế, sẽ giúp nghiên cứu nhận diện sâu hơn về cách tác phẩm được biểu đạt, cách thức sản xuất, quảng bá và lưu hành tác phẩm, những cơ chế từ thị trường xuất bản đến chuyển đổi ảnh hưởng tới đời sống tác phẩm như thế nào?

Từ những lý do trên, đề tài “*Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh và Con chim xanh biếc bay về*” của Nguyễn Nhật Ánh từ góc nhìn văn hóa đại chúng” được tôi lựa chọn không chỉ vì giá trị nội dung và sức lan tỏa của hai tác phẩm, mà còn vì yêu cầu làm mới hướng tiếp cận nghiên cứu văn học Việt Nam trong bối cảnh giao thoa mạnh mẽ giữa văn học, truyền thông và thị trường văn hóa. Luận văn không xem xét hai tác phẩm như những văn bản tĩnh, mà coi chúng là những sản phẩm văn hóa sống động trong một vòng lặp tiếp nhận tự khuếch đại. Nghiên cứu hy vọng góp phần làm rõ hơn bản chất của một hiện tượng văn học hiện đại tiêu biểu, đồng thời mở rộng khả năng ứng dụng của nghiên cứu văn hóa đại chúng vào phân tích văn học Việt Nam.

2. Lịch sử nghiên cứu vấn đề

2.1. Nghiên cứu văn hóa đại chúng trên thế giới

Nghiên cứu văn hóa đại chúng là một trong những trào lưu học thuật được nhiều người đặc biệt chú ý, có sức ảnh hưởng lớn ở phương Tây thế kỷ XX. Nó có cơ sở lý luận từ trường phái tinh anh Leavis, lý luận phê phán của trường phái Frankfurt và quan điểm của trường phái Birmingham [24]. Lịch sử nghiên cứu văn hóa đại chúng là một hành trình đầy tranh luận và chuyển hóa: từ thái độ hoài nghi phê phán gay gắt, đến sự thừa nhận, bảo vệ và trở nên toàn cầu hóa như ngày nay. Các lập trường, quan điểm của các trường phái, nhà nghiên cứu văn hóa đại chúng có thể chia làm hai nhóm: Nhóm thứ nhất là quan điểm ủng hộ văn hóa đại chúng; Nhóm thứ hai là quan điểm phê phán văn hóa đại chúng. Luận văn sẽ phân tích, làm sáng tỏ thêm những quan điểm nghiên cứu về khái niệm nêu trên thông qua một số nghiên cứu của tác giả tiêu biểu đại diện cho hai xu hướng này.

Dòng phê phán khởi đầu từ trường phái Leavis, đại diện là nhà nghiên cứu Frank Raymond và vợ ông. Các nghiên cứu của Leavis thông qua lăng kính thẩm mỹ và đạo

đức học để đánh giá, xem văn hóa đại chúng như mối đe dọa đối với các chuẩn mực văn hóa tinh hoa. Trường phái này tập trung vào việc phân tích và đánh giá văn hóa và văn học từ một góc độ coi trọng chất lượng và giá trị nghệ thuật tinh anh, đồng thời chỉ trích văn hóa đại chúng đang tấn công và làm suy yếu nguồn tinh hoa ít ỏi vốn có, dẫn đến nguy cơ mất đi những tiêu chuẩn thẩm mỹ mà xã hội cần để tự nâng cao. Một số quan điểm của trường phái Leavis đối với văn hóa đại chúng: Thứ nhất, trường phái Leavis coi văn hóa cao (high culture) như là tiêu chuẩn của sự tinh hoa nghệ thuật. Văn hóa cao là kết quả của sự sáng tạo và sự học tập nghiêm túc, và chỉ những tác phẩm đáp ứng được các tiêu chí về nghệ thuật và trí thức mới xứng đáng được xem là có giá trị; Thứ hai, trường phái Leavis cho rằng các sản phẩm văn hóa đại chúng thường được thiết kế để dễ tiêu thụ, điều này dẫn đến thiếu sự sâu sắc, làm giảm đi tính chất tinh tế và phức tạp của nghệ thuật. Leavis kết luận văn hóa đại chúng không có giá trị văn học hay giá trị thẩm mỹ, mở đường cho trường phái tinh anh trong nghiên cứu văn hóa [24, tr. 72]. Có thể thấy, các nghiên cứu của trường phái này phân biệt rất rõ ràng giữa giới tinh hoa và đại chúng. Điều này đã bị đại đa số các học giả sau này bác bỏ. Ngoài ra, nghiên cứu thiếu chiều cạnh kinh tế - chính trị mà trường phái Frankfurt sau này đã bổ sung.

Tiếp nối tinh thần phê phán văn hóa đại chúng đó, trường phái Frankfurt (Đức) mà tiêu biểu là công trình *Dialectic of Enlightenment* (*Biện chứng của khai sáng*) (1944) của tác giả Adorno, T.W và Max Horkheimer đã đưa ra khái niệm “Kulturindustrie” (Công nghiệp văn hóa) [41, tr. 94 – 136]. Khái niệm Công nghiệp văn hóa phục vụ khá hiệu quả cho việc phân tích cơ chế sản xuất và phân phối các tác phẩm văn hóa, văn học đại chúng sau này. Tuy nhiên, do quá tập trung vào khâu sản xuất nên Frankfurt đã xem công chúng như những người tiếp nhận hoàn toàn thụ động, không có khả năng suy đoán hay tự kiến tạo ý nghĩa riêng cho tác phẩm. Điều này không còn phù hợp trong bối cảnh xã hội dân chủ hiện đại ngày nay, thời đại đề cao bản sắc và sự sáng tạo cá nhân. Trong xu hướng phê phán này không thể không kể tới nghiên cứu *A Theory of Mass Culture* của Dwight Macdonald (1906 – 1982). Trong nghiên cứu, ông phân loại ba tầng văn hóa. Thứ nhất là văn hóa cao cấp (High

culture), nghệ thuật đích thực; Thứ hai là văn hóa tầm trung (Midcult), dạng văn hóa chỉ giả vờ có chiều sâu nhưng thực chất là sự đơn giản hóa của văn học tinh hoa; Thứ ba là văn hóa bình dân (Kitsch/ Masscult), loại văn hóa sống “kỳ sinh” vào văn hóa bậc cao bằng cách đơn giản hóa và thương mại hóa các sản phẩm tinh hoa “a parasitic, a cancerous growth on Hight Culture” [46, tr. 13].

Xu hướng thứ hai trong nghiên cứu văn hóa đại chúng là nhóm các trường phái, học giả ủng hộ loại hình văn hóa này. Trọng tâm nghiên cứu của trường phái Birmingham là sản phẩm văn hóa, quá trình sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản phẩm văn hóa. Williams cho rằng văn hóa không phải là thượng tầng phản chiếu thụ động hạ tầng kinh tế mà là một phần của tư liệu sản xuất [53]. Quan điểm trên đã phá vỡ mối quan hệ cao – thấp trong văn hóa, tất cả đều là thực hành xã hội cần được nghiên cứu dựa vào bối cảnh lịch sử cụ thể. Bên cạnh đó, John Fiske nhấn mạnh tính đại chúng trên các khía cạnh: tính tích cực, chủ động, sáng tạo, tính nghệ thuật và cảm giác thẩm mỹ của đại chúng trong quá trình tiêu thụ sản phẩm văn hóa đại chúng trong hai cuốn sách *Understanding Popular Culture* và *Reading the Popular* [36]. Người tiêu dùng không sử dụng sản phẩm văn hóa một cách thụ động mà chủ động thực hành văn hóa đại chúng. Họ có quyền đưa ra lựa chọn thông tin, diễn giải theo cách khác khuôn mẫu, biến cái chung thành phiên bản riêng của mình. John Fiske phát triển thêm một bước nữa khi đưa ra khái niệm “khoái cảm đại chúng”, phân biệt cảm giác được nhận diện và cảm giác thoát ly khỏi đời sống thực, đồng thời khẳng định công chúng không tiêu dùng thụ động mà có thể biến cái chung thành bản riêng của mình.

Dựa trên nền tảng những lý thuyết rời rạc về các khía cạnh của văn hóa đại chúng, Paul du Gay, Stuart Hall và các cộng đồng đã tích hợp chúng lại thành mô hình “vòng tròn văn hóa” trong công trình *Doing Cultural Studies: The story of the Sony walkman*. Vào những năm 1980–1990, Sony Walkman - máy nghe nhạc cá nhân dùng băng cassette không chỉ là một sản phẩm công nghệ thương mại đơn thuần, mà đã trở thành một hiện tượng văn hóa toàn cầu. Nó làm thay đổi cách con người lắng nghe âm nhạc, di chuyển trong không gian đô thị và tương tác với những người xung

quanh. Xuất phát từ công trình nghiên cứu về chiếc Sony Walkman, các tác giả đã thiết lập cấu trúc năm mắt xích liên kết chặt chẽ thành vòng khép kín: Sản xuất (Production); Biểu đạt (Representation); Tiêu dùng (Consumption); Bản sắc (Identity); Quy định (Regulation) [35]. Mô hình không coi nội dung văn bản là trung tâm duy nhất để xác định giá trị tác phẩm. Thay vào đó, ý nghĩa tác phẩm được hình thành và biến động trong toàn bộ quá trình vận hành sản phẩm văn hóa. Điều này giúp tác phẩm văn học bước ra khỏi phạm vi trang sách truyền thống để đến với những không gian mở như mạng xã hội, điện ảnh và các không gian tiêu dùng văn hóa khác. Nếu như lý thuyết tiếp nhận của Hall giúp chúng ta nhìn nhận sự đa nghĩa trong cách đọc tác phẩm thì cơ chế vòng tròn văn hóa đã tiến thêm một bước nữa khi đặt nó vào cấu trúc xã hội cụ thể. Nó không chỉ cho phép người nghiên cứu đi tìm ý nghĩa tác phẩm mà còn giúp giải đáp những vấn đề xoay quanh tác phẩm như: Tác phẩm được tạo ra như thế nào? Sản phẩm được truyền thông và lưu hành ra sao? Vòng đời của một tác phẩm sẽ diễn ra như thế nào? Cách tác phẩm văn học thâm nhập vào đời sống? Chính vì vậy, mô hình này có tính ứng dụng cao đối với các sản phẩm văn học đương đại có sức lan tỏa rộng, đặc biệt là trường hợp Nguyễn Nhật Ánh.

Nhìn từ lịch sử học thuật, mỗi hệ thống lý luận về văn hóa đại chúng đều giải quyết một phương diện khoa học riêng biệt. Trong khi Trường phái Leavis và Trường phái Frankfurt đi sâu bóc tách cơ chế sản xuất công nghiệp cùng mặt trái thương mại hóa của văn hóa đại chúng, thì các hệ hình này lại bộc lộ hạn chế lớn khi nhìn nhận công chúng như những chủ thể tiếp nhận hoàn toàn thụ động. Ở một hướng đi cấp tiến hơn, Raymond Williams đã tháo gỡ những định kiến về mặt vị thế, nâng tầm và xác lập văn hóa đại chúng như một đối tượng nghiên cứu học thuật chính thống trong đời sống. Tiếp nối mạch nguồn khẳng định vị thế người đọc, Stuart Hall và John Fiske đã luận giải rõ ràng quy trình tiếp nhận cùng tính chủ động, năng động của công chúng. Song các nghiên cứu này đôi khi vẫn cô lập phân đoạn tiếp nhận văn học ra khỏi chỉnh thể của mạng lưới sản xuất, cấu thành nên tác phẩm. Phải đến mô hình “vòng tuần hoàn văn hóa” (Circuit of Culture), tất cả các phân đoạn trên mới được tích hợp thành một hệ hình phân tích hoàn chỉnh, khắc phục triệt để tính chất rời rạc

và phiên diện của các khuynh hướng trước đó. Bởi lẽ đó, luận văn lựa chọn mô hình “vòng tròn văn hóa” làm khung phân tích xuyên suốt cho toàn bộ công trình. Ngoài ra, nghiên cứu kết hợp thêm lý thuyết Khoái cảm đại chúng (John Fiske). Hướng tiếp cận này giúp làm rõ cơ chế tiếp nhận, từ cách công chúng chủ động đón nhận, thưởng thức và sử dụng tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh để định hình cái tôi của chính mình.

2.2. Nghiên cứu văn hóa đại chúng ở Việt Nam

So với thế giới, nghiên cứu văn hóa đại chúng ở Việt Nam xuất hiện ít hơn và số công trình mang tính lý luận chính thống, có hệ thống còn khá khiêm tốn. Trong phạm vi tổng quan này, luận văn chú trọng làm rõ hai vấn đề chính. Thứ nhất là cách thức giới nghiên cứu trong nước định vị và đánh giá vai trò của văn học đại chúng. Thứ hai là mức độ tiếp nhận, hệ thống hóa và giới thiệu các khung lý thuyết phê bình từ phương Tây tại Việt Nam.

Ở phương diện thứ nhất, tác giả Nguyễn Đăng Điệp trong *Văn học đại chúng ở Việt Nam hiện nay* (2017) đã phân tích thực trạng văn học đại chúng ở Việt Nam từ đề tài, thể loại, ngôn ngữ đến phương thức truyền bá. Tác giả đề xuất cách nhìn nhận văn học đại chúng như thực thể khách quan, định hướng lại thẩm mỹ, chú trọng hơn tới văn học tinh hoa. Từ đó, dung hợp hài hòa giữa văn học thuần nghệ thuật với văn học bình dân, nâng cao vai trò của nhà văn trong việc bắt nhịp đời sống, hơi thở đương đại để tạo ra tác phẩm phù hợp với công chúng [24, tr. 38 – 39].

Với khía cạnh thứ hai, bài viết *Bàn luận về một số quan điểm nghiên cứu văn hóa đại chúng* (2022) của hai tác giả Nguyễn Thị Thu Thủy và Lê Thị Thanh Thủy được đăng trên Tạp chí Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh, là một trong số ít công trình trong nước hệ thống hóa hai xu hướng nghiên cứu ủng hộ và phê phán văn hóa đại chúng trên thế giới [27, tr. 82 – 90]. Có thể nói, đây là bài nghiên cứu tại Việt Nam duy nhất tới hiện tại có sự đối chiếu các dòng, trường phái nghiên cứu văn hóa đại chúng theo hệ thống rõ ràng từ: Leavis, Frankfurt, Macdonald đến Birmingham, Browne và Danesi. Hai tác giả thảo luận với lập trường rõ ràng với dòng phê phán có phần cứng nhắc và mang tính kiến trúc vì vẫn còn mang tư tưởng phân định cho các loại hình văn hóa theo cấp bậc: cao - thấp; bác học - hàn lâm. Dòng ủng hộ đứng trên

lập trường và góc nhìn dân chủ, bình đẳng, cấp tiến hơn [27, tr. 87]. Tuy nhiên, họ cũng không bác bỏ hoàn toàn dòng phê phán vì cho rằng quan điểm nghiên cứu phê phán văn hóa đại chúng vẫn có giá trị nhất định khi xem xét mặt trái của giá trị được đánh giá chỉ một chiều dựa trên số lượng [27, tr. 88]. Đặc biệt, tác giả Lưu Hồng Sơn đã phân tích sự hình thành văn hóa đại chúng ở Trung Quốc, cung cấp góc nhìn so sánh văn hóa khu vực đầy giá trị. Trong nghiên cứu *Sự hình thành, phát triển và một số vấn đề cơ bản trong nghiên cứu văn hóa đại chúng ở Trung Quốc*, văn hóa đại chúng được cho là xuất hiện như một tất yếu của tiến trình lịch sử cùng với sự phát triển của xã hội, dân chủ hóa đời sống văn hóa và sự nở rộ khoa học – công nghệ, truyền thông đa phương tiện. Đồng thời, nó mở ra giới hạn cho khả năng sáng tạo, tiếp nhận văn hóa của công chúng [24].

Nhìn chung, những nghiên cứu trước đây phần lớn mới chỉ dừng lại ở mức độ giới thiệu hoặc bình luận lý thuyết đơn thuần, mà chưa trực tiếp ứng dụng một khung phân tích vào một hiện tượng văn học cụ thể tại Việt Nam.

2.3. Nghiên cứu về Nguyễn Nhật Ánh và hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về*

2.3.1. Nghiên cứu về tác giả Nguyễn Nhật Ánh

Nguyễn Nhật Ánh là nhà văn Việt Nam nổi tiếng với các tác phẩm viết cho mọi lứa tuổi từ thiếu nhi, thanh thiếu niên tới những người trưởng thành. Nghiên cứu về các tác phẩm của ông chủ yếu xoay quanh các yếu tố về giá trị nhân văn, ký ức tuổi thơ, văn hóa ứng xử, tình bạn, tình yêu thời niên thiếu...

Một số công trình nghiên cứu chuyên biệt về tác giả Nguyễn Nhật Ánh gần đây có thể kể tới như: *Nguyễn Nhật Ánh – Hoàng tử bé trong thế giới tuổi thơ* của tác giả Lê Minh Quốc (2014, NXB Kim Đồng). Đây là công trình chuyên khảo đầu tiên về tác giả. Cuốn sách vẽ ra chân dung con người đời thường của Nguyễn Nhật Ánh, những chi tiết thú vị về tính cách, thói quen, kỷ niệm từ thời thơ ấu tại Quảng Nam đến khi lên Sài Gòn lập nghiệp. Điều đó, giúp độc giả hiểu được bối cảnh, chất liệu thực tế đã tác động vào thế giới văn chương của ông. Cuốn sách còn giải thích sức hút bền bỉ của các tác phẩm đã tạo nên thương hiệu văn học cho Nguyễn Nhật Ánh.

Tác giả đi sâu vào phân tích các chủ đề cốt lõi về sự nhân văn, nỗi hoài niệm hay ngôn ngữ văn chương để từ đó nhận định về tầm ảnh hưởng của Nguyễn Nhật Ánh trong mảng văn học thiếu nhi nói riêng và nền văn học Việt Nam nói chung [21].

Tiếp theo, tác giả Đoàn Quốc Phương đã tập trung làm rõ những nét đặc trưng tạo nên cá tính sáng tạo của Nguyễn Nhật Ánh trong luận văn *Phong cách nghệ thuật của Nguyễn Nhật Ánh*. Luận văn trên đã phân tích cách xây dựng nhân vật (qua ngoại hình, hành động, sự tự ý thức về nội tâm) và hệ thống không gian, thời gian gắn liền với ký ức tuổi thơ. Nghiên cứu cũng đưa ra cách Nguyễn Nhật Ánh sử dụng ngôn ngữ và giọng điệu góp phần tạo nên sự đặc biệt trong văn phong của ông [20].

Kế đến, nghiên cứu *Thực trạng và giải pháp nâng cao hiệu quả tiếp nhận truyện dài và phim điện ảnh chuyển thể từ truyện dài của Nguyễn Nhật Ánh* của nhóm tác giả Nguyễn Thị Kiều Oanh và cộng sự năm 2023 đăng trên Tạp chí khoa học trường Đại học Cần Thơ đã tập trung khảo sát sự tương tác giữa văn học và điện ảnh đối với các tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh. Nghiên cứu nhằm đánh giá thực trạng tiếp nhận truyện dài và phim chuyển thể của Nguyễn Nhật Ánh để từ đó đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng trải nghiệm sản phẩm cho công chúng. Nghiên cứu được khảo sát dựa trên hai nhóm đối tượng chính: nhóm công chúng chuyên ngành (giảng viên, sinh viên ngành văn học) và nhóm công chúng ngoài chuyên ngành. Phương pháp nghiên cứu kết hợp giữa phân tích lý thuyết Mỹ học tiếp nhận với khảo sát xã hội học bằng bảng hỏi. Nghiên cứu khẳng định nhu cầu tiếp nhận các tác phẩm chuyển thể của Nguyễn Nhật Ánh là rất cao [18, tr. 179 – 189].

Cuối cùng là nghiên cứu *Hiện tượng Nguyễn Nhật Ánh và công nghệ PR* của Tiến sĩ Lê Trà My (Trường Đại học Sư phạm Hà Nội). Nghiên cứu bước đầu lý giải sự thành công vượt trội của nhà văn Nguyễn Nhật Ánh dưới tác động của các kỹ thuật quan hệ công chúng (PR) trong bối cảnh truyền thông đương đại. Sự thành công đó được tạo nên từ hai nguyên nhân chính đó là đáp ứng thị hiếu độc giả và khả năng đón đầu các xu hướng, chuyển mình phù hợp theo nhu cầu công chúng. Nghiên cứu cũng nhấn mạnh vai trò của công nghệ PR chuyên nghiệp từ các khâu tiền xuất bản, xuất bản, hậu xuất bản khi đưa một tác phẩm văn học ra thị trường thương mại. Từ

vấn đề ứng dụng công nghệ PR cho sản phẩm văn học đã tạo ra những thay đổi đáng kể trong hệ sinh thái văn học. Tên tuổi tác giả có thể trở thành một thương hiệu thương mại. Phê bình truyền thống nguy cơ bị thay thế, xuất hiện loại hình phê bình chỉ mang tính giới thiệu, kích cầu tiêu thụ sản phẩm thay vì định hướng thẩm mỹ đơn thuần như trước. Văn học được nhìn nhận như một loại hàng hóa trong xã hội tiêu dùng, sản xuất có kế hoạch chạy theo xu hướng thị hiếu [12, tr 147 – 153].

Ngoài ra, chuyên luận *Chuyển thể văn học – điện ảnh, Nghiên cứu liên văn bản* của Tiến sĩ Lê Thị Dương (Viện Văn học), do Nhà xuất bản Khoa học xã hội ấn hành năm 2016 là một nghiên cứu chuyên sâu áp dụng lý thuyết liên văn bản để trình bày hiện tượng chuyển thể loại hình văn bản văn học sang điện ảnh. Cuốn sách cung cấp khung lý luận về chuyển thể, đưa ra các hình thức chuyển thể và kỹ thuật, nghệ thuật chuyển thể [6].

2.3.2. Nghiên cứu về *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về*

Công trình *Văn hóa ứng xử của người Việt trong truyện Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh của Nguyễn Nhật Ánh* do tác giả Trần Thị Hồng Nhung nghiên cứu đã phân tích tác phẩm dưới góc nhìn văn hóa học. Bài viết tập chỉ ra những yếu tố ứng xử mang tính Nho giáo truyền thống trong phạm vi gia đình thông qua các nhân vật người cha, người mẹ hay tình anh em giữa Thiều và Tường. Tác phẩm cũng đề cập tới tình làng nghĩa xóm, cách con người giao hòa và ứng xử với thiên nhiên, đối thoại với con người bên trong các nhân vật. Nghiên cứu khẳng định *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* không chỉ là một cuốn sách giải trí mà còn là một nơi lưu giữ những nét đẹp trong văn hóa ứng xử truyền thống tốt đẹp của người Việt [15].

Nghiên cứu về tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* bản điện ảnh, tác giả Nguyễn Thị Huệ Ninh có công trình *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh: thành công từ sự phản quy tắc*, được đăng trên website Khoa Ngữ văn, Trường Đại học Khoa học Huế. Bài viết phân tích sự phản quy tắc từ cách sử dụng tình tiết, lựa chọn nhân vật, cốt truyện đi ngược lại với thị hiếu đương đại. Nghiên cứu cho thấy cách đạo diễn Victor Vũ chuyển thể ngôn ngữ văn chương giàu chất thơ sang ngôn ngữ điện ảnh

đầy tính biểu tượng, tạo nên cơn sốt của điện ảnh Việt Nam năm 2015 [16]. Nghiên cứu khẳng định giá trị truyền thống vẫn có sức sống riêng, những điều giản dị và chân thành nhất là sợi dây níu kéo trái tim công chúng một cách lâu bền.

Trong nghiên cứu *Kể lại, nhớ lại và tái cấu trúc: Từ ký ức cộng đồng đến giáo dục sinh thái trong điện ảnh Việt Nam qua các tác phẩm chuyển thể đương đại của Nguyễn Nhật Ánh*, tác giả Hoàng Cẩm Giang (Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG Hà Nội) tập trung phân tích làn sóng phim chuyển thể từ truyện Nguyễn Nhật Ánh giai đoạn từ năm 2015 đến nay, đặc biệt nhấn mạnh vai trò của *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* trong việc tái tạo ký ức cộng đồng và giáo dục sinh thái cho thế hệ trẻ em. Bài báo khẳng định việc kể lại và tái cấu trúc các tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh thông qua màn ảnh không chỉ là truyền thông, giải trí mà còn là một chiến lược giáo dục sinh thái bền vững. Nó giúp định hình lại bản sắc văn hóa Việt Nam và khơi dậy ý thức bảo vệ môi trường thông qua nỗi hoài niệm về một quá khứ xanh [39, tr. 162 – 183].

Đối với tác phẩm *Con chim xanh biếc bay về* hiện còn khá khiêm tốn các công trình nghiên cứu chuyên biệt, chủ yếu tác phẩm được phân tích trên các trang báo điện tử, tạp chí hay nhắc tới trong các nghiên cứu khác. Nghiên cứu *Thực trạng và giải pháp nâng cao hiệu quả tiếp nhận truyện dài và phim điện ảnh chuyển thể từ truyện dài của Nguyễn Nhật Ánh* do tác giả Nguyễn Thị Kiều Oanh cùng các cộng sự đã sử dụng khảo sát để rút ra nhận định tác phẩm *Con chim xanh biếc bay về* là một trong những tác phẩm được độc giả đón đợi có cơ hội chuyển thể sang bản điện ảnh [18].

Ngoài một số công trình nghiên cứu chuyên biệt được nhắc tới phía trên thì hiện các chưa có nhiều nghiên cứu chuyên sâu về tác giả Nguyễn Nhật Ánh cũng như hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về*. Chủ yếu tên tuổi tác giả Nguyễn Nhật Ánh cùng các tác phẩm của ông được xuất hiện trên báo chí, tạp chí, trang thông tin điện tử hoặc nhắc tới trong sách nghiên cứu về văn học thiếu nhi Việt Nam. Có thể kể tới những bài báo nổi bật về tác giả và hai tác phẩm như: Tác giả Đoàn Thị Diên trong bài viết *Thế giới tự nhiên và tuổi thơ trong tác*

phẩm Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh và Con chim xanh biếc bay về trên tạp chí Văn hóa Nghệ thuật đã phân tích chuyên sâu mối quan hệ tác động qua lại giữa tâm hồn trẻ thơ và thiên nhiên. Thiên nhiên gắn liền với những trò chơi và tâm hồn trẻ thơ, là thế giới riêng tư của mỗi nhân vật [4]. Bài viết *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh: Cuộc đối thoại với ký ức cảm xúc* của tác giả Ngân Vi trên báo Thanh Niên phân tích bộ phim của đạo diễn Victor Vũ qua việc đối chiếu với ấn bản gốc. Bài phân tích góc nhìn nghệ thuật của tác giả, nhận định về việc tái hiện ký ức tuổi thơ của tác phẩm. Bộ phim giúp người lớn được sống lại thời trẻ thơ thông qua ngôn ngữ điện ảnh đầy cảm xúc [30]. *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh – Câu chuyện ngập tràn hạnh phúc* đăng tải trên báo Người Lao Động của tác giả Minh Nga đã có cái nhìn chung về cảm nhận của người xem bộ phim trên: “rất tự nhiên, rất dễ chịu, đơn giản thôi, nhẹ nhàng và êm đềm” [13]. Bài viết *Con chim xanh biếc bay về: Lối đi riêng của Nguyễn Nhật Ánh* của tác giả Nguyễn Quang Lập đăng tải trên báo Thanh Niên đã phân tích câu chuyện tình yêu giữa các nhân vật chính dựa vào tứ vô lượng tâm Phật (từ - bi – hỷ - xả) trong bối cảnh đô thị Sài Gòn, chỉ ra điều tạo nên sự khác biệt trong việc miêu tả tình yêu của tác phẩm này so với các tác phẩm trước đó [9]. *Nguyễn Nhật Ánh, con chim xanh tình nghĩa và cá tính Sài Gòn* là bài viết của Lam Điền, đăng trên báo Tuổi Trẻ Online nói về bối cảnh Sài Gòn náo nhiệt, liên kết với ký ức của tác giả. Bài viết nhấn mạnh cá tính Sài Gòn, tình nghĩa, bao bọc lẫn nhau [7]. Bài viết *Con chim xanh biếc bay về - chất thơ mới cho người lớn* của Bích Lộc trên báo Sóng Trẻ cho rằng tác phẩm là sự phá cách đầy mới lạ nhưng vô cùng cuốn hút trong lối viết của Nguyễn Nhật Ánh [12]. Tác giả Diệu Thủy cũng đi phân tích sự khác biệt về bối cảnh và chất liệu cuộc sống của tác phẩm này so với các tác phẩm trước đó trong bài báo *Con chim xanh biếc bay về - sắc xanh mới của Nguyễn Nhật Ánh* [26].

Có thể tìm thấy các học giả đã nghiên cứu Nguyễn Nhật Ánh ở những vấn đề tương phản nhau. Nhóm thứ nhất tập trung vào khía cạnh nội tại tác phẩm và chất xám của nghệ sĩ bao gồm: phong cách nghệ thuật (Đoàn Quốc Phương), giá trị nhân văn và văn hóa ứng xử (Lê Minh Quốc, Trần Thị Hồng Nhung). Nhóm học giả thứ hai bước đầu quan tâm tới cơ chế thị trường và truyền thông qua nghiên cứu về công

nghệ PR (Lê Trà My) hay quá trình chuyển thể và tiếp nhận (Nguyễn Thị Huệ Ninh, Hoàng Cẩm Giang, Nguyễn Thị Kiều Oanh và cộng sự). Tuy nhiên, các nghiên cứu này mới chỉ dừng lại ở mức độ khảo sát nội hàm tác phẩm hoặc chỉ đi sâu vào từng mắt xích riêng lẻ như: PR, chuyển thể, tiếp nhận. Từ kết quả tổng thuật lịch sử nghiên cứu, tôi nhận thấy những khoảng trống học thuật căn bản mà luận văn cần tập trung giải quyết. Thứ nhất, các nghiên cứu về văn hóa đại chúng tại Việt Nam hiện nay chủ yếu dừng lại ở việc giới thiệu, tổng quan các lý thuyết nước ngoài mà chưa có nhiều công trình vận dụng linh hoạt các lý thuyết đó thành một mô hình phân tích hoàn chỉnh cho một hiện tượng văn học cụ thể. Thứ hai, mặc dù Nguyễn Nhật Ánh là trường hợp điển hình cho sự kết hợp giữa giá trị thẩm mỹ và sức lan tỏa sâu rộng trong đời sống đại chúng nhưng các công trình đã công bố về ông cũng như hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* chủ yếu sử dụng cách tiếp cận dưới lăng kính thi pháp học, văn hóa học truyền thống hoặc phê bình báo chí. Hướng tiếp cận đặt hai tác phẩm này vào khung lý thuyết văn hóa đại chúng vẫn còn bỏ ngỏ. Đặc biệt, chưa có công trình nào áp dụng mô hình “vòng tròn văn hóa” để phân tích hai tác phẩm này. Luận văn sẽ không nhìn nhận hai tác phẩm trên như những văn bản văn bản thuần túy mà coi chúng là những sản phẩm văn hóa đại chúng. Từ đó, tôi sẽ tập trung vào hai vấn đề chính đó là: cấu trúc nội tại và cơ chế vận hành của hai tác phẩm này

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Về đối tượng nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu của đề tài chính là yếu tố văn hóa đại chúng, cơ chế vận hành và tiếp nhận tác phẩm văn học, cụ thể trường hợp *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* (2010, NXB Trẻ), *Con chim xanh biếc bay về* (2020, NXB Trẻ).

Về phạm vi nghiên cứu: Chúng tôi tập trung vào tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, *Con chim xanh biếc bay về*. Bên cạnh đó, các tác phẩm khác của Nguyễn Nhật Ánh và các sản phẩm văn hóa gắn liền với ấn phẩm sách của nhà văn như phim chuyển thể, âm nhạc... cũng được chúng tôi sử dụng để mở rộng, liên hệ, so sánh.

4. Mục đích nghiên cứu

Đề tài nhằm mục đích nghiên cứu và trình bày tính đại chúng trong tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và tác phẩm *Con chim xanh biếc bay về* của nhà văn Nguyễn Nhật Ánh.

Thứ nhất, nghiên cứu phân tích, chỉ rõ về khía cạnh nội dung và nghệ thuật của tác phẩm dựa trên các đặc điểm của văn bản đại chúng.

Thứ hai, nghiên cứu đánh giá, khảo sát mối quan hệ giữa tầng ý nghĩa văn bản với khâu sản xuất, phân phối, chuyển thể và cách tiếp nhận của công chúng đối với tác phẩm. Từ đó, làm rõ “vòng tuần hoàn văn hóa” của hai tác phẩm trên.

