

Hiện tượng "báo in biến mất" và vấn đề phát triển tạp chí trong kỷ nguyên 4.0

09:30 18/02/2019

Tác giả: Đang cập nhật

Ngày nay, sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông xã hội với phương thức đưa tin mới khiến các phương tiện truyền thông truyền thống khó giữ được vị thế như trước.



Tương lai không mấy sáng sủa của báo chí in toàn cầu. Ảnh minh họa

Việc nhiều tờ báo/tạp chí đình đám, từng thống trị ngành truyền thông toàn cầu đang phải đối mặt với tương lai ảm đạm, cầm cự để thích nghi với những đổi thay từng ngày, từng giờ của công nghệ. Đây là vấn đề đang đặt ra hết sức cấp bách, cần "lời giải" cho bài toán khó.

"Bức tranh" ảm đạm

Trên thế giới, nỗi quan ngại về sự "hết thời" của báo chí in đã được đặt ra cách đây khá lâu, khi sự khủng hoảng số lượng phát hành lan tới cả "thành trì" của một số "đại gia" ở Mỹ như: New York Times, Washington Post, Los Angeles Times, New York World Journal Tribune... Đặc biệt, gần đây một số tờ báo "đình đám" như: Financial Times, Frankfurter Rundschau (Đức); Newsweek (Mỹ); The Independent (Anh)... lâm vào tình trạng phải đóng cửa khiến không ít "tín đồ" trung thành hụt hẫng, ngao ngán khi nhìn vào tương lai không mấy sáng sủa của báo chí in toàn cầu. Do đó, thuật

ngữ “[báo in](#) biến mất” một lần nữa trở thành tâm điểm thu hút sự chú ý của giới học thuật và dư luận quốc tế.

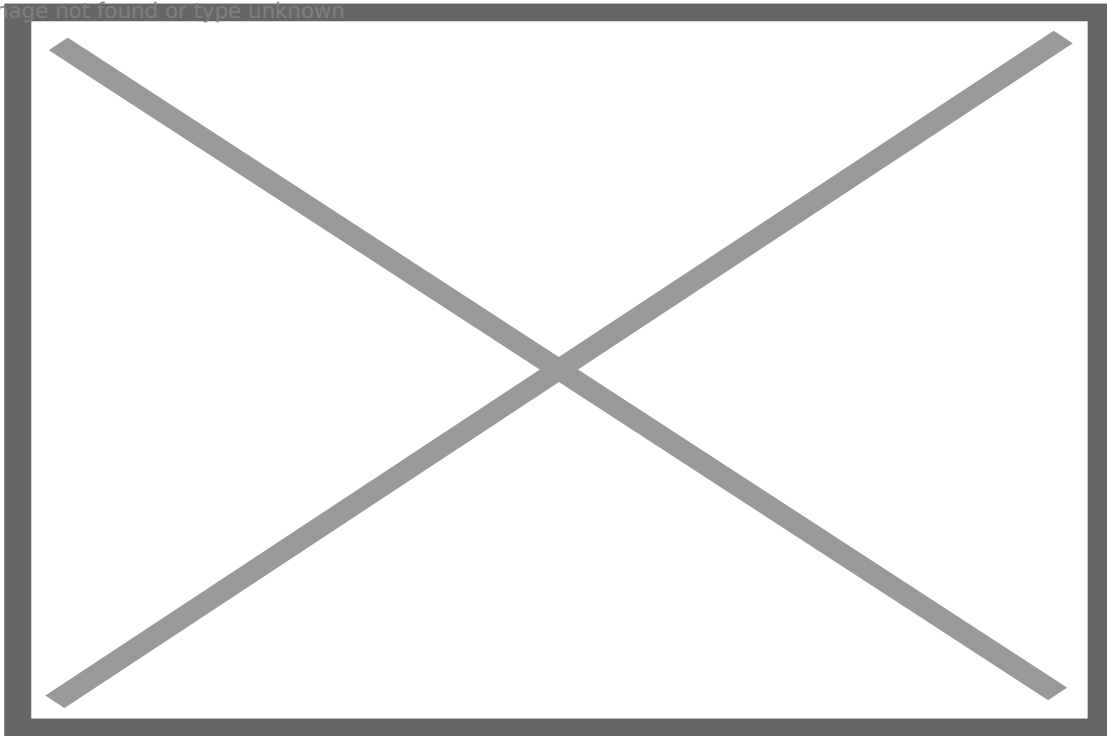
Đặc biệt, một loạt tờ báo nổi tiếng trên thế giới đã tuyên bố “going digital” (chuyển sang số), tức là dừng bản báo in để chuyển sang báo điện tử. Trước sự phát triển như vũ bão của truyền thông xã hội, sự tích hợp đa phương tiện cung cấp thông tin miễn phí ngay lập tức đã và đang khiến công chúng toàn cầu mê mẩn. Những cái tên Google, Facebook, YouTube... ngang nhiên thách thức các “đế chế” truyền thông lừng lẫy. Một thực tế “cay đắng” diễn ra là các “ông trùm” truyền thông như CNN, Reuters, AP, AFP, UPI, CBS... phải nhún mình để bắt tay với những thế lực mới nổi này.

