

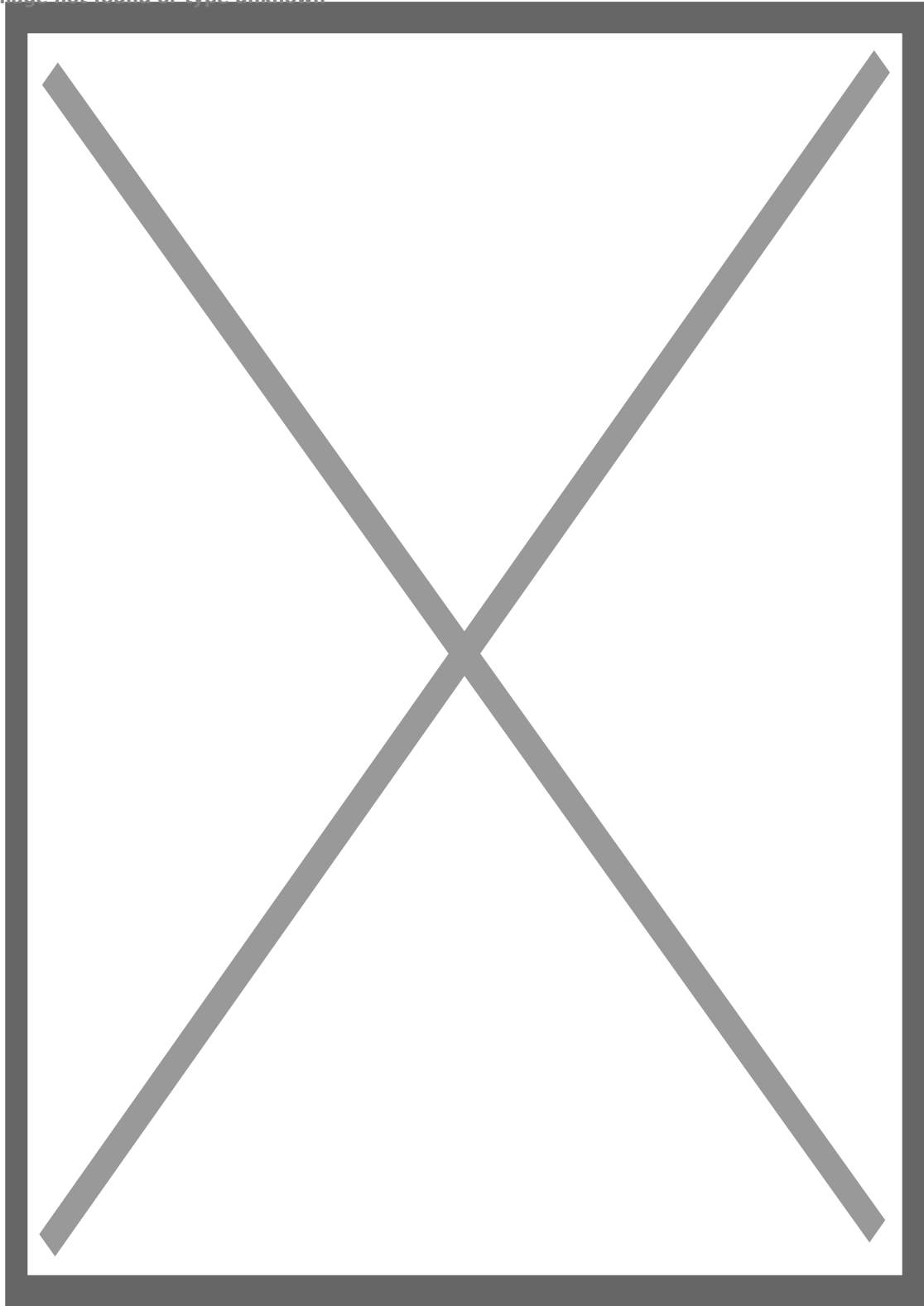
Tranh cổ động - Nghệ thuật và chất báo chí (*)

05:29 23/04/2021

Tác giả: Đang cập nhật

Tranh cổ động được coi là một trong những vũ khí sắc bén trong việc tuyên truyền kịp thời các nhiệm vụ cách mạng, tác động mạnh mẽ đến tư tưởng, tình cảm và hành động của quần chúng nhân dân, cổ vũ quần chúng nhân dân hoàn thành nhiệm vụ.