Thứ ba, nghiên cứu rút ra những mặt hạn chế, thành công và những đóng góp quan trọng của hai tác phẩm cũng như tác giả cho văn học hiện đại, văn hóa đại chúng Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu của đề tài có thể dùng làm tài liệu tham khảo cho các nhà nghiên cứu, nhà giáo hoặc sinh viên, học sinh cũng như các bậc phụ huynh quan tâm tới sáng tác của Nguyễn Nhật Ánh.

5. Phương pháp nghiên cứu

Từ mục đích và đối tượng nghiên cứu nói trên, luận văn sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- Từ góc độ lý thuyết, chúng tôi vận dụng các lý thuyết: Văn hóa, Văn hóa đại chúng, Văn học đại chúng, Ký hiệu học, Trần thuật học, Xã hội học để tiếp cận vấn đề.

- Từ góc độ phương pháp luận, chúng tôi vận dụng các phương pháp: phương pháp liên ngành Văn học – Văn hóa, lý thuyết tiếp nhận Konstanz (Jauss, Iser), mô hình Vòng tròn văn hóa (du Gay et al, 1997), ...

- Từ góc độ các thao tác khoa học, chúng tôi vận dụng các thao tác: phân tích, đối chiếu so sánh, phân loại, khảo sát văn bản.

6. Bố cục

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận và Tài liệu tham khảo, luận văn gồm các chương sau:

Chương 1: Khái lược về văn hóa đại chúng và hiện tượng Nguyễn Nhật Ánh

Chương 2: Tính đại chúng trên phương diện cấu trúc tác phẩm

Chương 3: Cơ chế vận hành và tiếp nhận tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh

CHƯƠNG I: KHÁI LƯỢC VỀ VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG VÀ HIỆN TƯỢNG NGUYỄN NHẬT ÁNH

1.1. Văn hóa đại chúng

1.1.1. *Khái niệm*

Văn hóa đại chúng được dịch nguyên văn từ tiếng Anh – Popular Culture, xuất hiện khá sớm ở phương Tây, bắt nguồn từ cách hiểu về từ “popular”. Từ “popular” được sử dụng lần đầu tiên ở Anh vào cuối thế kỉ XV dưới dạng thuật ngữ pháp lý “action popular”. Nó mang nghĩa, hành động phổ biến là hành động pháp lý có thể được thực hiện bởi bất cứ ai. Đến đầu thế kỉ XVII, “popular” đã phá bỏ cách hiểu bị hạn chế trong diễn ngôn liên quan đến pháp luật mà được hiểu theo nghĩa chỉ cái gì đó có tính phổ biến, được chấp nhận rộng rãi. Dựa trên cách hiểu này, từ đầu thế kỷ XIX, từ “popular” chỉ các hình thức giải trí mà người ta cho rằng hấp dẫn so với thị hiếu của người bình thường [50]. Từ thế kỉ XV – thế kỷ XIX, thuật ngữ văn hóa đại chúng được dùng thay thế cho một số thuật ngữ khác theo ngữ nghĩa của nó, phụ thuộc vào bối cảnh như: văn hóa dân gian, văn hóa bình dân, văn hóa truyền thống... Cho đến cuối thế kỉ XVIII – đầu thế kỉ XX, các nhóm trí thức khác nhau hoạt động dưới những biểu ngữ khác nhau về chủ nghĩa dân tộc, lãng mạn hay văn hóa dân gian đã đưa ra khái niệm văn hóa đại chúng mang tính học thuật đầu tiên. Họ nhận định rằng, văn hóa đại chúng là văn hóa bắt nguồn từ con người, có thể gọi là văn hóa bình dân, vừa mang tính cộng đồng vừa mang cá tính riêng.

Khi bước sang thế kỉ XX, đặc biệt trong bối cảnh xã hội công nghiệp phát triển mạnh, khái niệm văn hóa đại chúng bắt đầu được sử dụng rộng rãi để chỉ các sản phẩm văn hóa phục vụ đông đảo công chúng. Sự yêu thích của công chúng có thể được đo lường bằng số lượng tiêu thụ các ấn phẩm văn hóa, xem xét các kết quả nghiên cứu thị trường, khảo sát ý kiến trên các trang thông tin điện tử... Nói một cách đơn giản, những gì càng được nhiều người tiếp nhận thì càng dễ được coi là văn hóa đại chúng. Tuy vậy, khái niệm này cũng chưa thực sự rõ ràng vì rất khó để xác định giới hạn thế nào là đủ nhiều để được chấp nhận. Một vấn đề quan trọng trong quá trình hình thành khái niệm này là mối quan hệ giữa văn hóa đại chúng và văn hóa dân

gian. Trước đây, người ta thường cho rằng văn hóa dân gian là sản phẩm tự nhiên của quần chúng, còn văn hóa đại chúng là sản phẩm của công nghiệp. Tuy nhiên, thực tế lại cho thấy hai loại hình này không hoàn toàn tách biệt. Theo nhà lý thuyết người Pháp, Michel de Certeau, trong khi không ít người tưởng rằng văn hoá đại chúng trong thế kỷ XX là sản phẩm của các nền công nghiệp văn hoá, nhưng thực tế lại không phải như vậy. những gì nền công nghiệp này sản xuất ra chỉ đơn thuần là một danh mục những gì có khả năng trở thành văn hoá đại chúng (dẫn theo TS. Bùi Thu Hương). Điều này chứng tỏ rằng bản chất từ đại chúng không chỉ nằm ở cách sản xuất mà còn ở cách con người sử dụng và tiếp nhận. Nói cách khác, một sản phẩm chỉ thực sự trở thành văn hóa đại chúng khi được đông đảo công chúng chấp nhận và sử dụng trong đời sống. Từ đó, vai trò của công chúng trong việc hình thành văn hóa đại chúng được đặc biệt nhấn mạnh. Công chúng không phải là những người tiếp nhận thụ động, mà họ có khả năng lựa chọn, biến đổi và thậm chí sáng tạo lại các sản phẩm văn hóa. Ví dụ, một bộ phim hay một bài hát chỉ trở nên phổ biến khi được khán giả đón nhận; nếu không, dù được đầu tư lớn, nó vẫn có thể thất bại. Theo nghiên cứu của John Fiske (1989), khoảng 80% - 90% sản phẩm mới thất bại mặc dù được quảng cáo rộng khắp [36]. Tương tự, Simon Frith (1983) cũng chỉ ra 80% các đĩa đơn và album ca nhạc bị thua lỗ. Ngoài ra, người tiêu dùng còn có thể tạo ra những xu hướng mới thông qua cách họ sử dụng sản phẩm, như việc hình thành các cộng đồng người hâm mộ hay các trào lưu trên mạng xã hội. Vì vậy, văn hóa đại chúng có thể được hiểu là kết quả của sự tương tác giữa nhà sản xuất và người tiếp nhận, trong đó công chúng giữ vai trò rất quan trọng.

Trong lịch sử, văn hóa đại chúng từng bị nhìn nhận theo hướng tiêu cực, đặc biệt là trong các xã hội phương Tây thời kỳ đầu công nghiệp hóa. Nhiều học giả cho rằng đây là loại văn hóa “thấp”, mang tính thương mại, được sản xuất hàng loạt và thiếu giá trị nghệ thuật. Họ lo ngại rằng văn hóa đại chúng có thể làm suy giảm các giá trị tinh hoa và khiến con người trở nên thụ động trong tiếp nhận. Thực tế cho thấy phần lớn sản phẩm văn hóa đại chúng không thành công, điều đó chứng minh rằng công chúng có khả năng lựa chọn và không dễ bị thao túng như người ta từng nghĩ.

Không chỉ có những cách nhìn tiêu cực, nhiều học giả còn đưa ra quan điểm tích cực về văn hóa đại chúng. Theo đó, văn hóa đại chúng có thể được xem như một “giấc mơ tập thể” của xã hội. Nó giúp con người giải tỏa áp lực, thỏa mãn nhu cầu tinh thần và thể hiện những mong muốn trong cuộc sống. Chẳng hạn, xem phim, nghe nhạc hay đi du lịch không chỉ là hoạt động giải trí mà còn giúp con người tưởng tượng và trải nghiệm những điều vượt ra ngoài thực tế thường ngày. Vì vậy, dù mang tính thương mại, văn hóa đại chúng vẫn có giá trị nhất định trong đời sống tinh thần của con người. Ngoài ra, ranh giới giữa văn hóa đại chúng và văn hóa tinh hoa cũng không phải lúc nào rõ ràng. Có những loại hình ban đầu mang tính đại chúng nhưng sau đó lại được nâng lên thành nghệ thuật bác học. Ví dụ, Opera từng là hình thức giải trí phổ biến dành cho công chúng, nhưng về sau lại trở thành một loại hình nghệ thuật cao cấp. Văn hóa đại chúng không được sản xuất bởi công nghiệp văn hóa mà được tạo ra bởi người dân từ những sản phẩm của công nghiệp văn hóa. Quan điểm này của Fiske khẳng định sự chủ động của người tiếp nhận. Họ lấy sản phẩm của công nghiệp văn hóa và biến đổi nó để phục vụ nhu cầu, bản sắc và kháng cự của mình. Fiske còn đưa ra khái niệm khoái cảm đại chúng (popular pleasures), phân tích những thảo mãn mà văn hóa đại chúng mang lại không phải là những khoái cảm thấp kém, xấu hổ. Ông phân biệt hai loại khoái cảm chính đó là: khoái cảm nhận diện tức là độc giả tìm thấy chính mình trong nhân vật; khoái cảm thoát ly là thoát khỏi áp lực cuộc sống hàng ngày để chìm đắm vào thế giới hư cấu [36, tr.1].

Văn hóa đại chúng là một khái niệm khá rộng và đa chiều, đã được nhiều nhà nghiên cứu tiếp cận từ nhiều góc độ khác nhau. Tuy nhiên, nhìn chung, họ đều đồng ý rằng văn hóa đại chúng là những sản phẩm văn hóa được tạo ra và tiêu thụ rộng rãi trong xã hội, đáp ứng nhu cầu giải trí và thông tin của số đông. Nhìn lại tiến trình hình thành và biến đổi của khái niệm, có thể thấy văn hóa đại chúng là một phạm trù luôn được định nghĩa lại tùy theo hệ quy chiếu của học giả nghiên cứu. Nó đúng với nhận định của John Storey khi ông coi đây là một phạm trù trống rỗng, bởi nội dung của nó liên tục thay đổi phụ thuộc vào lập trường của người định nghĩa trong các cuộc tranh luận về quyền lực, giá trị và tính dân chủ của văn hóa. Trong số nhiều khuynh

hướng lý thuyết đã được trình bày, luận văn không lựa chọn quan điểm phê phán cực đoan của Trường phái Frankfurt, cũng không dừng lại ở cách định nghĩa mang tính định lượng đơn thuần coi văn hóa đại chúng đơn giản là những gì được số đông yêu thích. Thay vào đó, tôi kế thừa định hướng tiếp cận của Trường phái Birmingham, tiêu biểu là các tư tưởng của Raymond Williams, Stuart Hall và John Fiske. Trong đó, quan điểm của Williams về văn hóa như toàn bộ cách thức sống giúp xóa bỏ thế đối lập cứng nhắc giữa văn hóa tinh hoa và văn hóa bình dân. Từ đó, coi việc nghiên cứu một tác phẩm văn học đại chúng với tư cách là một hiện tượng văn hóa chính đáng. Lý thuyết “Mã hóa/Giải mã” của Hall và khái niệm “Khoái cảm đại chúng” của Fiske đã khẳng định vai trò chủ động của công chúng trong quá trình kiến tạo ý nghĩa. Đây là cơ sở lý luận rất phù hợp để giải mã việc tiếp nhận các tác phẩm của tác giả Nguyễn Nhật Ánh trong đời sống hàng ngày. Hướng tiếp cận này tương thích trực tiếp với mô hình Vòng tuần hoàn văn hóa mà luận văn dùng làm khung phân tích cốt lõi. Cả hai lý thuyết đều nhìn nhận sản phẩm văn hóa như một thực thể vận động liên tục qua chuỗi quy trình Sản xuất – Lưu thông – Tiếp nhận, chứ không đóng khép hay nằm im trong văn bản chữ viết tĩnh tại.

Trên cơ sở đó, trong phạm vi nghiên cứu của công trình này, **văn hóa đại chúng được hiểu là hệ thống những thực hành văn hóa có khả năng lưu hành rộng rãi, được kiến tạo nên bởi sự tương tác liên tục giữa các khâu sản xuất, lưu thông, tiếp nhận và tái mã hóa của công chúng trong môi trường truyền thông hiện đại.** Đây chính là định nghĩa có tính linh hoạt được tôi vận dụng xuyên suốt để phân tích hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* của Nguyễn Nhật Ánh ở các chương sau.

1.1.2. Đặc trưng của văn hóa đại chúng

Các nhà nghiên cứu đi trước như Vương Nhất Xuyên, Lý Xuân hoa, Đàm Tác Kiện của Trung Quốc đã liệt kê ra nhiều cách phân loại đặc trưng văn hóa đại chúng, với số lượng và cách gọi tên khá phong phú¹. Tuy nhiên, nếu đặt các cách phân loại

¹ Vương Nhất Xuyên: 5 đặc trưng văn hóa đại chúng trong bài viết *Văn hóa đại chúng đương đại và Khoa học văn hóa đại chúng Trung Quốc*.

này cạnh nhau sẽ thấy những điểm tương đồng về cách hiểu và nội dung cốt lõi. Trên cơ sở kế thừa và tổng hợp, tôi cho rằng văn hóa đại chúng có thể được nhận diện qua bốn đặc trưng cơ bản dưới đây. Bốn đặc trưng này không tồn tại biệt lập mà gắn bó mật thiết với nhau, vừa định hình bản chất của văn hóa đại chúng, vừa là hệ quy chiếu lý luận cho việc phân tích hai tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh.

Thứ nhất, văn hóa đại chúng gắn liền với các sản phẩm công nghệ và cơ chế thị trường. Đây là nền tảng bản chất, phân biệt rõ rệt văn hóa đại chúng với văn hóa dân gian. Nếu văn hóa dân gian ra đời một cách tự nhiên, phi lợi nhuận và được lưu truyền tự nhiên trong cộng đồng, thì văn hóa đại chúng lại là sản phẩm của một dây chuyền sản xuất công nghiệp chuyên nghiệp và vận hành chặt chẽ theo quy luật cung - cầu của thị trường. Một tác phẩm khi muốn trở thành hiện tượng văn hóa đại chúng buộc phải chịu tác động từ các khâu biên tập, in ấn, phân phối cho đến các chiến lược quảng bá, truyền thông bài bản. Hệ quả là tính thương mại trở thành một thuộc tính nội tại không thể tách rời. Sản phẩm văn hóa khi tạo ra trước hết để đáp ứng thị hiếu của số đông độc giả và tối đa hóa lợi nhuận kinh tế cho nhà xuất bản. Đó là lý do không thể xem xét tác phẩm hay hiện tượng văn hóa đại chúng chỉ dựa vào nội hàm tác phẩm mà cần đặt nó trong mối quan hệ với bộ máy sản xuất và phân phối.

Thứ hai, văn hóa đại chúng dựa trên nền tảng công nghệ và truyền thông hiện đại. Văn hóa đại chúng chỉ có thể hình thành, phát triển và lan tỏa mạnh mẽ trong bối cảnh của xã hội công nghiệp hậu hiện đại, công nghệ mở rộng đa chiều. Đó là khi kỹ thuật in ấn tân tiến, các phương tiện nghe nhìn và đặc biệt là công nghệ số cho phép nhân bản, truyền bá sản phẩm với quy mô rộng lớn và tốc độ vượt trội. Ở đây, công nghệ không đơn thuần đóng vai trò hỗ trợ đa phương tiện kỹ thuật mà chính là điều kiện sinh tồn của văn hóa đại chúng. Nếu không có khả năng tái sản xuất hàng loạt để tiếp cận đám đông, tác phẩm sẽ không thể có được tính đại chúng. Trong kỷ nguyên truyền thông số hiện nay, Internet và mạng xã hội càng đẩy đặc trưng này lên một nấc

Đàm Tác Kiện: 7 đặc trưng văn hóa đại chúng trong bài viết *Làm thế nào để phát triển Văn hóa đại chúng đương đại*.

Lý Xuân Hoa: 7 đặc trưng văn hóa đại chúng trong tác phẩm *Hàm nghĩa cơ bản của Văn hóa đại chúng*.

thang mới, biến mỗi sản phẩm văn hóa thành điểm khởi đầu cho vô số phương thức lan truyền, sẽ chia và chủ động tái kiến tạo ý nghĩa từ phía công chúng.

Thứ ba, văn hóa đại chúng đề cao tính giải trí và có mối quan hệ mật thiết với đời sống. Nếu văn hóa tinh hoa luôn hướng tới những lý tưởng thẩm mỹ cao siêu hay chiều sâu triết lý hàn lâm dành cho một nhóm nhỏ độc giả, thì văn hóa đại chúng lại đặt nhu cầu giải trí, thư giãn và xoa dịu áp lực tâm lý của số đông làm trọng tâm. Dòng văn hóa này bắt nguồn từ chính cuộc sống hằng ngày, biểu đạt bằng tiếng nói đời thường và ưu tiên lựa chọn những đề tài, hình thức gần gũi, dễ tiếp cận. Chính đặc tính này từng khiến văn hóa đại chúng bị các nhà nghiên cứu thuộc trường phái phê phán nhìn nhận là mang tính thể tục, dễ dãi hay nông cạn về tư tưởng. Tuy nhiên, luận văn cho rằng tính giải trí không hề tỷ lệ nghịch với giá trị nghệ thuật. Một tác phẩm hoàn toàn có thể vừa chinh phục được đám đông độc giả, vừa giữ trọn chiều sâu nhân văn đích thực. Đây chính là luận điểm trung tâm mà luận văn sẽ làm sáng tỏ qua hiện tượng Nguyễn Nhật Ánh.

Thứ tư, văn hóa đại chúng có tính phổ cập và mang tính công thức. Để tiếp cận số đông, các sản phẩm văn hóa đại chúng thường được xây dựng theo những mô-típ và cốt truyện mang tính công thức, quen thuộc, dễ nhận diện. Cấu trúc công thức này một mặt đảm bảo tính phổ cập diện rộng, giúp công chúng nhanh chóng nắm bắt diễn biến lẫn thông điệp tác phẩm mà không đòi hỏi một vốn văn hóa quá chuyên biệt. Ngược lại, điểm trừ của nó là dễ làm mất đi tính độc bản và sự sáng tạo cá nhân cũng là điều khiến dòng văn học này thường bị giới phê bình hạ thấp. Ngoài ra, tính phổ biến của văn hóa đại chúng cũng kéo theo một đặc tính khác là “vòng đời” ngắn. Do phải chạy theo thị hiếu biến động liên tục của thị trường, không ít sản phẩm nhanh chóng bị đào thải và lỗi thời. Tuy nhiên, vẫn có một số ít tác phẩm lợi ngược dòng thành công để giữ vững giá trị xuyên thời gian.

Mặc dù, ba tác giả tiếp cận vấn đề từ những lăng kính khác biệt bao gồm hệ thống chính sách, phê bình xã hội và lý luận văn hóa nhưng họ đều gặp nhau ở những điểm cốt lõi. Đó là văn hóa đại chúng được vận hành bởi bộ máy thương mại, lấy sự giải trí làm mục tiêu trung tâm, đồng thời là một thực thể vừa phản ánh, vừa chịu sự

dẫn dắt trực tiếp của công nghệ và thị hiếu đám đông. Hay nói một cách ngắn gọn, văn hóa đại chúng phải gắn liền với tính đại chúng, giải trí, thương mại, hiện đại và hơi thở của đời sống thường nhật.

1.1.3. Vòng tròn văn hóa (circuit of culture)

Để hiểu đầy đủ các yếu tố dẫn đến thành công hay thất bại của một sản phẩm văn hóa thì chúng ta cần phân tích nó đó dựa trên các khía cạnh từ nội hàm tác phẩm tới quá trình tiếp nhận sản phẩm của công chúng, trong mối quan hệ tương tác với nhau. Đây là lý do khái niệm Vòng tròn văn hóa (Circuit of Culture) của Paul du Gay, Stuart Hall và các cộng sự vào ra đời năm 1997. **Vòng tròn văn hóa là một khung lý thuyết dùng để phân tích cách thức một sản phẩm hay hiện tượng văn hóa tồn tại và vận hành trong xã hội.** Mô hình này khẳng định ý nghĩa của một sản phẩm văn hóa không mang tính biệt lập, cố định bên trong chính nó mà được tạo ra, luân chuyển và biến đổi liên tục thông qua sự tác động lẫn nhau giữa 5 mắt xích trong một chu trình khép kín.

Đầu tiên, biểu đạt (Representation) là cách chúng ta sử dụng ngôn ngữ và hình ảnh để tạo ra ý nghĩa cho vật phẩm. Mục đích là tạo ra hình ảnh nhất định về sản phẩm trong tâm trí công chúng. Ví dụ như các quảng cáo của Sony không chỉ đăng bán một món đồ công nghệ mà còn biến nó thành biểu tượng của sự hiện đại, xu hướng đón đầu, phong cách sống đô thị. Tiếp theo, bản sắc (Identity) tập trung vào việc sản phẩm gắn liền với nhóm xã hội nào hoặc giúp người dùng thể hiện cá tính, cái tôi. Sản xuất (Production) là xem xét cách sản phẩm được tạo ra, tập trung vào quy trình từ viết, biên tập, in ấn và chiến lược quảng bá để biến bản thảo thành một sản phẩm thương mại. Chủ thể của mắt xích này gồm tác giả, nhà xuất bản và các đơn vị truyền thông. Kế đến, tiêu dùng (Consumption) là cách người dùng giải mã (decode) tác phẩm một cách chủ động theo hoàn cảnh cá nhân, đôi khi tạo ra những lớp nghĩa mới mà nhà sản xuất không lường trước được. Cuối cùng, quy định (Regulation) là tổng hợp các quy tắc chính thức (Luật xuất bản, kiểm duyệt, bản quyền) và phi chính thức (Các chuẩn mực đạo đức, thị hiếu đám đông, hoặc sự định hướng của các nhà phê bình văn học) kiểm soát sự vận hành của sản phẩm [35].

Vòng tròn văn hóa của Du Gay, Stuart Hall và các cộng sự là một công cụ phân tích hữu hiệu, khẳng định rằng văn hóa là sự tuần hoàn của đời sống, công nghệ và quyền lực. Toàn bộ 5 mắt xích của vòng tròn văn hóa tương tác qua lại với nhau không có điểm đầu và điểm kết thúc, tạo thành vòng tròn khép kín. Trong đó, mỗi mắt xích vừa làm nhiệm vụ của chính nó, vừa chịu sự tác động của các hoạt động còn lại. Sản xuất bị chi phối bởi tiêu dùng (nhà xuất bản in sách dựa trên thị hiếu người đọc); Tiêu dùng lại giúp hình thành bản sắc cá nhân; Hệ thống quy định giúp kiểm soát cách sản phẩm được biểu đạt dựa trên truyền thông.

1.2. Xu hướng nghiên cứu văn học từ góc nhìn văn hóa đại chúng ở Việt Nam

Văn học đại chúng cũng là một phần của văn hóa đại chúng, nơi các tác phẩm văn học được xem như là một phần của ngành công nghiệp văn hóa, được sản xuất và tiêu thụ theo quy cách có hệ thống và quy mô rộng lớn. Đây là một lĩnh vực nghiên cứu và thực tiễn văn học tập trung vào việc sản xuất và tiêu thụ các tác phẩm văn học được nhắm đến đa số đại chúng. Các tác phẩm này thường khai thác các đề tài và chủ đề phổ biến và thú vị, nhằm thu hút sự chú ý của đại chúng rộng lớn như tình yêu, hài hước, hành động, kinh dị, khoa học viễn tưởng, v.v. Nó thường có tính năng tương tác cao, có thể làm thay đổi và ảnh hưởng đến người đọc, thậm chí có thể dẫn dắt họ đến những suy nghĩ và hành vi cụ thể. Sự thành công của một tác phẩm văn học đại chúng thường được đánh giá bởi sự tiếp nhận và phản hồi từ phía đại chúng, thay vì các tiêu chuẩn văn học truyền thống như giới chuyên môn hay các giải thưởng văn học danh giá. Mối quan hệ cộng sinh giữa văn học và văn hóa đại chúng là sự tương tác hai chiều, trong đó cả hai lĩnh vực không ngừng ảnh hưởng, nuôi dưỡng lẫn nhau. Điều này tạo ra một hệ sinh thái văn hóa phong phú và đa dạng.

Văn học cổ điển và hiện đại cung cấp một kho tàng khổng lồ các câu chuyện, nhân vật, tình huống, ý tưởng... trở thành nguồn cảm hứng bất tận cho các sản phẩm văn hóa đại chúng như phim, truyện tranh, nhạc phim, game... Những tác phẩm có giá trị như những vở kịch của Shakespeare, tiểu thuyết của Jane Austen và những bài bình luận xã hội của Charles Dickens vẫn tiếp tục truyền cảm hứng cho những người sáng tạo ngày nay. Ví dụ, bộ phim khoa học viễn tưởng *Chiến tranh giữa các vì sao*

vay mượn rất nhiều từ các chủ đề và nguyên mẫu được tìm thấy trong thần thoại và sử thi cổ điển. Những tác phẩm văn học kinh điển đã định hình cách nhìn nhận về thế giới, về con người và các mối quan hệ xã hội, trở thành nền tảng cho việc xây dựng các câu chuyện và thông điệp trong văn hóa đại chúng. Chúng có thể phản ánh và bình luận về các vấn đề xã hội, chính trị, và văn hóa thời đại. Sự phát triển của văn hóa đại chúng cũng ảnh hưởng đến cách mà những vấn đề này được thể hiện và tiếp nhận. Những tác phẩm như cuốn *1984* của George Orwell và *Brave New World* của Aldous Huxley đã bộc lộ những lo lắng của chúng ta về thời đại công nghệ và sự kiểm soát xã hội. Văn hóa đại chúng khi đó phản ánh những lo lắng này và thậm chí có thể thách thức hoặc củng cố chúng. Ví dụ, bộ ba tiểu thuyết viễn tưởng dành cho giới trẻ theo chủ đề đen tối *The Hunger Games* của Suzanne Collins đã khám phá các chủ đề về bạo lực, áp bức và tầm quan trọng của sự bất đồng chính kiến, những chủ đề cũng được tìm thấy trong các tác phẩm văn học cổ điển

Văn hóa đại chúng giúp phổ biến các tác phẩm văn học đến với công chúng rộng rãi hơn, vượt qua giới hạn của tầng lớp trí thức. Các tác phẩm văn học khi được chuyển thể thành phim điện ảnh, chương trình truyền hình và các hình thức truyền thông khác sẽ có cơ hội mở rộng đối tượng khán giả, tăng cường tầm ảnh hưởng của chúng, giới thiệu tới khán giả mới những câu chuyện gốc để truyền cảm hứng cho họ đọc sách. Có thể nhắc tới các tiểu thuyết như *Harry Potter*, *The Lord of the Rings* đã trở thành hiện tượng văn hóa toàn cầu qua các bản chuyển thể điện ảnh. Ở Việt Nam, chúng ta điểm tên một vài tiểu thuyết kinh điển được chuyển thể thành phim như: *Số đỏ* (Vũ Trọng Phụng) sản xuất lần đầu năm 1990 và tái sản xuất năm 2013 kết hợp với hai tác phẩm phóng sự khác cùng tác giả là *Cơm thầy cơm cô*, *Kỹ nghệ lấy tây lấy tên là Trò đời*; Tiểu thuyết *Sóng mòn* cùng các truyện ngắn nổi tiếng khác của Nam Cao là *Chí Phèo* và *Lão Hạc* được chuyển thể thành phim *Làng Vũ Đại ngày ấy* năm 1982; *Bỉ vỏ* (1990); *Giông tố* (1991); *Lá ngọc cành vàng* (1989),... Tuy ra đời cách đây 75 – 90 năm về trước nhưng việc tiếp cận tới khán giả theo một cách thức mới đã làm những tác phẩm này sống dậy một lần nữa, vẫn duy trì được sức hút đối với lĩnh vực giải trí và đa dạng đối tượng công chúng. Văn học và các hình thức nghệ

thuật khác như âm nhạc, hội họa, trò chơi điện tử có thể tương tác và bổ sung lẫn nhau. Sự giao thoa này thường tạo ra những tác phẩm mới và độ đáo. Trò chơi điện tử *The Witch* dựa trên loạt tiểu thuyết cùng tên của Andrzej Sapkowski chính thức trở thành một trong những tựa game thành công nhất mọi thời đại. Theo The Verge, một số dữ liệu mới của nhà phát triển CD Projekt Red (CDPR) đã cho thấy sự lớn mạnh đáng mơ ước của dòng game *The Witcher*. Studio đã tiết lộ rằng thương hiệu game đã bán được hơn 75 triệu bản, riêng *The Witcher 3: Wild Hunt* đã bán được hơn 50 triệu bản [8].

Văn hóa đại chúng với tính đại chúng, dễ tiếp cận đã tạo áp lực cho các nhà văn sáng tạo ra những tác phẩm mới lạ, hấp dẫn hơn để đáp ứng nhu cầu của độc giả. Nó cũng ảnh hưởng đến cách viết và chủ đề của các tác phẩm văn học. Các nhà văn có thể lấy cảm hứng từ những xu hướng hiện đại, từ các bộ phim bom tấn đến các trào lưu âm nhạc để tạo ra câu chuyện mới mẻ, phù hợp với thị hiếu đương thời. Nó cũng ảnh hưởng đến cách các tác phẩm văn học được tiếp thị và xuất bản. Các nhà xuất bản thường tìm cách khai thác những xu hướng văn hóa hiện tại để thu hút độc giả. Sự phát triển của Internet và mạng xã hội đã tạo ra những cộng đồng trực tuyến nơi người hâm mộ có thể thảo luận, phân tích, và chia sẻ về các tác phẩm văn học và các yếu tố văn hóa đại chúng. Điều này không chỉ tạo ra một diễn đàn cho sự tương tác mà còn góp phần vào sự phổ biến và lan tỏa của các tác phẩm. Các tác giả và nhà sáng tạo nội dung có thể nhận phản hồi trực tiếp từ khán giả thông qua các nền tảng trực tuyến, giúp họ hiểu rõ hơn về mong muốn và kỳ vọng của độc giả, từ đó điều chỉnh và cải thiện các tác phẩm của mình. Sự giao thoa giữa văn học và các hình thức nghệ thuật khác trong văn hóa đại chúng đã tạo ra những thể loại văn học mới, đa dạng và hấp dẫn hơn. Sự trỗi dậy của truyện tranh, tiểu thuyết hư cấu và văn học mạng đã tạo ra những cách thức mới để kể chuyện và mở rộng định nghĩa về văn học. Các truyện tranh như *Watchman* và *Maus* đã chứng minh rằng truyện tranh có thể là một phương tiện kể chuyện văn học đầy sức mạnh. Tuy nhiên, việc chuyển thể văn học sang các hình thức đại chúng có thể dẫn đến việc giản lược nội dung, làm mất đi những giá trị sâu sắc của tác phẩm gốc. Ví dụ, để phù hợp với một bộ phim thời lượng

hai giờ, một cuốn tiểu thuyết phức tạp có thể cần phải sắp xếp hợp lý cốt truyện và các nhân vật của nó được đơn giản hóa, thậm chí và cắt xén hay thay đổi nội dung phần nào so với bản gốc. Sự phổ biến của văn hóa đại chúng có thể dẫn đến sự đồng nhất hóa trong tư duy và thẩm mỹ của công chúng. Khi những câu nói sáo rỗng và cốt truyện giống nhau được lặp đi lặp lại nhiều lần, nó có thể hạn chế khả năng sáng tạo và tư duy phản biện.