Mặc dù tương lai của báo chí in vẫn đang là chủ đề “hot”, thu hút nhiều người quan tâm, nhưng có một điều chắc chắn sẽ xảy ra: thời hoàng kim của báo chí in đã qua. Báo in và tạp chí sẽ phải thay đổi như thế nào, để có thể “đứng vững” trong bối cảnh cách mạng [công nghiệp 4.0](#).

Tuy nhiên, sự cạnh tranh kết hợp với những tác động tiêu cực của cơ chế thị trường đã khiến một số người làm báo chỉ quan tâm đến hiệu quả kinh tế mà coi nhẹ hiệu quả xã hội. Vậy, thế nào là hiệu quả xã hội, lợi ích cộng đồng và lợi ích công chúng? Mặc dù đã có khá nhiều định nghĩa, song chưa có một định nghĩa chuẩn xác.

Có người thẳng thắn đề xuất cần phân biệt giữa cái mà công chúng muốn và cái mà công chúng cần, không phải cái gì hấp dẫn công chúng cũng có lợi cho công chúng. Thực tế đã chứng minh, lợi ích của số đông không phải bằng trung bình cộng của các lợi ích cá nhân. Vậy lợi ích của số đông được định lượng như thế nào? Làm thế nào xác định được đâu là bài báo có lợi cho công chúng, mang lại những gì tốt đẹp cho xã hội cần và thực sự phục vụ vì nhân dân?

Image not found or type unknown



Trong bối cảnh cạnh tranh hiện nay, các tạp chí cần giữ vững được bản sắc riêng của mình. Ảnh minh họa

Câu chuyện của các tạp chí ở Việt Nam

Không thoát khỏi xu thế chung của thế giới, báo chí Việt Nam, đặc biệt là các **tạp chí** chuyên ngành cũng đang đứng trước không ít thách thức trước sự tác động của mạng xã hội. Nhiều tờ báo, tạp chí phải cắt giảm nhân lực vì lượng quảng cáo sụt giảm, ảnh hưởng nghiêm trọng đến nguồn thu của các cơ quan báo chí, ngoại trừ một số tạp chí được Nhà nước bao cấp.

Trong thực tế, những tờ báo/tạp chí không có sự hỗ trợ đang cực kỳ khó khăn, tình trạng nợ nhà in, nợ lương, nợ nhuận bút đang diễn ra ở không ít cơ quan báo chí. Tình trạng báo ra chậm, hoặc phải dồn số do thiếu kinh phí không phải là hiếm gặp.

Trước sự tác động của cơ chế thị trường, các tạp chí chuyên ngành còn gặp vô vàn khó khăn, gian nan trong hành trình khẳng định vị thế, vai trò của mình. Đó không chỉ là sự vất vả đơn thuần về nguồn kinh phí eo hẹp, hoạt động chủ yếu dựa vào sự hỗ trợ, mà còn là sự lo ngại đối với đội ngũ cộng tác viên ngày càng “già hóa”, sự thiếu hụt những cây bút trẻ tài năng, sáng tạo, nhất là phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt, thị phần quảng cáo bị ảnh hưởng, lượng độc giả dần mất vào “tay” của truyền thông xã hội. Đó là chưa nói tới chi phí in ấn và phát hành ngày càng tăng cao, tiêu tốn một khoản ngân sách đáng kể của các **tạp chí**, cùng với thói quen chuyển sang dùng Internet đang là nguy cơ lớn, làm mất dần độc giả trung thành của các tạp chí.