Image not found or type unknown



Tranh cổ động đồng tâm đồng lòng chống dịch Covid-19. Ảnh: TL

Tranh cổ động không phải là một loại hình báo chí, tuy nhiên, điểm độc đáo, khác biệt của tranh cổ động so với các dòng tranh khác có lẽ bởi chính tính “cổ động” của dòng tranh này có rất nhiều điểm tương đồng với báo chí trong việc truyền tải những thông điệp mang tính thời sự, phục vụ thiết thực cho những nhiệm vụ chính trị - xã hội của đất nước.

Sự hình thành và phát triển của tranh cổ động ở Việt Nam

Tranh là tác phẩm hội họa phản ánh hiện thực bằng đường nét và màu sắc. Tranh cổ động, thường gọi là tranh áp - phích (affiche) thuộc loại hình tranh đồ họa (nghệ thuật tạo hình trên bề mặt 2 chiều một cách gián tiếp qua các kỹ thuật in ấn, vì vậy tranh đồ họa thường có nhiều phiên bản. Để đạt mục đích tuyên truyền, **tranh cổ động** có đặc điểm tập trung, khái quát hình tượng nghệ thuật cụ thể, vì vậy hình thức tranh thường đơn giản, hòa sắc mạnh, tươi khỏe, độ đậm nhạt tương phản. Bên cạnh đó, thông tin đem lại cho người xem thông qua hai phần hình ảnh và phần chữ viết phải vô cùng rõ ràng, ngắn gọn, gây ấn tượng nhanh, mạnh, dễ hiểu, dễ nhớ.

Ở Việt Nam, tranh cổ động gắn liền với cuộc đấu tranh giải phóng và bảo vệ độc lập dân tộc. Bức vẽ đầu tiên thuộc thể loại này là tác phẩm “Việt Nam độc lập thổi kèn loa” đăng trên Báo Độc lập (số 101, ra ngày 1/8/1941) của lãnh tụ Nguyễn Ái Quốc:

“Việt - Nam Độc - lập thổi kèn loa

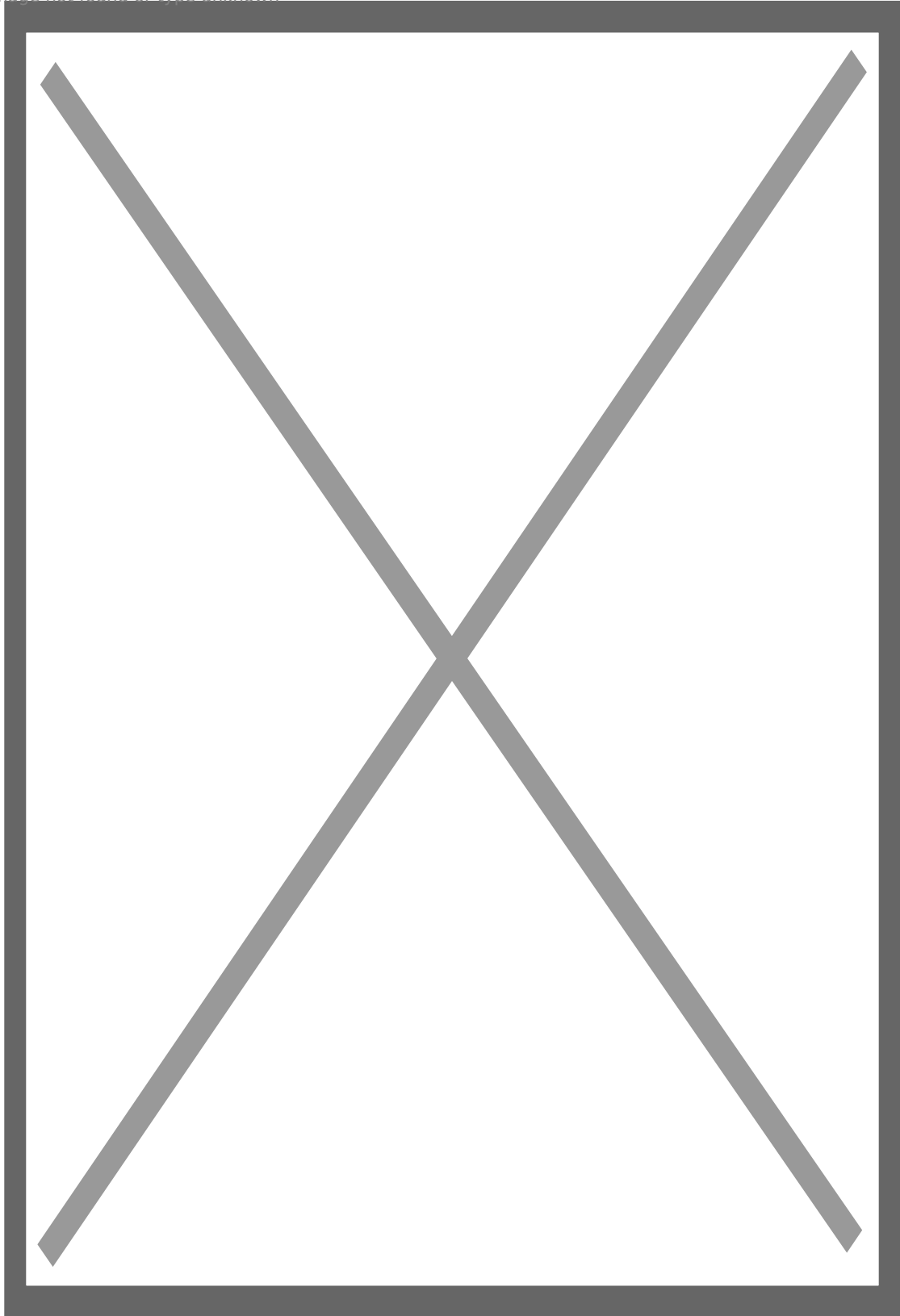
Kêu gọi nhân dân trẻ lẫn già

Đoàn kết vững bền như khối sắt

Để cùng nhau cứu nước Nam ta!”.

Đề dưới bức họa mà Bác dùng những chữ Việt Nam Độc Lập (VNĐL) ghép thành hình một người thanh niên cầm cờ đỏ sao vàng, thổi kèn là một minh họa độc đáo, đặc sắc, có nhiều giá trị với thể loại tranh cổ động chính trị. Bức minh họa này đã được một số tài liệu mỹ thuật đánh giá như một bức tranh cổ động chính trị hoàn chỉnh và là một trong số ít những tác phẩm cổ động chính trị đầu tiên của cách mạng Việt Nam.

Image not found or type unknown



Tranh cổ động về bảo vệ chủ quyền biển đảo. Ảnh: TL

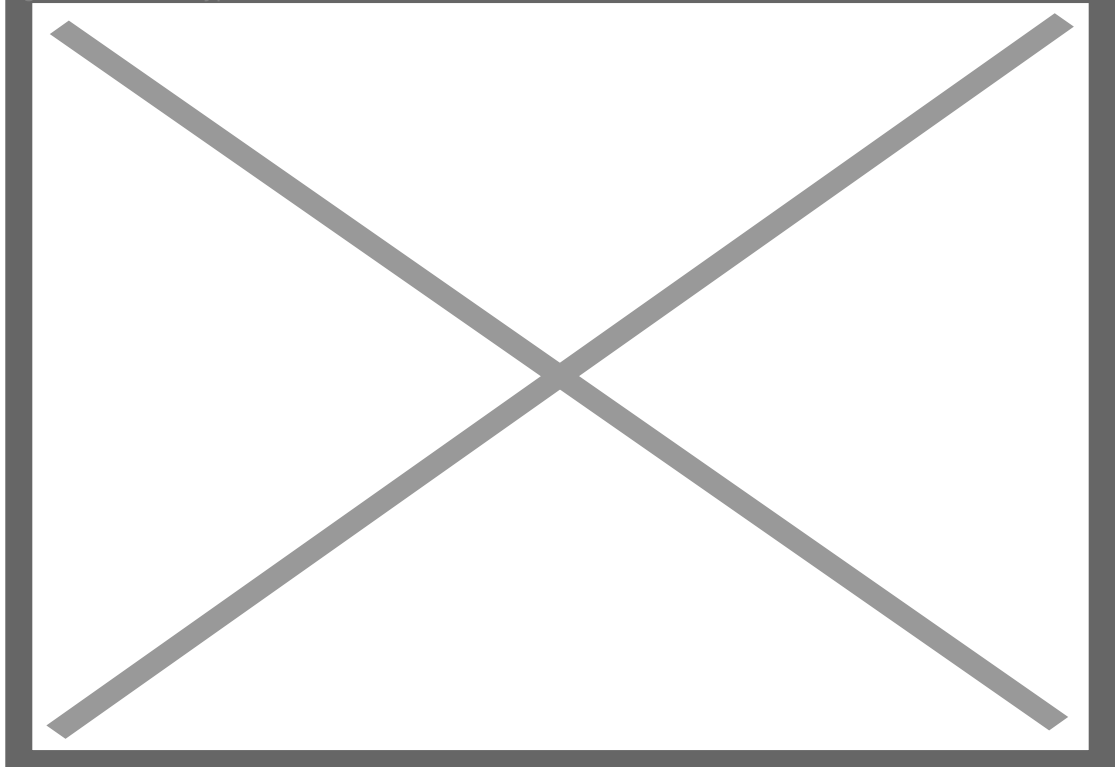
Bảo tàng Lịch sử quốc gia hiện đang lưu giữ bộ sưu tập Tranh cổ động lớn nhất cả nước gồm 1.225 đơn vị kiểm kê với số lượng là 1.880 hiện vật. Trong số đó, bên cạnh 388 bức [tranh cổ động](#) của nước ngoài nói về sự ủng hộ của nhân dân thế giới đối với cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước

của nhân dân Việt Nam, còn có 1.492 tranh cổ động của các thế hệ họa sĩ Việt Nam từ 1945 đến nay. Ngoài ra, nhiều Bảo tàng ở Việt Nam như Bảo tàng Mỹ thuật, Bảo tàng Tuổi trẻ, Bảo tàng Báo chí đều lưu trữ các bộ sưu tập tranh cổ động riêng của mình.

Tranh cổ động không chỉ là một tác phẩm nghệ thuật mà còn mang giá trị lớn lao như một cuốn lịch sử sống động bằng tranh, ghi lại những sự kiện, những vấn đề thời sự của đất nước, cổ vũ tinh thần yêu nước, niềm tin vào kháng chiến, lao động sản xuất, xây dựng chủ nghĩa xã hội...

Ở Hà Nội, nhiều tuyến phố như phố Nhà Chung, phố Mã Mây trở thành phố du lịch chuyên bán bản sao tranh cổ động cho người nước ngoài, một phần có lẽ vì “Nghệ thuật tranh cổ động của Việt Nam vô cùng độc đáo, bản thân nghệ thuật cổ động rất đặc biệt, bởi nó chỉ tồn tại ở các nước xã hội chủ nghĩa. Tuy nhiên, tranh cổ động Việt Nam có phong cách hoàn toàn khác hẳn, những bức tranh cổ động Việt Nam đầy màu sắc và có sức thuyết phục mạnh mẽ nhưng lại không hề phô trương... Tranh cổ động Việt Nam thuộc về một thời kỳ cũ nhưng thông điệp của nó thì vượt lên trên thời gian” .

Image not found or type unknown



Tranh cổ động thời kháng chiến. Ảnh: TL

Chất báo chí trong tranh cổ động

Trước tiên là tính thời sự.

Báo chí phản ánh hơi thở của cuộc sống, cung cấp thông tin thời sự cập nhật, truyền bá những tin tức nóng hổi hàng ngày trên mọi lĩnh vực hoạt động của xã hội. Tranh cổ động cũng có tính thời sự và luôn gắn với những vấn đề lớn của đất nước.

Trong giai đoạn kháng chiến chống Pháp, phối hợp với báo chí và truyền đơn, tranh cổ động trở thành công cụ sắc bén cổ vũ toàn dân, toàn quân trong cuộc kháng chiến trường kỳ. Tranh cổ động luôn bám sát các chiến dịch của bộ đội ta, công tác binh vận, tình quân dân, đặc biệt là chiến dịch Điện Biên Phủ. Nổi bật nhất là những tác phẩm **tranh cổ động** của các họa sĩ danh tiếng như Trần Văn Cẩn, Nguyễn Đỗ Cung, Lương Xuân Nhị, Tô Ngọc Vân, Nguyễn Sáng, Mai Văn Hiến...