Tại Việt Nam, nghiên cứu văn học đại chúng phát triển mạnh mẽ từ sau thời kì Đổi mới (1986), gắn liền với sự bùng nổ truyền thông đại chúng và sự thay đổi trong thị hiếu tiếp nhận văn học. Trong nghiên cứu *Văn học đại chúng ở Việt Nam hiện nay*, Nguyễn Đăng Điệp đã chỉ ra những dấu vết xuất hiện đầu tiên của văn học đại chúng. Nó xuất hiện từ trước năm 1945 với Hồ Biểu Chánh, Lê Văn Trương, sau đó phát triển rõ nét hơn tại các đô thị miền Nam giai đoạn 1954 - 1975 qua các tiểu thuyết đăng báo (feuilleton). Nhưng phải đến những năm 90 của thế kỷ XX, khi kinh tế thị trường xác lập và internet bùng nổ, văn học đại chúng mới thực sự bành trướng và chiếm lĩnh thị trường [5, tr. 33]. Tác giả chỉ ra 5 đặc trưng khu biệt của dòng văn học này tại thị trường Việt Nam bao gồm: *Đề tài và nội dung* (Tập trung vào những vấn đề thường nhật, giải tỏa áp lực đời sống như tình yêu tay ba, ngôn tình, đồng tính, dã sử hoặc khoa học viễn tưởng. Cốt truyện thường đơn giản, đánh vào tâm lý và cảm xúc ủy mị của người đọc trẻ); *Thể loại* (Bao gồm tiểu thuyết tình cảm, truyện tranh, tự truyện của người nổi tiếng và tản văn mạng); *Ngôn ngữ nghệ thuật* (Sử dụng ngôn ngữ thông tục, suồng sã hoặc lối nói lái của giới trẻ ví dụ: “chán như con gián”, “phê như con tê tê” để gây hiệu ứng tức thì thay vì chiều sâu triết lý); *Phương thức truyền bá và công nghệ quảng bá (PR)* và *Hiệu ứng với độc giả* (Gắn liền với các công ty truyền thông và mô hình “showbiz hóa” việc ra mắt sách. Những tác giả như Anh Khang, Gà, Hamlet Trương có thể đạt kỷ lục xuất bản hàng chục nghìn bản, vượt xa văn học tinh hoa) [5, tr. 34 – 37].

Trong thời đại ngày nay, việc lựa chọn sản phẩm văn hóa là quyền tự chủ của mỗi cá nhân. Tuy nhiên, sự phổ biến của văn học đại chúng đã gây ra những lo ngại về việc suy giảm thẩm mỹ của giới trẻ. Nhiều tác phẩm văn học đã có sự phá cách

thái quá tong nghệ thuật, phi chuẩn mực ngôn ngữ, cảm xúc hời hợt, miêu tả bạo lực, tình dục quá đà. Vì vậy, giải pháp để phát triển văn học đại chúng một cách lành mạnh hơn đó là kết hợp định hướng thẩm mỹ đúng đắn cho người đọc với phát triển văn học tinh hoa có sự hỗ trợ của Nhà nước. Ngoài ra, khuyến khích các nhà văn kết hợp kỹ thuật tự sự truyền thống với hơi thở đương đại để tác phẩm vừa có chiều sâu nội dung, vừa tiếp cận được số đông công chúng. Cuối cùng, nhà nghiên cứu cần bỏ thái độ kỳ thị loại hình văn học này mà hãy nhìn nhận nó là một phần tất yếu của hậu hiện đại [5].

1.3. Nguyễn Nhật Ánh và hai trường hợp tiêu biểu của văn học đại chúng

1.3.1. *Chân dung văn học của Nguyễn Nhật Ánh*

Nguyễn Nhật Ánh là một cái tên vô cùng quen thuộc với độc giả Việt Nam, đặc biệt là những người yêu thích văn học tuổi trẻ. Ông được xem là một trong những nhà văn thành công nhất viết sách cho tuổi thơ, với hơn 100 tác phẩm đã xuất bản, một số đầu sách đã được chuyển thể thành phim, trong đó nhiều tác phẩm đã giành giải thưởng văn học uy tín.

Nguyễn Nhật Ánh sinh ngày 7 tháng 5 năm 1955 tại làng Đo Đo, xã Bình Quế, huyện Thăng Bình, tỉnh Quảng Nam. Những kỷ niệm tuổi thơ ở vùng quê này chính là nguồn cảm hứng bất tận cho các tác phẩm của nhà văn. Ông bắt đầu sự nghiệp viết lách từ những năm 1980 và nhanh chóng khẳng định được tên tuổi. Một số tác phẩm tiêu biểu của ông bao gồm: *Kính vạn hoa* – Một bộ truyện dài nhiều tập, kể về những câu chuyện hài hước, thú vị và ý nghĩa của ba người bạn thân; *Cho tôi xin một vé đi tuổi thơ* – Cuốn sách viết về tuổi thơ với những kỉ niệm ngọt ngào, sâu lắng; *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* – Câu chuyện cảm động về tình bạn, tình yêu và gia đình, đã được chuyển thể thành phim điện ảnh; *Mắt biếc* – Câu chuyện tình yêu lãng mạn, xúc động giữa Ngạn và Hà Lan, cũng được chuyển thể thành phim, và còn rất nhiều các tác phẩm ăn khách khác ... Ông sáng tác nhiều thể loại như thơ, truyện dài, truyện ngắn, tiểu thuyết, tạp bút. Các tác phẩm của ông không chỉ được yêu thích tại Việt Nam mà còn được dịch sang nhiều ngôn ngữ khác, góp phần làm phong phú thêm văn học hiện đại Việt Nam.

Văn phong của Nguyễn Nhật Ánh thường giản dị, trong sáng và rất gần gũi với đời sống tuổi thơ, tuổi trẻ. Các tác phẩm của ông mang đậm tính nhân văn, phản ánh những giá trị đạo đức, tình cảm gia đình, tình bạn và tình yêu. Những áng văn hay không chỉ thu hút trẻ em mà còn ghi dấu ấn trong lòng độc giả ở mọi lứa tuổi, gợi nhớ về những kỉ niệm tuổi thơ, gửi gắm những bài học quý giá trong cuộc sống.

1.3.2. Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh và Con chim xanh biếc bay về

Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh là một trong những tác phẩm nổi tiếng nhất của Nguyễn Nhật Ánh. Cuốn sách được xuất bản lần đầu vào năm 2010 và đã nhanh chóng thu hút sự chú ý của đông đảo độc giả. Tác phẩm kể về cuộc sống và những trải nghiệm của hai anh em Thiều và Tường tại một vùng quê yên bình. Năm 2015, cuốn sách đã được chuyển thể thành phim cùng tên, do đạo diễn Victor Vũ thực hiện. Bộ phim đã nhận được nhiều lời khen ngợi từ khán giả và giới phê bình, nhờ vào cách truyền tải chân thực và đầy cảm xúc của câu chuyện gốc.

Con chim xanh biếc bay về là một tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh, được xuất bản vào năm 2020. Cuốn sách tiếp tục khẳng định tài năng và sự sáng tạo không ngừng nghỉ của nhà văn, đánh dấu sự trở lại của ông với một góc nhìn khác về tình yêu, cuộc sống. Khác với những câu chuyện tuổi thơ quen thuộc ở vùng quê miền Trung, lần này tác giả đưa độc giả đến với Sài Gòn, một thành phố nhộn nhịp và đầy sắc màu.

Hai truyện dài trên được xuất bản cách nhau đúng một thập kỷ. Việc đặt hai tác phẩm này cạnh nhau không nhằm mục đích phân định hơn thua về mặt chất lượng nghệ thuật, mà để khảo sát một quỹ đạo vận động, phát triển trong hành trình sáng tác của nhà văn. Sự dịch chuyển từ thế giới hoài niệm tuổi thơ ở nông thôn đến hiện thực đời sống của người trẻ tại đô thị Sài Gòn kéo theo những biến đổi tương ứng về mặt đề tài, kỹ thuật trần thuật, đối tượng độc giả cho đến cơ cấu sản xuất và tiếp nhận. Những nét tương đồng cùng các điểm khác biệt cốt lõi giữa hai tác phẩm được khái quát cụ thể qua bảng đối chiếu dưới đây:

Tiêu chí	<i>Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh</i> (2010)	<i>Con chim xanh biếc bay về</i> (2020)
Không gian nghệ thuật	Làng quê Đo Đo, miền Trung hoài niệm	Đô thị Sài Gòn đương đại (chợ, hẻm nhỏ, chung cư cũ)
Đề tài	Ký ức tuổi thơ nghèo khó ở nông thôn	Cuộc sống mưu sinh và lập nghiệp của giới trẻ thành thị
Chủ đề	Tình anh em, tình bạn và những rung động đầu đời trong trẻ	Tình yêu trưởng thành, lòng nhân ái, nghĩa tình
Nhân vật trung tâm	Thiều, Tường (thế giới trẻ thơ)	Khuê, Sâm, Lương (người trẻ lập nghiệp)
Điểm nhìn trần thuật	Ngôi thứ nhất đơn nhất (Thiều)	Ngôi thứ nhất luân phiên (Sâm – Khuê thay đổi theo chương)
Chất tự truyện	Gián tiếp, tái hiện qua ký ức làng quê của tác giả	Trực tiếp, đưa trải nghiệm đô thị của tác giả vào trang sách
Khoái cảm chủ đạo	Nhận diện qua ký ức; thoát ly hoài cổ	Nhận diện qua hiện thực đương đại; thoát ly mang tính hy vọng
Bối cảnh tiếp nhận	Chuyển thể điện ảnh (Victor Vũ, 2015)	Ra mắt trong bối cảnh COVID-19, phát triển mạnh trên không gian số.
Quy mô xuất bản	17.000 bản đầu (+ tái bản 10.000); sách phổ thông	150.000 bản ngay lần đầu; sách thẩm mỹ, minh họa khổ lớn, quà tặng kèm

Bảng 1.1. So sánh hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về*

Như vậy, đặt hai tác phẩm trong thế đối xứng, chúng ta tìm thấy những nét phong cách cốt lõi có tính nhất quán như ngôn ngữ giản dị giàu chất thơ, niềm tin vào những giá trị nhân văn nhỏ bé. Ta cũng thấy được một quá trình vận động và phát triển nghệ thuật mới mẻ, sáng tạo của nhà văn. Trong phạm vi của luận văn này, tôi xem chính tính chất vận động, tự làm mới mình là một biểu hiện quan trọng của tính đại chúng. Bởi, một tác giả đại chúng đích thực không lặp lại mình một cách máy móc, mà luôn tự biến chuyển để đồng hành cùng sự thay đổi của công chúng và xã hội.

Tiểu kết chương 1:

Chương 1 của luận văn đã hệ thống hóa chi tiết các bình diện lý thuyết về văn hóa đại chúng từ thời điểm xuất hiện thuật ngữ này cho tới hiện đại. Nghiên cứu nhấn mạnh sự dịch chuyển từ cái nhìn phê phán sang sự thừa nhận tích cực, chủ động của công chúng trong việc tiếp nhận, giải mã các sản phẩm văn hóa thương mại. Đặc biệt, nghiên cứu đã chỉ ra các đặc trưng cơ bản của văn hóa đại chúng theo cách phân loại từ ba nhà nghiên cứu Trung Quốc. Từ những khái quát về lý thuyết văn hóa đại chúng kết hợp với việc phân tích mô hình “vòng tuần hoàn văn hóa”, nghiên cứu chỉ ra mối quan hệ cộng sinh giữa văn học và văn hóa đại chúng. Văn học đại chúng có thể là một nghiên cứu có giá trị về sự phát triển lẫn tác động của văn hóa đại chúng trong xã hội hiện đại, đặc biệt là trong bối cảnh của các phương tiện truyền thông đa dạng và sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ thông tin. Ngoài ra, tôi không chỉ tập trung vào việc giới thiệu thông tin cơ bản, phân tích Nguyễn Nhật Ánh với tư cách là một nhà văn mà còn là coi ông là một hiện tượng văn hóa đại chúng.

CHƯƠNG 2: TÍNH ĐẠI CHÚNG TRÊN PHƯƠNG DIỆN CẤU TRÚC TÁC PHẨM

2.1. Sự gần gũi của đề tài và tính phổ quát của chủ đề

Đề tài và chủ đề là những yếu tố không thể không nhắc đến khi nghiên cứu về một tác phẩm văn học. Với tác giả văn chương nói chung và nhà văn Nguyễn Nhật Ánh nói riêng, xu hướng lựa chọn đề tài và chủ đề sáng tác cũng là yếu tố quan trọng nói lên mối bận tâm và tư tưởng sáng tác của tác giả. Trong văn học đại chúng, nó được coi là những yếu tố phản ánh trực tiếp mối quan hệ giữa văn bản nghệ thuật với đời sống xã hội và công chúng tiếp nhận. Khác với văn học tinh hoa vốn hướng đến những giá trị thẩm mỹ cao và đôi khi mang tính hàn lâm. Văn học đại chúng theo quan điểm của Raymond Williams không chỉ đơn thuần là sản phẩm dành cho số đông mà còn là toàn bộ sinh hoạt đời sống thường nhật. Vì vậy, đề tài trong văn hóa đại chúng thường gắn liền với những phương diện cơ bản của đời sống như gia đình, tình yêu, giáo dục, công việc... Những đề tài này không đòi hỏi người tiếp nhận phải có tri thức chuyên môn sâu mà dựa trên kinh nghiệm sống trực tiếp. Vì vậy nó dễ dàng tạo nên khả năng lan tỏa rộng rãi.

2.1.1. Đời sống thường nhật như chất liệu của tính đại chúng

Hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* cho thấy sự lựa chọn những đề tài đời thường nhưng tổ chức triển khai thành các chủ đề có chiều sâu mang lại tính đại chúng bền vững của tác phẩm.

Trước hết, đề tài tuổi thơ ở nông thôn trong *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* có thể được xem như một dạng ký ức tập thể của người Việt. Không gian làng quê được tái hiện một cách chân thực, sinh động qua ký ức của nhà văn. Tác phẩm được lấy bối cảnh ở ngôi làng nhỏ mang tên Đo Đo, đây cũng là quê hương cũ của chính tác giả. Ngôi làng được tái hiện với những yếu tố cảnh quan xưa cũ, quen thuộc như: nghĩa trang sau vườn nhà, tiệm tạp hóa của nhà con Mận, con đường mòn dẫn ra nghĩa trang mà Thiều sợ đi qua vào ban đêm. Mỗi cảnh vật nơi đây không chỉ được coi là một thực thể địa lý trừu tượng mà nó đã được hòa trộn cùng các giác quan của các nhân vật. Đó là mùi nước mắm bị đổ khi Thiều vấp ngã chạy về nhà vì sợ ma, là

tiếng lẳng hắng trước ngõ của chú Đàn mỗi tối đến chơi, là ánh đom đóm lập lờ trong bóng tối của nghĩa trang hay cả những khía cạnh thô nhưng thật “muốn sồn ra quần” [1]. Chính sự cụ thể và phong phú về mặt cảm giác này đã tạo nên hiệu ứng mà John Fiske gọi là khoái cảm nhận diện (pleasure of recognition). Những chi tiết tuy nhỏ nhưng lại đóng vai trò như những ký hiệu văn hóa, gợi nhớ đến một kiểu đời sống mà nhiều thế hệ đã từng trải qua. Người đọc nhận ra không gian tuổi thơ của mình thông qua không gian của Thiều và Tường dù cho học có đang ở bất cứ nơi đâu.

Nếu như tác phẩm thứ nhất gợi lại ký ức, thì *Con chim xanh biếc bay về* lại phản ánh một hiện thực xã hội, miêu tả đời sống mưu sinh của những con người trẻ tuổi trong môi trường đô thị. Không gian nghệ thuật được dịch chuyển sang Sài Gòn với những địa điểm sinh hoạt quen thuộc: chợ Nguyễn Tri Phương, chợ Bến Thành, những con hẻm ngập nước sau mưa, căn phòng trọ tầng ba chung cư cũ. Lựa chọn bối cảnh này được coi là sự đổi mới táo bạo của Nguyễn Nhật Ánh. Bởi lẽ, lần đầu tiên, ông đưa câu chuyện của chính mình vào trang sách mà không gắn với ký ức làng quê. Thay vào đó, ông lựa chọn nơi đô thị hiện đại, không gian sống thực của đại đa số độc giả trẻ. “Bốn năm đại học và một năm lang thang tìm việc, tôi toàn đi xe đạp. Tôi là dân tỉnh lẻ, nhà tôi không khá giả gì, lên thành phố đi học được ba mẹ sắm cho chiếc xe đạp đã là quá may mắn đối với tôi” [2]. Những chi tiết kể về nhân vật Khuê phải vay tiền mua giày, sử dụng xe đạp qua nhiều năm, phải tiết kiệm 100 ngàn đồng tiền gửi xe bằng cách tự khiêng xe lên cầu thang thay vì gửi ở bãi xe chung cư vừa là chi tiết tự sự, vừa mang giá trị như những dữ liệu xã hội học. Chúng phản ánh một mô hình sống phổ biến của sinh viên và người lao động trẻ Việt Nam - những con người đang cố đi tìm vị trí đứng trong xã hội hiện đại. Nguyễn Nhật Ánh lựa chọn những chi tiết vô cùng đời thường nhưng rất dễ để chạm vào cảm xúc. Chi tiết chiếc xe đạp cũ kỹ được mua từ tiền tích góp của người cha làm nghề thu mua phế liệu ở đầu chương 2 là một chiến lược đại chúng hóa không gian. Tác giả không viết về những nhân vật đặc biệt trong những hoàn cảnh đặc biệt, mà viết về những người bình thường đối diện với những khó khăn thường nhật của cuộc sống đô thị hiện đại. “Sống lênh đênh trên sông nước, tôi suýt chết đuối cả chục lần. Có khi đang ăn cơm,

tàu lớn đi ngang làm sóng duềnh lên, ghe lắc mạnh thế là tôi rơi tùm xuống nước” [2, tr. 16]. “Bây giờ hàng nhập khẩu về nhiều, người ta ít xài đồ tái chế nên phế liệu hiếm chỗ thu mua, giá rớt thê thảm. Gia đình tôi dần lâm vào cảnh khó khăn” [2, tr. 17]. Đây chính là lý giải cho việc tác phẩm tiếp cận được nhóm độc giả mới – những người trẻ tuổi đang vật lộn với cuộc sống thành phố, những người có thể không lớn lên ở vùng quê như Thiều, Tường, Mận nhưng lại nhận ra mình trong Khuê. Tuy nhiên, dấu ấn của tuổi thơ vẫn có thể được tìm thấy một cách gián tiếp trong tác phẩm này qua một vài khía cạnh như: Tính cách nhân vật, những hồi ức và cả sự trong trẻo trong tình cảm. Dù đã trưởng thành, đôi khi trong hành xử và suy nghĩ của các nhân vật vẫn còn phảng phất nét ngây ngô, trong sáng và những ký ức về tuổi thơ.

Bên cạnh đó, đề tài gia đình xuất hiện ở cả hai tác phẩm như một cấu trúc nền tảng của đời sống xã hội. Trong sáng tác của Nguyễn Nhật Ánh, gia đình luôn là một trong những đề tài trung tâm, góp phần tạo nên chiều sâu cảm xúc và tính đại chúng cho tác phẩm. Nếu nhiều tác phẩm văn học hiện đại lựa chọn khai thác những xung đột gay gắt trong gia đình như một biểu hiện của khủng hoảng xã hội, thì Nguyễn Nhật Ánh lại tiếp cận gia đình từ những điều rất đời thường. Có thể thấy, hình ảnh gia đình trong *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* được khắc họa muôn hình muôn vẻ, đủ cung bậc cảm xúc nhưng cũng mang hơi thở rất rõ của nông thôn Việt Nam truyền thống. Không khí gia đình được xây dựng bằng những sinh hoạt quen thuộc như cha mẹ làm lụng, con cái đi học, hàng xóm qua lại hay những bữa ăn giản dị. Điều đặc biệt là tác giả không lý tưởng hóa gia đình mà giữ nguyên những mâu thuẫn và va chạm vốn có của đời sống: “Ba tôi ra ngoài thì hoạt bát, vui vẻ như vậy nhưng về nhà rất hay nổi cộc. Anh em tôi ăn đòn của ba tôi khá thường xuyên. Ba tôi không biết kiếm đâu ra cây roi mây, giắt trên vách” [1]. Chi tiết “cây roi mây giắt trên vách” cho tới ngày nay vẫn còn được nhắc tới như biểu tượng cho việc giáo dục con cái bằng kỷ luật của thế hệ cha mẹ cũ. Tác giả không phê phán hay biện minh cho hành động của người cha mà kể bằng giọng điệu bình thản, giống như một phần tự nhiên của tuổi thơ. Ngược lại hình ảnh người ba nghiêm khắc là người mẹ dịu dàng chăm lo đời sống thường nhật. Mẹ của Thiều thường sai con đi mua đồ, chuẩn bị cơm nước, lo

toan việc nhà. Dù không xuất hiện nhiều với những lời nói lớn lao, nhưng sự hiện diện của người mẹ tạo nên cảm giác ấm áp và ổn định cho không gian gia đình. Qua những chi tiết nhỏ như “mẹ sai tôi sang nhà con Mận mua chai nước mắm”, người đọc cảm nhận được nhịp sống quen thuộc của gia đình nông thôn Việt Nam. Nơi các thành viên gắn bó với nhau bằng những việc rất bình thường. Tình cảm anh em cũng là một phương diện quan trọng của đề tài gia đình trong tác phẩm. Mối quan hệ giữa Thiều và Tường được xây dựng vừa thân thiết vừa đầy mâu thuẫn, phản ánh đúng tâm lý trẻ nhỏ. Thiều nhiều lần ganh tị với em trai vì Tường hiền lành, được mọi người yêu quý hơn. Cậu thậm chí từng lừa em hay cư xử ích kỷ với em. Tuy nhiên, chính tình cảm gia đình đã khiến Thiều dần vật và trưởng thành sau những sai lầm ấy: “Tôi đã lừa em tôi, đã làm nó bị thương, thế nhưng nó vẫn luôn hồn nhiên tin tưởng tôi” [1]. Mỗi cá nhân trong gia đình của Thiều, Tường đều không phải là người hoàn hảo, ai cũng có những nét đẹp riêng, có những thiếu sót không tránh khỏi nhưng họ vẫn luôn học cách biểu lộ tình thương, nhận ra lỗi lầm để sửa sai. Sau cùng, Tường đã không trách móc anh trai, Thiều thì đã dần hiểu ra giá trị của tình thân. Đây chính là chiều sâu nhân văn của tác phẩm: gia đình không chỉ là nơi che chở mà còn là nơi con người trưởng thành về đạo đức.

Với *Con chim xanh biếc bay về*, gia đình hiện diện chủ yếu qua ký ức, nỗi nhớ trong bối cảnh những người trẻ rời quê lên thành phố mưu sinh. Sự xa cách về địa lý và thời gian, những vật lộn với cuộc sống càng khiến nhân vật hiểu hơn về giá trị gia đình. Nhân vật Khuê nhiều lần nhắc đến ba mình với sự biết ơn và thương yêu. Ba của Khuê làm nghề mua bán phế liệu, cuộc sống vất vả nhưng vẫn cố gắng lo cho con gái ăn học. Hình ảnh chiếc xe đạp cũ được ba mẹ mua cho không chỉ nói tới phương tiện di chuyển của Khuê mà còn là biểu tượng cho tình thương, sự hi sinh của ba mẹ. Nó gắn với cả tuổi trẻ của Khuê, với những ngày đi học, đi làm, tìm việc giữa thành phố rộng lớn. Điều đáng chú ý là Khuê không kể về sự nghèo khó bằng giọng than vãn mà bằng giọng bình thản và biết ơn. Chính giọng điệu ấy làm cho đề tài gia đình trong tác phẩm trở nên cảm động mà không bi lụy. Một chi tiết khác giàu ý nghĩa là việc Khuê chấp nhận khiêng xe lên xuống cầu thang mỗi ngày để tiết kiệm tiền gửi

xe. Đằng sau hành động tiết kiệm ấy là ý thức không muốn trở thành gánh nặng cho gia đình. Đây là tâm lý rất phổ biến của những người trẻ sống xa nhà: càng hiểu sự vất vả của cha mẹ, họ càng cố gắng tự lập và tiết kiệm. Vì vậy, dù cha mẹ không xuất hiện trực tiếp nhiều trong tác phẩm, gia đình vẫn luôn hiện diện như một động lực tinh thần âm thầm chi phối mọi lựa chọn của nhân vật. Ngoài tình cảm trực tiếp giữa cha mẹ với con cái thì trong tác phẩm còn cho thấy khía cạnh khác của gia đình. Đó là nơi trú ẩn, nơi con người muốn quay về mỗi khi vùng vẫy thoát khỏi những áp lực cuộc sống. Thành phố trong tác phẩm đông đúc, nhiều cơ hội nhưng cũng đầy cô đơn. Chính trong bối cảnh ấy, ký ức về gia đình trở thành nơi trú ngụ tinh thần cho nhân vật. Đề tài gia đình trong cả hai tác phẩm trên được xây dựng từ những chi tiết rất đời thường, không xuất hiện như một biểu tượng lý tưởng hóa mà như một phần tự nhiên của quy luật cuộc sống.

Cuối cùng, tình bạn là đề tài được Nguyễn Nhật Ánh khai thác khá sâu và thường xuyên kể từ những tác phẩm trước đó. Nếu gia đình là nơi con người được sinh ra và nuôi dưỡng thì tình bạn lại là mối quan hệ giúp con người học cách sẻ chia, thấu hiểu và trưởng thành. Mối quan hệ bạn bè được Nguyễn Nhật Ánh xây dựng nên từ những hành động, chi tiết rất nhỏ, đơn giản nhưng có khả năng chạm tới ký ức nhiều người. Đó có thể là việc hàng ngày rủ nhau đi học, kể chuyện ma, giấu nước mắt, ngồi cạnh nhau trong im lặng... Trong *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, tình bạn giữa Thiều và Mận là kiểu tình bạn rất đặc trưng của tuổi thơ. Nó tự nhiên, vô tư, trong sáng đúng lứa tuổi. Hai đứa trẻ thường xuyên trò chuyện, đi lại giữa hai nhà và chia sẻ với nhau những điều nhỏ nhất. Một trong những chi tiết tiêu biểu là khi Thiều hỏi con Mận về chuyện hoa tay. Trong lúc Thiều bị ám ảnh bởi việc có ít hoa tay hơn người khác thì con Mận lại đáp rất hồn nhiên: “Eo ôi, mình sợ lắm! Mình không cần tới mười hai cái hoa tay đâu!” [1]. Thiều tìm thấy ở Mận sự dịu dàng và cảm giác được lắng nghe, còn Mận tìm thấy ở Thiều một người bạn gần gũi để chia sẻ những điều nhỏ bé của tuổi thơ. Điều làm cho tình bạn trong tác phẩm trở nên cảm động chính là sự thấu hiểu không cần nói thành lời: “Mẹ mình vừa đánh đòn mình. Tôi không hỏi nữa. Vì tôi hiểu rồi. Con Mận đang hong khô những giọt nước mắt”

[1]. Tác giả đã diễn tả rất đúng cảm giác của trẻ nhỏ. Chúng không giỏi diễn đạt cảm xúc bằng lời nhưng lại rất nhạy cảm với nỗi đau của bạn bè. Tình bạn giữa những đứa trẻ không được miêu tả bằng những hành động quá đặc biệt mà chủ yếu thông qua những đoạn đối thoại ngắn, cảm xúc chân thật. Những đứa trẻ trong truyện cùng nhau nghe chú Đàn kể chuyện ma, cùng chơi đùa, tò mò và chia sẻ những bí mật nhỏ. Tình bạn không chỉ là mối quan hệ cá nhân mà còn gắn liền với quá trình trưởng thành, là cảm giác thuộc về một cộng đồng. Chính cộng đồng ấy làm cho tuổi thơ của các nhân vật trở nên sống động và giàu ký ức.

Tình bạn trong *Con chim xanh biếc bay về* vốn bắt đầu không mấy êm đẹp nhưng lại bền chặt dần theo thời gian. Ban đầu, Khuê không có thiện cảm với Sâm vì cách ăn nói và tính cách có phần cộc cằn của anh. Tuy nhiên, càng tiếp xúc, cô càng nhận ra đằng sau vẻ ngoài ấy là một người tốt bụng và chân thành. Câu nói của Khuê: “Em tưởng trứng nào cũng là trứng, đâu có biết trứng màu xanh ngon hơn” cho thấy sự thay đổi cách nhìn nhận của cô về người đồng nghiệp, từ chỗ đánh giá người khác qua bề ngoài đến chỗ hiểu được giá trị bên trong của họ. Tình bạn trong tác phẩm còn thể hiện rất rõ ở sự giúp đỡ âm thầm giữa những người trẻ với nhau. Họ giúp đỡ tài chính, chia sẻ công việc, động viên nhau vượt qua khó khăn mà không cần phải nói ra những điều quá cảm động. Không ồn ào, khoe mẽ, chính hành động giúp đỡ lẫn nhau vượt qua khó khăn là chất kết dính giúp tình bạn bền chặt qua năm tháng. Điểm đặc biệt trong cách Nguyễn Nhật Ánh xây dựng đề tài tình bạn là ông luôn giữ cho các mối quan hệ một sự tự nhiên. Nhân vật không nói những lời triết lý lớn lao về tình bạn mà để hành động và chi tiết đời thường tự bộc lộ ý nghĩa. Điều này khiến tình bạn trong tác phẩm gần với trải nghiệm thật của con người hơn là một lý tưởng được tô vẽ.

2.1.2. Tính phổ quát của ký ức, tình yêu và sự trưởng thành

John Storey cho rằng văn hóa đại chúng là những gì được đông đảo công chúng tiêu thụ và yêu thích. Do đó, các sản phẩm của công nghiệp văn hóa thường phải lựa chọn những đề tài có khả năng tiếp cận nhanh chóng, độ phổ biến cao. Điều này dẫn đến xu hướng các tác giả hiện đại ưu tiên viết những câu chuyện mang tính phổ quát

(universality), tức là những trải nghiệm mà phần lớn con người đều có thể cảm nhận được. Những câu chuyện về thời thơ ấu, tình cảm gia đình, tình cảm niên thiếu, hành trình trưởng thành hay những khủng hoảng tâm lý trước sự thay đổi của thời đại là một số mô – típ quen thuộc của thể loại văn học này. Sự phổ quát này đã giúp văn học đại chúng vượt qua rào cản về tầng lớp chính trị, tuổi tác, trình độ học vấn hay sự phù hợp với thời đại. Hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* cũng được tác giả khai thác chủ đề mang hơi hướng phổ quát như vậy.

Chủ đề đầu tiên tác giả khai thác đó là hành trình trưởng thành của mỗi con người, được thể hiện qua quá trình hoàn thiện về nhân cách. Nhân vật không được dạy dỗ bằng những lời khuyên trực tiếp mà tự nhận thức thông qua chính trải nghiệm và hậu quả của hành động. Dụng ý này rất phù hợp với mô hình “mã hóa” của Stuart Hall, khi ý nghĩa của mỗi chi tiết không bị áp đặt mà được người đọc chủ động kiến tạo. Điều này giúp tác phẩm vừa giữ được tính giáo dục vừa tránh rơi vào lối diễn ngôn giáo huấn. Một chủ đề nổi bật khác trong hai tác phẩm là quan niệm về giá trị thật của con người. Nguyễn Nhật Ánh nhiều lần khẳng định rằng giá trị không nằm ở vẻ bề ngoài mà ở phẩm chất bên trong. Trong *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, chủ đề này được thể hiện rõ qua hình tượng chú Đàn. Tuy mất một bàn tay nhưng chú lại có tài năng và sự lạc quan, niềm vui lan tỏa tới người khác. Khi Thiều nói với chú vẫn còn nắm cái hoa tay, chú đã xúc động nhận ra giá trị của mình: “Thế là tôi vẫn có nắm cái hoa tay, bà con ơi!” [1]. Hay chi tiết “người tôi trầy trụa lung tung những chiếc xe vẫn chẳng hề hấn gì” chính là biểu tượng về sự bền vững, đáng tin cậy từ trong chứ không phải từ vẻ ngoài nổi bật. Đặc biệt, các tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh không xây dựng hình ảnh nhân vật anh hùng, những chủ đề đao to búa lớn có sức nặng mà tập trung vào lòng tốt bình dị trong đời sống thường ngày. Điều này đã tạo nên màu sắc nhân văn rất riêng trong phong cách sáng tác của nhà văn. Dù mang giọng văn nhẹ nhàng, cả hai tác phẩm đều chứa đựng những suy tư sâu sắc về mất mát. Tuy nhiên, Nguyễn Nhật Ánh không khai thác nỗi đau theo hướng bi lụy mà tập trung vào khả năng con người tiếp tục sống và tìm thấy ý nghĩa sau mất mát.

“Con chim xanh biếc
Đậu hờ trên tay
Yêu anh đến thế
Mà thành mây bay...”

Bài thơ gợi lên cảm giác về sự mong manh của hạnh phúc. Tuy nhiên, thay vì cảm xúc tuyệt vọng, bi quan, tác phẩm hướng người đọc đến sự chấp nhận nhẹ nhàng trước những đổi thay của cuộc sống. Độc giả cũng theo đó mà tự cảm thấy nhẹ nhõm, lạc quan vượt qua những lắt léo của cuộc đời. Bởi những ký do trên, mỗi tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh như là một mỏ neo vững chãi cho tâm hồn, cứ thế len lỏi chạm tới nhiều cung bậc cảm xúc của đại đa số công chúng.