Mặt khác, trong bối cảnh bùng nổ các loại hình giải trí, văn hóa đọc truyền thống cũng có sự thay đổi đáng kể. Một bộ phận độc giả, đặc biệt là giới trẻ không còn mặn mà với văn hóa đọc đã tìm đến các loại hình giải trí, nghe nhìn hiện đại. Một bộ phận khác đã thay đổi phương thức đọc, thay vì đọc báo giấy chuyển sang đọc báo mạng, vừa nhanh chóng, vừa tiện lợi, lại phù hợp với nhu cầu giải trí riêng của cá nhân... Qua đó có thể thấy vô vàn khó khăn trước mắt đối với những người làm báo và tạp chí.

Một điều không đề cập sẽ là thiếu, đó là tất cả nguồn lực đầu tư cho tạp chí hoạt động chỉ chờ từ quảng cáo và kinh doanh ấn phẩm. Trong khi đó, đa phần nhiệm vụ chính trị là mục tiêu của các **tạp chí**, nhưng theo tinh thần Nghị định của Chính phủ (Nghị định 16), quy định quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm về thực hiện nhiệm vụ, tổ chức bộ máy, biên chế và tài chính đối với đơn vị sự nghiệp công lập, cơ quan báo chí hoạt động như đơn vị sự nghiệp có thu, nguồn ngân sách Nhà nước cấp cho hoạt động báo chí ngày càng bị cắt giảm đáng kể, thậm chí tự chủ hoàn toàn, không còn kinh phí Nhà nước cấp. Do đó, các **tạp chí** cũng phải tự chuyển hướng, thực chất là tìm kiếm nguồn thu bảo đảm bù đắp chi phí hoạt động.

Image not found or type unknown



Độc giả xem tạp chí tại Hội Báo toàn quốc năm 2017. Ảnh: TL

Những việc... cần làm ngay!

Thời gian qua, các hành vi tiêu cực như tung tin giả mạo, phát tán tin xấu độc, xuyên tạc, bịa đặt, phát ngôn gây thù ghét... chủ yếu xuất hiện trên các mạng xã hội, do nhận thức của người sử dụng cho rằng, đây là môi trường ảo nên có thể tự do phát ngôn, tự do thông tin mà không phải chịu bất cứ trách nhiệm nào.

Nhiều người hiện nay có xu hướng đọc tin trên mạng xã hội thay vì tìm đến những trang báo chính thống. Thêm vào đó, nhiều phóng viên báo chí cũng đang bị lệ thuộc quá nhiều vào mạng xã hội, lấy đề tài, thông tin từ mạng xã hội, nhưng thiếu sự kiểm định, kiểm duyệt khiến nhiều khi báo chí bị chi phối quá lớn. Cũng từ đây, thực trạng vi phạm đạo đức nghề báo, xa rời chuẩn mực truyền thống ngày càng đáng báo động.

Một thực tế là thời gian gần đây, hàng loạt cơ quan báo chí bị xử phạt, có một bộ phận người làm báo đã vi phạm đạo đức nghề nghiệp, tha hóa; nhiều nhà báo “ảo tưởng” về nghề nghiệp, lợi dụng nghề để vụ lợi “đánh hội đồng”, dọa nạt, ép doanh nghiệp... bị cơ quan điều tra khởi tố, bắt tạm giam, bị xử lý kỷ luật và tước thẻ cho thấy vấn đề đạo đức người làm báo đang ở mức “báo động đỏ”, trong đó vi phạm trầm trọng nhất là tính chân thực của báo chí.