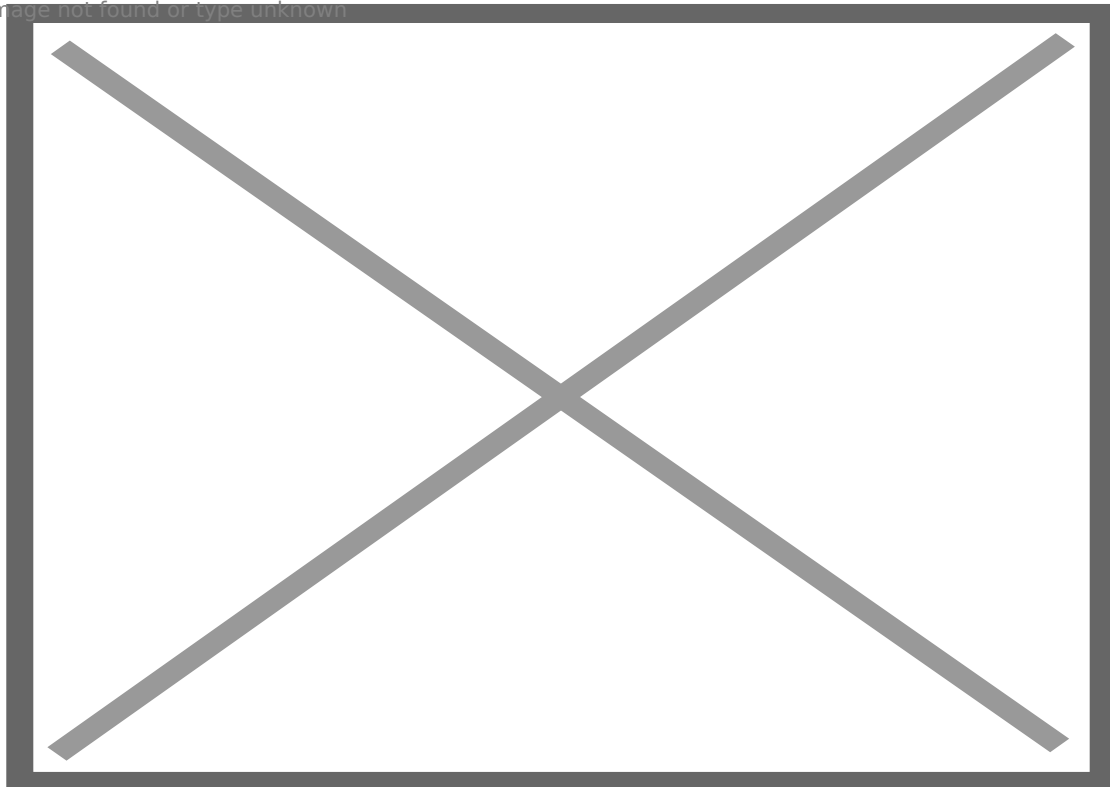
Trong kháng chiến chống Mỹ, tranh cổ động tập trung vào các chủ đề hậu phương lớn miền Bắc, tiền tuyến lớn miền Nam, chống chiến tranh phá hoại, các đề tài về giao thông, vận tải, về đường Trường Sơn, về công, nông nghiệp, đẩy mạnh sản xuất, học tập văn hóa góp phần cổ vũ khí thế cách mạng, tất cả để đánh thắng giặc Mỹ xâm lược... tiến tới hòa bình, thống nhất đất nước. Nhiều bức tranh là dấu ấn đậm nét về những sự kiện lịch sử quan trọng của đất nước và dân tộc, đồng thời, đạt tới những giá trị đích thực trên cả hai bình diện: Giá trị nghệ thuật và hiệu quả tuyên truyền như bức tranh “Bác vẫn cùng chúng cháu hành quân” của họa sĩ Huy Oánh và Nguyễn Thụy, “Xe dọc Trường Sơn đi cứu nước” của họa sĩ Xuân Hồng; “Giặc phá ta cứ đi” của họa sĩ Đào Đức; tranh “Lê Mã Lương cuộc đời đẹp nhất là trên trận tuyến đánh quân thù;” của họa sĩ Dương Ánh; “Đánh! đánh đến cùng, quyết bảo vệ miền Bắc, giải phóng miền Nam, thống nhất Tổ quốc” của họa sĩ Cổ Tấn Long Châu; “Quyết thực hiện lời bác dạy”, “Hậu phương thi đua với tiền phương” của họa sĩ Duy Trúc... “Đảm bảo giao thông” (1966) của Nguyễn Tiến Cảnh, “Tiến lên toàn thắng ắt về ta” (1968) của Ngô Mạnh Lân, “Quyết thắng lụt bão” (1971) của Duy Khải, “Tự hào” (1973) của Huỳnh Văn Thuận, “Quân và dân miền Nam thừa thắng xông lên” (1974) của Lê Bá Dũng,...