2.2. Kết cấu trần thuật

Trong nghiên cứu văn học, kết cấu trần thuật là một trong những chìa khóa quan trọng để giải mã dụng ý nghệ thuật của tác giả trong việc cấu thành nên tác phẩm hoàn chỉnh. Đối với văn học đại chúng, kết cấu đóng vai trò quyết định trong việc dẫn dắt, định hình hướng tiếp cận nội dung tác phẩm cho độc giả. Theo nhóm tác giả cuốn sách *150 thuật ngữ văn học*, phạm vi của kết cấu rất rộng lớn: “Kết cấu tác phẩm văn học bao gồm việc phân bố các nhân vật (tức là hệ thống các hình tượng), các sự kiện và hành động (kết cấu cốt truyện), các phương thức trần thuật (kết cấu trần thuật như là sự thay đổi các điểm nhìn với đối tượng được miêu tả), chi tiết hóa các khung cảnh, hành vi, cảm xúc (kết cấu chi tiết), các thủ pháp văn phong (kết cấu ngôn từ), các truyện kể xen kẽ hoặc các đoạn ngoại đề trữ tình (kết cấu các yếu tố ngoài cốt truyện” [3, tr. 170]. Ý nghĩa quan trọng nhất của kết cấu là tổ chức các thành phần của truyện kể tạo thành một chỉnh thể hoàn chỉnh về nội dung lẫn hình thức. Ngoài bố cục, kết cấu còn bao gồm: tổ chức hệ thống tính cách, tổ chức thời gian và không gian nghệ thuật của tác phẩm; nghệ thuật tổ chức những liên kết cụ thể của các thành phần cốt truyện, nghệ thuật trình bày, bố trí các yếu tố ngoài cốt truyện... sao cho toàn bộ tác phẩm thực sự trở thành một chỉnh thể nghệ thuật” .

2.2.1. Kết cấu tuyến tính và khả năng tiếp nhận rộng rãi

Hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* được xây dựng theo kiểu kết cấu tuyến tính. Đây là kiểu kết cấu mà sự kiện được kể theo trình tự thời gian tự nhiên, từ quá khứ đến hiện tại. Nguyễn Nhật Ánh hầu như không sử dụng thủ pháp đảo trật tự thời gian phức tạp như nhiều tiểu thuyết hậu hiện đại, mà lựa chọn lối kể chuyện đơn giản như những cuộc trò chuyện, tâm sự với người bạn của mình. Cả hai tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh đều được triển khai như dòng chảy hồi ức hay mạch đời sống tiếp diễn, giúp độc giả không gặp khó khăn trong việc nắm bắt diễn biến truyện.

Trong *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, câu chuyện được kể theo dòng hồi tưởng của nhân vật Thiều về tuổi thơ ở làng quê. Dòng thời gian bắt nguồn từ những trò chơi tuổi thơ ngây ngô đến những biến cố gia đình và sự trưởng thành trong nhận thức. Độc giả đi theo Thiều từ lúc tò mò về hoa tay, đến những ngày hè bắt ve sầu, trải qua biến cố cháy nhà con Mận và kết thúc bằng sự kiện con Nhi tỉnh lại. Người đọc có cảm giác như đang đọc một cuốn nhật ký được kể bằng trí nhớ liền mạch, không bị phân mảnh của nhân vật. Cùng với đó, độc giả cũng từng bước đồng cảm với Thiều, từ chỗ Thiều nảy sinh tính ích kỷ tới việc tự dần vật bản thân vì những hành động bốc đồng đến biết yêu thương thẳng Tường hơn. Tâm lý nhân vật không thay đổi đột ngột mà phát triển theo tiến trình tự nhiên của sự kiện.

Trong *Con chim xanh biếc bay về*, dù có sự thay đổi đan xen người kể chuyện giữa Sâm và Khuê nhưng mạch truyện vẫn vận động theo trình tự thời gian liền mạch hướng về tương lai. Câu chuyện bắt đầu từ lúc Khuê bắt đầu công việc mưu sinh tại quán ăn, rồi mở rộng dần sang những hồi ức về quê nhà, gia đình, bạn bè, trải qua những hiểu lầm về tình cảm với Tịnh, cho đến khi sự thật về thân thế được hé lộ và kết thúc bằng một bữa cơm đoàn viên. Sự mạch lạc này làm giảm bớt tính phức tạp của các tình tiết tráo đổi thân phận, giúp tác phẩm giữ được tính đại chúng dù có yếu tố kịch tính. Độc giả không cần đi giải mã các kỹ thuật tự sự mà có thể hòa mình vào cảm xúc và trải nghiệm nhân vật.

2.2.2. Tự sự từ những sự kiện đời thường

Bên cạnh tính tuyến tính, cả hai tác phẩm còn được xây dựng theo kiểu kết cấu chuỗi sự kiện thường nhật. Tác giả thay vì xây dựng cốt truyện với một cao trào và đỉnh điểm duy nhất thì chia nhỏ thành những câu chuyện hoàn chỉnh về mặt cảm xúc, có thể chia nhỏ đọc độc lập các chương. Có thể gọi đây là cấu trúc cơ bản của văn học đại chúng. Bởi lẽ, nó phù hợp với khoảng thời gian tập trung của độc giả hiện đại, phù hợp với nhu cầu đọc khi di chuyển, thay đổi không gian linh hoạt trong thời gian ngắn. Tiếp theo, nó tạo ra hiệu ứng lây lan theo Nguyễn Đăng Điệp nhận định. Mỗi chương là một câu chuyện có thể kể lại cho người khác nghe. 81 chương ngắn trong *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* tương ứng với từng sự kiện cụ thể: *Hoa tay, những ngón tay, chú Đàn, chuyện ma của chú Đàn, ...anh không phải là phò mã*. Cấu trúc của *Con chim xanh biếc bay* cũng về tương tự nhưng được tổ chức theo ba phần lớn hơn: Phần 1 (Quán chợ); Phần 2 (Sâm); Phần 3 (Anh và em). Nó tạo ra một cảm giác những câu chuyện to lớn hơn, có sức nặng hơn nhưng vẫn được duy trì tính dễ tiếp nhận của từng lát cắt nhỏ.

Thế giới tuổi thơ trong trang sách của Nguyễn Nhật Ánh được tái hiện qua hàng loạt sự kiện nhỏ nhất: tò mò về hoa tay; bắt ve sầu; đi mua đồ ban đêm; chơi đá gà bằng nhụy hoa phượng; bắt sâu cuốn chiếu; ăn vụng táo tàu ở nhà ông Xung; những câu chuyện ma của chú Đàn, chăm sóc Tường và Mận, bí mật gửi thư tình nhưng bị phát hiện. Những chi tiết này tuy vụn vặt nhưng lại tạo nên một bức tranh nông thôn sống động, gợi nhắc kỷ niệm cho bất kỳ ai từng trải qua. Tiếp nối sang tác phẩm *Con chim xanh biếc bay về*, tác giả tập trung vào đời sống thường nhật tại đô thị. Đó là những chuyến đi chợ Nguyễn Tri Phương mua gà của chị Dần; lấy thịt heo ở chợ Bến Thành của cô Mười hay mua cá tràu ở chợ Bà Hoa, cả những mẩu chuyện về các thực khách quen thuộc. Việc sử dụng các chất liệu thường nhật giúp tác phẩm trở nên đời hơn. Độc giả thấy mình trong đó, thấy những ngôi chợ, những trò chơi, những lo toan cơm áo gạo tiền quen thuộc.

2.2.3. Tính mở và sự tham gia của người đọc

Tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* khép lại khi con Nhi tỉnh lại và nhận ra Tường, Thiều và Tường cũng đã làm hòa với nhau. Tuy nhiên, độc giả vẫn còn nhiều mơ hồ về tương lai của các nhân vật. Liệu sau này Thiều sẽ trở thành người như thế nào? Chú Đàn và chị Vinh có quay trở lại với nhau? Con Mận khi nào sẽ về thăm Thiều? Hình ảnh “hoa vàng trên cỏ xanh” ở cuối tác phẩm mang tính biểu tượng hơn là kết thúc cốt truyện theo nghĩa truyền thống. Nó gợi cảm giác đẹp đẽ nhưng mong manh của tuổi thơ, thứ không thể giữ lại hoàn toàn. Cái kết dừng lại ở khoảnh khắc hạnh phúc nhưng vẫn gợi lên những suy ngẫm về sự tiếp diễn của cuộc sống. Điều còn lại chủ yếu là cảm giác tiếc nuối và hoài niệm về tuổi thơ đã qua.

Con chim xanh biếc bay về được tác giả khẳng định là kết thúc có hậu. Tuy nhiên, hình ảnh con chim xanh mang sức gợi rất rõ nét. Hình ảnh ấy không được giải thích rõ ràng mà được đặt để trong bài thơ cũng lời dẫn dắt cảm xúc: “Con chim xanh hạnh phúc ấy có trở về với Lương, với áo pull xanh, với Khuê, với Sâm? Ồ, cả đôi nam nữ hay ghé quán nữa, con chim xanh biếc kia dường như vẫn thấp thoáng trên vai họ. Chúng ta không ai sống để chết, dù cái chết sớm muộn gì cũng vẫy gọi chúng ta. Cũng như vậy, chúng ta không yêu để tan vỡ, đặc biệt khi tan vỡ là điều chúng ta hoàn toàn tránh được. Trái tim trong lồng ngực mỗi người giống như chiếc đồng hồ đồng đánh, thỉnh thoảng tỏ ra một mối biếng lười, nhưng bạn yên tâm đi, rồi nó sẽ tích tắc chạy lại một khi thần tình yêu đã lên dây” [2]. Đó là lời diễn giải có thể về tình yêu, tuổi trẻ, ký ức hay những điều đẹp đẽ nhưng khó nắm giữ trước dòng chảy thời gian tự nhiên. Kết cấu này mang lại sự thỏa mãn nhưng không đóng khung tư duy của người đọc.

Tính mở còn thể hiện ở việc tác giả không áp đặt bài học đạo đức trực tiếp sau mỗi câu chuyện. Người đọc được phép tham gia vào quá trình đồng sáng tạo, rút ra ý nghĩa của tác phẩm dựa vào nhân sinh quan cá nhân. Đây chính là yếu tố giúp tác phẩm vượt khỏi giới hạn của văn học giải trí đơn thuần để trở thành những văn bản có chiều sâu nhân văn và khả năng đối thoại lâu dài với độc giả.

2.3. Ngôn ngữ và điểm nhìn trần thuật

2.3.1 Điểm nhìn trần thuật ngôi thứ nhất

Hai tác phẩm nghiên cứu đều được Nguyễn Nhật Ánh lựa chọn điểm nhìn trần thuật ngôi thứ nhất qua lời kể của nhân vật “tôi”. Ngôi kể thứ nhất đã giúp câu chuyện mang màu sắc tâm tình, gần gũi và tạo cảm giác như người kể đang trực tiếp trò chuyện với độc giả.

Toàn bộ câu chuyện *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* được nhìn qua lăng kính của nhân vật Thiều, một đứa trẻ đang ở tuổi trưởng thành. Nó giúp cho Thiều bộc lộ cảm xúc có thể là tiêu cực một cách trực tiếp, không che giấu: “Tôi ghét cái kiểu lúc nào nó cũng hiền lành và được mọi người thương yêu” [1]. Điểm nhìn từ một đứa trẻ giúp độc giả dễ dàng thâm nhập vào thế giới nội tâm phức tạp, đầy biến động của trẻ thơ để cảm thông, đồng cảm với nhân vật. Nếu chi tiết trên được kể ở ngôi thứ ba, cảm giác ganh tị này có thể khiến nhân vật bị đánh giá tiêu cực. Điểm nhìn này cũng giúp Khuê kể lại cuộc sống mưu sinh một cách bình thản, đôi lúc pha chút tự trào, những khó khăn đời thường không trở nên bi lụy. Trong *Con chim xanh biếc bay về* có sự thay đổi luân phiên ngôi kể thứ nhất giữa nhân vật Sâm và Khuê theo chương. Cách kể này cho phép người đọc thấu hiểu những ngộ nhận trong tình cảm từ hai phía. Khuê hiểu lầm Sâm thích Tịnh dẫn đến sự buồn tủi và đắng cay. Trong khi đó, Sâm lại âm thầm quan tâm Khuê vì mối duyên nợ từ thuở ấu thơ nhưng không thể bày tỏ. Chính giới hạn của điểm nhìn ngôi thứ nhất đã tạo ra những thắt nút, mở nút đầy kịch tính, thu hút độc giả đại chúng ở lại tới trang cuối cùng của cuốn sách.

2.3.2 Ngôn ngữ đời thường và khả năng phổ cập hóa

Nguyễn Nhật Ánh luôn trung thành với lời viết trong sáng, giản dị, không sử dụng nhiều câu văn cầu kỳ, cấu trúc phức tạp hay lớp từ ngữ mang tính hàn lâm mà ưu tiên thứ ngôn ngữ tự nhiên, trong sáng và giàu tính khẩu ngữ. Ngôn ngữ trong *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* mang đậm chất trẻ thơ, hồn nhiên với những hình ảnh so sánh ví von gần gũi. Đôi bàn tay được ví như “những chú chim vàng anh trong cỏ tích”. Cảm giác lo sợ được diễn tả bằng hình ảnh “trái tim tôi quặn thắt và rơi xuống một chỗ nào... tận những ngón chân” [1]. Các trò chơi dân gian, sinh hoạt làng quê

được nhắc tới: đá gà, bắt ve sầu, chẻ củi, hột vịt, nước mắm, roi mây, co căng chạy... tạo nên không gian nghệ thuật thân quen. Cụm từ “muốn són ra quần” rất dân dã, nhưng chính sự tự nhiên ấy lại làm cho cảm xúc của nhân vật trở nên chân thật và hài hước. Người đọc dễ bật cười vì nhận ra đây là phản ứng rất thật của trẻ con. Nhà văn thậm chí đã mang “trend” thả thính bằng thơ trên mạng xã hội, vốn được nhiều người trẻ yêu thích vào tác phẩm lần này. Chẳng hạn như: “Lăn trong tình yêu một chút gì tính toán/ Lăn trong vàng một sắc đồng pha/ Lăn trong thủy chung một hạt mầm phản bội/ Trong trắng non người lăn chút trắng tà” [2]. Những chi tiết tác giả sử dụng trong *Con chim xanh biếc bay về* cũng rất gần gũi với cuộc sống lao động. Ngay từ những trang đầu, nhân vật Khuê xuất hiện trong khung cảnh rất thực của đời sống mưu sinh: “Hôm nay có mưa buổi sáng, tôi phải một tay vén gấu quần vừa đảo mắt nhìn xuống chân để tránh những vũng nước đọng lấp lánh nắng” [2]. Từ “ì ạch” trong câu “để tiết kiệm một trăm ngàn một tháng, ngày ngày tôi phải ì ạch khiêng xe lên vác xe xuống theo cầu thang bộ” khiến người đọc hình dung ngay dáng vẻ mệt mỏi của nhân vật Khuê. Tuy vậy, câu văn vẫn giữ được sự nhẹ nhàng, có nhịp điệu, không than thở nặng nề. Bên cạnh tính đời thường, ngôn ngữ trong tác phẩm còn mang đậm chất trữ tình: “Thời trung học, tôi rất thích giẫm chân lên những vạt nắng lung linh đó để ngắm nó vỡ ra, chốc sau lại liền lại...” [2]. Hình ảnh “*vạt nắng lung linh*” trên mặt nước vốn là chi tiết rất nhỏ trong đời sống nhưng qua cảm nhận của nhân vật lại trở nên đầy chất thơ, giúp tác phẩm trở nên có chiều sâu cảm xúc. Một nét đặc sắc khác của truyện là ngôn ngữ mang đậm hơi thở Nam Bộ - vùng văn hóa gắn bó với con người tác giả. Điều này thể hiện qua cách dùng từ “*hổng*”, “*bả*”, “*tụi mình*”, “*trầy trụa*” ... Những từ ngữ ấy không khiến người đọc cảm thấy khó đọc mà ngược lại tạo cảm giác thân mật, giúp câu chuyện có bản sắc riêng và tăng tính chân thực cho nhân vật.

2.4. Nhân vật và cơ chế nhận diện đại chúng

Nếu đề tài, chủ đề và kết cấu là bộ khung tạo dựng nên tác phẩm thì nhân vật chính là linh hồn đem lại sức sống cho tác phẩm ấy. Trong văn học đại chúng, hệ thống nhân vật có vai trò then chốt thu hút đại đa số lượng độc giả. Học giả John

Fiske (1989) cho rằng sản phẩm văn hóa đại chúng thành công khi tạo ra được những điểm nhận diện (points of identification). Tức là, độc giả có thể soi mình, tìm thấy bóng dáng mình qua hình tượng các nhân vật.

2.4.1. Nhân vật mang tính đại diện

Đối với các tác phẩm của mình, Nguyễn Nhật Ánh dường như không chú trọng tới việc xây dựng những tượng đài anh hùng, những nhân vật kinh điển mà phác họa ra nhiều phiên bản của chính mình. Chúng vừa có tính độc bản, vừa phảng phất nét đại trà dễ tìm thấy ở bất cứ ai. Nhân vật ấy có thể là kiểu người ta đã từng là, đã từng gặp hoặc từng quen biết trên đời. Nhà nghiên cứu Nguyễn Đăng Điệp nhận xét: “Văn học đại chúng thường xây dựng nhân vật theo hướng đi vào những vấn đề liên quan đến cuộc sống thường nhật. Từ đó, tạo ra sự đồng cảm tức thì với độc giả”. Hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* đã thực hiện hóa điều này thông qua hệ thống nhân vật đa dạng, mỗi người đại diện cho một kiểu mẫu, một tầng lớp, một trạng thái tâm lý mà người đọc rất dễ phát hiện ra.

Mỗi nhân vật trong tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* đại diện cho một hình mẫu người quen thuộc của mô hình làng xã Việt Nam truyền thống. Nhắc tới tác phẩm trên không thể bỏ qua nhân vật Thiều. Đây là nhân vật trung tâm xuyên suốt cấu trúc tác phẩm. Điều khiến cậu trở thành hình tượng đại diện cho rất nhiều độc giả chính là sự không hoàn hảo nhưng lại rất đời con người. Thiều không sinh ra để làm một đứa trẻ lý tưởng theo khuôn mẫu chuẩn mực. Ở cậu có tính ích kỷ, hay ghen tị. Ngay từ chương một, khi biết mình chỉ có hai cái hoa tay trong khi Tường có hẳn sáu cái, tâm lý ấy đã bộc phát ngay tức khắc: “Thằng Tường em tôi có sáu cái hoa tay khiến tôi sùng sốt: “Ôi sao mà nhiều hoa tay thế này”” [1]. Hay đôi khi là nỗi buồn ghé qua chỉ vì những điều rất nhỏ nhặt: “tôi bắt gặp mình kín đáo quan sát thằng Tường nhiều lần trong một ngày, và cứ mỗi lần ngắm nó tôi lại phát hiện thêm một nét đẹp của nó và những phát hiện đó làm tôi sầu đời ghê gớm” [1]. Thậm chí, Nguyễn Nhật Ánh còn dùng hẳn một chương 48 (*Tôi ngửa mặt*) để nói về sự đố kỵ của Thiều đối với Mận và thằng Tường: “Những ngày này có vẻ như tôi đang đi lạc giữa những cảm xúc rối ren, ngày càng dần sâu vào những góc ngách tối tăm của chúng. Tôi mơ

hồ nhận ra tôi đang mắc kẹt giữa sự ghen tuông hờn giận vô cớ mà không biết cách nào thoát ra. Từ ngày tôi biết căm ghét thằng Sơn khi nghe nó bộc lộ ý đồ đen tối với con Mận, tôi nhận ra mình đã không còn là trẻ con nữa” [1]. Đỉnh điểm là khi nhân vật quyết định vờ như không thấy ông Năm Ve tóm Cu Cậy khiến Tường trở nên suy sụp: “Tôi vừa hả hê vừa thấy xấu hổ về sự hả hê của mình” [1]. Thiều còn thích là người có tiếng nói được ra lệnh cho thằng Tường: “Tường bao giờ cũng sung sướng khi được giúp đỡ tôi. Nó đi lục cơm nguội hoặc đi kiếm cục tẩy bằng vẻ mặt hớn hờ. Thằng em ngây thơ không hề để ý đến khía cạnh vô lý của sự nhờ vả, càng không nghĩ thằng anh đang cố tình chơi xấu nó” [1]. Nhưng có một sự thật là ai trong chúng ta cũng đã từng trải qua cảm giác này, và đối với những người đã từng như vậy thì những hành động, suy nghĩ này của Thiều lại chẳng đáng trách chút nào. Ngược lại, nó lại rất ngây ngô, rất bản năng của một đứa trẻ sắp lớn. Đặc biệt hơn, Thiều thường bộc phát làm những điều sai trái rồi sau đó mới hối hận nhưng lại rất dễ lặp lại lỗi mòn đó: “Tôi vừa khổ tâm về sự quẩn quít giữa thằng Tường và con Mận, vừa khổ tâm về sự khổ tâm của mình, cả hai sự dày vò đó chồng lên nhau khiến tôi cảm thấy mình giống như người bị ngộp nước. Trong lúc bị đủ thứ cảm xúc tệ hại nhấn chìm, tôi đã làm một chuyện mà mãi mãi về sau tôi vẫn còn ân hận” [1]. Ở chương 7, sau khi dùng “trá hàng” để ném đá vào đầu Tường khiến em chảy máu, Thiều day dứt thực sự và tự hứa: “mai mốt nếu thằng Tường gặp phải hoạn nạn gì, bị ba tôi phạt đánh đòn vì tội ham chơi bỏ bê bài vở chẳng hạn, tôi sẽ xung phong nhận thay cho nó” [1]. Đây là lời hứa chân thành nhưng chỉ vài ngày sau khi bị ba bắt gặp đánh bài, Thiều lại “ba chân bốn cẳng vù ra cổng để mặc thằng Tường ở lại một mình chịu trận”. Chính sự không hoàn hảo ấy lại trở thành đặc điểm nổi bật để người ta nhớ về nhân vật này. Đối lập với nhân vật Thiều là thằng Tường, người em hiền lành biết nhường nhịn. Tường là nhân vật đối lập hoàn toàn với người anh nhưng cũng là một kiểu tính cách thường gặp trong mối quan hệ gia đình: đứa em ngoan ngoãn, hiểu chuyện, yêu thương anh vô điều kiện. Tác giả miêu tả Tường với ngôn ngữ huyền thoại hóa: “Tường mang khuôn mặt thanh mảnh của mẹ tôi và đôi mắt to với cặp lông mi dài của ba tôi. Tóc nó dày, mịn như tơ, da trắng hồng, miệng rộng với hàng răng

trắng và đều tăm tắp như những viên đá cuội được mài dũa và sắp xếp cẩn thận. Mỗi khi Tường cười có cảm giác gương mặt nó đang tỏa sáng” [1]. Về bề ngoài thân thiện của Tường là đòn bẩy để tạo ra sự tương phản với số phận éo le của cậu. Đứa trẻ đẹp nhất lại là đứa bị húng trợn những trận đòn roi nhiều nhất, không phải vì mình mắc lỗi sai mà thường bị lôi vào những rắc rối. Điều làm nhân vật Tường trở thành nhân vật có tính hình mẫu là cách nhân vật ứng xử trước những bất công ấy. Sau khi bị Thiều lừa và ném đá trúng đầu, Tường không hề trách móc, nó còn an ủi ngược lại: “Anh bỏ chạy là đúng rồi. Anh là anh hai, nếu anh đứng đó, em ăn đòn ít hơn nhưng anh sẽ chết với ba” [1]. Câu nói của Tường không phải là sự cam chịu, nó bắt nguồn từ tình yêu thương thực sự, loại tình cảm không cần điều kiện và không cần phải ghi nhận. Hình ảnh nhân vật Tường được xây dựng rất giống với những nhân vật chính diện trong truyện cổ tích: hồn nhiên, bao dung, hiền hậu, yêu động vật và hy sinh vì người mình thương. Điểm khác biệt của truyện đó là thay vì mô típ người anh hùng dũng bắt nạt người em yếu đuối thì tác giả đã đảo ngược lại, lấy người em làm “ngọn hải đăng” cho đạo đức và tình thương còn người anh dần trưởng thành sau những lỗi lầm. Không thể bỏ qua con Mận, cô bạn thân thiết của hai anh em. Đây là nhân vật trung tâm giữa Thiều và Tường, các xung đột cũng nảy sinh từ vòng xoay đó mà ra. Mận được giới thiệu với hình ảnh nữ nổi bật nhất câu chuyện. Tuy không xinh đẹp nổi bật, không tài giỏi xuất chúng nhưng nhân vật này lại là người bạn thực sự đáng tin cậy. Ta bắt gặp thấy cô bé cũng giống như người bạn nào đó trong lớp thời cấp sách tới trường: nhỏ nhẹ, không tranh giành đấu đá, có thể đến bên chia sẻ lúc cảm xúc vui buồn. Mận với Tường thân thiết hơn cả có lẽ cũng vì tính cách khá giống nhau. Khi bị mẹ đánh đòn, con Mận không khóc lớn hay kể lể, nó chỉ “thò tay ra ngoài cửa sổ” ngồi hong khô nước mắt và Thiều “không hỏi nữa. Vì tôi hiểu rồi”. Khoảnh khắc im lặng thấu hiểu này là biểu tượng tình bạn thực sự. Thứ tình bạn không cần lời giải thích hay an ủi bằng lời, chỉ cần sự hiện diện. Bên cạnh đó, Chú Đàn tuy là nhân vật phụ nhưng có vai trò quan trọng nhất về mặt tư tưởng. Chú tuy mất đi một bàn tay nhưng lại thổi acmonica hay, kể chuyện giỏi và vẽ đẹp. Câu chuyện về năm cái hoa tay ở chương 1 không chỉ là chi tiết hài hước mà như một sự thức tỉnh

mang tính triết học: “Nhưng dù bàn tay phải của chú không còn nữa thì chú vẫn là người có năm cái hoa tay chứ?”, “Không! Con nói rất hay! Điều đơn giản thế mà lâu nay chú không nghĩ ra!” [1]. Chú Đản là đại diện cho kiểu người nén trong mình nhiều vết thương cũ nhưng vẫn có thể vui cười, lan truyền sự tích cực tới người khác. Một nhân vật cuối cùng tuy thời lượng xuất hiện khá ít nhưng mang tính điển hình rất rõ đó là Ba Thiều. Nhân vật này đại diện tiêu biểu cho hình mẫu người đàn ông trụ cột trong gia đình. Hình ảnh người cha truyền thống có tính nghiêm khắc, khuôn mẫu trong giáo dục con cái nhưng vẫn giữ trọn tình làng nghĩa xóm, khéo léo trong việc đối nhân xử thế nên được mọi người xung quanh yêu quý. Ông làm thơ trên hàng xóm, kể chuyện Tiết Đình San và Phàn Lê Huê say sưa nhưng cũng là người “không biết kiếm đâu ra cây roi mây, giắt trên vách”. Qua hình ảnh của Ba Thiều, ta thấy được phần lớn người cha thế hệ cũ đó vừa nghiêm khắc, vừa giàu tình thương. Cách họ thể hiện tình yêu thương thường qua kỷ luật để rèn con cái theo nề nếp gia đình, chuẩn mực đạo đức chứ không phải những lời ngọt ngào nịnh tai. Những độc giả thế hệ 9x trở về trước lớn lên trong gia đình trọn vẹn sẽ nhận ra ngay bóng dáng của cha mình qua nhân vật này.

Với *Con chim xanh biếc bay về*, tác giả xây dựng hình ảnh các nhân vật đại diện cho bức tranh đô thị Việt Nam đương đại, đặc biệt là thế giới của những người trẻ tỉnh lẻ lên thành phố mưu sinh. Nổi bật nhất phải nói tới Khuê – cô gái không có xuất thân khác biệt. Ba cô làm công nhân thu mua phế liệu, gia đình cơ bản chẳng có gì dư dả, lên thành phố với tài sản duy nhất là chiếc xe đạp cũ được ba mẹ tích góp tiền tiết kiệm mua cho. Những dòng mở đầu tác phẩm là những lời tự giới thiệu rất chân thành, ngắn gọn của Khuê. Nhìn vào cô, người đọc thấy hình ảnh Gen Z, Gen Y, cũng hình dung ra chính mình của những năm tháng đầu đời bước chân lên thành phố, phải tự lập xoay sở trong guồng công việc. Những người trẻ vừa kiên cường, vừa dễ tổn thương, vừa bướng bỉnh vừa biết ơn, vừa khao khát tình yêu vừa sợ bị tổn thương. Nhân vật này phổ quát bởi ai cũng sẽ bắt gặp bóng dáng mình ở khía cạnh nào đó, không phân biệt giới tính, độ tuổi. Khuê chính là hình mẫu cho thanh niên ngày nay, cô gái trẻ nhưng đầy nghị lực, tự lập, cân bằng giữa việc học và đi làm thêm

để trang trải cuộc sống và trả nợ học phí. Sếp của cô – Sâm lại là người đàn ông cứng rắn, người quản lý trẻ tuổi sống có lý tưởng, nguyên tắc và đề cao đạo đức trong kinh doanh lẫn đời sống. Nhân vật Sâm có lẽ không phải là kiểu nhân vật phổ biến thường được các tác phẩm văn học khai thác nhưng với người trẻ lại rất dễ nhìn thấy bản thân mình qua đó. Sâm là hình mẫu người bị tổn thương từ tuổi thơ và quyết che giấu nỗi đau đó bằng thái độ lạnh lùng, nguyên tắc. Anh lớn lên với biệt danh “thằng Sẹo”, đứa trẻ bị bạn bè xa lánh vì mang gương mặt nhiều vết sẹo, hậu quả của việc lớn lên trong gia đình không hạnh phúc. Những vết thương ấy đã định hình con người anh: “Tôi lớn lên, gặt lấy sự lạnh lùng, dù muốn hay không. Cái quá khứ nặng nề mà tôi phải gánh trên vai để đi suốt thời trai trẻ đó, không dễ gì vứt bỏ” [2]. Sâm trưởng thành cùng những vết sẹo vô hình từ quá khứ và đang cố gắng mỗi ngày xây dựng cuộc sống bình thường, quyết không để quá khứ đó nhận định về con người mình. Nhân vật đã được tác giả xây dựng vừa có sự thương cảm nhưng không bi lụy, không thuyết giảng, chỉ kể ra những lời tâm sự để người đọc tự đồng cảm. Một nhân vật tiếp theo không thể thiếu đó là Lương – bạn đồng nghiệp vui tính của Khuê. Cô đại diện cho tuổi trẻ hồn nhiên, vô tư, luôn mang lại sự vui tươi trong môi trường làm việc căng thẳng. Lương bỏ ngành Giáo dục chính trị để học Ngữ văn vì “em yêu văn chương”. Khi được hỏi về việc mất thời gian một năm, cô thản nhiên: “Đời còn dài mà chị. Em mất một năm nhưng được nhiều thứ khác, quan trọng là em được học ngành mình thích” [2]. Chi tiết này mang đậm thể giới quan của giới trẻ hiện đại: dũng cảm theo đuổi đam mê dù phải đánh đổi nhiều thứ khác và có ý thức về việc theo đuổi mục tiêu trong cuộc sống. Ngoài các nhân vật trên, hai nhân vật chị Dần, cô Mười tuy xuất hiện thoáng qua nhưng có vai trò quan trọng trong việc phác họa bức tranh xã hội. Chị Dần bán gà ở chợ Nguyễn Tri Phương còn cô Mười bán thịt heo ở chợ Bến Thành. Họ đại diện cho tầng lớp tiểu thương, lao động thầm lặng ở những khu chợ bình dân Sài Gòn. Nguyễn Nhật Ánh miêu tả họ một cách bình thường như bao người xung quanh có phẩm giá và đạo đức nghề nghiệp riêng. Sâm lựa chọn mua thực phẩm ở chỗ họ không chỉ vì chất lượng mà vì “đạo đức mua bán bao giờ cũng

dựa trên đạo đức cá nhân”. Đó là phẩm chất rất cần thiết đối với mọi ngành nghề, nhất là khi cạnh tranh thị trường khốc liệt như hiện nay.