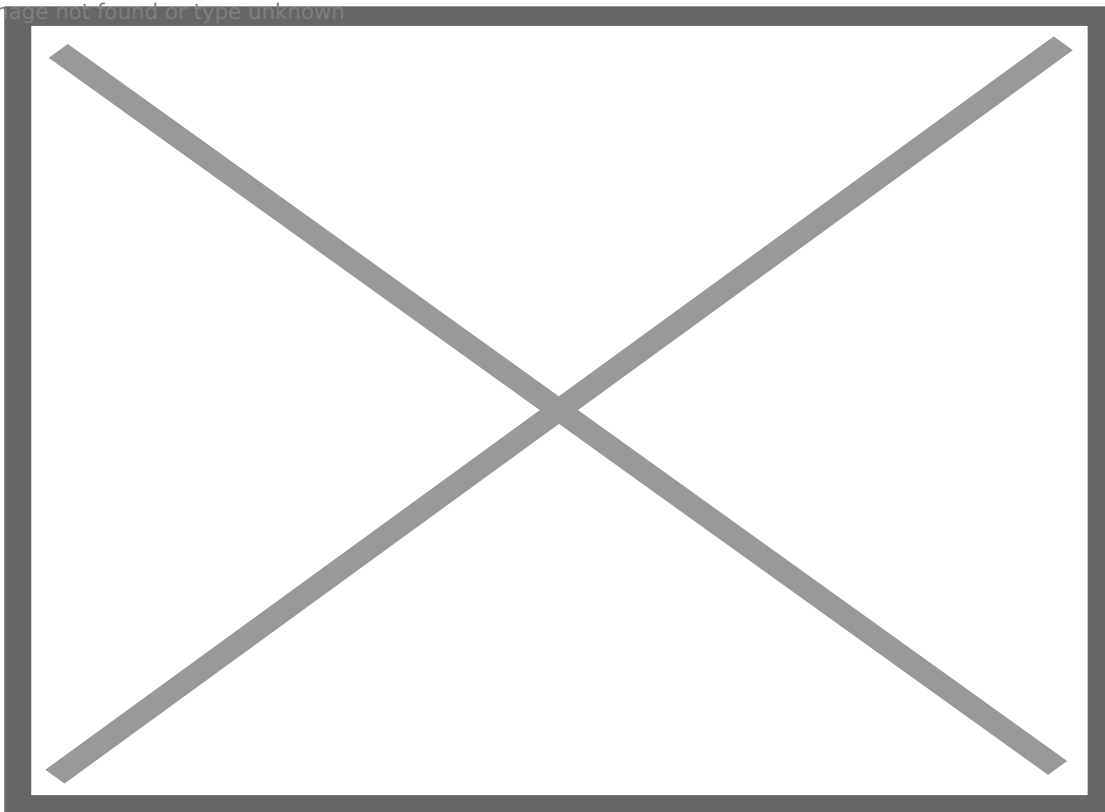
Mặc dù đây chỉ là những “con sâu làm rầu nồi canh”, nhưng rõ ràng nó đã làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến những nhà báo hoạt động chân chính, gây ra “vết đen” làm suy thoái lòng tin trong công

tác báo chí truyền thông. Do đó, trong bối cảnh cạnh tranh hiện nay, các **tạp chí** cần giữ vững được bản sắc riêng của mình, nhưng phải đổi mới quyết liệt để phát triển, bám sát nhịp đập sôi động của đời sống báo chí nước nhà, không ngừng nâng cao chất lượng chuyên môn để nội dung tạp chí ngày càng phong phú, thiết thực, hình thức ngày càng sinh động, hấp dẫn.

Ngoài ra, tạp chí phải đa dạng hóa nguồn thu mới có thể bảo đảm tồn tại và phát triển. Ngoài hoạt động phát hành, cần triển khai nhiều hoạt động khác như quảng cáo, truyền thông, tổ chức sự kiện, phối hợp tổ chức hội thảo, hợp tác với các tổ chức doanh nghiệp để làm các chương trình truyền thông...