Mặc dù đề tài tranh cổ động đã được các họa sĩ Việt Nam triển khai trên phạm vi rất rộng, từ hậu phương lớn miền Bắc đến tiền tuyến lớn miền Nam, nhưng đều thể hiện những vấn đề có tính thời sự của giai đoạn chống Mỹ cứu nước: Từ chống chiến tranh phá hoại, tích cực ủng hộ, chi viện đồng bào miền Nam, cổ vũ các phong trào “người tốt, việc tốt”, “ba sẵn sàng”, “ba đảm đang”, tinh thần quả cảm và chiến công của bộ đội trên các chiến trường... đến cổ vũ toàn dân thi đua lao động, sản xuất; phong trào học văn hóa... Chỉ cần xem những bức tranh cổ động, người ta có thể hình dung phần nào về đất nước Việt Nam trong những năm kháng chiến.

Sau năm 1975, tranh cổ động vẫn tiếp tục phát triển và lan tỏa đến tất cả các địa phương, với lực lượng sáng tác từ cơ sở, tiếp tục làm công tác cổ động trực quan phục vụ các nhiệm vụ chính trị của đất nước và của từng địa phương. Trong các sự kiện quan trọng như “Kỷ niệm 1.000 năm Thăng Long - Hà Nội”, “Chào mừng Đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng Cộng sản Việt Nam”, hay các dịp kỷ niệm Quốc khánh 2/9, ngày thành lập Đảng 3/2 và các ngày kỷ niệm lớn của đất nước, của các bộ, ngành đều có sự hiện diện của các bức tranh cổ động.

Để tuyên truyền phòng chống dịch Covid-19, tranh cổ động đã thể hiện vai trò xung kích và vào cuộc ngay từ những ngày đầu. Theo thống kê của Bộ Y tế, trong năm 2020, riêng Bộ này đã thiết kế và in ấn sử dụng rộng rãi 217 loại áp phích, tranh cổ động.

Image not found or type unknown



Thứ hai, tính chính trị tư tưởng

Tranh cổ động ra đời với mục đích chính yếu là tuyên truyền chính trị, cổ vũ, kêu gọi hành động đối với những vấn đề chung của xã hội. Thông qua chủ đề tư tưởng, đề tài và nội dung chính trị được gửi gắm một cách hàm súc, cô đọng trong tác phẩm, **tranh cổ động** có vai trò như một phương tiện thúc đẩy hành động chính trị của người dân, hướng tới tạo lập sự đồng thuận trong những vấn đề quan trọng của đất nước vì sự phát triển của xã hội, của con người.

Tranh cổ động phải thực hiện được mục đích chính trị và chính mục đích chính trị mà tác phẩm lan toả sâu rộng trong cuộc sống cũng là yếu tố quyết định giá trị của loại hình nghệ thuật này.

Thứ ba, tính đại chúng

Báo chí là phương tiện truyền thông đại chúng cơ bản trong xã hội. Tất cả mọi người, không phụ thuộc vào nghề nghiệp, trình độ nhận thức, địa vị xã hội, lứa tuổi, giới tính..., đều là đối tượng phục vụ của báo chí. Tranh cổ động cũng có tính đại chúng. Nếu tranh nghệ thuật chỉ có độc bản, thì tranh cổ động được nhân bản rộng rãi. Nghệ thuật biểu hiện trong tranh cổ động còn phù hợp với trình độ nhận thức, năng lực tiếp thu và nhu cầu thẩm mỹ của đại đa số nhân dân. Do vậy, khi được phổ biến công khai trên diện rộng, nó có khả năng thu hút sự quan tâm của đông đảo công chúng, tác động trực tiếp vào nhận thức, thái độ, hành vi của rất nhiều người. Tương tự như các bản báo, càng được nhân rộng, tính lan truyền càng cao, hiệu quả thông tin cổ động lại càng lớn. Đây là một trong những đặc điểm rất đặc biệt của tranh cổ động.

Thứ tư, tính cô đọng, súc tích, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ làm theo

Đặc tính này có liên quan mật thiết với tính đại chúng và tính chính trị tư tưởng của tranh cổ động. Sức mạnh của tranh cổ động chính là ở sự giản dị, dễ hiểu, nêu “trực diện” vào chủ đề, cho nên có khả năng tác động nhanh, mạnh, trực tiếp đến người xem, rút ngắn khoảng cách từ nhận thức đến hành động. Sức mạnh đó đã làm nên sức sống lâu bền của dòng tranh.