2.4.2. Tâm lý nhân vật đơn giản

Tâm lý đơn giản không có nghĩa là sự nông cạn, hời hợt hay thiết chiều sâu. Trong văn học đại chúng, hai chữ “đơn giản” được hiểu theo nghĩa tâm lý nhân vật dễ được nhận ra, bộc lộ trực tiếp, không đòi hỏi độc giả phải giải mã nhiều tầng ý nghĩa. Học giả John Storey gọi đây là đặc điểm then chốt giúp văn học đại chúng tiếp cận được đông đảo bạn đọc. Người đọc không cần phân tích dài dòng để hiểu được cảm xúc của nhân vật. Nguyễn Nhật Ánh giúp nhân vật bộc lộ cảm xúc qua hành động cụ thể, sử dụng đối thoại nội tâm và đặt nhân vật vào những tình huống quen thuộc để tâm lý tự hiện lộ.

Tâm lý ghen tị của nhân vật Thiều là một nét tâm lý được miêu tả đơn giản và đem lại hiệu quả nhất trong tác phẩm. Tác giả không hề đi giải thích lý do tại sao Thiều lại nảy sinh tâm lý này mà chỉ tập trung cho độc giả thấy những hành động của Thiều khi buồn bực, ghen tức. Khi thấy Tường đặt tay lên vai con Mận một cách thân thiện, Thiều không hề kể ra cảm xúc của mình, cậu chỉ “bỗng cụt hứng khi ánh mắt tôi bắt gặp bàn tay thẳng Tường trên vai con Mận. Cứ như một mũi dao vừa chọc thủng quả bóng mộng mơ trong tôi” [1]. Rồi cậu “để rơi ánh mắt xuống mũi chân, gượng gạo nói: “Ừ!” khi được hỏi có nên chia tiền cho Mận hay không. Người đọc có thể suy đoán ra ngay tình cảm của Thiều đối với Mận và nó cảm thấy ghen vì thẳng Tường ở cạnh đứa con gái mình để ý. Hay cách đơn giản hóa tâm lý hiệu quả khác là miêu tả cảm xúc thông qua phản ứng cơ thể một cách rõ ràng. Chi tiết miêu tả nỗi sợ ma của Thiều rất tiêu biểu cho lập luận trên: “Khi ngoảnh cổ nhìn ra sau thì không thấy ai. Nhưng hễ quay lại là tôi nghe có tiếng chân bước ngay sau lưng. Tôi sợ quá, co cẳng chạy, người phía sau cũng chạy theo tôi, tiếng chân thành thịch khiến tôi muốn sồn ra quần” [1]. Từng câu chữ “sồn ra quần” đã nói lên tất cả. Không cần mô tả cảm giác kinh hoàng, cũng không cần đi phân tích tâm lý trẻ thơ mà chỉ với ba chữ thôi cũng đủ để người đọc hiểu ngay ra mức độ sợ hãi. Hơn nữa, họ còn có thể bật cười ngay được vì những trải nghiệm cảm xúc giống với chính mình. Tâm lý phức tạp nhất

được Nguyễn Nhật Ánh đơn giản hóa là tâm lý hồi hận của Thiều. Ở chương 7, sau khi bỏ chạy để mặc Tường bị bố đánh đòn, Thiều tự nhủ: “Mấy ngày sau, nhân cả nhà đi vắng tôi rủ Tường ra sau hè ngồi đánh bài cát tê, bị ba tôi thành linh về nhà nhìn thấy, tôi lập tức quên hết những lời tự thề thốt, lại ba chân bốn cẳng vù ra cổng để mặc thằng Tường ở lại một mình chịu trận” [1]. Không có lời bình luận, không kèm theo lời giải thích, chi tiết ấy chỉ ngầm cho chúng ta nhận ra: con người thường dễ thề thốt hơn là thực hiện lời thề. Đây là tâm lý thực mà ai cũng đã rõ nhưng ít ai dám thừa nhận thẳng thắn. Và chính điều đó, cái sự thật tác giả không cố bảo vệ hay lý giải cho nhân vật làm người đọc hoàn toàn tin tưởng vào tính chân thực của câu chuyện. Ngoài sự biến đổi tâm lý của Thiều thì nhân vật thằng Tường cũng được miêu tả với sự ngây thơ, niềm tin vào những điều kỳ diệu khó nắm bắt. Trong phần cuối của tác phẩm, những chi tiết Tường kể về nàng công chúa đến thăm bên cửa sổ lúc bệnh nặng là ví dụ đẹp nhất về cách Nguyễn Nhật Ánh miêu tả tâm lý trẻ thơ tuy đơn giản nhưng không dung tục. Tường tin thật sự mình đã thấy một cô công chúa mặc áo đầm xanh và gọi mình là phò mã. Thiều không hề bác bỏ suy nghĩ đó mà chỉ nhận ra: “Ảo ảnh không thể lặp lại đến hai lần và điều quan trọng nằm ở chỗ trừ câu chuyện về nàng công chúa bên cửa sổ, mọi hành vi, cử chỉ lẫn lời ăn tiếng nói của Tường đều bình thường” [1]. Niềm tin vào điều kỳ diệu lúc đau ốm là tâm lý cứu rỗi thường gặp và tác giả đã lựa chọn cách miêu tả nó theo chiều hướng tin tưởng duy nhất.

Với Khuê trong *Con chim xanh biếc bay về*, tác giả xây dựng tâm lý cho nhân vật theo kiểu tự ý thức. Cô không chỉ buồn bực mà cô còn tự biết mình mang tính cách đó. Điều này tạo nên sự hài hước tự chiều: “Tôi là đứa buồn bực, nếu là trường hợp khác tôi đã cự lại. Nhưng Sâm là sếp tôi. Tôi đi làm cũng chỉ được mười ngày, không biết bị đuổi việc lúc nào” [2]. Tâm lý của Khuê rất dễ đọc vị, đơn giản là cô muốn cãi nhưng cố khựng lại vì lý do thực tế. Đây hoàn toàn không phải là sự đấu tranh tâm lý phức tạp. Nó chỉ được hiểu đơn giản là logic của người trẻ mới đi làm. Chắc hẳn rất nhiều bạn trẻ đã từng rơi vào trạng thái như vậy. Đặc biệt trong mối quan hệ với Sâm, cô không tự nhủ “tôi đang yêu anh ấy” mà cô chỉ để ý mình luôn muốn gây gổ với anh “Tôi rơi vào cảm giác thèm gây gổ”. Cách miêu tả cảm xúc khi

chớm yêu rất thực, người ta thường không nhận ra tình cảm dành cho đối phương một cách rõ ràng mà chỉ nhận thấy luôn muốn thu hút sự chú ý của người đó, kể cả qua tranh cãi. Ngược lại, Sâm có nội tâm phức tạp hơn nhiều nhưng vẫn được bộc lộ theo cách đơn giản cho công chúng dễ tiếp nhận. Đoạn độc thoại của Sâm về quá khứ của mình được kể dưới góc nhìn ngôi thứ nhất dường như là một trong những đoạn văn xuôi đẹp nhất của tác phẩm: “Tôi chẳng ghét bỏ hay thù hận ai, nhưng tôi trở thành người sống khép kín, không thích giao du. Những đêm mưa thao thức, tôi đã không ít lần bản thân tự hỏi: Làm sao để chữa lành nỗi đau bé thơ? Vết thương thời thơ ấu phải chăng là loại vết thương mãi không lành?” [2]. Đoạn văn minh họa rõ nhất cho tâm lý của người trưởng thành mang trong mình nhiều vết xước từ quá khứ. Câu hỏi cuối đoạn vết thương thời thơ ấu có lành được không là câu hỏi nhiều người trưởng thành đã tự vấn chính mình. Bằng cách đặt nó vào miệng Sâm, tác giả đã tạo ra điểm tương giao giữa nhân vật với tất cả độc giả đang sống cùng nỗi băn khoăn đó. Tác phẩm cũng tạo ra sự thoải mái, nhẹ nhàng giữa những câu chuyện có tính triết lý về cuộc đời thông qua các tình tiết về nhân vật Lương. Cô là nhân vật tạo ra sự cân bằng cho câu chuyện, là nhân vật có tâm hồn dễ thương nhất. Đối với nhân vật này, tác giả không miêu tả cầu kỳ tâm lý có các mâu thuẫn hay trăn trở nào cả. Cô đơn giản là yêu thích văn chương nên quyết định bỏ ngành học hiện tại theo đuổi mục tiêu lớn nhất. Khi làm sai thì cô thừa nhận thẳng thắn: “em tưởng trứng nào cũng là trứng, đâu có biết trứng màu xanh ngon hơn” [2]. Cô luôn mang lại cho mọi người sự thoải mái, không khí vui vẻ. Tâm lý của Lương chính là tâm lý của những người trẻ lạc quan, sống theo cảm xúc nhưng không vô trách nhiệm. Nó rất cần được lan tỏa trong xã hội hiện đại nhiều áp lực, đang khiến con người không còn muốn đi tìm niềm vui từ những điều nhỏ nhất xung quanh mà chỉ mang tâm trạng nặng nề tồn tại qua ngày.

2.4.3. Nhân vật giàu cảm xúc

Nếu tâm lý đơn giản là cách nhân vật được trình bày thông qua các yếu tố như hành động, đối thoại nội tâm hay thông qua các tình huống, thử thách thì giàu cảm xúc được coi là chiều sâu của cảm xúc mà độc giả nhận được. Một nhân vật giàu cảm xúc không phải là nhân vật phải luôn khóc hay luôn vui mà là kiểu nhân vật khiến

người đọc cảm nhận được điều gì đó sau khi theo dõi câu chuyện của họ. Fiske gọi đây là khoái cảm cảm xúc, loại cảm xúc căn bản nhất mà văn học đại chúng mang lại. Hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* đều tạo ra ít nhất bốn loại trạng thái cảm xúc lớn bao gồm: hài hước, xúc động, lo lắng và yêu thương. Các kiểu cảm xúc này thay đổi qua lại giữa các nhân vật, không cố định cho một nhân vật nào hay một chương trong tác phẩm.

Thiều là nguồn cảm xúc hài hước chính cho tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*. Sự hài hước ấy luôn đến từ sự tương phản giữa ý nghĩ nghiêm túc của cậu và sự trớ trêu của tình huống xảy ra. Ở chương 15, khi cần nhờ Sơn đưa thư giúp cho con Xin, Thiều lựa lời: “Những lá thư như thế này người ta phải nhờ tới chim xanh” [1]. Thăng Sơn nghe vậy ngẩn người ra hỏi lại: “Chim xanh là gì?”. Thiều giải đáp: “Chim xanh tức là... người đưa thư đặc biệt” rồi “vỗ vai Sơn, bằng động tác đó tôi hy vọng có thể dập tắt những câu hỏi tiếp theo chắc rất là oái ăm của nó: “Mày là chim xanh của tao”. Sự hài hước đến từ hình ảnh của cậu bé 13 tuổi đang cố gắng bắt chước người lớn cụ thể là chú Đàn và chị Vinh trong chuyện thổ lộ tình cảm, bằng kiểu ngôn ngữ rất trịnh trọng mà không hiểu rõ ý nghĩa của những câu từ đó. Người đọc buồn cười một phần vì sự ngây ngô của hai cậu bé, phần còn lại là cười cho sự cố tỏ ra trưởng thành giống bản thân mình hồi bé. Cảm xúc ấy tiếp diễn qua tình tiết Sơn đòi lấy hết cả năm bi làm thù lao đưa thư, khiến Thiều phải “tiếc hùi hụi sao trước đây con ma treo cổ trong nhà thăng Sơn không bắt hồn nó quách cho rồi” [2]. Một ý nghĩ rất thâm nho nhưng lại rất trẻ con, phi thực. Những khoảnh khắc xúc động nhất của tác phẩm không đến từ những biến cố lớn mà từ những chi tiết nhỏ, bình thường nhưng thuần khiết. Sau khi bỏ chạy để Tường lại một mình chịu đòn, đêm đó Thiều thì thầm: “Mày đừng giận tao nghe. Hồi trưa đáng lẽ tao không nên bỏ chạy. Nếu ba đánh đòn cùng lúc hai đứa, tao đã san sẻ được với mày”, “Anh chạy là đúng rồi”, “Anh là anh Hai...sẽ chết với ba” [1]. Câu trả lời của Tường gây xúc động đặc biệt vì nó vượt ngoài mong đợi. Thay vì trách móc, giận dỗi, cậu lại bảo vệ ngược lại người bỏ lại mình lúc nước sôi lửa bỏng. Cậu đưa ra lời giải thích dựa vào logic của tình thương chứ không phải lí lẽ đề cao hành động của bản thân. Không phải tác phẩm

văn học đại chúng nào cũng tạo ra được những tình tiết đắt giá như vậy. Kiểu xúc động tạo ra không phải qua cảnh khóc lóc bi thảm mà qua sự chân thành, trong sáng bất ngờ trong một khoảnh khắc bình thường. Theo dõi tác phẩm ta còn thấy trong đó có những suy nghĩ lằng lo của nhân vật qua các tình huống nguy hiểm. Sau trận lũ, Thiều và người đọc đều tỏ rõ sự lo lắng trước thực tế đau lòng. Hình ảnh “con tôm tuyệt” là sự cụ thể hóa cái nghèo khó và điều đó làm người đọc xuôi theo dòng cảm xúc cùng với những gia đình nhỏ nơi đây. Cuối cùng, độc giả còn nhận được cảm giác ấm lòng qua hình ảnh 5 chiếc hoa tay của chú Đàn. Nó khiến ta nhận ra rằng con người có khả năng tìm thấy niềm vui và giá trị của bản thân ngay cả sau những khiếm khuyết, mất mát.

Trong tác phẩm *Con chim xanh biếc bay về*, niềm vui chủ yếu đến từ những cuộc hội thoại giữa Sâm và Khuê. Những câu chuyện có nội dung rất đời thường: chọn gà, mua trứng, chất lượng thịt heo. Sâm nói cho Khuê cách lựa mua gà với giọng như triết gia: “Bằng tay, bằng mắt, cả bằng mũi, tóm lại là bằng trực giác, nói khác đi là bằng kinh nghiệm” [2]. Và Khuê phản bác lại: “Vậy anh phải ăn hết mười con gà ở mười chỗ bán trong chợ Nguyễn Tri Phương để quyết định chọn mua gà của chị Dần sao?” [2]. Sự tương tác qua lại một cách rất nghiêm túc về một vấn đề không đao to búa lớn và lời nói hơi mang tính chọc ngoáy của Khuê tạo nên sự hài hước cho câu chuyện. Bên cạnh đó, người đọc không khỏi xúc động với những tình tiết liên quan đến cuộc đời của Khuê. Chi tiết Khuê kể về cuộc sống gia đình, về sự tích chiếc xe đạp cũ đến công việc đều khiến ai từng trải qua cũng thấy bận lòng cùng nhân vật. Nó không được khai thác dưới dạng bi kịch mà được kể bằng giọng văn bình thản. Chính cảm xúc bình thản ấy tạo ra cảm xúc tự nhiên, ta vô tình nghĩ tới cha mình, đến những lần cha mẹ chọn lựa cho mình những thứ “không đẹp mà bền” mà lúc đó mình không hiểu rõ được. Còn với Sâm, nỗi cô đơn của người đàn ông lớn lên với biệt danh “thằng Sẹo”, bị bạn bè ruồng rẫy, đặc biệt hơn so với sự hài hước và nỗi xúc động của Khuê khá nhiều. Sâm thú nhận: “Rất nhiều lần tôi bắt gặp mình thêm được riu rít như Lương, hồn nhiên như Tịnh và bốc đồng như Khuê. Nhưng tôi không phải là họ. Tôi là Sâm” [2]. Cái Sâm đang cần đó là sự đồng cảm sâu sắc. Vậy nên,

độc giả khi hiểu về nhân vật này sẽ luôn muốn yêu thương, giúp Sâm có thể trở thành phiên bản khác tốt hơn, tự tin phá bỏ định kiến về mình. Có lẽ, những người xung quanh Sâm cũng nhận ra điều đó và đối xử một cách tử tế nhất với anh. Nếu Sâm nhường lại chiếc Cup 81 cho Khuê với giá rẻ hơn thị trường nhưng âm thầm không tiết lộ cho cô biết thì chị Dần lại để dành gà ngon nhất cho quán ăn của Sâm; cô Mười chọn thịt heo kỹ lưỡng đạt chuẩn cho quán. Những hành động nhỏ này như ngọn lửa nhỏ nhen nhóm sưởi ấm lòng người xuyên suốt tác phẩm. Đọc tác phẩm ta không còn thấy một đô thị quá xô bồ, quá nhanh chóng, quá mệt mỏi mà vẫn có những điều tốt đẹp đang hiện diện một cách bình thường nhất.

Nhìn nhận lại toàn bộ hệ thống các nhân vật trong hai tác phẩm, có thể thấy Nguyễn Nhật Ánh đã xây dựng cấu trúc nhân vật khá tương đồng và có sự hỗ trợ lẫn nhau. Người đọc tìm thấy bóng dáng mình qua những nhân vật mang tính hình mẫu, tạo ra sự kết nối về mặt tâm hồn từ những bước đầu. Bên cạnh đó, người đọc không chỉ nhìn thấy mà còn cảm nhận thấy nhiều cung bậc cảm xúc: vui, buồn, lo lắng, ám áp trong suốt hành trình theo dõi câu chuyện. Sự kết hợp những yếu tố trên là điều kiện để đưa tác phẩm lan tỏa tới nhiều độc giả hơn. Đúng như Maina (2024) đã lập luận: “Những gì hôm nay chạm đến trái tim của hàng triệu người, ngày mai sẽ trở thành tài sản văn hóa không thể thay thế của một thời đại” [47].

Tiểu kết chương 2:

Thông qua việc nghiên cứu hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về*, chương 2 đã đi phân tích và làm sáng tỏ những đặc trưng nghệ thuật cốt lõi đã tạo nên tính đại chúng trong văn xuôi Nguyễn Nhật Ánh. Từ phương diện cốt truyện và nghệ thuật trần thuật, tác giả đã khéo léo sử dụng kết cấu tuyến tính, những tình huống xung đột đời thường cùng kết thúc mở giàu tính gợi để kéo gần khoảng cách với người đọc. Hệ thống nhân vật cũng được tạo dựng một cách đặc sắc, khác biệt với những hình tượng có tính đại diện cao cho số đông công chúng, sở hữu tâm lý đơn giản, logic nhưng lại vô cùng giàu cảm xúc, nhân hậu, dễ dàng khơi dậy sự đồng cảm sâu sắc nơi công chúng. Điều đặc biệt, việc lựa chọn điểm nhìn trần thuật ngôi thứ nhất đầy chân thực, kết hợp với ngôn ngữ giản dị, tự nhiên mang

đậm hơi thở đời sống và sự pha trộn linh hoạt các giọng điệu từ hài hước đến trữ tình, tính triết lý đã biến tác phẩm thành một thế giới tinh thần. Thế giới đó vừa mang tính giải trí cao vừa đậm chất nhân văn. Tất cả những yếu tố cấu trúc thi pháp trên không chỉ đáp ứng trọn vẹn thị hiếu thẩm mỹ của nhiều tầng lớp độc giả mà còn khẳng định vị thế vững chắc của tác giả trong dòng văn học đại chúng Việt Nam đương đại. Điều này tạo tiền đề vững chắc để tác phẩm tiếp tục lan tỏa và tích hợp mạnh mẽ vào các không gian văn hóa truyền thông đại chúng khác.

CHƯƠNG 3: CƠ CHẾ VẬN HÀNH VÀ TIẾP NHẬN TÁC PHẨM CỦA NGUYỄN NHẬT ÁNH

3.1. Cơ chế sản xuất và lưu hành văn hóa

Khi cầm trên tay một cuốn sách hay mua vé xem một bộ phim, người ta thường chỉ nghĩ đến nội dung câu chuyện, nhân vật có hay không, cốt truyện có hấp dẫn không? Hiếm ai dừng lại để hỏi: cuốn sách này được đưa đến tay mình theo con đường nào? Đơn vị nào có quyền đưa ra quyết định số ấn bản được in? Quy trình thiết kế minh họa bìa sách, hình ảnh trong sách muốn truyền tải điều gì? Hay bộ phim đó được làm theo cơ chế gì và quảng bá tới khán giả như thế nào? Những câu hỏi trên không phải là câu hỏi của nhà phê bình văn học thuần túy mà là câu hỏi của nghiên cứu văn hóa đại chúng. Đằng sau thành công của một tác phẩm đó là cả một hệ thống sản xuất có tổ chức, vận hành như một dây chuyền công nghiệp. Theo Horkheimer & Adorno (1944), văn hóa đại chúng không phải tự nhiên mà có. Nó là sản phẩm của công nghiệp văn hóa bao gồm: một hệ thống sản xuất, phân phối và tiêu thụ được thiết kế để tối đa hóa khả năng tiếp cận của công chúng và lợi nhuận. Hai tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh là những trường hợp điển hình để phân tích công nghệ sản xuất văn hóa đại chúng tại Việt Nam, bao gồm các ấn phẩm: sách giấy, phim chuyển thể và các sản phẩm liên ngành khác với quy trình chuyên nghiệp, chiến lược bài bản và hiệu ứng xã hội lan tỏa. Hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* là những trường hợp lý tưởng để phân tích công nghệ sản xuất văn hóa đại chúng ở Việt Nam. Không chỉ thành công về mặt thương mại, hai tác phẩm trên còn thành công theo cách bền vững và có chiều sâu, qua sự kết hợp của chất lượng nội dung và hệ thống sản xuất chuyên nghiệp, bài bản.

3.1.1. Quy trình xuất bản công nghiệp

Trong hệ hình lý luận của vòng tuần hoàn văn hóa, mắt xích sản xuất (Production) không thuần túy là hành vi sáng tạo mang tính cá nhân của nhà văn mà là một quy trình công nghệ hóa biến sản phẩm tinh thần thành thứ hàng hóa có tính thương mại. Dựa trên thực tế khảo sát hai tác phẩm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*

và *Con chim xanh biếc bay về*, quy trình sản xuất công nghệ này được quy hoạch thành một mô hình tuyến tính tích hợp gồm ba giai đoạn cốt lõi dưới đây:

MÔ HÌNH QUY TRÌNH XUẤT BẢN CÔNG NGHIỆP

TỪ BẢN THẢO ĐẾN TÁC PHẨM – TỪ TRANG GIẤY ĐẾN GIÁ TRỊ VĂN HÓA



NHÀ XUẤT BẢN TRẺ

GIẢI ĐOẠN 1: TIỀN SẢN XUẤT

1 Khởi thảo bản thảo
(Tác giả)



Nguyễn Nhật Ánh
Tác giả

2 Tiếp nhận & Thẩm định
thương hiệu
(NXB Trẻ)



3 Quy hoạch chiến lược

- ✓ Ấn định thời điểm phát hành
- ✓ Dự kiến số lượng bản in
- ✓ Tạo đà chú ý bằng việc trích đọc online miễn phí



GIẢI ĐOẠN 2: SẢN XUẤT CỐT LÕI

1 Biên tập công nghiệp
(Chuẩn hóa cấu trúc
thi pháp đại chúng)



- ✓ Chuẩn hóa nội dung, cấu trúc.
- ✓ Hiệu đính, ngôn ngữ, nhịp điệu câu chuyện.
- ✓ Bảo toàn chất thơ, cảm xúc và tinh thần Nguyễn Nhật Ánh.

2 Thiết kế mỹ thuật
(Visual hóa: bìa, minh họa,
"artbook", quà tặng kèm)



- ✓ Thiết kế bìa, minh họa theo tinh thần tác phẩm.
- ✓ Artbook, postcard, bookmark, quà tặng kèm.
- ✓ Đồng bộ nhận diện thương hiệu NXB Trẻ.

3 Chế bản & Nhân bản hàng loạt
(In ấn công nghiệp quy mô
17.000 – 150.000 bản)



- ✓ Chế bản chuẩn, màu sắc chính xác.
- ✓ In ấn công nghiệp với chất lượng cao.
- ✓ Kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt.
- ✓ Sản xuất quy mô lớn, tối ưu chi phí.

GIẢI ĐOẠN 3: HẬU SẢN XUẤT & PHÂN PHỐI

1 Kích hoạt chiến lược
PR/Marketing đồng bộ
(Teaser, đặt trước – Pre-order)



Tạo sự chú ý, xây dựng cộng đồng người đọc.
Kích thích đặt trước và lan tỏa.

2 Xuất bản phát hành chính thức
đồng thời nhiều phiên bản
(Sách bìa mềm & Bản bìa cứng giới hạn)



3 Logistics & Phân phối đa kênh
(Độc quyền, Chuỗi nhà sách
Fahasa, Tiki, Shopee)



Phân phối rộng khắp,
nhẹ nhàng, hiệu quả.

4 Tạo đà hội tụ đa phương tiện
(Mở đường cho chương thể
Điện ảnh, Âm nhạc)



Mở rộng giá trị tác phẩm
trên nhiều nền tảng,
đến với công chúng đa dạng.

5 Tiếp nhận phản hồi
của thị trường



Lắng nghe – Phân tích – Điều chỉnh
để nâng cao chất lượng nội dung,
chiến lược và giá trị thương hiệu.

SÁCH LÀ
KHỞI NGUỒN – GIÁ TRỊ
LÀ ĐÍCH ĐẾN



NỘI DUNG CHẤT LƯỢNG



SẢN XUẤT CHUYÊN NGHIỆP



PHÂN PHỐI HIỆU QUẢ



GIÁ TRỊ BỀN VỮNG

Trong quy trình xuất bản các tác phẩm Nguyễn Nhật Ánh, tôi nhận thấy mối quan hệ chặt chẽ giữa tác giả và đơn vị Nhà xuất bản Trẻ. Đây không chỉ là quan hệ tác giả gửi bản thảo, nhà xuất bản in sách thông thường. Nó được coi là liên minh chiến lược dài hạn trong ngành sản xuất văn bản văn học đại chúng Việt Nam. Hai bên cùng xây dựng thương hiệu, cùng thiết kế sản phẩm, cùng chia sẻ rủi ro và cùng hưởng lợi từ thành công. Sự khác biệt này rất quan trọng vì nó cho phép hai phía cùng đầu tư duy trì tác phẩm dài hạn thay vì chỉ chạy theo lợi nhuận ngắn hạn mà không khai thác hết các tài nguyên vệ tinh của tác phẩm. Ngày 5/01/2021, Nguyễn Nhật Ánh và NXB Trẻ ký kết hợp đồng tác quyền toàn diện cho 47 tác phẩm. Ông Dương Thanh Truyền – Chủ tịch Hội đồng thành viên NXB Trẻ tiết lộ phạm vi của hợp đồng này vượt ra ngoài in ấn thông thường: “Không chỉ thực hiện việc in ấn, từ nay NXB Trẻ sẽ còn làm đại diện cho nhà văn Nguyễn Nhật Ánh thỏa thuận với các đối tác trong quá trình thực hiện những tác phẩm phái sinh: chuyển thể điện ảnh, kịch nói, cải lương và một số loại hình nghệ thuật khác... nhằm giúp cho các đứa con tinh thần của ông có thêm điều kiện tiếp tục lan tỏa đến với công chúng” [23]. Điều này có ý nghĩa rằng mỗi cuốn sách của Nguyễn Nhật Ánh không chỉ còn là một sản phẩm in ấn đơn lẻ. Nó có thể trở thành tài sản đa phương tiện, được khai thác trên nhiều nền tảng: sách giấy, sách điện tử, phim điện ảnh, kịch sân khấu, cải lương. NXB Trẻ đóng vai trò không chỉ là nhà in ấn mà là nơi quản lý tài sản văn hóa toàn diện. Mô hình trên là cách quản lý tác quyền hiện đại, phản ánh tư duy công nghiệp văn hóa đại chúng ở mức chuyên nghiệp. Tính tới thời điểm *Con chim xanh biếc bay về* ra mắt năm 2020, đây là tác phẩm thứ 46 của Nguyễn Nhật Ánh xuất bản tại NXB Trẻ [23]. Con số này không chỉ là thống kê. Nó là bằng chứng về sự ổn định và tin tưởng lẫn nhau của một mối quan hệ đối tác kéo dài vài thập kỷ. Sự ổn định cho phép NXB Trẻ xây dựng quy trình sản xuất ngày càng hiệu quả và hiệu quả hơn cho mỗi tác phẩm mới.

Trường hợp *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, tác phẩm thành công với việc xuất bản kỷ lục ngay trong ngày đầu tiên mở bán. Bước đầu trong quy trình sản xuất đó là thiết kế sản phẩm đa phân khúc, phục vụ nhiều nhóm khách hàng cùng lúc. Ngày 12/9/2010, *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* ra mắt lần đầu tiên. Nhưng thay vì

chỉ có một phiên bản duy nhất, NXB Trẻ phát hành đồng thời hai phiên bản khác nhau: 15.000 bản bìa mềm (giá 82.000 đồng) và 2.000 bản bìa cứng đặc biệt chỉ phát hành duy nhất cho lần đầu (giá 138.000) (NXB Trẻ, 2010). Quyết định thiết kế hai phiên bản này là chiến lược đa phân khúc thị trường cực kỳ thông minh. Bản mềm với giá 82.000 đồng phục vụ độc giả trẻ đại như học sinh, sinh viên, người đọc bình thường muốn đọc sách hay với giá phải chăng. Bản bìa cứng với giá 138.000 đồng kèm thông tin “chỉ phát hành một lần duy nhất” nhắm tới phục vụ nhóm khách hàng là những người hâm mộ Nguyễn Nhật Ánh, muốn sở hữu phiên bản đặc biệt như một tập vật. Những người coi mình là fan trung thành và muốn có phiên bản cao cấp. Thông tin chỉ phát hành một lần tạo ra sự khan hiếm có chủ ý. Đây là một kỹ thuật tiếp thị cổ điển nhưng luôn tạo ra hiệu quả: người ta muốn có những thứ là phiên bản giới hạn không phải ai cũng có thể sở hữu. Tiếp theo, biên sách giấy thành một món đồ có tính nghệ thuật. Những bức hình minh họa trong tác phẩm được kí họa bởi họa sĩ Đỗ Hoàng Tường – một trong những họa sĩ sách nổi tiếng nhất Việt Nam. Theo Bourdieu (1993), hợp tác với một nghệ sĩ có uy tín là cách để tăng vốn văn hóa cho sản phẩm. Cuốn sách không chỉ là văn bản mà còn là đối tượng thẩm mỹ có giá trị riêng. Nó biến tác phẩm văn học thành thứ không chỉ đáng đọc mà còn đáng sưu tập. Và những người mua ấn bản giới hạn không chỉ mua câu chuyện mà họ đã mua được một sản phẩm văn hóa có giá trị biểu tượng cao. Bước tạo tiền đề gây chú ý cho độc giả trước khi đưa cuốn sách ra thị trường đó là chiến thuật trích đọc online. Trước ngày 12/9, NXB Trẻ đã cho đọc miễn phí một số chương trình trên trang web của nhà xuất bản. Thay vì chỉ quảng cáo về nội dung, nhà xuất bản để người đọc trải nghiệm trực tiếp một phần nội dung, từ đó tự đánh giá và tự quyết định mua hay không. Chiến thuật này hiệu quả hơn là quảng cáo thông thường ở một điểm quan trọng là nó tạo ra sự tin tưởng. Người đọc không bị nhiễu thông tin quá nhiều bởi lời quảng cáo của nhà xuất bản mà có quyền chủ động lựa chọn nội dung phù hợp. Và khi họ quyết định mua, nó xuất phát từ trải nghiệm thực tế, tránh cảm giác thất vọng nếu như cuốn sách không đúng nhu cầu cần tìm hiểu. Kết quả của những bước chuẩn bị tạo đà cho buổi ra mắt đã thực sự gặt hái được nhiều điều ấn tượng. Toàn bộ bộ 17.000 ấn bản lượt

đầu được các đơn vị nhà sách đặt mua hết ngay trong ngày phát hành đầu tiên. Chiều cùng ngày, NXB Trẻ quyết định bổ sung 10.000 bản và xác nhận: “Việc tái bản một tựa sách ngay trong ngày phát hành đầu tiên có thể nói là một kỷ lục trong lịch sử xuất bản của Nhà xuất bản trẻ” [15]. Đây là bằng chứng rõ ràng nhất cho thấy quy trình sản xuất đã hoạt động có chủ đích và đúng mục tiêu. Sản phẩm được thiết kế kỹ lưỡng gồm hai phiên bản, minh họa sinh động. Kích cầu mua sản phẩm bằng việc thảo mãn nhu cầu tò mò về sản phẩm. Thị trường đọc đã hưởng ứng nhiệt tình tạo ra phản ứng vượt qua kỳ vọng. Tuy nhiên, điều thực sự ấn tượng của *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* không phải là kỷ lục ngày đầu mà là sức sống lâu dài của tác phẩm. Tính đến năm 2024, tác phẩm đã trải qua 43 lần tái bản với tổng số bản vượt qua 300.000 bản. Đây là con số mà phần lớn sách văn học Việt Nam có thể đạt được. Tác phẩm vẫn được độc giả mới tìm tới, được đọc qua nhiều thế hệ khác nhau. Mỗi lần tái bản NXB Trẻ lại làm mới tác phẩm bằng cách thêm thắt chi tiết: phiên bản có thêm bài giới thiệu của dịch giả Nhật Bản Kato Sakae, phiên bản kỷ niệm với thiết kế đặc biệt...Không những thế, tác phẩm đã có cơ hội mở rộng thị trường tiêu thụ sang các quốc gia khác. Năm 2017, *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* được dịch giả Kato Sakae chuyển ngữ sang tiếng Nhật và nhà xuất bản Canaria Communications (Nhật Bản) phát hành. Đây là tác phẩm thứ hai của nhà văn Nguyễn Nhật Ánh được dịch sang tiếng Nhật, sau truyện dài *Mắt biếc* được nhà xuất bản Terrain Inc ấn hành năm 2004 [12]. Thị trường Nhật Bản được lựa chọn không phải ngẫu nhiên. Nơi đây là thị trường xuất bản lớn và có chất lượng tiêu chuẩn cao. Nơi văn hóa đọc văn học thiếu nhi phổ biến rất rộng rãi. Sự hiện diện tại thị trường Nhật Bản không chỉ có ý nghĩa thương mại mà còn là chứng nhận của quốc tế cho giá trị tác phẩm. Đặc biệt, lời giới thiệu của Kato Sakae in trên các ấn bản Tiếng Việt: “Tuy truyện này viết về đề tài hiện đại nhưng thông qua câu chuyện cổ tích Việt Nam được kể trong truyện, tôi có thể đào sâu vào văn hóa truyền thống Việt Nam. Những trò chơi trẻ con ở vùng quê rất sinh động, đã cuốn hút tôi vào thế giới riêng của chúng, khiến tôi thấy vui thích, hồi hộp, lo lắng. Tôi hình dung tác giả là người hóm hỉnh, tinh nghịch như trẻ em, vì thế tôi hiểu được lý do vì sao *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* được đông đảo bạn đọc

yêu thích và được chuyển thể thành phim. Tôi tin chắc rằng truyện này sẽ được cả độc giả trẻ tuổi lẫn độc giả trưởng thành hoan nghênh”. Lời đề tựa này tạo cho độc giả niềm tin rằng sản phẩm họ cầm trên tay được học giả Nhật Bản ngưỡng mộ. Nó có thể tác động tới việc nhìn nhận cuốn sách của công chúng.

