

Bạn muốn trở thành một tác giả Phật giáo? (P.3)

ISSN: 2734-9195 08:25 08/10/2025

Tiếp theo, chúng ta sẽ tìm hiểu về thế giới Metadata: Metadata là gì, quan trọng thế nào và đang phát triển ra sao? Đồng thời sẽ xem xét số phận của giáo lý Phật giáo khi sách in trở nên ít quan trọng hơn trong truyền thừa tổng thể.

Đa số người phương Tây lần đầu biết tới Phật giáo qua một cuốn sách. Vì thế mới có những thuật ngữ như “bookstore Buddhist” (phật tử phòng sách) hay “nightstand Buddhist” (tủ sách phật tử đầu giường). Nhưng nếu bạn muốn đi xa hơn phần cơ bản thì sao?

Sách về Phật giáo hiếm khi được phân loại theo trình độ sơ cấp, trung cấp hay nâng cao. Thậm chí có lúc chúng còn không được đặt vào mục “tôn giáo” mà lọt vào các kệ “Thân - Tâm - Tinh thần” bên cạnh sách về pha lê, hiện tượng huyền bí, UFO, phù thủy hay Yoga.

Zen trở thành một ký hiệu mơ hồ, không có nội hàm cố định.



Ảnh tác giả cung cấp

Làm sao để biết một cuốn sách là giáo lý Phật giáo, hay chỉ là một công trình nghiên cứu về chùa miếu, hay thậm chí chỉ là một sách ảnh du lịch về Angkor

Wat, hoặc đơn giản chỉ là một bài viết giải thích Pháp ở mức “Dharma lite”? Để lý giải câu hỏi này, cần hiểu thêm về bức tranh chung của ngành xuất bản Bắc Mỹ.

Theo Andreas Schleicher, Trưởng bộ phận Giáo dục và Kỹ năng của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), có khoảng 30% người Mỹ đọc ở mức trình độ mà bạn có thể mong đợi ở một trẻ em 10 tuổi (The New York Times). Theo Hiệp hội Thư viện Hoa Kỳ (ALA), các nỗ lực cấm sách đã tăng gấp đôi vào năm 2022, vượt hơn 1.200 vụ; và năm ngoái con số đó đã lên hơn 4.000. Thực tế là hành vi cấm sách ở Mỹ đã tăng theo cấp số nhân trong một thời gian. Song thị trường sách Mỹ vẫn là lớn nhất thế giới và đang mở rộng nhanh chóng. Người ta tự hỏi: mọi người đang đọc gì? Ngay cả một cuốn bán chạy với hai triệu bản in cũng chỉ chạm tới dưới 1% dân số Hoa Kỳ. Một cuốn sách Phật giáo sẽ tới được bao nhiêu độc giả? Phần lớn sách Phật giáo bán chưa tới vài trăm bản.

Về cơ bản có ba loại sách Phật giáo: học thuật, phổ thông và nghi lễ. Bài viết này sẽ bàn về hai loại đầu tiên.

Xuất bản học thuật Phật giáo: tưởng như “đóng băng”

Sách giáo khoa và công trình học thuật tốn kém để sản xuất. Chi phí in ấn tăng, sự bùng nổ của thị trường sách cũ từ thập niên 1980, ngân sách thư viện học thuật thu hẹp, việc sử dụng coursepack và sách điện tử gia tăng, thay đổi luật bản quyền, nạn sao chép bất hợp pháp và nhiều yếu tố khác đã tạo áp lực lớn lên các nhà xuất bản đại học và các nhà xuất bản chuyên ngành. Không chỉ thư viện đại học bị ảnh hưởng; các trường cao đẳng, đại học nói chung cũng đang chịu nhiều sức ép, nhiều giảng viên làm việc trong điều kiện bấp bênh như “gig economy (có thể được hiểu là: *thị trường lao động đặc trưng bởi sự phổ biến của các hợp đồng ngắn hạn hoặc công việc tự do trái ngược với công việc lâu dài*”, nhiều chương trình đào tạo bị đóng, và tuyển sinh giảm. Kết quả là nhóm xuất bản học thuật không phải là lĩnh vực tăng trưởng cho sách Phật giáo.