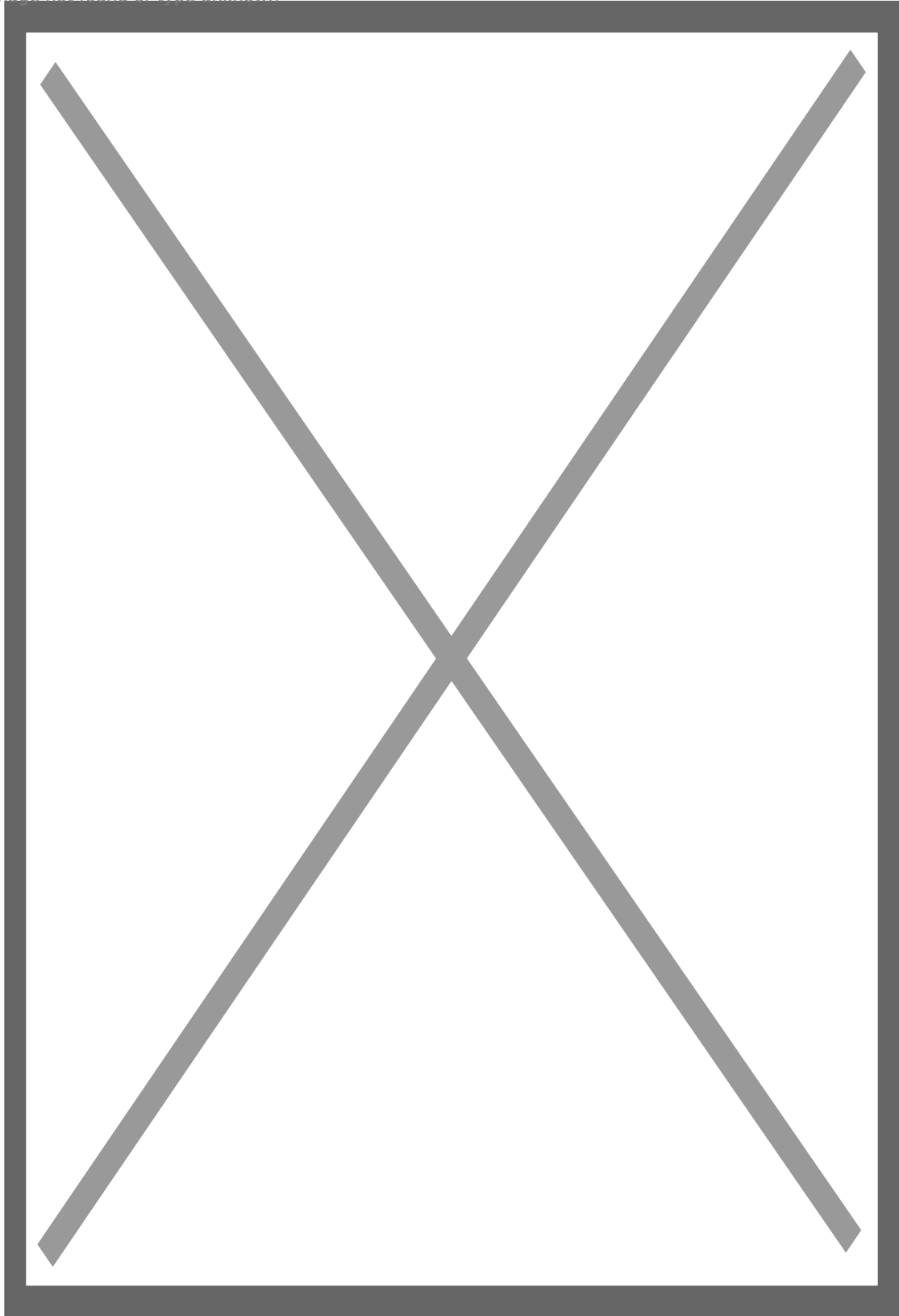
Nội dung mà tranh cổ động biểu đạt thường là những chủ trương, định hướng, chương trình, kế hoạch, những vấn đề chính trị - xã hội, có thể là những nội dung lớn, bao quát toàn cầu, cũng có thể là những nội dung cụ thể như lao động, sản xuất, sinh hoạt xã hội... Tranh cổ động cũng dễ nhớ vì sử dụng những hình ảnh gây ấn tượng thị giác mạnh, nội dung thông tin được chuyển hoá thành những khẩu hiệu ngắn gọn, cô đọng, chính xác, rõ ràng, với mảng màu lớn, rõ ràng, đường

nét cách điệu khỏe khoắn, tính trang trí cao.