Mười năm sau lần đầu ra mắt *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, quy trình sản xuất của NXB Trẻ cho *Con chim xanh biếc bay về* đã có sự thay đổi đáng kể. Ngay từ lần đầu tiên phát hành, cuốn sách đã được tiêu thụ tổng 150.000 bản trong đó gồm 130.000 bản bìa mềm và 20.000 bản bìa cứng đặc biệt chỉ trong lượt đầu. So với 17.000 bản đầu tiên của *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* năm 2010 (đã tái bản thêm 10.000), con số 150.000 ấn bản ngay lần đầu của tác phẩm lần này đã tăng trưởng gần 9 lần trong 10 năm. Điều khác biệt này giải thích rõ ràng cho sự thay đổi chiến lược sản xuất. Nếu như 2010 NXB Trẻ đã cẩn thận đưa ra thị trường số lượng sách vừa đủ để xem xét thị trường thì 2020 với 46 tác phẩm thành công trước đó và thương hiệu Nguyễn Nhật Ánh đã dần được xác lập vững chắc, nhà xuất bản đã có thể tự tin triển khai quy mô lớn ngay từ đầu. *Con chim xanh biếc bay về* được đầu tư kể cả chất lượng nội dung lẫn thẩm mỹ. Nó phản ánh xu hướng cuốn sách thẩm mỹ ngày càng phổ biến trong thế hệ độc giả trẻ thích chụp ảnh và chia sẻ thông tin sách hay trên mạng xã hội. Những bức minh họa của Đỗ Hoàng Tường lần này là những bức tranh mở rộng ra toàn bộ hai trang giấy đôi, được đánh giá “đẹp như tranh triển lãm” cùng với đó là quà tặng kèm theo sách: một bộ 6 postcard xinh xắn thiết kế dễ thương, đặc biệt có trích in những câu thơ từ sách. “Sách in giấy Nhật vàng ngà loại chống lóa mắt và chống hút ẩm nên giấy không bị đổi màu, không bị ố - điều kiện cần cho các bạn sưu tập sách. Bìa sách cũng thể hiện hết hiệu ứng kỹ thuật mới: ép kim chữ lóng lánh và phun UV hình bìa mảng sáng bóng, tạo hiệu ứng nổi bật.” [29]. Bộ bưu thiếp là chi tiết đáng chú ý nhất. Hơn cả một món phụ kiện trưng bày, nó là nội dung truyền thông tích hợp. 6 bài thơ được in trên 6 thẻ postcard giúp người mua sách chia sẻ những trích dẫn đẹp lên mạng xã hội, gửi quà cho bạn bè, sử dụng hàng ngày liền nghĩ tới tác phẩm. Mỗi tấm thẻ là một sản phẩm và thương hiệu Nguyễn Nhật Ánh được lan tỏa xa hơn phạm vi cuốn sách. Một điểm hoàn toàn mới, thời điểm phát

hành cuốn hành đúng dịp miền Trung đang hứng chịu hậu quả nặng nề do lũ lụt lịch sử gây ra. Sự kiện ra mắt sách đã quyết định kết hợp yếu tố từ thiện vào sản phẩm nhạy cảm đó. Nó phù hợp cả yếu tố thương mại lẫn yếu tố xã hội. Việc này đánh vào tâm lý độc giả rằng mua sách cũng có thể đóng góp lợi ích cho cộng đồng. Người mua không chỉ tiêu thụ mà còn đang làm điều tốt, giúp những hoàn cảnh khó khăn gặp thiên tai. Đây là cách triển khai quảng bá khá hay vì cho độc giả đặc biệt là thế hệ trẻ được có cơ hội thể hiện trách nhiệm xã hội một cách dễ dàng. Điều đặc biệt, NXB Trẻ chọn ngày 11/11 ngày Lễ độc thân (Singles' Day) để phát hành Con chim xanh biếc bay về trên toàn quốc. Ngày này đã trở thành sự kiện văn hóa đại chúng ở Việt Nam trong những năm gần đây. Trong ngày này, người trẻ có truyền thống mua quà cho bản thân hoặc tặng bạn bè. Các số “1” tượng trưng cho sự lẻ loi nhưng vẫn có tinh thần tự chủ, phóng khoáng rất phù hợp với không khí tình yêu, sự cô đơn của những người trẻ trưởng thành trong tác phẩm.

Phân tích thành công trong đây chuyên đưa tác phẩm tới đông đảo công chúng không thể không đề cập tới phim điện ảnh chuyên thể. Đó là một trong những bước quan trọng nhất để kéo dài vòng đời tác phẩm. Bộ phim *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* (đạo diễn Victor Vũ, 2015) được ghi nhận là bộ phim đầu tiên tại Việt Nam được sản xuất theo mô hình hợp tác nhà nước - tư nhân [17]. Kinh phí sản xuất phim gần 20 tỷ đồng đến từ hai nguồn chính. Nguồn thứ nhất từ phía Nhà nước, Cục Điện ảnh đặt hàng và cung cấp tài chính hỗ trợ từ ngân sách Nhà nước. Nguồn thứ hai đến từ các hãng phim tư nhân như: Galaxy Media & Entertainment (Galaxy M&E), Sài Gòn Concert và Phương Nam Film. Trong đó, Galaxy Media & Entertainment (Galaxy M&E) chịu trách nhiệm sản xuất và phân phối chính. Tại sao mô hình này đặc biệt và trở nên quan trọng trong ngành công nghiệp điện ảnh? Lý do là nó giải quyết được vấn đề làm thế nào để kết hợp hợp lý tính nghệ thuật và tính thương mại? Các bộ phim nhà nước thường có chất lượng nghệ thuật qua thẩm định nhưng thiếu các kênh phân phối và tiếp thị hiệu quả. Các phim tư nhân có kỹ năng thương mại tốt nhưng đôi khi hi sinh chất lượng để chiều theo thị giác người xem. Mô hình hợp tác công - tư của *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* kết hợp được tính chất nghệ thuật của dòng

phim Nhà nước với năng lực phân phối và tiếp thị của tư nhân tạo nên sự bổ sung cùng phát huy thế mạnh cho tác phẩm. Lựa chọn đạo diễn cho phim cũng là vấn đề lớn ảnh hưởng tới đầu ra của phim. Victor Vũ là đạo diễn Mỹ gốc Việt, đã thành công với nhiều phim thương mại tại Việt Nam (*Cô dâu đại chiến*, *Quả tim máu*, *Scandal*) nhưng đồng thời đã hiểu biết sâu về văn hóa Việt Nam. Ông mang theo hai thứ cùng lúc là kinh nghiệm làm phim thương mại chuyên nghiệp theo tiêu chuẩn quốc tế và vốn am hiểu văn hóa Việt Nam đủ để đồng cảm với câu chuyện của Nguyễn Nhật Ánh. Đây là điều không phải đạo diễn nào cũng sở hữu được. Kịch bản bộ phim được truyền tay qua đạo diễn viết. Từ đạo diễn Việt Linh viết theo đơn đặt hàng từ 2013 (tức là hai năm trước khi ra mắt) đến Victor Vũ và cuối cùng là biên kịch Đoàn Nhật Nam. Việc mất khoảng thời gian dài và nhiều lần chỉnh sửa để cho ra bản thảo cuối cùng chất lượng là một thương vụ đầu tư khá mạo hiểm trong khâu tiền sản xuất. Đó là điều không phải phim Việt nào cũng dám làm mà thường chọn cách đơn giản hơn để tiết kiệm thời gian, chi phí sản xuất. Toàn cảnh bộ cảnh chính của phim được quay tại Tỉnh Phú Yên, với một số phân đoạn tại huyện Vạn Ninh (Khánh Hòa) và TP. Hồ Chí Minh. Đây là quyết định nhà sản xuất quan trọng nhất và cũng là quyết định tạo ra hầu hết giá trị của bộ phim. Tại sao lại lựa chọn Phú Yên? Vì nơi đây có những tài nguyên thiên nhiên mà không phim trường nào tái hiện lại được: đồi cỏ xanh trải dài, cánh đồng hoa dại vàng rực rỡ trong mùa, bầu trời xanh ngắt với những đám mây trắng, và không khí trong lành vùng nông thôn còn chưa bị đô thị hóa quá nhiều. Những yếu tố tự nhiên đó khi được Victor Vũ và các tổ quay phim khai thác đúng cách tạo ra chất lượng hình ảnh mà nhà phê bình của ELLE (2019) gọi là “đẹp nhất của phim Việt”. Quan trọng hơn, bối cảnh thực tế tạo ra tính chân thực mà kỹ xảo không thể mô phỏng. Người xem cảm nhận được rằng đây là không gian thật, không phải dàn dựng và điều đó làm tăng đáng kể cảm giác mê đắm mình vào câu chuyện. Hơn thế, nơi đây đã làm bùng nổ hiệu quả truyền thông và trở thành địa điểm du lịch nổi tiếng thu hút hàng ngàn khách tới tham quan. Đó là lợi ích ngoài dự định từ trước nhưng lại trở thành sản phẩm lâu dài nhất của dự án phim.

3.1.2. Chiến lược truyền thông

Nếu quy trình sản xuất là phân đoạn tạo ra sản phẩm thì truyền thông là giai đoạn đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Hai công đoạn này không tách rời nhau trong mô hình sản xuất văn hóa đại chúng hiện đại. Chúng được lên kế hoạch thiết kế bài bản từ đầu, bổ trợ lẫn nhau. Chiến lược truyền thông hai tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh có thể được phân tích theo ba giai đoạn gồm: trước, trong và sau ra mắt. Mỗi thời điểm lại có những mục tiêu khác nhau.

Ở giai đoạn tiền ra mắt, bộ phận truyền thông cho sách đánh động công chúng bằng cách tạo ra sự chờ đợi và hâm nóng thị trường. Trước khi cả *Tôi thấy hoa xanh vàng trên cỏ xanh* lẫn *Con chim xanh biếc bay về* chính thức ra mắt, NXB Trẻ đều dùng chiến thuật nhỏ giọt thông tin. Thay vì ngay lập tức công bố tất cả thông tin về cuốn sách tại sự kiện ra mắt, NXB lại tiết lộ thông tin từng phần theo lịch trình, liên tục kích thích tò mò và sự mong đợi của cộng đồng. Với *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, độc giả được đọc miễn phí một số đoạn trích trên website. Họ được nếm thử câu chuyện, cảm nhận giọng văn và hình tượng nhân vật. Nếu thích, chắc chắn những người đó sẽ có mặt sớm, sở hữu ngay cuốn sách trong ngày đầu tiên mở bán để tiếp tục đọc các nội dung còn lại. Mười năm sau, cách thức truyền thông cho *Con chim xanh biếc bay về* đã có nhiều điểm sáng tạo hơn. Facebook của NXB Trẻ liên tục đăng những thông tin như: “sách có rất nhiều thơ”; “tuyển tình cảm đặc biệt hơn so với những chuyện tình trong các cuốn sách khác”. Thông tin này đủ để kích thích sự tò mò nhưng không tiết lộ quá nhiều phần văn bản tác phẩm. “Một số câu thơ trong tác phẩm được công bố thông qua hình thức game *Xếp chữ thành thơ* để bạn đọc tham gia (*Xưa anh dứt áo ra đi / Nay anh quay lại chắc vì mỗi chân; Có người ngủ suốt mùa đông / Tỉnh ra không biết có chồng hay chưa...*)” [7]. Phần trò chơi này là ví dụ cụ thể về “văn hóa tụ” (Convergence Culture) của Henry Jenkins (2006). Lý thuyết của ông đã chỉ ra sự thay đổi căn bản trong vai trò của công chúng đối với môi trường truyền thông số. Ông nhấn mạnh: “Người tiêu dùng không còn đơn thuần là người tiếp nhận, mà trở thành người tham gia tích cực vào quy trình truyền thông” [42]. Thậm chí, truyền thông còn đẩy mạnh các bài viết dự đoán *Con chim xanh biếc bay*

về là câu chuyện về sự trở lại của nhân vật Ngạn trong *Mắt biếc* hoặc là hình bóng nhân vật cũ nào đó từ các tác phẩm trước. Dù những kỳ vọng đó có thể đúng hay sai so với mục đích sáng tạo của tác giả thì nó cũng vô tình tạo ra những bong bóng truyền thông xoay xung quanh tác phẩm. Việc này không cần tới chi phí quảng cáo nhưng đặc biệt hiệu quả vì đến từ sự quan tâm thực sự của công chúng. Không những vậy, ngay trên bìa sách *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, danh hiệu *Tác giả sách bán chạy nhất* được in nổi bật như một bảo chứng về chất lượng và độ tin cậy. Đây là một thủ pháp marketing đánh vào tâm lý đám đông, tạo hiệu ứng lan tỏa tích cực khi độc giả luôn muốn tìm đọc những gì đã được cộng đồng kiểm chứng. Chiến lược truyền thông tập trung vào việc định vị Nguyễn Nhật Ánh là “người soát vé trên chuyến tàu tuổi thơ”. Thông qua các bức thư gửi bạn đọc hay các lời tựa lãng mạn về con chim xanh hạnh phúc, tác giả đã tạo ra một sự đồng cảm sâu sắc với số đông độc giả đang khao khát tìm về những kỷ niệm trong trắng. Việc truyền thông đánh vào vùng ký ức chung này là chìa khóa giúp tác phẩm chạm tới mọi tầng lớp từ nam tới nữ, từ trẻ em đến người trưởng thành.

Ở giai đoạn ra mắt sách chính thức, sự kiện từ việc chỉ cần công bố ấn phẩm mới đã trở thành sự kiện văn hóa đô thị thu hút số lượng lớn người tham gia. Sự kiện ngày 12/12/2010 (ba ngày sau khi phát hành *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*), Nguyễn Nhật Ánh đã mở hộp báo tặng chữ ký cho bạn đọc tại sân NXB Trẻ (161B Lý Chính Thắng, Q.3, TP.HCM) từ 9 giờ đến 11 giờ. Hàng trăm bạn đọc xếp hàng chờ đợi từ sáng sớm. Hình ảnh hàng dài người xếp hàng để được tác giả ký tặng sách được báo chí và mạng xã hội chụp và chia sẻ rộng rãi. Tiếp cận những thông tin như vậy làm cho những người chưa thực sự quan tâm tới cuốn sách cũng trở nên tò mò và nảy sinh tâm lý hòa theo đám đông mà mua thử. Với *Con chim xanh biếc bay về*, sự kiện ra mắt được nâng quy mô lên đáng kể: 100 bạn đọc đến mua sớm nhất sẽ được ưu tiên sở hữu sản phẩm có chữ ký của nhà văn. Quan trọng hơn, sự kiện được phát triển đồng loạt tại 12 tỉnh thành trên cả nước: TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Kiên Giang, Cần Thơ, Vũng Tàu, Khánh Hòa, Huế, Đà Lạt, Đắk Lắk, Hải Phòng, Thái Nguyên [22].

Việc triển khai đồng bộ ở 12 tỉnh thành phố không chỉ thuận tiện cho người đọc mà còn coi đây như sự kiện văn hóa của cả nước, tạo độ phủ sóng cao.

Với bản chuyển thể điện ảnh *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, tác phẩm cũng có những bước đi chiến lược riêng từ khi tung trailer đến khi xuất hiện tại thảm đỏ Cannes danh giá. Ngày 8/5/2015, một video trailer dài 2 phút 19 giây xuất hiện trên mạng và lan truyền nhanh chóng. Nhà sản xuất tuyên bố đây chỉ là trailer phác thảo và kêu gọi gỡ bỏ các trang mạng. Nhưng trước khi gỡ bỏ, nó đã có hàng triệu lượt xem và chia sẻ. Đến ngày 5/11, trailer chính thức được phát hành. Câu hỏi đặt ra thời điểm đó là trailer draft được tiết lộ là sự nhầm lẫn thực sự hay là chiến thuật truyền thông có chủ đích? Tới nay vẫn chưa có câu trả lời xác thực, tuy nhiên hiệu ứng truyền thông của nó lại hiệu quả rõ ràng và mang lại lợi ích cho bộ phim. Người ta muốn xem những thứ chưa được phép xem nhiều hơn là bản quảng bá chính thức. Tâm lý “trái cấm” là một trong những đòn đánh tâm lý rất hiệu quả trong truyền thông. Trailer chính thức ngày 11/5 đã khai thác sâu chủ yếu ba yếu tố cảm xúc: hình ảnh thiên nhiên Phú Yên; âm nhạc hoài niệm và hình ảnh trẻ thơ hồn nhiên trong bối cảnh thiên nhiên phóng khoáng đó. Sự kết hợp của ba yếu tố này tạo ra phản ứng cảm xúc mạnh mẽ và tức thì. Chính hình ảnh cánh đồng cỏ xanh điểm hoa vàng, bài hát Thăng cuội vốn quen thuộc với thế hệ 7X – 8X cùng những gương mặt diễn viên nhí mộc mạc, ngây thơ, đúng lứa tuổi đã kết hợp với nhau tạo ra thương hiệu riêng biệt cho bộ phim này. Ngay sau khi tung trailer, nhà sản xuất đã công bố thông tin quan trọng rằng: phim đã được hãng Fortissimo Films - công ty bản quyền phim độc lập hàng đầu châu Âu có trụ sở tại Hong Kong và Amsterdam mua bản quyền phân phối quốc tế và được giới thiệu tại Chợ phim Cannes 2015 (LHP Cannes lần thứ 68). Việc giới thiệu phim tại Cannes có tác động rất lớn đối với khán giả Việt Nam. Thứ nhất, nó tạo ra uy tín đối với bộ phim xuất hiện trên thị trường quốc tế. Khán giả từ chỗ quen xem phim Hollywood hoặc các bộ phim nghệ thuật nước ngoài chiếu tại Cannes thì giờ đây có thể xem chính một bộ phim Việt Nam ở đó. Thứ hai, nó tạo được niềm tự hào dân tộc. Bộ phim được đại diện cho điện ảnh Việt Nam tại thời điểm đó chứ không chỉ một bộ phim riêng lẻ. Người xem không chỉ muốn coi nội dung hay, họ muốn ủng hộ

một sản phẩm giải trí quốc gia. Phim chính thức ra mắt ngày 10/2/2015, nhưng từ ngày 30/9, đã có hơn 200 buổi chiếu sớm trên toàn quốc. Thông qua đó, làn sóng đánh giá cả tích cực lẫn tiêu cực được bùng nổ rộng rãi. Nhưng chủ yếu khán giả đều thấy thỏa mãn cả hình thức lẫn nội dung bộ phim. Bài chia sẻ “Mình vừa xem phim, xúc động quá, khóc không ngừng được” từ người thật với trải nghiệm thật có sức thuyết phục hơn nhiều bất kỳ quảng cáo chính thức nào. Việc mở các suất xem trước còn cho người xem có cảm giác được hưởng đặc quyền giới hạn. Họ sẽ mang cảm giác đó để chia sẻ với những người xung quanh ngoài nội dung của bộ phim. Nhà sản xuất còn tận dụng thời gian để ghi lại phản ứng của khán giả trong phòng chiếu phim và phát tán rộng rãi. Những video ngắn ghi lại cảnh khán giả rơi nước mắt trong rạp tạo ra bằng chứng cảm xúc chân thực nhất. Một trong những điểm khác biệt quan trọng nhất giữa chiến lược truyền thông của *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và nhiều phim Việt Nam là khả năng duy trì sức nóng lâu dài sau nhiều tháng khởi chiếu. Một phần hiệu ứng đó tạo ra được nhờ vào hệ thống giải thưởng danh giá mà phim nhận được. Giải thưởng không chỉ là công cụ ghi nhận về mặt nghệ thuật mà còn là phương tiện truyền thông liên tục. Mỗi giải thưởng mới, mỗi tin tức mới là một lần phim được nhắc lại và có thêm một nhóm khán giả mới. Tháng 9/2015 trước ngày công chiếu chính thức: phim đạt Giải Phim hay nhất tại Liên hoan phim Quốc tế Con đường tơ lụa 2015 tại Phúc Châu, Trung Quốc do chính diễn viên Thành Long trao tặng. Giải thưởng quốc tế này là tín hiệu phim này đã được thế giới công nhận trước khi bạn xem. Cuối năm 2015, phim giành nhiều giải quan trọng tại LHP Việt Nam lần thứ 19, tạo được cú nổ tin tức trong nước ngay khi kết thúc hoạt động chiếu phim tại rạp. Năm 2016, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch chọn phim làm đại diện Việt Nam tham dự hạng mục Phim nước ngoài hay nhất tại giải Oscar lần thứ 89. Dù phim không lọt vào danh sách đạt giải của tổ chức nhưng việc được chọn mặt gửi vàng như vậy không phải bộ phim nào cũng dễ dàng có cơ hội chạm tới. Năm 2017, phim được phát hành tại Nhật Bản, phim lại được truyền thông nhắc lại lần nữa. Mỗi sự kiện trong chuỗi thời gian trên dù cách nhau nhiều tháng nhưng đều giúp phim hồi sinh sức sống, không bị dập tắt thông tin hoàn toàn. Tác phẩm chưa bao giờ kết thúc thực sự mà liên

tục có lý do để được nhắc tới. Không nằm trong bất kỳ kế hoạch truyền thông từ đầu nào nhưng trở thành một sản phẩm truyền thông lâu dài nhất của *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* chính là ứng dụng du lịch tại Phú Yên. Theo Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Phú Yên, lượng khách du lịch đến đây tăng 20–25% so với cùng kỳ năm trước khi phim công chiếu [28]. Tên gọi “xứ hoa vàng cỏ xanh” không phải tên hành chính mà là danh hiệu văn hóa đã gắn liền với Phú Yên trong tâm trí hàng triệu người Việt từ đó đến nay. Làn sóng du lịch chữa lành trở nên phổ biến, thay vì đến biển xanh rộng lớn, núi cao thì các bạn trẻ chỉ tới nơi đây để được check in cùng hoa cỏ, trải nghiệm cảm giác của những nhân vật nhí trong phim. Hiệu ứng du lịch này là minh chứng cho lý thuyết của Jenkins (2006) về văn hóa hội tụ. Khi một tác phẩm văn hóa đại chúng đủ mạnh thì nó không chỉ tác động tới thị trường văn hóa mà còn làm biến đổi không gian địa lý, kéo theo hàng ngàn người đến thực địa trải nghiệm những gì họ thấy trên màn hình và trong trang sách. Hàng triệu bức ảnh check in tại thảm cỏ xanh Phú Yên được chia sẻ trên mạng xã hội với hashtag liên quan đến phim và sách. Mỗi bức ảnh là một lần quảng cáo miễn phí, mỗi người chụp ảnh là một đại sứ hóa tình nguyện không nhận thù lao. Đây là hình thức truyền thông hiệu quả nhất và rẻ nhất. Đặc biệt, nó không hề nằm trong bất kỳ ngân sách tiếp thị nào. Khác với 2010 khi mạng xã hội còn mới mẻ, năm 2020 toàn bộ chiến dịch tiền ra mắt cho *Con chim xanh biếc bay về* diễn ra chủ yếu trên fanpage Facebook của NXB Trẻ. Đó là không gian có hàng trăm nghìn người hâm mộ Nguyễn Nhật Ánh kết nối hình thành cộng đồng từ trước. Thay vì phải xây dựng nhóm khán giả riêng từ đầu, tác giả và nhà sản xuất đã có sẵn tệp khách hàng sẵn sàng ủng hộ bất cứ dự án nào của họ, việc cần làm là kích hoạt đúng cách.

Thông qua quy trình xuất bản quy mô lớn và chiến lược truyền thông đa kênh, Nguyễn Nhật Ánh đã đưa *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* vượt qua ranh giới của những cuốn sách thông thường để trở thành những sản phẩm văn hóa đại chúng thực thụ, có sức sống bền bỉ và tầm ảnh hưởng sâu rộng trong xã hội đương đại

3.2. Chuyển thể đa phương tiện

3.2.1. Tính liên văn bản

Dưới góc độ nghiên cứu văn học, tính liên văn bản (intertextuality) trong tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh không chỉ là sự vay mượn chất liệu mà còn là một chiến lược nghệ thuật nhằm xóa nhòa ranh giới giữa văn hóa tinh hoa và văn hóa đại chúng. Với *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, nội dung văn bản được kết hợp giữa tính hiện đại với chất dân gian tạo nên sự đồng cảm sâu sắc với độc giả. Tác giả lồng ghép trọn vẹn *Chuyện Cóc Tía* vào cấu trúc tự sự. Nhân vật Tường tiếp nhận câu chuyện một cách tự nhiên, tin vào sự tồn tại của công chúa, phò mã và ngọc thần để vượt qua nỗi đau thể xác. Ngoài ra, các yếu tố ma mị như “cọp thành tinh” hay “ma trời” ở xóm Miếu cũng là sự tái hiện những mẫu chuyện truyền khẩu trong đời sống nông thôn Việt Nam. Những câu thơ của Nguyễn Bính: “Gió mưa là bệnh của trời/ Tương tư là bệnh của tôi yêu nàng” được Thiều sử dụng làm lời tỏ tình với Xin giúp văn bản giàu chất trữ tình, có tính nghệ thuật hơn. Một chiều liên văn bản ít được chú ý nhưng có ý nghĩa học thuật quan trọng là bản dịch tiếng Nhật của *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, do dịch giả Kato Sakae chuyển ngữ và nhà xuất bản Canaria Communications (Nhật Bản) phát hành năm 2017. Vòng liên văn bản ở đây là tác phẩm Việt Nam được dịch giả Nhật Bản đọc và cảm nhận. Cảm nhận của người Nhật quay trở lại thành một phần của ấn bản tiếng Việt. Người đọc Việt Nam khi cầm cuốn sách trên tay, trước khi đọc câu chữ của Nguyễn Nhật Ánh, đã đọc lời nhận xét của một học giả nước ngoài về cuốn sách. Điều này định hình kỳ vọng và cách tiếp nhận của họ theo một hướng nhất định. Người đọc Việt Nam biết rằng thứ họ đang cầm trên tay không chỉ là sách Việt mà là tác phẩm được học giả Nhật Bản ngưỡng mộ. Điều đó làm thay đổi thái độ đọc của công chúng với tác phẩm: kính trọng và chú tâm hơn.