Năm 2022, Elizabeth Dunne, một người làm trong ngành xuất bản bảo vệ luận văn thạc sĩ với đề tài “50 Years of Buddhist Trade and Academic Book Publishing in the United States (50 năm thương mại Phật giáo và xuất bản sách học thuật tại Hoa Kỳ), 1970-2020” tại Đại học South Wales. Tôi biết ơn bà vì đã chia sẻ công trình đó. Phân tích của Dunne trích dẫn nhiều chuyên gia trong ngành cho thấy: “Trong năm đầu xuất bản, 79% các ISBN mới ở Mỹ có doanh số dưới 99 bản. Nhiều nhà xuất bản học thuật cho rằng tổng doanh số của các monograph chỉ in bìa cứng có thể thấp đến 400-500 bản trên toàn cầu. Các nhà

xuất bản đại học trở nên chọn lọc hơn về những gì họ sẽ xuất bản. Ngoại trừ một vài tác giả bán chạy, phần lớn tác giả chỉ nhận được khoảng 5.000-10.000 USD, nếu có, cho những dự án họ phải mất nhiều năm để hoàn thành”. (Knowledge Commons)

Sự chuyển mình của xuất bản thương mại từ những năm 1980

Trong thế giới sách thương mại, thập niên 1990 chứng kiến nhiều đổi mới công nghệ đã làm thay đổi sâu sắc ngành xuất bản. Desktop publishing, file PDF và sách điện tử đã xóa bớt một số “cửa ải” giữa tác giả và độc giả, tạo thách thức cho quyền lực của các nhà xuất bản lớn.

Các nhà xuất bản lớn phản hồi bằng sáp nhập, mua lại và các thương vụ tài chính, thu hẹp danh mục sách hướng tới những ấn phẩm có đối tượng rộng hơn. Văn hóa xuất bản, vốn luôn xoay quanh lợi nhuận, nghiêng về các “blockbuster”, loạt sách franchising, tie-in với phim ảnh và truyền hình, những sản phẩm “an toàn” nơi hoạt động PR có thể đảm bảo lợi nhuận. Nói cách khác, cơ hội truyền thông và quảng bá đôi khi trở thành yếu tố quyết định hơn chính chất lượng nội dung.

Công nghệ xuất bản tiếp tục tiến lên. In theo yêu cầu (POD) bắt đầu từ cuối thập niên 1990 và đến đầu những năm 2000 đã đạt được chất lượng và năng lực in đủ để trở thành lựa chọn khả thi. Tuy nhiên, chính sự hội tụ giữa POD, thương mại điện tử và logistics một-kèm-một khoảng 2006 mới thực sự biến cuộc chơi. Các nhà xuất bản lớn hiện dùng POD cho danh mục cũ; với các nhà xuất bản nhỏ, POD cộng bán hàng trực tuyến giúp tìm được mô hình kinh doanh bền vững. Các nền tảng gây quỹ cộng đồng (crowdfunding) cũng mở thêm con đường cho tự xuất bản, dù khâu giao hàng vẫn là thách thức.

Các nhà xuất bản thương mại lớn còn kiểm soát nhiều khâu trong chuỗi cung ứng sách Bắc Mỹ, dù không hoàn toàn là tất cả. Ví dụ, Shambhala được phân phối bởi Penguin Random House; năm 2013, Wisdom ký hợp đồng với Simon & Schuster để xử lý doanh số và giao nhận toàn bộ danh mục. Điều đó mang lại lợi thế về quy mô, thâm nhập thị trường và bán quyền nước ngoài, vì chỉ những hãng lớn mới đủ khả năng tham dự các hội chợ sách lớn như Bologna, Frankfurt, London hay Singapore để tìm kiếm hợp đồng.