Ngoài hình tượng, hình ảnh được sáng tạo, trong tranh cổ động chính trị còn dùng hình ảnh lãnh tụ, nhân vật tượng trưng, đại diện cho thành phần xã hội nhất định (công nhân, nông dân, trí thức, dân tộc thiểu số, già, trẻ, nam, nữ) hoặc hình ảnh người tiêu biểu, gương cá nhân điển hình. Điều này khiến tranh cổ động để lại ấn tượng rất sâu đậm với công chúng.

Các tiêu đề của tranh đa phần là khẩu hiệu, chú thích - một yếu tố gần như là đặc tính của **tranh cổ động**. Đôi khi, các khẩu hiệu được diễn đạt dưới dạng thơ, vè,... có âm hưởng ca dao, giúp quần chúng dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thuộc, chẳng hạn như: “Ruộng rẫy là chiến trường, cuốc cày là vũ khí, nông dân là chiến sĩ”, “Đảo là nhà, biển cả là quê hương”, “Hoàng Sa, Trường Sa là của Việt Nam”, “Biển đảo là máu thịt của Tổ quốc”,...

Image not found or type unknown



Tranh cổ động về ngày bầu cử toàn quốc 23/5. Ảnh: TL

Thứ năm, đội ngũ người sáng tác

Tham gia hoạt động báo chí có đội ngũ các nhà báo và lực lượng đông đảo các nhà báo không chuyên. Sáng tác tranh cổ động không chỉ có đội ngũ các họa sỹ chuyên nghiệp, mà còn có sự góp

mặt của đồng đảo các họa sỹ không chuyên.

Hàng năm, Cục Văn hóa cơ sở đều tổ chức các cuộc thi sáng tạo **tranh cổ động** trong toàn quốc vào những ngày lễ, kỷ niệm lớn và nhiều hoạt động ý nghĩa trong từng năm. Cục Tuyên huấn (Bộ Quốc phòng) cũng thường xuyên phát động các cuộc thi nhân những sự kiện lớn của đất nước, của quân đội, góp phần tích cực vào công tác tuyên truyền, giáo dục bộ đội.

Riêng cuộc vận động sáng tác tranh cổ động phòng chống dịch bệnh Covid-19 đã thu hút hàng trăm tác giả tham gia, 14 mẫu xuất sắc nhất được chọn và gần 11.000 bản in được đưa về treo tại trung tâm văn hóa các quận, huyện, thị xã... trên toàn quốc, với các thông điệp tạo ấn tượng trực quan mạnh mẽ: “Ở nhà là yêu nước”, “Ai ho báo y tế, ai tung tin giả báo công an, ai trốn cách ly báo cộng đồng mạng”... truyền đi thông điệp chung tay đẩy lùi dịch Covid-19 được treo dọc các tuyến đường, góp phần cổ vũ, động viên tinh thần chống dịch của toàn xã hội.

Trong bối cảnh xã hội hiện đại, tranh cổ động không chỉ thể hiện vai trò xung kích trong việc thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền, cổ động vào những ngày lễ quan trọng, hay để thực hiện những nhiệm vụ chính trị - xã hội của Đảng và Nhà nước, mà đã trở thành loại hình mỹ thuật ứng dụng cao. Bên cạnh tuyên truyền, cổ động, quảng cáo cho các hoạt động chính trị, tranh cổ động còn phục vụ cho việc kinh doanh thương mại trên mọi lĩnh vực, đồng thời góp phần tạo nên sức mạnh đoàn kết, truyền cảm hứng cho những người lao động nơi làm việc.

Tính thời sự, tính thẩm mỹ và giáo dục, tính hấp dẫn và thuyết phục, tình ngắn gọn và biểu cảm, không chỉ có khả năng tập hợp và tổ chức quần chúng mà còn có khả năng hướng dẫn dư luận - đây chính là thế mạnh tạo nên sức sống bền bỉ của tranh cổ động trong bối cảnh xã hội hiện nay./.

PGS, TS Đặng Thị Thu Hương - TS Nguyễn Cẩm Ngọc

() Bài viết dựa trên kết quả thực hiện nhiệm vụ "Nghiên cứu và Xây dựng Bộ Địa chí Quốc gia Việt Nam: Tập Truyền thông", mã số NVQC.19.02, do Đại học Quốc gia tài trợ*

Link bài viết: <https://nguoiambao.vn/tranh-co-dong-nghe-thuat-va-chat-bao-chi-n24778>