Thực ra, về câu chuyện làm thế nào để tạp chí có thể phát triển bền vững trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt hiện nay, đã được nhiều người bàn thảo sôi nổi. Phương châm nhất quán là phải tìm ra những giải pháp mới, hướng đi mới để vừa có thể bảo tồn nguyên vẹn các giá trị, tôn chỉ, mục đích của từng **tạp chí**, vừa hội nhập, tiếp thu, đón nhận cái mới, tránh sự lạc hậu, cũ kỹ, lạc lối, đi lệch khỏi quỹ đạo của thời đại.

Image not found or type unknown



Từ sau năm 2020, theo Kết luận số 26-KL/TW về kiện toàn, nâng cao chất lượng, hiệu quả tạp chí các ban đảng Trung ương, mỗi ban đảng Trung ương có không quá 1 tạp chí in; khuyến khích các tạp chí có phiên bản điện tử và chuyển dần từ hình thức tạp chí in sang tạp chí điện tử. Ảnh minh họa

Trước mắt, công việc cấp thiết của các tạp chí là phải kiện toàn tổ chức; nâng cao chất lượng đội ngũ làm báo; cần đổi mới tư duy và công nghệ làm báo theo xu hướng hiện đại của báo chí thế giới; bên cạnh đó tập trung đầu tư vào nguồn lực con người và quan tâm giải quyết hài hòa các vấn đề kinh tế báo, tuy nhiên không nên quá chạy theo lợi nhuận mà mất đi tính “nghiêm cẩn” vốn có của tạp chí, đặc biệt là một số tạp chí điện tử...

Bên cạnh đó, bản thân mỗi **tạp chí** cũng cần nâng cao hiệu quả hoạt động, hình thức thể hiện và chất lượng nội dung thông tin để đáp ứng tính thời sự, tính định hướng, tính hấp dẫn, tính thuyết phục. Dù thế nào, chất lượng vẫn là yếu tố tiên quyết, “nội dung là vua” mới xác lập chỗ đứng vững chắc trong lòng bạn đọc, giúp tạp chí tìm được chỗ đứng trên thị trường.

Mặt khác, để nâng cao tính cạnh tranh, các tạp chí cần tập trung phát huy thế mạnh là đầu tư theo chiều sâu để tạo ra những bài viết mang tính chuyên sâu, chuyên luận, khái quát, định hướng thông tin và có tính nghiên cứu khoa học cao. Việc tăng cường đội ngũ cộng tác viên giỏi đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình nâng cao chất lượng của tạp chí.

Các tạp chí cần nhanh chóng xây dựng và vận hành tạp chí điện tử, để vừa tăng thêm số lượng độc giả, vừa theo kịp với xu thế phát triển chung. Rõ ràng, yêu cầu của công chúng, của thời đại luôn đòi hỏi các tạp chí phải có sự đổi mới phù hợp với nhịp sống hối hả của đời sống trong nước, cũng như trên thế giới.

Sự đổi mới này tuy rất cần thiết, nhưng nhất định phải được xây dựng trên một “bệ phóng” vững chãi, có định hướng phát triển đúng đắn và có những hướng đi phù hợp với công chúng truyền thông. Tất nhiên, còn nhiều việc phải làm và chỉ khi nào các **tạp chí** có thể tự đảm bảo cân đối nguồn thu - chi lúc đó mới có thể nói đến uy tín và sự quan tâm của độc giả.

Có thể khẳng định, để nâng tầm vị thế của tạp chí trong môi trường truyền thông hiện nay, phương châm nhất quán để phát triển đó là không ngừng đổi mới nội dung, xây dựng tòa soạn hiện đại có hai ấn phẩm in và điện tử, biến khó khăn thành cơ hội để cung cấp thông tin chất lượng tốt nhất

cho độc giả.

Trong bất cứ giai đoạn nào, **tạp chí** luôn là cơ quan báo chí quan trọng của quốc gia, bởi những tri thức được chuyên chở ở đó không chỉ hướng tới cho độc giả, mà còn là “cẩm nang” hữu ích cho các nhà lãnh đạo và quản lý./.

Thành Huy Long

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/hien-tuong-bao-in-bien-mat-va-van-de-phat-trien-tap-chi-trong-ky-nguyen-40>