Bức tranh năm 2005

Năm 2005, Trung tâm Nghiên cứu Phật học và Viện Nghiên cứu Đông Á (UC Berkeley) tổ chức hội thảo “Speaking for the Buddha? Buddhism and the Media” cùng với Hiệp hội Phim Phật giáo. Hội nghị có bốn phiên: Truyền thông in ấn; Điện ảnh; Thẩm quyền và Truyền thừa; và “Buddhism Sells” - Phật giáo trong quảng cáo Mỹ. Tài liệu hội thảo có trên trang của Trung tâm. Tại các phiên thảo luận lẫn phần Q&A, có thể thấy sự quan tâm tới Phật giáo đang tăng, nhưng nhiều khi bị nhìn nhận qua lăng kính tách rời và biến tấu theo quan niệm phương Tây (neo-orientalist). Nhìn lại, tầm nhìn của các diễn giả khi ấy còn khá mơ hồ so với những gì đã xảy ra trong hai thập niên sau đó, điều chứng tỏ dự báo luôn khó hơn hồi tưởng.

Đôi điều về Amazon

Amazon được thành lập năm 1994, nhưng mãi một thập niên sau mới bắt đầu có ảnh hưởng lớn đến thị trường và sinh lời. Họ ra mắt Kindle, mua lại Goodreads và Audible, và nỗ lực kiểm soát nhiều khía cạnh của văn hóa và thương mại sách. Tuy nhiên, danh mục “Best Sellers in Buddhism” trên Amazon phản ánh cách phân loại mang tính chủ quan. Khi Amazon mở rộng thành thị trường cho bên thứ ba, những người bán lẻ bên ngoài tràn ngập với đủ thông tin sai lệch và giá cả loạn nhịp, khiến người mua khó tìm sách Phật giáo có thẩm quyền hoặc mua được giá tốt.

Thêm vào đó, ngành xuất bản đang đứng trước nguy cơ bị “chìm ngập” bởi một làn sóng tiêu đề do AI tạo ra, các công ty có thể đổ ra hàng nghìn tựa một tháng. Vì vậy, Amazon có thể thuận tiện, nhưng không phải nơi tốt nhất để tìm giáo lý Phật học nghiêm túc. Hãy ủng hộ các nhà sách độc lập địa phương hoặc mua trực tiếp từ nhà xuất bản Phật giáo! Nếu bạn muốn hơn mức “Pháp nhẹ”, hãy tìm hiểu kỹ nguồn gốc từ các tác phẩm chính thống.

Hiện nay ai đang xuất bản sách Phật giáo?

Theo cơ sở dữ liệu Bowker’s Books In Print (2021), trong top 40 nhà xuất bản sách Phật giáo tại Bắc Mỹ có 21 nhà xuất bản thương mại lớn, 10 nhà xuất bản đại học, 7 nhà xuất bản Phật giáo chuyên biệt và 2 nền tảng tự xuất bản. Top 20 nhà xuất bản (trong đó chỉ 4 là nhà xuất bản Phật giáo) chiếm 56% số đầu sách chủ đề Phật giáo được bán trong giai đoạn 1970-2020. Kể từ 1970, khoảng 140 tựa sách Phật giáo “chính thức” được xuất bản mỗi năm trong nhóm này, nhưng bức tranh không đứng yên: tự xuất bản tăng và xu hướng chuyển sang giao nhận nội dung số đặc biệt rõ sau đại dịch 2020.

Vấn đề đa dạng trong xuất bản Phật giáo ở phương Tây còn nhiều việc phải làm. Người Mỹ gốc Á là cộng đồng phật tử lớn nhất bên Mỹ và xã hội Mỹ rất đa nguyên. Tuy nhiên, theo một báo cáo năm 2021 của Association of University Presses được Dunne trích dẫn, lực lượng lao động tại nhiều nhà xuất bản đại học vẫn có tỉ lệ lớn là người da trắng (81%), 79% tự nhận là thẳng tính (straight) và 88% không bị khuyết tật. Theo WorldCat, danh mục thư viện lớn nhất thế giới, 81% các đầu sách chủ đề Phật giáo giai đoạn 1970-2020 được viết bởi nam giới.

Trong phần tiếp theo của loạt bài này, chúng ta sẽ tìm hiểu về thế giới Metadata: Metadata là gì, quan trọng thế nào và đang phát triển ra sao? Đồng thời sẽ xem xét số phận của giáo lý Phật giáo khi sách in trở nên ít quan trọng hơn trong truyền thừa tổng thể.

(Còn tiếp...)

Tác giả: **John Harvey Negru**/Chuyển ngữ và biên tập: **Thường Nguyên**

Nguồn: buddhistdoor.net