Một cuốn sách không chỉ giới hạn dừng lại các con chữ hiển lộ trên trang giấy mà nó còn có thể trở thành nhiều thứ hơn thế. Khi *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* của Nguyễn Nhật Ánh được chuyển thể thành phim điện ảnh, câu chuyện của Thiều và Tường không chỉ đi xuyên từ trang giấy lên màn ảnh. Nó kéo theo sự tăng trưởng ngành du lịch tỉnh Phú Yên, tạo ra sự lan tỏa truyền thông trên mạng xã hội. Đó chính

là sức mạnh ngầm của chuyển thể đa phương tiện. Quá trình từ một tác phẩm văn học đại chúng lan tỏa, biến đổi và tái sinh thành nhiều sản phẩm văn hóa đại chúng khác. Mỗi nền tảng sách như phim, âm nhạc, du lịch, mạng xã hội không chỉ sao chép mà đóng góp một mảnh ghép độc đáo vào trải nghiệm tổng thể. Nguyễn Nhật Ánh là một trong những nhà văn Việt Nam có nhiều tác phẩm được chuyển thể thành phim nhất. Có thể kể tới: *Kính vạn hoa* (2004 – 2009) chuyển thể thành phim truyền hình dài tập, chia làm ba mùa (2004, 2006, 2009) do đạo diễn Nguyễn Minh Chung và đạo diễn Đỗ Phú Hải phụ trách; *Nữ sinh* (2008) chuyển thể thành 30 tập phim truyền hình do Xuân Cường làm đạo diễn; *Bóng bay lên trời* (2011) chuyển thể thành phim truyền hình dài tập, thời lượng 30 tập, Nguyễn Quốc Hưng làm đạo diễn; *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* (2015), phim điện ảnh của đạo diễn Victor Vũ công chiếu ngày 2/10/2015 đã giành được một số giải thưởng danh giá (Giải Phim hay nhất tại Liên hoan phim Silk Road 2015 - Trung Quốc, Giải Bông sen vàng, Đạo diễn xuất sắc, Quay phim xuất sắc và Phim dự thi hay nhất do khán giả bình chọn tại Liên hoan phim Việt Nam lần thứ 19, Giải Phim điện ảnh hay nhất tại Liên hoan phim Quốc tế Thiếu nhi, thuộc Liên hoan phim Quốc tế Toronto (TIFF) năm 2016); *Cô gái đến từ hôm qua* (2017), phim điện ảnh công chiếu ngày 21/07/2017 do Phan Gia Nhật Linh làm đạo diễn, bộ phim thu về hơn 70 tỷ đồng sau 3 tuần công chiếu, trở thành một trong những phim Việt có doanh thu cao nhất thời điểm đó. Ngoài ra thắng ba giải lớn gồm: Giải Mai Vàng cho Nam diễn viên điện ảnh – phim truyền hình dành cho Ngô Kiến Huy, Đạo diễn xuất sắc nhất và giải Cánh Diều Vàng cho phim điện ảnh xuất sắc nhất do Hội Điện ảnh TP. HCM tổ chức trao thưởng; *Mắt biếc* (2019), phim điện ảnh của Victor Vũ công chiếu ngày 20/12/2019 đã đạt thành tích khủng khi lọt top phim Việt có doanh thu cao nhất mọi thời đại, đạt giải Bông sen vàng tại Liên hoan phim Việt Nam lần thứ 22, Đại diện Việt Nam tham dự Oscar 2021 ở hạng mục Phim quốc tế xuất sắc nhất. Bộ phim *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* (đạo diễn Victor Vũ, 2015) được chuyển thể từ tiểu thuyết 81 chương của Nguyễn Nhật Ánh. Mỗi chương là một lát cắt cuộc sống hoàn chỉnh và việc cô đọng tất cả vào 103 phút điện ảnh đòi hỏi những quyết định lựa chọn cực kỳ khó khăn. Kết quả là bộ phim giữ

nguyên khung cốt truyện chính của nguyên tác gồm: câu chuyện hai anh em Thiều và Tường, mối tình đầu của Thiều với con Mận, mối tình trắc trở giữa chú Đàn và chị Vinh, và những biến cố của làng quê trong mùa lũ, nhưng phải lược bỏ, nén gọn hoặc điều chỉnh nhiều chi tiết và tuyến nhân vật quan trọng. Điểm liên văn bản thú vị nhất và được thảo luận nhiều nhất giữa người đọc sách và người xem phim là cách xử lý tâm lý nhân vật Thiều. Trong truyện dài, Nguyễn Nhật Ánh tự mô tả đây là lần đầu tiên ông đưa vào truyện “những nhân vật phản diện, đặt ra vấn đề đạo đức như sự vô tâm hay cái ác”. Thiều trong sách thực sự ích kỷ, ghen tị và nhiều lần cố ý hại Tường không phải vô tình hay sơ suất mà là có tính toán. Ông anh rủ em đánh bài, bị phát hiện thì bỏ chạy để mặc em chịu đòn; lừa em bằng “trò trá hàng” rồi ném đá vào đầu em chảy máu; ghen với thằng Tường vì nó có sáu cái hoa tay còn mình chỉ có hai... Trong phim, Victor Vũ đưa ra một lựa chọn nghệ thuật rõ ràng: “tiết chế các chi tiết nhân vật” và không đi quá sâu vào sự ích kỷ của Thiều, thay vào đó ưu tiên “những cảm xúc trong trẻo của tuổi thơ” [19]. Cụ thể hơn, đạo diễn làm điều đó trước hết bằng cách tái hiện lại ký ức làng quê của rất nhiều người thuộc thế hệ cũ, thế hệ của Nguyễn Nhật Ánh. Không tập trung phác họa phản diện - chính diện theo lối trắng đen phải trái. Victor Vũ đưa những thứ vừa nhắc đến kia vào một khoảng mờ. Đây là quyết định nghệ thuật hoàn toàn có lý từ góc nhìn điện ảnh đại chúng. Phim cần tiếp cận lượng khán giả rộng hơn sách và một nhân vật chính có tính cách đạo đức phức tạp đòi hỏi người xem phải kiên nhẫn tìm hiểu nhiều hơn. Nhưng quyết định này cũng tạo ra khoảng cách liên văn bản. Người đã đọc sách xem phim sẽ thấy cái ác ngầm của Thiều trong từng khung hình, dù phim không hiển thị rõ hoặc thấy chưa đủ thỏa mãn vì thiếu đi nhiều nét diễn biến tâm lý phức tạp của nhân vật. Trong phim có một số tình tiết quan trọng bị lược bỏ đi. Đầu tiên là nhân vật con Xin – bạn cùng lớp mà Thiều đem lòng mến mộ. Trong sách, mối quan hệ Thiều với Xin quan trọng vì nó thể hiện giai đoạn đầu trong quá trình trưởng thành tình cảm của Thiều. Xuất phát từ mối quan hệ với Xin không thành (vì Xin thích Tường hơn) đến mối quan hệ sâu đậm hơn với con Mận. Việc lược bỏ Xin làm cho bước chuyển cảm xúc của Thiều trong phim kém chiều sâu tâm lý hơn, nhưng giúp câu chuyện không quá dàn trải cho khán

giả theo dõi trong khuôn khổ 103 phút. Tiếp theo là câu chuyện công chúa và phò mã giữa Tường – Nhi ở những chương cuối truyện. Đây là một trong những đoạn văn học đẹp và bí ẩn nhất của nguyên tác nhưng không được phim tái hiện thỏa đáng. Chính Nguyễn Nhật Ánh thừa nhận: “có một số chỗ làm chưa tới, ví dụ câu chuyện công chúa - đức vua phim không diễn tả được hết sắc thái lung linh của nó”. Hay phim chưa lý giải thấu đáo nguyên nhân vụ cháy nhà của bé Mận. Giới hạn của ngôn ngữ điện ảnh so với ngôn ngữ văn học đã tạo nên sự mập mờ giữa những con chữ trong sách tới hình ảnh trên phim. Ngôn ngữ vốn đa nghĩa nên rất khó để chuyển nó thành hình ảnh cụ thể mà không làm mất đi chất thơ lại mang đầy đủ ý nghĩa. Cuối cùng là truyện giữa chú Đàn và chị Vinh bị rút ngắn đáng kể. Trong sách, định kiến xã hội ngăn cản mối tình của họ (chú Đàn bị cả làng coi thường vì khuyết tật, chị Vinh bị thầy Nhân căm căm). Cuối cùng, họ phải trốn khỏi làng để giữ lại trọn vẹn mối tình này. Một thông điệp mạnh mẽ về định kiến và tình yêu trong xã hội Việt Nam truyền thống. Trong phim, chiều sâu xã hội này không được khắc đậm mà được xử lý nhẹ nhàng hơn, phù hợp với không khí hoài niệm trong trẻo của phim. Tuy vậy, phim làm mất đi lớp nghĩa phê phán xã hội của nguyên tác. Tuy nhiên, tính liên văn bản không chỉ là câu chuyện về những gì bị mất đi trong chuyển thể mà còn về những gì được thêm vào hoặc làm hiệu quả hơn. Điều chỉ có phim làm được đó là hiện thực hóa không gian làng quê Phú Yên bằng hình ảnh. Những cánh đồng hoa dã quỳ vàng rực trải dài dưới bầu trời xanh Phú Yên trong phim là thứ mà ngôn ngữ chữ viết của Nguyễn Nhật Ánh chỉ có thể gọi lên một phần. Khi hình ảnh xuất hiện trên màn ảnh rộng, không gian trong sách bỗng trở nên cụ thể, có màu sắc và ánh sáng thực sự tạo ra trải nghiệm ký ức mạnh mẽ hơn nhiều so với tưởng tượng thuần túy. Nhà phê bình của ELLE nhận xét: “Bộ phim ngập đầy những chi tiết tuổi thơ như thế. Đó là ký ức của rất nhiều người thuộc thế hệ 8X, 9X. Những trò chơi dân gian như đá cỏ gà, thả diều, hình nhân quay, nhảy dây”. Đặc biệt, nhân vật Mận do diễn viên nhí Thanh Mỹ thể hiện được đánh giá là xuất sắc nhất hẳn sẽ khiến nhiều người nhớ lại hình ảnh một người bạn thời thơ ấu nào đó. Người xem sẽ thương và tội nghiệp cho Mận theo đúng cách Thiều thương và tội nghiệp Mận. Đây là ưu thế tuyệt đối của điện ảnh:

diễn xuất của diễn viên thực tạo ra sự đồng cảm trực tiếp và tức thì mà mô tả bằng chữ không hoàn toàn đạt được. Người xem không cần đọc về nỗi buồn của Mận. Họ có thể thấy nó thông qua biểu cảm trên khuôn mặt của diễn viên. Hiếm có trường hợp liên văn bản nào thú vị hơn khi chính tác giả nguyên tác trở thành khán giả của bản chuyển thể. Nguyễn Nhật Ánh đã xem phim nhiều lần và chia sẻ thẳng thắn: “Xem lần đầu, tôi không tránh khỏi cảm giác so sánh phim với truyện, mặc dù tôi không có ý định đó, chỉ là do tâm lý tự nhiên thôi. [...] Nhưng lần sau, khi cảm giác so sánh nhạt đi, đi xem phim như xem một tác phẩm độc lập, tôi thấy phim hay hơn so với khi xem những lần đầu”. Nhận xét này gói gọn bản chất của tính liên văn bản trong chuyển thể: sách và phim là hai tác phẩm độc lập nhưng không thể không so sánh. Và nghịch lý thú vị là khi bỏ được sự so sánh, người xem thường trân trọng phim hơn. Vì phim khi đó không còn là bản sao tẻ hơn của sách mà là một cách đọc reading khác về cùng một câu chuyện. Đây là bài học quan trọng cho bất kỳ ai nghiên cứu về chuyển thể. Tiêu chí đúng là bộ phim có tạo ra một tác phẩm hoàn chỉnh và có giá trị theo cách riêng của điện ảnh không?

Tính đến thời điểm nghiên cứu, *Con chim xanh biếc bay về* dù chưa được chuyển thể thành phim điện ảnh nhưng vẫn thể hiện tính liên văn bản phong phú theo những cách khác nhau. Tác phẩm là lời đối thoại nội hàm với toàn bộ kho tàng văn học của Nguyễn Nhật Ánh. Khi tác phẩm ra mắt, nhiều bạn đọc đoán rằng nhân vật chính Khuê và Sâm là sự trở lại của các nhân vật trong *Mắt biếc* đặc biệt là Ngạn - người mang mối tình thâm lặng đau đáu. Dù đây là suy đoán không chính xác nhưng chính sự đoán định đó là hiện tượng liên văn bản. Mỗi tác phẩm mới của Nguyễn Nhật Ánh được đọc trong hình bóng của tất cả những tác phẩm đã có trước đó, và người đọc tự động tìm kiếm sợi dây liên kết giữa chúng. Một đặc điểm nổi bật của truyện dài này là sự xuất hiện dày đặc các bài thơ xuyên suốt câu chuyện. Chúng nhanh chóng thoát ly khỏi trang sách và trở thành content tự do lưu thông trên mạng xã hội. Hàng nghìn người dùng Facebook, Instagram và TikTok trích dẫn những câu thơ này với caption phù hợp cảm xúc của riêng mình. Đây chính là tính liên văn bản trong hành động. Mỗi lần trích dẫn là một lần văn bản gốc được tái ngữ cảnh hóa,

thêm vào một tầng ý nghĩa mới từ hoàn cảnh sống cụ thể của người chia sẻ. Câu thơ về “con chim xanh biếc đậu hờ trên tay” theo tầng nghĩa của Nguyễn Nhật Ánh nói về sự mong manh của hạnh phúc. Nhưng khi được một người trẻ chia sẻ sau khi chia tay người yêu thì nó lại nói về nỗi đau chia ly rất cụ thể và cá nhân. Đây là quá trình Barthes (1977) gọi là cái chết của tác giả: khi văn bản được đưa ra không gian cộng đồng, nó không còn thuộc về người tạo ra nó mà thuộc về những người sử dụng nó. Theo nghiên cứu thực nghiệm của Nguyễn Thị Kiều Oanh et al. (2023), *Con chim xanh biếc bay về* là một trong những tác phẩm được công chúng đề xuất chuyển thể nhiều nhất khi được hỏi về tác phẩm nào của Nguyễn Nhật Ánh họ muốn thấy trên màn ảnh. Người đọc đã hình dung trong đầu bộ phim chuyển thể trước khi nó tồn tại. Tính liên văn bản của tác phẩm mở rộng sang các phương tiện truyền thông hiện đại và văn học thế giới, phản ánh rõ tính chất tiêu dùng của đô thị. Tác giả trực tiếp trích dẫn câu nói nổi tiếng của Scarlett O’Hara trong phim *Cuốn theo chiều gió*: “Ngày mai sẽ là một ngày khác” để thể hiện tâm thế hy vọng của nhân vật Khuê. Tác phẩm cũng nhắc đến Victor Hugo với cuốn *Người đàn ông có bộ mặt cười* để châm biếm tính cách lạnh lùng của nhân vật Sâm. Trong tác phẩm, nhân vật Lương được xây dựng như một nhà thơ nghiệp dư. Các bài thơ của cô (về chiếc dạ dày, về cái nắm tay, về nụ hôn) có vai trò như một cách kể chuyện, tóm tắt trạng thái tâm lý của các nhân vật khác: “Ta đi về phía không nhau/ Tự nhiên ôm một nỗi đau nhói lòng/ Mới hay thương mến vô cùng/ Đẩy nhau về phía long đong cũng nhiều”; “Có người ngủ suốt mùa đông/ Tỉnh ra không biết có chồng hay chưa/ Có người ngủ suốt mùa mưa/ Tỉnh ra mới biết hiện chưa có gì.”. Bên cạnh đó, Tịnh cũng được miêu tả: “Tóc xoăn, môi đỏ, đôi mắt long lanh như hai vì sao đang chuẩn bị đổi ngôi, Tịnh càng ngày càng giống các cô gái mắt to bước ra từ truyện tranh Nhật Bản và điều đó khiến tôi cảm thấy cổ nứu kéo giấc mơ của mình là một việc vô ích”. Điều này cho thấy sự xâm nhập của các biểu tượng văn hóa toàn cầu vào văn học nội địa. Tác giả cũng sử dụng các khái niệm từ tâm lý học đại chúng như “véc-tơ tình cảm” hay các quan niệm dân gian về hôn nhân lấy trước yêu sau để xây dựng xung đột. Những bài ca dao về nụ hôn xuân hay các quan niệm về “chim vào lồng, cá cắn câu”, “Ba đồng một mớ trầu

cay/ Sao anh không hỏi những ngày còn không?” được trích dẫn để soi chiếu nỗi lo sợ về hôn nhân không tình yêu của nhân vật. Việc sử dụng liên văn bản giúp Nguyễn Nhật Ánh thực hiện chiến lược dung hòa giữa văn học tình hoa và tính đại chúng. Nó giúp tác phẩm tạo hiệu ứng thẩm mỹ lớn, khiến người đọc không chỉ tiêu thụ một câu chuyện mà còn được kết nối với một mạng lưới văn hóa rộng lớn hơn. Tính liên văn bản ở đây còn thể hiện ở việc tác phẩm thường hướng tới việc giải quyết các xung đột theo mô thức của truyện cổ dân gian (kết thúc có hậu), đáp ứng đúng kỳ vọng và tâm lý vui vẻ cảm tính của đại chúng toàn cầu.

Tính liên văn bản trong sáng tác của Nguyễn Nhật Ánh là minh chứng cho việc văn học đại chúng không hề tầm thường hay ký sinh một cách tiêu cực. Ngược lại, nó là một quá trình tiếp biến đầy sáng tạo, biến những mảnh ghép văn hóa cũ thành một thực thể nghệ thuật sáng tạo, phản ánh hơi thở của thời đại.

3.2.2. Sự tái sản xuất ý nghĩa trong không gian đại chúng

Michel de Certeau (1984) trong *The Practice of Everyday Life* lập luận rằng để hiểu văn hóa đại chúng, không đủ khi chỉ phân tích sản phẩm văn hóa mà phải hiểu cách người dân sử dụng những sản phẩm đó trong cuộc sống hàng ngày. De Certeau phân biệt giữa chiến lược (strategy) của người sản xuất - những kẻ có quyền lực, vạch ra kế hoạch và tạo ra sản phẩm với chiến thuật (tactic) của người tiêu dùng - những kẻ không có quyền lực, nhưng biết cách biến đổi và tái chiếm đoạt ý nghĩa của sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu của mình [34]. Hiểu cách đơn giản hơn là NXB Trẻ và đạo diễn Victor Vũ tạo ra sách và phim theo chiến lược của họ. Nhưng khi sách và phim đến tay người đọc hay khán giả, những gì xảy ra tiếp theo nằm ngoài tầm kiểm soát của họ. Công chúng sử dụng sản phẩm văn hóa theo cách họ muốn và đôi khi khác hoàn toàn mục đích ban đầu tác giả hướng tới.

Một trong những thực hành văn hóa phổ biến nhất xung quanh hai tác phẩm là điều mà nhà tâm lý học Constantine Sedikides (2008) gọi là đọc hoài niệm (nostalgic reading). Đọc sách không phải để tiếp nhận thông tin mới mà để lấy lại điều gì đó đã có rồi bị mất [49]. Người đọc trưởng thành cảm *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* đôi khi chỉ để được sống lại cảm giác, không khí tuổi thơ đã qua mà không

mấy quan tâm cái kết của câu chuyện sẽ đi về đâu. Không chỉ những người đã từng lớn lên ở nông thôn, dân thành thị khi đọc tác phẩm cũng có mong muốn quay trở ngược lại quá khứ để được trải nghiệm những điều đẹp đẽ này. Họ đọc và mong muốn với một tâm thế khác. Hoài niệm về những gì mình mong muốn thay vì những gì mình đã đi qua. Nhà phê bình của VnReview mô tả trải nghiệm sau khi đọc - xem tác phẩm: “Giờ đây, bộ phim chuyển thể từ tác phẩm cùng tên như một lần nữa đưa ta quay lại ký ức, tìm về những mảnh ghép của tuổi thơ thất lạc đâu đó trong tiềm thức”. Người ta không mất tuổi thơ một cách vật lý nhưng trong cuộc sống đô thị bận rộn và căng thẳng, ký ức về tuổi thơ dần bị đẩy xuống tầng sâu của tiềm thức. Đọc sách Nguyễn Nhật Ánh là hành động khơi gợi những ký ức đó trở lại. Với *Con chim xanh biếc bay về*, thực hành đọc hoài niệm diễn ra theo một chiều hướng khác. Đây không phải hoài niệm về tuổi thơ mà là hoài niệm về không gian cộng đồng và sự kết nối người với người. Đây là điều cuộc sống đô thị hiện đại đang làm người ta đánh mất dần. Khi ta đọc trang văn miêu tả chị Dần bán gà ở chợ Nguyễn Tri Phương biết rõ từng khách hàng theo tên và sở thích, chúng ta không chỉ đọc về một nhân vật hư cấu. Bạn có thể sẽ nhớ lại hoặc khao khát cái cảm giác được ai đó nhớ tới, quan tâm đến mình không phải vì lợi ích mà vì thói quen và tình người. Một thực hành quan trọng nữa là việc đọc sách của Nguyễn Nhật Ánh đã trở thành một trải nghiệm mang tính xã hội. Hàng triệu độc giả chia sẻ cảm nhận sau khi đọc với bạn bè, người thân, và với cộng đồng mạng rộng lớn. Điều đó tạo nên cộng đồng diễn giải, nhóm những người có cùng kinh nghiệm đọc, cùng xây dựng ý nghĩa cho tác phẩm theo những cách mà tác giả không thể kiểm soát hay thao túng luồng suy nghĩ đám đông. Trong cộng đồng đó, người đọc không chỉ đọc sách mà đọc cùng nhau chia sẻ những đoạn trích yêu thích, tranh luận về nhân vật, đặt câu hỏi về những chi tiết bí ẩn, và tạo ra fanart, fanfiction. Tất cả những hành động đó đều làm phong phú ý nghĩa văn bản gốc.

Hơn thế, việc khóc khi xem phim *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* tại rạp tưởng chừng hoàn toàn riêng tư nhưng thực tế khi số đông cùng thực hiện hành động đó lại tạo thành tính xã hội rõ rệt. Nhà sản xuất Galaxy M&E đã ghi hình phản ứng của

khán giả tại rạp và phát tán rộng rãi: “Trong đoạn video ngắn ghi lại những phản ứng của khán giả tại rạp, có người đã rơm rớm nước mắt, có người thổn thức và bật khóc khi bất chợt gặp lại hình ảnh chính mình của ngày xưa”. Tại sao việc ghi hình và phát tán phản ứng khóc của khán giả lại hiệu quả đến thế trong truyền thông? Khi một người thấy người khác cùng khóc vì một bộ phim, họ biết rằng mình không cô đơn trong cảm xúc đó. Nhiều người thậm chí khẳng định rằng đã xem bộ phim này là sẽ phải rơi nước mắt thì mới hòa nhập đúng cảm xúc với mọi người. Thường cha mẹ là người dẫn con cái của họ tới rạp hoặc chia sẻ nội dung cuốn sách với chúng. Thế hệ 7X, 8X đã đọc sách từ năm 2010 nay đưa con em đi xem phim để chia sẻ một phần tuổi thơ của mình. Hành động này là cách trao truyền ký ức văn hóa giữa các thế hệ với nhau. Ngược lại, nhiều bạn trẻ GenZ giới thiệu phim cho ba mẹ thay cho cách trình bày sự hiểu biết của mình về thế hệ trước. Đây là thực hành văn hóa hiếm gặp trong văn hóa đại chúng đương đại, nơi phần lớn sản phẩm được thiết kế cho một nhóm tuổi cụ thể và tạo ra khoảng cách thế hệ thay vì xóa bỏ nó. Sức mạnh của Nguyễn Nhật Ánh nằm ở chỗ tác phẩm của ông phục vụ nhiều thế hệ cùng lúc và hành động đọc, xem cùng nhau trở thành cầu nối thế hệ hiếm có. Trên các nền tảng như Wattpad (nền tảng truyện người dùng lớn nhất Việt Nam), 4rum văn học và các trang cộng đồng, người đọc sáng tác tiếp câu chuyện (fanfiction) hoặc vẽ lại nhân vật (fanart). Những câu hỏi mà cộng đồng fan thảo luận phản ánh mức độ gắn kết của họ với hai tác phẩm: Nếu Thiều và Tường lớn lên, họ sẽ trở thành người như thế nào? Họ có còn gắn bó với nhau không? Nếu Khuê chọn không ở lại với Sâm, cuộc đời cô sẽ ra sao? Khi Con chim xanh biếc được chuyển thể thành phim, ai sẽ phù hợp đóng vai Khuê và Sâm?... Những câu hỏi này không thể được trả lời từ văn bản gốc nhưng cộng đồng fan đang tự tạo ra câu trả lời, mở rộng thế giới hư cấu theo hướng của riêng họ. Ranh giới giữa người tiêu dùng và người sản xuất văn hóa bị xóa nhòa, và mỗi người đọc đều có thể trở thành nhà sáng tạo. Đây cũng là bằng chứng mạnh nhất cho giá trị lâu dài của hai tác phẩm khi chúng tạo ra một thế giới đủ sống động để người đọc muốn tiếp tục sống trong đó ngay cả khi câu chuyện đã kết thúc. Trên Goodreads, Tiki, Lazada và đặc biệt là TikTok Book (BookTok), hàng nghìn bình luận và đánh giá về hai tác phẩm

tạo ra một hệ thống phê bình phi chính thống song song với phê bình văn học hàn lâm. Điều thú vị là đôi khi hệ thống này có những nhận xét tinh tế hơn phê bình chuyên nghiệp vì nó đến từ người có trải nghiệm sống trực tiếp với những gì tác phẩm mô tả. Một cô gái tỉnh lẻ vừa lên Sài Gòn tìm việc đọc *Con chim xanh biếc bay về* và viết review sẽ có những quan sát về tính chân thực của cuốn sách hơn nhà phê bình hàn lâm chưa từng làm những công việc đó. Trong trường hợp một bạn đọc giả trẻ đọc *Con chim xanh biếc bay về* và nhắn tin cho ba mình nói: “con yêu ba”, lúc đó tác phẩm đã đi từ trang sách vào đời sống thực, thay đổi hành vi của người đọc một cách cụ thể. Đây là thực hành văn hóa đại chúng ở hình thái cao nhất. Tác phẩm không chỉ được đọc mà còn được sống. Tháng 11/2020, đỉnh điểm của đại dịch COVID-19 cũng là dịp ra mắt *Con chim xanh biếc bay về*. Tại thời điểm đó, nhiều người bị cô lập, làm việc tại nhà và bị cắt đứt khỏi những mối quan hệ bình thường, nhu cầu kết nối cảm xúc với cộng đồng với con người, với sự ấm áp của tình người tăng cao. Những câu chuyện về cuộc sống thường nhật và tình người ấm áp giữa lòng thành thị Sài Gòn đã lấp đầy đúng nhu cầu đó. Người đọc khi ấy chia sẻ những đoạn văn nói về tình người không phải vì họ quá yêu thích văn chương mà vì những câu văn đó thay họ thể hiện khao khát được sống trong một xã hội bao bọc lẫn nhau như thế. Theo Nguyễn Đăng Điệp (2017), một trong những giá trị thực tiễn của văn học đại chúng là khả năng giúp người đọc gỡ bỏ áp lực xã hội. Khi áp lực tâm lý của toàn xã hội lên đến đỉnh điểm giữa dịch bệnh, *Con chim xanh biếc bay về* xuất bản đúng thời điểm, đúng nội dung công chúng cần. Nó thể hiện sự nhạy cảm văn hóa của cả tác giả và nhà xuất bản khi hiểu được nhu cầu đám đông.

Hiệu ứng du lịch mà phim *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* tạo ra cho tỉnh Phú Yên là ví dụ ấn tượng nhất về tính bền vững nhất về thực hành văn hóa đại chúng tại Việt Nam. Trước khi phim ra mắt (2015), Phú Yên là một tỉnh duyên hải miền Trung được biết đến tương đối ít trong bản đồ du lịch Việt Nam. Sau khi phim công chiếu nó trở thành hiện tượng văn hóa. Điều đặc biệt là hiệu ứng du lịch này không dứt theo thời gian mà có xu hướng tự duy trì. Hàng triệu bức ảnh chụp tại những địa danh xuất hiện trong phim như: đồi Thảo Nguyên, Gành Đá Đĩa, Mũi Điện, Hồ Xuân Hương

Phú Yên. Đây là thực hành văn hóa đại chúng đặc trưng nhất của kỷ nguyên số. Nó thực hiện đồng thời nhiều chức năng: lưu giữ kỷ niệm cá nhân; chia sẻ trải nghiệm với cộng đồng; tạo ra cách quảng bá miễn phí và duy trì, khuếch đại vòng tiếp nhận. Người đến Phú Yên không chỉ đến để xem cảnh đẹp mà để bước vào thế giới của phim và sách. Một không gian nằm giữa thực tế và hư cấu. Đứng trên đồi cỏ xanh nhìn ra cánh đồng hoa vàng, họ không chỉ thấy thiên nhiên đẹp mà cảm thấy mình đang sống trong câu chuyện của Thiều và Tường.

3.3. Công chúng và quá trình kiến tạo ý nghĩa

Trong nghiên cứu văn hóa đại chúng, câu hỏi “tác phẩm hay như thế nào?” Phải luôn song hành cùng câu hỏi “công chúng tiếp nhận nó ra sao?”. Bởi lẽ, theo lý thuyết tiếp nhận của Jauss (1982), một tác phẩm văn học chỉ thực sự tồn tại và có ý nghĩa khi được người đọc hiện thực hóa qua hành động đọc. Wolfgang Iser (1978) thì cho rằng văn bản chỉ là những ký hiệu im nằm trên trang giấy, chính người đọc, bằng trí tưởng tượng và kinh nghiệm sống của mình, mới thổi hồn tạo ra sức sống cho tác phẩm. Vậy sau khi đọc hai tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh, công chúng tìm thấy điều gì khiến họ yêu thích và gắn bó lâu dài với tác phẩm? Những tác phẩm này giúp họ kiến tạo bản sắc cá nhân theo cách nào?

3.3.1. Khoái cảm đại chúng

John Fiske (1989) trong *Understanding Popular Culture* lập luận rằng những khoái cảm đại chúng (popular pleasures) mà văn hóa đại chúng mang lại không phải là những khoái cảm thấp kém, thụ động và đáng xấu hổ như Adorno & Horkheimer (1944) từng đưa ra trước đó. Nó là những trải nghiệm tâm lý có giá trị thực sự, đáp ứng nhu cầu sâu xa của con người trong xã hội hiện đại. Fiske phân biệt ba loại khoái cảm đại chúng chính: Thứ nhất là thoát ly (evasion - thoát khỏi thực tại căng thẳng); Thứ hai là nhận diện (recognition - thấy mình trong tác phẩm); Thứ ba là sáng tạo (productivity - chủ động tạo ra ý nghĩa từ tác phẩm) [36]. Hai tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh đều cung cấp cả ba loại khoái cảm này theo những cách đặc biệt và tinh tế.

Khoái cảm thoát ly (evasion pleasure) là loại khoái cảm nảy sinh khi người đọc hay khán giả tạm thời buông bỏ áp lực của cuộc sống thực để đắm mình vào một

thế giới khác đơn giản hơn, đẹp hơn, hoặc ít nhất là khác với thực tại đang làm họ mệt mỏi. Nguyễn Đăng Điệp gọi đây là chức năng quan trọng nhất của văn học đại chúng: “giúp người đọc gỡ bỏ áp lực xã hội và tranh thủ quỹ thời gian nhàn rỗi ít ỏi của độc giả” [5]. *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* đã đưa loại khoái cảm này đến cho độc giả đô thị hiện đại. Họ được rời khỏi không gian bê tông cao tầng, tiếng ồn, tắc đường và các loại hình hiển thị điện tử để trở về không gian của một làng quê Việt Nam thập niên 1980–1990 yên bình với cánh đồng, con sông, tiếng ếch nhái, và những đứa trẻ vô tư chạy nhảy. Không gian làng Đo Đo trong tác phẩm được xây dựng như một thế giới đối lập hoàn toàn với đô thị. Ở đó không có kẹt xe, không có deadline, không có áp lực cạnh tranh, không có mạng xã hội. Người đọc cầm cuốn sách lên không phải nhằm nhằm suy nghĩ học điều gì đó hay để cách giải quyết vấn đề ra sao. Họ đọc để được phép không nghĩ đến bất kỳ điều gì nặng nề trong vài tiếng đồng hồ. Bộ phim chuyển thể của Victor Vũ khuếch đại khoái cảm thoát ly này hơn bằng ngôn ngữ hình ảnh điện ảnh kết hợp với âm thanh. Những cảnh quay thiên nhiên Phú Yên như: đồi cỏ xanh, cánh đồng hoa vàng, bầu trời xanh ngắt, biển trong vắt được đánh giá về nghệ thuật thị giác rất cao. Không phải chỉ vì chúng hoàn hảo mà vì chúng hoàn toàn khác với những gì người xem nhìn thấy trong cuộc sống hàng ngày. Mỗi lần nhìn vào màn ảnh nhỏ, khán giả không chỉ xem bằng mắt mà họ được đắm mình vào không gian thiên nhiên đó, tạo cảm giác thư giãn tâm lý vô cùng. Theo dữ liệu của Nguyễn Thị Kiều Oanh cùng cộng sự, khi được hỏi về tác động của phim chuyển thể Nguyễn Nhật Ánh, nhiều người xem nhóm ngoài chuyên ngành mô tả: phim “tác động đến cảm xúc của họ, gợi mở về ký ức tuổi thơ, những dư vị của tuổi trẻ”. Thoát ly chính xác không phải là thoát khỏi thực tại mà thoát về với một thực tại khác - thực tại của quá khứ. Trong *Con chim xanh biếc bay về*, câu chuyện không đưa người đọc thoát ly về quá khứ mà thoát sang một phiên bản đẹp đẽ hơn của xã hội đương đại. Khuê không sống trong thế giới hoàn hảo. Cô lớn lên trong hoàn cảnh gia đình khó khăn, phải vật lộn với tiền trọ, sợ bị đuổi việc, ăn cơm hộp một mình, tình cảm cũng không lúc nào êm đẹp. Nhưng thế giới của cô lại luôn có những người tốt bụng ở xung quanh. Trong cuộc sống đô thị thực tế của hàng triệu người Việt trẻ, những mối

quan hệ ảm áp và không toan tính như cách chị Dần, cô Mười, Sâm hay Lương đối đãi với Khuê là điều hiếm có. Đọc *Con chim xanh biếc bay về* là cách thoát khỏi một đô thị lạnh lùng bộn bề công việc để bước vào một nơi có nhiều sự đồng cảm hơn. Khoái cảm thoát ly khi này không phải hoài cổ mà là hy vọng. Hy vọng khoảng cách giữa đô thị trong sách và đô thị trong thực tế không phải là thứ không thể thu hẹp. Bối cảnh COVID19 năm 2020 thời điểm tác phẩm ra mắt, làm cho khoái cảm thoát ly này càng trở nên sâu sắc và cấp thiết hơn. Khi người ta bị cách ly trong bốn bức tường, cuốn sách về không gian chợ búa Sài Gòn đông đúc và sống động trở thành ô cửa sổ mở ra thế giới, không phải thế giới tưởng tượng mà thế giới bình thường mà họ đang nhớ và khao khát được trở lại.

Nhận diện (pleasure of recognition) là khi khán giả nhìn thấy chính bản thân, lối sống, văn hóa hoặc các giá trị của mình được phản ánh trong tác phẩm. Việc đồng cảm với nhân vật hoặc cốt truyện giúp họ cảm thấy tiếng nói của mình được công nhận, từ đó củng cố bản sắc cá nhân và xã hội. Công chúng nhận ra ít nhất ba tầng khoái cảm nhận diện khi theo dõi *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*. Thứ nhất, nhận diện thông qua không gian và hoàn cảnh sống. Những con người thế hệ 7X – 8x lớn lên ở nông thôn Việt Nam sẽ nhận ra ngay không gian sống quen thuộc: có tiệm tạp hóa nhỏ của nhà hàng xóm, nghĩa trang sau vườn nhà, ngày nào cũng có tiếng ba gọi ăn cơm từ trong nhà ra đến tận ngoài ngõ, có cái cảm giác bị sai đi mua đồ lúc tối mịt. Bất cứ ai đọc những dòng văn này đều không cần hiểu bối cảnh câu chuyện trong tác phẩm đang miêu tả điều gì mà lập tức hình dung ra ngay không gian thực trong quá khứ nơi mình từng sống. Thứ hai, nhận diện tâm lý và cảm xúc. Tâm lý của các nhân vật không mang đặc trưng bất kỳ vùng miền hay thế hệ nào. Đây đơn giản là diễn biến tâm lý chung của con người. Người đọc không chỉ nhận ra bối cảnh mà còn tìm thấy một phần con người mình. Cuối cùng là nhận diện qua điện ảnh. Hình ảnh điện ảnh tạo ra độ nhận diện mạnh hơn chữ viết ở một điểm: bạn nhìn thấy trực quan thay vì tưởng tượng. Nếu *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* tạo ra khoái cảm nhận diện chủ yếu từ những mảnh ghép ký ức, thì *Con chim xanh biếc bay về* nhận diện qua hiện thực đời sống đương đại. Đây là điều làm nó đặc biệt phù hợp với thế hệ độc giả trẻ

đang sống cuộc sống giống như Khuê. Với những người đọc đang sống chính xác hoàn cảnh đó, sự nhận diện trở thành niềm an ủi: không phải chỉ mình tôi như thế, có người hiểu tôi. Người đã qua giai đoạn chật vật đó thì nhìn nhận Khuê giống như mình của cách đây vài năm trước. Họ có thêm cảm giác hoài niệm: Lúc đó khó khăn thật nhưng nhìn lại thấy đẹp. Nguyễn Nhật Ánh viết về sự mong lung, bất chắc của cuộc sống nghèo đô thị không theo kiểu than thở mà viết theo lối trân trọng. Cách viết đó giúp người đọc tái kiến tạo ký ức khó khăn của mình thành một ký ức đẹp. Đặc biệt, sự nhận diện lớn nhất trong tác phẩm này phải kể tới Sâm. Rất nhiều người đọc dù không có vết sẹo hay hoàn cảnh không giống của Sâm lại nhận ra mình trong cái cảm giác thèm muốn sống nhiều cuộc đời cùng lúc như nhân vật đã mô tả.

