

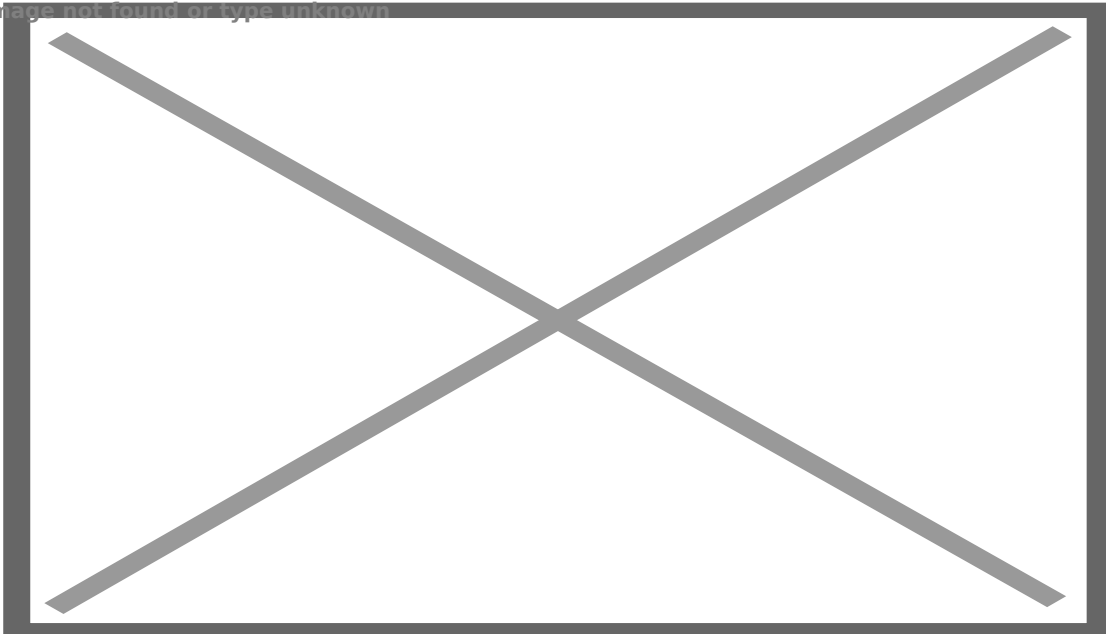
Báo chí và những “chuyện tử tế”

17:44 29/08/2016

Tác giả: Admin

Nhiều cơ quan báo chí đã xem yếu tố nhân văn là tiêu chí quan trọng hàng đầu, mở nhiều chuyên mục về chuyện tử tế, sống đẹp. Nhiều chuyên mục, chương trình hướng tới giá trị nhân văn đó có hiệu ứng tích cực với xã hội, lan tỏa sâu rộng và tạo ra được sự thay đổi nhiều số phận con người, nhiều vùng đất và đặc biệt thổi lên những ngọn lửa của lòng nhân ái, lối sống đẹp trong cộng đồng. Không ít tờ báo, nhà báo đã âm thầm nỗ lực làm việc thiện đằng sau con chữ, chung tay, góp sức làm nên những câu chuyện cổ tích giữa đời thường...

Image not found or type unknown



Một phóng sự truyền hình dành cho đồng bào dân tộc thiểu số. Ảnh: TL

Thắp lửa và lan tỏa yêu thương

Đã có những thời điểm, công chúng báo chí đặt ra nhiều nghi ngại khi đọc những tác phẩm mang tính “sốc, sex, sến, cướp, giết, hiếp” tràn lan trên mặt báo. Đã có không ít công chúng chia sẻ thẳng thắn rằng, mở nhiều trang báo, đặc biệt các tờ báo điện tử, ngập tràn tin tức là những thông tin mang tính giật gân câu khách, một màu xám dường như đang bao phủ cuộc sống... Và điều ấy đã, đang khiến bạn đọc ngày càng mất đi niềm tin vào báo chí. Những người làm báo cũng từng “giật mình” khi nhìn thấy một khối lượng thông tin khổng lồ về những mặt trái trong đời sống xã hội đang khiến con đường đưa thông tin đến với độc giả bị “ùn tắc”.

Nhưng không thể phủ nhận rằng, trong “biển” thông tin ấy, nhiều đơn vị báo chí đang tự sàng lọc và tìm kiếm những hướng đi, để kéo người đọc gần hơn với người viết. Một trong những lối đi ấy, chính là những chuyên mục được mở ra, những bài báo được viết lên bằng trái tim người cầm bút.

Sự ra đời của những chuyên mục, dự án nhân văn cho thấy tính cân bằng của thông tin. Công chúng không chỉ được cập nhật những vấn đề nóng của xã hội, những mặt xấu còn tồn tại trong cuộc sống, mà còn được thấy những điều đẹp đẽ, nhân văn, có tính hướng thiện.