Sáng tạo (Productivity) là khi khán giả không đóng vai trò thụ động mà chủ động sáng tạo, nhào nặn lại nội dung để tạo ra những ý nghĩa mới phù hợp với trải nghiệm sống của riêng họ. Cả hai tác phẩm khi đã kết thúc đều đặt ra những câu hỏi lớn cho độc giả về cuộc sống của các nhân vật sau đó là gì. Đã có rất nhiều giả thuyết của các bạn trẻ đưa ra, thậm chí họ còn viết tiếp hậu câu chuyện theo mong muốn cá nhân. Điều đó không hề bị ngăn cấm. Ngược lại, nó tạo cho tác phẩm những vòng đời tiếp theo, công chúng được quyền diễn giải cốt truyện theo nhiều ý nghĩ mới.

3.3.2. Kiến tạo bản sắc qua hành vi tiếp nhận

Stuart Hall trong *Cultural Identity and Diaspora* lập luận rằng bản sắc cá nhân (personal identity) không phải là thứ ta sinh ra đã có mà là thứ ta liên tục kiến tạo và tái kiến tạo qua các thực hành văn hóa bao gồm cả việc đọc sách và xem phim (Dẫn theo Osei Bonsu on Stuart Hall, Frieze.). Việc chúng ta tiêu thụ các sản phẩm văn hóa như thưởng thức điện ảnh hay đọc sách không chỉ là hoạt động giải trí. Đó là những không gian để các cá nhân tương tác, vay mượn các hệ quy chiếu và tự định hình, diễn giải lại chính mình: về giá trị của mình, về ký ức của mình, về cộng đồng mà mình thuộc về, về người mà mình muốn trở thành.

Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh là giúp thế hệ người Việt thời trước xác nhận bản sắc của thế hệ mình. Đây là thế hệ lớn lên trong nghèo khó nhưng hồn nhiên, không có điện thoại thông minh nhưng có tuổi thơ ngoài trời, chơi những trò chơi dân

gian mà thế hệ sau không biết đến. Và dù nghèo, dù thiếu thốn, nó đẹp theo cách của riêng nó. Mỗi thế hệ đều có tác phẩm văn hóa đại chúng đặc trưng giúp họ nhận ra mình là ai và khác người trước hoặc sau họ như thế nào. Một trong những bản sắc ít được thảo luận nhưng có tính bền vững nhất của tác phẩm này là sự tác động đến bản sắc vùng miền. Từ một địa danh ít người biết đến, Phú Yên giờ được nhắc tới với tên gọi chung là xứ hoa vàng cỏ xanh. Cái danh hiệu văn hóa đó tạo ra niềm tự hào địa phương vì nó đến từ sự công nhận của hàng triệu người Việt khác, không phải từ quảng cáo. *Con chim xanh biếc bay về* thì tạo ra bản sắc của người di tản lên cư trú tại Sài Gòn. Khuê là dân tỉnh lẻ, không phải người Sài Gòn gốc, không có gia đình hay hội bè bạn ở thành phố. Nhưng sau từng trang sách, cô dần trở thành một phần của Sài Gòn: qua những con hẻm, những khu chợ, những mối quan hệ hàng ngày. Sự thay đổi trong cách nhìn nhận khiến những người trẻ đang xa quê lên thành phố lập nghiệp như nhân vật không còn mang gánh nặng người ngoại lai mà trở thành chủ nhân của đời mình. Bản sắc cá nhân còn thể hiện qua sự khác biệt giữa cách dùng văn bản của các nhóm công chúng. Trong khi công chúng ngoài chuyên ngành tiếp nhận tác phẩm chủ yếu để giải trí thì công chúng chuyên ngành (giảng viên, sinh viên văn học) lại sử dụng tác phẩm làm đối tượng học tập và nghiên cứu. Điều này minh chứng rằng ý nghĩa của văn bản không cố định mà phụ thuộc vào việc cá nhân sử dụng nó như thế nào trong vòng tròn văn hóa của họ.

Tiểu kết chương 3:

Chương 3 đã phân tích toàn bộ “vòng đời” của *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* như những sản phẩm văn hóa đại chúng, từ khâu sản xuất đến tiếp nhận, theo mô hình vòng tuần hoàn văn hóa của du Gay. Phân tích cho thấy thành công của hai tác phẩm không chỉ đến từ chất lượng nội dung mà còn từ một hệ thống sản xuất và truyền thông chuyên nghiệp. Đặc biệt, hiệu ứng du lịch tăng đột biến sau khi phim ra mắt là minh chứng rõ nhất cho sức lan tỏa của sản phẩm văn hóa đại chúng ra ngoài phạm vi thị trường sách và điện ảnh. Tính liên văn bản giữa nguyên tác và phim chuyển thể cũng được làm rõ. Phim điện ảnh chuyển thể không phải bản sao của sách mà là một cách đọc độc lập, bổ sung ý nghĩa cho tác phẩm

thông qua ngôn ngữ hình ảnh. Bên cạnh đó, các thực hành văn hóa đại chúng đa dạng: từ đọc sách hoài niệm, xem phim theo thể hệ, check-in du lịch Phú Yên đến fanfiction và review mạng xã hội, cho thấy công chúng không phải là người tiếp nhận thụ động mà là những chủ thể chủ động tái tạo ý nghĩa từ tác phẩm trong đời sống hàng ngày. Phân tích theo lý thuyết của Fiske và Hall cho thấy công chúng tìm đến hai tác phẩm vì những loại khoái cảm thực sự: thoát ly, nhận diện, sáng tạo. Đồng thời, hai tác phẩm còn giúp công chúng kiến tạo và xác nhận bản sắc cá nhân theo nhiều chiều hướng. Nhìn nhận tổng thể, hai tác phẩm trên không phải những sản phẩm văn hóa đơn lẻ mà là những hệ sinh thái văn hóa hoàn chỉnh. Nơi sách, phim, du lịch, mạng xã hội và cộng đồng fan cùng tạo thành một vòng lặp tiếp nhận tự khuếch đại, liên tục tìm thêm người đọc mới qua nhiều thể hệ.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh văn hóa đại chúng ngày càng phát triển, chi phối tới đời sống văn hóa – nghệ thuật đương đại, việc nghiên cứu các hiện tượng văn học từ góc nhìn liên ngành đã mở ra những khả năng tiếp cận mới đối với văn học Việt Nam. Trên cơ sở vận dụng lý thuyết văn hóa đại chúng, đặc biệt là mô hình Vòng tuần hoàn văn hóa (Circuit of Culture) của Stuart Hall và Paul du Gay, luận văn đã tiến hành khảo sát hai truyện dài tiêu biểu của Nguyễn Nhật Ánh là *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* (2010) và *Con chim xanh biếc bay về* (2020). Qua quá trình khảo sát, phân tích và giải mã hệ thống văn bản cũng như cơ chế vận hành của hai tác phẩm trong đời sống xã hội, nghiên cứu đi đến những nhận định và kết luận cơ bản sau đây

Trước tiên, luận văn đã làm rõ những biểu hiện nổi bật của tính đại chúng trong cấu trúc nghệ thuật của hai tác phẩm. Trên phương diện đề tài và chủ đề, Nguyễn Nhật Ánh lựa chọn những vấn đề gần gũi gắn liền với đời sống của số đông công chúng như tuổi thơ, gia đình, tình bạn, tình yêu, sự trưởng thành, những khó khăn của cuộc sống mưu sinh và khát vọng hướng thiện của con người. Đây đều là những trải nghiệm mang tính phổ quát, có khả năng vượt qua ranh giới về lứa tuổi, trình độ học vấn hay địa vị xã hội để tạo nên sự đồng cảm rộng rãi trong cộng đồng tiếp nhận. Ở phương diện kết cấu trần thuật, cả hai tác phẩm đều được xây dựng theo lối tự sự dễ tiếp cận với độc giả thông qua kết cấu tuyến tính, chuỗi sự kiện thường nhật và tính mở của văn bản. Nguyễn Nhật Ánh không hướng tới những thử nghiệm hình thức phức tạp mà lựa chọn cách kể chuyện gần với nhịp vận động tự nhiên của đời sống. Chính điều đó tạo nên cảm giác chân thực, giúp độc giả dễ dàng tham gia vào quá trình tiếp nhận và đồng sáng tạo ý nghĩa cùng văn bản. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng ngôn ngữ và điểm nhìn trần thuật là những yếu tố quan trọng góp phần kiến tạo sức hấp dẫn đại chúng của tác phẩm. Việc sử dụng ngôi kể thứ nhất giúp người đọc tiếp cận câu chuyện từ chiều sâu cảm xúc của nhân vật, đồng thời tạo nên cảm giác gần gũi và chân thực. Ngôn ngữ trong hai tác phẩm mang đậm tính khẩu ngữ, giản dị, trong sáng và giàu chất đời thường. Đặc biệt, sự pha trộn linh hoạt giữa giọng điệu hài hước, trữ tình, suy tư và hoài niệm đã tạo nên một diễn ngôn nghệ

thuật vừa nhẹ nhàng, dễ đọc vừa giàu chiều sâu cảm xúc. Trên phương diện xây dựng nhân vật, luận văn khẳng định rằng các nhân vật trong sáng tác của Nguyễn Nhật Ánh không được xây dựng như những cá thể phi thường mà chủ yếu mang tính đại diện cho những kiểu người quen thuộc trong đời sống xã hội Việt Nam. Đó là những đứa trẻ nông thôn đang lớn lên giữa những rung động đầu đời, những người trẻ tỉnh lẻ đang vật lộn với cuộc sống đô thị, những người cha, người mẹ, người bạn bình dị nhưng giàu lòng yêu thương. Tâm lý nhân vật được triển khai theo hướng tự nhiên, dễ nhận biết, trong khi đời sống cảm xúc lại vô cùng phong phú và chân thật. Chính khả năng khơi gợi sự đồng cảm sâu sắc nơi người đọc đã tạo nên sức sống lâu bền cho các hình tượng nghệ thuật của Nguyễn Nhật Ánh.

Một phát hiện quan trọng khác của luận văn là sự vận động trong tư duy nghệ thuật của nhà văn qua khoảng cách mười năm giữa hai tác phẩm. Nếu *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* chủ yếu hướng về không gian tuổi thơ và ký ức nông thôn với giọng điệu hoài niệm đậm nét, thì *Con chim xanh biếc bay về* đã mở rộng biên độ phản ánh sang đời sống đô thị đương đại, tập trung vào những vấn đề của người trẻ trong quá trình mưu sinh và tìm kiếm hạnh phúc. Sự dịch chuyển này cho thấy Nguyễn Nhật Ánh không lặp lại những thành công cũ mà luôn chủ động đổi mới để đồng hành cùng những biến đổi của đời sống xã hội và nhu cầu tiếp nhận của công chúng. Đặc biệt, thông qua việc vận dụng mô hình Vòng tuần hoàn văn hóa, luận văn đã vượt ra ngoài phạm vi khảo sát văn bản thuần túy để tiếp cận tác phẩm như một hiện tượng văn hóa đang vận động trong đời sống xã hội. Kết quả nghiên cứu cho thấy *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* không tồn tại như những văn bản độc lập mà tham gia vào một hệ sinh thái văn hóa đa phương tiện. Trong hệ sinh thái đó, hoạt động xuất bản, truyền thông, chuyển thể điện ảnh, tương tác trên mạng xã hội, cộng đồng người hâm mộ và các hoạt động du lịch văn hóa cùng góp phần kiến tạo, mở rộng và duy trì sức sống của tác phẩm. Điều này chứng minh rằng đời sống của văn học đương đại không chỉ được quyết định bởi chất lượng nghệ thuật nội tại mà còn chịu tác động mạnh mẽ từ các cơ chế sản xuất, lưu thông và tiếp nhận trong môi trường văn hóa đại chúng. Từ những kết quả trên, luận văn đi đến

khẳng định rằng Nguyễn Nhật Ánh là một trường hợp tiêu biểu cho sự giao thoa giữa văn học nghệ thuật và văn hóa đại chúng ở Việt Nam đương đại. Thành công của ông cho thấy tính đại chúng không đồng nghĩa với sự đơn giản hóa hay hạ thấp giá trị nghệ thuật. Ngược lại, khi được xây dựng trên nền tảng của những giá trị nhân văn bền vững và một kỹ thuật tự sự hiệu quả, tính đại chúng có thể trở thành con đường giúp văn học mở rộng phạm vi ảnh hưởng, đưa các thông điệp nhân văn lan tỏa sâu rộng trong cộng đồng.

Thứ ba, từ trường hợp nghiên cứu của Nguyễn Nhật Ánh, luận văn đồng thời mở ra những gợi ý cho các nghiên cứu tiếp theo về văn học thiếu nhi, văn học đại chúng, các hiện tượng xuất bản ăn khách, các cộng đồng tiếp nhận trên môi trường số cũng như các sản phẩm chuyển thể đa phương tiện tại Việt Nam. Đây là những lĩnh vực còn nhiều tiềm năng nhưng chưa được khai thác tương xứng trong nghiên cứu văn học hiện nay.

Tựu trung lại, *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* và *Con chim xanh biếc bay về* không chỉ là những tác phẩm được đông đảo bạn đọc yêu mến mà còn là những sản phẩm văn hóa đại chúng tiêu biểu của văn học Việt Nam đương đại. Qua trường hợp Nguyễn Nhật Ánh, có thể nhận thấy rằng văn chương, thị trường và công chúng không tồn tại như những thực thể tách biệt mà luôn tương tác, bổ sung và cùng nhau kiến tạo ý nghĩa cho tác phẩm. Việc tiếp cận hiện tượng này dưới góc nhìn lý thuyết văn hóa đại chúng không chỉ giúp nhận diện đầy đủ hơn giá trị của sáng tác Nguyễn Nhật Ánh mà còn góp phần khẳng định rằng trong đời sống văn học đương đại, ranh giới giữa văn học tinh hoa và văn học đại chúng không phải là một đường phân chia tuyệt đối, mà là một không gian giao thoa năng động, nơi các giá trị nghệ thuật và nhu cầu xã hội cùng gặp gỡ, đối thoại và phát triển.

Bên cạnh những đóng góp đạt được, luận văn còn một số hạn chế về tư liệu và phương pháp nghiên cứu cần được cải thiện trong quá trình phát triển đề tài. Phần dữ liệu tiếp nhận và lưu hành còn chủ yếu tổng hợp từ báo chí và NXN Trẻ nên thiếu sự kiểm chứng độc lập. Tư liệu giữa hai tác phẩm chưa cân xứng do sự chênh lệch về thời gian ra đời và quy mô chuyển thể. Ngoài ra, việc quan sát các thực hành cộng

đồng đọc giả (fandom, BookTok, fanfiction) mới dừng ở mức minh họa định tính, chưa phân tích trên khung lấy mẫu hệ thống. Luận văn vận dụng mô hình Vòng tròn văn hóa dựa trên diễn giải văn bản và tư liệu thứ cấp, thiếu khảo sát thực địa như phỏng vấn sâu, bảng hỏi để có dữ liệu thực chứng từ công chúng. Khâu chọn lọc dẫn chứng khó tránh khỏi yếu tố chủ quan. Đồng thời, việc chỉ khảo sát hai tác phẩm của Nguyễn Nhật Ánh khiến khả năng khái quát hóa kết luận cho toàn bộ dòng văn học đại chúng còn hạn chế. Trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo có thể kết hợp khảo sát thực nghiệm và phân tích dữ liệu mạng xã hội theo phương pháp lấy mẫu hệ thống để kiểm chứng, làm sâu sắc thêm các nhận định của luận văn.

DANH MỤC TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1. Nguyễn Nhật Ánh (2010), *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*, NXB Trẻ, HCM.
2. Nguyễn Nhật Ánh (2020), *Con chim xanh biếc bay về*, NXB Trẻ, HCM.
3. Lại Nguyên Ân (1999), *150 thuật ngữ văn học*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
4. Đoàn Thị Diên (2023), Thế giới tự nhiên và tuổi thơ trong tác phẩm Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh và Cây chuối non đi già xanh của Nguyễn Nhật Ánh, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, (số 545).
5. Nguyễn Đăng Điệp (2017), Văn học đại chúng ở Việt Nam hiện nay, *Tạp chí Nghiên cứu Văn học*, Viện Văn học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, (số 7), tr. 31 - 39.
6. Lê Thị Dương (2016), *Chuyển thể văn học – điện ảnh*, *Nghiên cứu liên văn bản*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
7. Lam Điền (2020), Nguyễn Nhật Ánh, con chim xanh tình nghĩa và cá tính Sài Gòn, Báo Tuổi trẻ Online, link: <https://tuoitre.vn/nguyen-nhat-anh-con-chim-xanh-tinh-nghia-va-ca-tinh-sai-gon-20201111092405657.htm>, truy cập ngày 10/05/2026.
8. Phong Đỗ (2023), The Witcher chính thức trở thành một trong những tựa game thành công nhất mọi thời đại, *Báo Thanh Niên*, đường link: <https://thanhnien.vn/the-witcher-chinh-thuc-tro-thanh-mot-trong-nhung-tua-game-thanh-cong-nhat-moi-thoi-dai-185230530082323893.htm>, truy cập ngày 31/4/2026.
9. Bùi Thu Hương (2023), Lịch sử hình thành khái niệm văn hóa đại chúng ở phương Tây, *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông*, đường link: <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/lich-su-hinh-thanh-khai-niem-van-hoa-dai-chung-o-phuong-tay-p27172.html#>, truy cập ngày 28/4/2026.
10. Nguyễn Quang Lập (2020), Con chim xanh biếc bay về: Lối đi riêng của Nguyễn Nhật Ánh, *Báo Thanh Niên*, Link: <https://thanhnien.vn/con-chim-xanh-biec-bay-ve-loi-di-rieng-cua-nguyen-nhat-anh>

[xanh-biec-bay-ve-loi-di-rieng-cua-nguyen-nhat-anh-1851010830.htm](https://songtre.com.vn/con-chim-xanh-biec-bay-ve-chat-tho-moi-cho-nguoi-lon-p19124.html), truy cập ngày 11/5/2026.

11. Bích Lộc (2020), Con chim xanh biếc bay về - chất thơ mới cho người lớn, *Báo Sóng Trẻ*, link: <https://songtre.com.vn/con-chim-xanh-biec-bay-ve-chat-tho-moi-cho-nguoi-lon-p19124.html>, cập nhật ngày 28/11/2020.
12. M.T. (2017), Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh được dịch sang tiếng Nhật, *Báo Lao Động*, đường link: <https://laodong.vn/van-hoa/toi-thay-hoa-vang-tren-co-xanh-duoc-dich-sang-tieng-nhat-581140.lao>, cập nhật ngày 13/12/2017.
13. Lê Trà My (2016), Hiện tượng Nguyễn Nhật Ánh và công nghệ PR, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*, tập 147, tr. 147 - 153.
14. Minh Nga (2015), Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh - Câu chuyện ngập tràn cảm xúc, *Báo Người Lao Động*, link: <https://nld.com.vn/van-hoa-van-nghe/toi-thay-hoa-vang-tren-co-xanh-cau-chuyen-ngap-tran-cam-xuc-20150930214007823.htm>, cập nhật ngày 30/9/2015.
15. Nhà Xuất Bản Trẻ (2010), Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh tái bản ngay ngày phát hành đầu tiên, *Nhà Xuất Bản Trẻ*, đường link: <https://www.nxbtre.com.vn/diem-tin/toi-thay-hoa-vang-tren-co-xanh-tai-ban-ngay-ngay-phat-hanh-dau-tien-2026.html>, cập nhật ngày 10/12/2010.
16. Trần Thị Hồng Nhung (2025), Văn hóa ứng xử của người Việt trong Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh của Nguyễn Nhật Ánh, *Tạp chí Điện tử Lý luận, Phê bình Văn học, Nghệ thuật*. Hội đồng Lý luận Trung ương, đường link: <https://lyluanphebinh.vn/tin-tuc/ngghien-cuu-trao-doi/3590/van-hoa-ung-xu-cua-nguoi-viet-trong-truyen-toi-thay-hoa-vang-tren-co-x>, cập nhật ngày 25/5/2025.
17. Nguyễn Thị Huệ Ninh (2017b), “Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh”: thành công từ sự phản quy tắc, *Khoa Ngữ văn - Trường Đại học Khoa học Huế*, đường link: <https://khoavanhue.husc.edu.vn/toi-thay-hoa-vang-tren-co-xanh-thanh-cong-tu-su-phan-quy-tac/>, cập nhật ngày 11/11/2017.

18. Nguyễn Thị Kiều Oanh, Nguyễn Thị Mỹ Linh, Hà Hoàng Thoại, Nguyễn Thị Diễm My, Trương Long Hồ Anh (2023), Thực trạng và giải pháp nâng cao hiệu quả tiếp nhận truyện dài và phim điện ảnh chuyển thể từ truyện dài của Nguyễn Nhật Ánh, *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, tập 59, (số 3), tr. 179 - 189, đường link: <https://doi.org/10.22144/ctu.jvn.2023.146>.
19. Phan Nhật Phi (2015), Phim “Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh” khác gì truyện?, *Tạp chí Tri thức*, đường link: <https://znews.vn/phim-toi-thay-hoa-vang-tren-co-xanh-khac-gi-truyen-post585701.html>, cập nhật ngày 1/10/2015.
20. Đoàn Quốc Phương (2017), *Phong cách nghệ thuật của Nguyễn Nhật Ánh*, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐHQG Hà Nội, Hà Nội.
21. Lê Minh Quốc (2014), *Nguyễn Nhật Ánh – Hoàng tử bé trong thế giới tuổi thơ*, NXB Kim Đồng, Hà Nội.
22. Hồ Sơn (2020), Nhà văn Nguyễn Nhật Ánh trở lại với biểu tượng “con chim xanh” trong tác phẩm mới, *Nhà xuất bản Trẻ*, đường link: <https://www.nxbtre.com.vn/diem-tin/nha-van-nguyen-nhat-anh-tro-lai-voi-bieu-tuong-con-chim-xanh-trong-tac-pham-moi-54330.html>, cập nhật ngày 10/11/2020.
23. Lê Công Sơn (2021), Nhà văn Nguyễn Nhật Ánh ký tác quyền 47 tác phẩm với NXB Trẻ, *Báo Thanh Niên*, đường link: <https://thanhnien.vn/nha-van-nguyen-nhat-anh-ky-tac-quyen-47-tac-pham-voi-nxb-tre-1851026281.htm>, cập nhật ngày 6/1/2021.
24. Lưu Hồng Sơn (2011), Sự hình thành, phát triển và một số vấn đề cơ bản trong nghiên cứu văn hóa đại chúng ở Trung Quốc, *Khoa Văn học - Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐHQG TP.HCM*, đường link: http://khoavanhoc-ngonngu.edu.vn/home/index.php?option=com_content&view=article&id=2636:s-hinh-thanh-phat-trin-va-mt-s-vn-c-bn-trong-nghien-cu-vn-hoa-i-chung-trung-quc&catid=100:vn-hoa-lch-s-trit-hc&Itemid=161&lang=vi.

25. Tạp chí Lý luận chính trị (2022), Chủ nghĩa Marx phương Tây – một cái nhìn tổng quan, *Tạp chí Lý luận chính trị*, đường link: <https://vpdf.org.vn/tin-tuc-su-kien/chinh-tri-xa-hoi/chu-nghia-marx-phuong-tay-mot-cai-nhin-tong-quan.html>, cập nhật ngày 20/6/2022.
26. Diệu Thùy (2020), Con chim xanh biếc bay về - sắc xanh mới của Nguyễn Nhật Ánh, *Báo Dân Việt*, link: <https://danviet.vn/con-chim-xanh-biec-bay-ve-sac-xanh-moi-cua-nguyen-nhat-anh-20201110115440902-d917993.html>, cập nhật ngày 10/11/2020.
27. Nguyễn Thị Thu Thủy, Lê Thị Thanh Thủy (2022), Bàn luận về một số quan điểm nghiên cứu VHĐC, *Tạp chí Văn hóa và Nguồn lực*, tập 30, (số 2), tr. 82 - 90.
28. Ngọc Trang, Phạm Huyền (2025), Khi phim Việt trở thành cầu nối du lịch, *Báo Lao Động*, link: <https://laodong.vn/van-hoa-giai-tri/khi-phim-viet-tro-thanh-cau-noi-du-lich-1496862.ldo>, cập nhật ngày 2/5/2025.
29. Văn học (2020), “Con chim xanh biếc bay về” của Nguyễn Nhật Ánh phát hành 150.000 bản, *Tuổi Trẻ Thủ Đô*, đường link: <https://tuoitrethudo.vn/con-chim-xanh-biec-bay-ve-cua-nguyen-nhat-anh-phat-hang-150000-ban-149125.html>, cập nhật ngày 11/11/2020.
30. Ngân Vi (2015), Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh: Cuộc đối thoại với ký ức cảm xúc, *Báo Thanh Niên*, link: <https://thanhnien.vn/toi-thay-hoa-vang-tren-co-xanh-cuoc-doi-thoi-voi-ky-uc-cam-xuc-185505778.htm>, cập nhật ngày 30/9/2015.

DANH MỤC TÀI LIỆU NƯỚC NGOÀI

31. Bonsu, O. (n.d.), Osei Bonsu on Stuart Hall, *FRIEZE Magazine*, truy cập ngày 27/5/2026.
32. Browne, R. B. (1997), The Voice of Popular Culture in History, *Perspectives on History*, đường link: <https://www.historians.org/perspectives-article/the-voice-of-popular-culture-in-history-may-1997/>, cập nhật tháng 5/1997.
33. Cawelti, J. G. (1976), *Adventure, Mystery, and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture*, University of Chicago Press, Chicago.
34. De Certeau, M. (1984), *The Practice of Everyday Life*, University of California Press, California.
35. du Gay, P. và cộng sự (1997), *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*, Sage Publications, London.
36. Fiske, J. (2010), *Understanding Popular Culture*, Routledge, London.
37. Hall, C., & Schwarz, B. (2016), *Cultural studies 1983: A theoretical history*, Duke University Press, Durham.
38. Hall, S. (1980), Encoding/Decoding, *Culture, Media, Language*, (số 1), pg. 128 - 138.
39. Hoang, G. (2025), RETELL, RECALL AND RECONSTRUCT: FROM COMMUNITY MEMORIES TO ECOLOGICAL EDUCATION IN VIETNAMESE CINEMA THROUGH THE CONTEMPORARY ADAPTATIONS OF NGUYEN NHAT ANH'S WORKS, *Metacritic Journal for Comparative Studies and Theory*, tập 11, (số 1), pg. 162 - 183, đường link: <https://doi.org/10.24193/mjcst.2025.19.07>.
40. Hoggart, R. (1957), *The Use of Literacy*, Chatto and Windus, London, đường link: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.463228/page/n3/mode/2up>.
41. Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002), *Dialectic of Enlightenment*, Stanford University Press, Stanford.
42. Jenkins, H. (2006), *Văn hóa hội tụ: Nơi truyền thông cũ và mới giao thoa*, Nhà xuất bản Đại học New York, New York.

43. Leavis, F. R. (1930), *Mass Civilisation and Minority Culture*, Minority Press, Cambridge.
44. Leavis, F. R. (1948), *The Great Tradition: George Eliot, Henry James, Joseph Conrad*, Chatto & Windus, London.
45. Leavis, Q. D. (1932), *Fiction and the Reading Public*, Chatto & Windus, London.
46. Macdonald, D. (1953), A Theory of Mass Culture, *Diogenes*, tập 1, (số 3), pg. 1 - 17.
47. Maina, S. T. (2024), What Next for the ‘Text’? Popular Culture and Literature Today, *Journal of Linguistics, Literary and Communication Studies*, tập 3, (số 1), pg. 10 - 20, đường link: <https://doi.org/10.58721/jllcs.v3i1.509>.
48. Mulhern, F. (1979), *The Moment of Scrutiny*, Verso, London.
49. Sedikides, C., & Wildschut, T. (2024), "On the Nature of Nostalgia: A Psychological Perspective", SageJournals, đường link: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/17540739241303497#con1>, cập nhật ngày 8/12/2024.
50. Storey, J. (2003), *Inventing Popular Culture*, Blackwell, Malden.
51. Storey, J. (2018), *Cultural Theory and Popular Culture an Introduction*, Routledge, London.
52. Williams, R. (1960), *Culture and Society*, Doubleday & Company, Inc., New York.
53. Williams, R. (1961), *The Long Revolution*, Chatto and Windus, London.

PHỤ LỤC 1

Tác giả Vương Nhất Xuyên đưa ra 5 đặc trưng của văn hóa đại chúng trong bài viết *Văn hóa đại chúng đương đại và Khoa học Văn hóa đại chúng Trung Quốc*: (1) Được sản xuất với số lượng lớn, được đông đảo quần chúng ưa thích; (2) Có tính phổ biến và tính công thức; (3) Không chú trọng đến cái “điển hình” hay “cá tính” như văn hóa cao nhã; (4) Có tính giải trí hằng ngày; (5) Có tính vui vẻ (dẫn theo Lưu Hồng Sơn, 2011).

Bên cạnh đó, trong bài viết *Làm thế nào để phát triển Văn hóa đại chúng đương đại* tác giả Đàm Tác Kiện lại đưa ra 7 đặc trưng của văn hóa đại chúng: (1) Bản địa hóa nội hàm. Văn hóa đại chúng phát triển dựa trên nền văn hóa truyền thống lâu đời, mang tinh thần nhân văn và giáo dục do giới trí thức định hình. (2) Gắn bó với công nghệ hiện đại. Sự phát triển văn hóa đại chúng phụ thuộc vào kỹ thuật số và truyền thông hiện đại. (3) Thiên về giải trí. Vai trò chính là tiêu khiển, xoa dịu tâm lý. (4) Tính thể tục. Hình thức dễ trở nên dung tục, nội dung nghèo nàn do đáp ứng cảm tính công chúng. (5) Chịu chi phối của thị trường. Văn hóa đại chúng là sản phẩm thương mại, không còn tự phát hay phi lợi nhuận như văn hóa dân gian. (6) Công nghiệp hóa. Văn hóa đại chúng được tổ chức như một ngành sản xuất chuyên nghiệp, có cả đào tạo học thuật. (7) Tính “ăn nhanh”. Sản xuất sản phẩm văn hóa hàng loạt, thay đổi liên tục theo thị hiếu công chúng (dẫn theo Lưu Hồng Sơn).

Lý Xuân Hoa đưa ra trong tác phẩm *Hàm nghĩa cơ bản của Văn hóa đại chúng* 7 đặc trưng chi tiết, có nhiều điểm tương đồng với Đàm Tác Kiện tuy nhiên cũng có những lý giải khác biệt. (1) Mang tính hiện đại, hình thành trong xã hội công nghiệp; (2) Gắn với thương mại hóa, truyền bá rộng nhờ công nghệ; (3) Mang tính thể tục, đề cao đời sống thường nhật thay vì lý tưởng hóa; (4) Có thời hiệu ngắn, nhanh lỗi thời vì chạy theo thị hiếu; (5) Đậm tính giải trí, hướng tới cảm xúc và tiêu khiển; (6) Ảnh hưởng rộng lớn; (7) Thường lặp lại mô-típ, thiếu tính sáng tạo cá nhân (dẫn theo Lưu Hồng Sơn).