Những tác phẩm viết về những thân phận, những kiếp người, những hoàn cảnh khó khăn... để rồi qua đó, rất nhiều người chung tay giúp đỡ họ, thay đổi cuộc sống của họ. Điều ấy là mục đích tối thượng mà những người làm báo đặt ra cho những chuyên mục và chương trình mang tính nhân văn, nhân ái. Thậm chí, có những tờ báo, nhà báo đã tạo dựng tên tuổi từ những chuyện tử tế đó.

Mỗi chuyên mục, chương trình được mở ra đều hướng đến một giá trị tử tế nào đó, hướng đến “cứu giúp” cho những số phận không may mắn trong xã hội, những đứa trẻ được đến trường, được có những bữa cơm đủ chất... Đó là ý nghĩa mà chương trình “cơm có thịt”, do nhà báo Trần Đăng Tuấn thực hiện nhiều năm qua. Và chỉ cần thế thôi, sự ấm áp được lan tỏa trong xã hội.

Ngọn lửa yêu thương từ những bài viết phản ánh đúng sự thật, những hoàn cảnh được đưa lên mặt báo, những điều ước nhỏ bé dần trở thành hiện thực. Thắp lửa và lan tỏa tình yêu thương chính là ý nghĩa sâu xa mà hầu hết các chương trình, chuyên mục mà các tờ báo mở ra. Không phải để khuếch trương hay tô đẹp cho mình mà trên hết chính là để đem lại cho cuộc sống những điều tốt đẹp, biểu dương, khích lệ những điều tốt đẹp ấy và để mỗi người trong xã hội nhìn theo, học theo...

Muốn “nhận” thì phải “cho đi”...

Sự “cho” và “nhận” ở đây không nằm trong một nguyên lý hay quy luật thường thấy ở đời, nhưng cũng không nằm ngoài ranh giới của quy luật nhân - quả. Những chương trình, những bài viết nhân

văn, nhân ái muốn có tác động xã hội thì phải hay cả về ý nghĩa, nội dung, phải tạo nên cảm xúc và chạm đến được trái tim của khán giả.

Từ đó, khán giả sẽ hiểu rằng, bản thân cần góp phần giúp đỡ các hoàn cảnh khó khăn trong xã hội. Sự lan tỏa lòng tốt sẽ bắt nguồn từ... con chữ. Và bởi thế, “sự cho đi” của báo chí không hẳn là sự ban phát một đồng, hai đồng, nhiều ít những giá trị vật chất, mà khác biệt ở chỗ, những người làm báo thực hiện những việc tử tế thông qua tác phẩm nên họ phải “cho đi” mới có thể “nhận lại” được những tấm lòng và tất nhiên không phải “nhận” cho họ, mà cho những nhân vật của họ, hướng đến một xã hội đầy ắp tình yêu thương và những giá trị tử tế.

Làm vì người khác, báo chí và những chuyên mục mang giá trị của sự tử tế có lẽ vì thế mà dễ đi vào lòng người hơn, dễ được người đọc đón nhận hơn. Niềm hạnh phúc lớn nhất mà họ nhận được chính là sự giúp đỡ ấy “đơm hoa”. Nhiều mảnh đời được chia sẻ, nhiều số phận được giúp đỡ... chính là mong muốn thiết thực nhất mà những chuyên mục nhân văn, nhân ái hướng đến.

Tấm lòng ấy, hẳn là không phải ai cũng có, không phải người cầm bút nào cũng có được một trái tim yêu thương như thế. Và quả thực không là những người làm công việc báo chí, thì việc thực hiện điều ấy cũng không hề dễ dàng gì. Nghề báo quả thực đã đem lại cho người làm báo không ít những “ân huệ” trời ban, trong đó, chính là những cơ hội để làm việc thiện, làm việc tốt bằng cách huy động và kêu gọi sức mạnh của toàn xã hội. Tính đặc thù ấy được phát huy càng mạnh thì xã hội càng tốt đẹp hơn.

Nhưng có thể nói rằng, để có được những chuyên mục “tử tế”, những bài viết không thể đơn điệu, nhạt nhẽo. Những người thực hiện những “chuyện tử tế” ấy không thể là một ngòi bút thiếu cảm xúc, thiếu chân thành. Bởi vậy, người làm báo ấy cũng cần lắm chữ tâm với nghề, với nhân vật, với cuộc đời. Hội tụ đủ điều ấy, sẽ có những chương trình làm rung động trái tim người đọc, người xem. Hiệu quả thông tin đem đến những giá trị cao hơn ngoài con chữ. Đó chính là điều mà những người làm báo cần quan tâm và hướng đến. Bởi thế, cần lắm những bài viết hiệu quả, tôn trọng nhân vật, không làm tổn thương đến lòng tự trọng của họ...

Giữa cuộc sống xô bồ, những người làm báo đang viết nên những nốt nhạc lặng thầm nhưng đầy ý nghĩa về lòng tốt của con người. Để rồi, những thanh âm trong trẻo ấy cứ vang xa, vang mãi, lay động hàng triệu trái tim, thổi bùng lên ngọn lửa thiện nguyện. Đó chính là điều tốt đẹp mà người làm báo “nhận” được khi làm những “chuyện tử tế”./.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/bao-chi-va-nhung-chuyen-tu-te>