

Tổ chức sản xuất tác phẩm E-Magazine trên báo điện tử Việt Nam hiện nay - Một số đề xuất cho các cơ quan báo chí đặc thù

17:40 19/05/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Là hình thức sáng tạo mới của xu hướng Longform Storytelling thuộc báo chí sáng tạo, cùng với những đặc điểm giúp thu hút công chúng báo chí, E-Magazine đang được nhiều báo điện tử Việt Nam lựa chọn triển khai phát triển. Các cơ quan báo chí đặc thù, với những đặc trưng riêng của bộ máy tổ chức cùng tính chất chuyên biệt trong việc triển khai nội dung ứng với từng cơ quan chủ quản, cũng có xu hướng đầu tư xuất bản các tác phẩm E-Magazine.

Đặc điểm của tác phẩm E-Magazine

Tác phẩm E-Magazine là tác phẩm báo chí được đăng tải trên báo điện tử, có nội dung chuyên sâu và hình thức thể hiện theo phong cách tạp chí. Tác phẩm E-Magazine có một số đặc điểm nổi bật.

Thứ nhất, nội dung tác phẩm E-Magazine mang tính chuyên sâu với dung lượng thông thường trên 2000 từ. Bên cạnh đó, nội dung cũng có tính chuyên biệt cao khi các cơ quan báo chí đặc thù phát triển đề tài liên quan trực tiếp đến cơ quan chủ quản, như các chương trình, hoạt động hay nhân vật đặc biệt.

Thứ hai, tác phẩm E-Magazine có tính thẩm mỹ cao cùng các hiệu ứng. Ảnh bìa, các đầu đề xen, trích dẫn,... đều được thiết kế đẹp mắt, sáng tạo với phông chữ, màu sắc đa dạng. Tác phẩm E-Magazine cũng được bố trí toàn màn hình hiển thị, ở cả điện thoại và máy tính, với các hình ảnh lớn, có độ sắc nét cao, nhằm tăng tính thẩm mỹ cho tác phẩm. Đồng thời, tác phẩm E-Magazine còn chèn thêm các hiệu ứng, nhằm hỗ trợ thể hiện các yếu tố đa phương tiện và tăng trải nghiệm cho độc giả.

Thứ ba, tác phẩm E-Magazine bao gồm các yếu tố đa phương tiện, như hình ảnh tĩnh, hình ảnh động, đồ họa, video, audio,... Các yếu tố đa phương tiện ấy góp phần tăng tính chuyên sâu và thẩm mỹ cho tác phẩm, bởi các giá trị thông tin mà chúng đem lại, cũng như sự kết hợp trong việc trình bày, thể hiện theo phong cách tạp chí.

Với những đặc điểm ấy, tác phẩm E-Magazine có thể thu hút công chúng báo chí, nâng cao vị thế của cơ quan báo chí, đồng thời là công cụ để thu thập dữ liệu về công chúng, phục vụ cho việc đáp ứng đúng, tốt các nhu cầu của độc giả báo chí trong nước và quốc tế.

Quy trình tổ chức sản xuất trên có thể thay đổi linh hoạt một số bước để phù hợp với quy mô, bộ máy tổ chức của từng cơ quan báo chí, đặc biệt với các cơ quan báo chí đặc thù hay có sản xuất báo in, tạp chí in song song với vận hành báo điện tử. Một số tòa soạn chia nhân sự theo từng khối chức năng, như nội dung, đồ họa,... Trong khi đó, một số khác lại phân tách đội ngũ nhân lực phụ trách báo điện tử thành ban điện tử riêng. Do đó, cụ thể ở khâu duyệt đề tài, tác phẩm cho phóng viên trước khi đăng tải, mỗi cơ quan báo chí lại có các nhân sự với chức danh khác nhau chịu trách nhiệm với công tác này.

Ví dụ, Thời báo VTV thuộc Đài Truyền hình Việt Nam chia nhân sự thành các khối chức năng, nên ban biên tập cùng thư ký tòa soạn chịu trách nhiệm duyệt đề tài và trưởng từng chuyên mục là người thông qua tác phẩm E-Magazine trước khi đăng tải trên báo điện tử VTV. Còn ở Báo điện tử Công an nhân dân, đề tài và tác phẩm E-Magazine đều do lãnh đạo ban điện tử và ban biên tập của Báo Công an nhân dân chịu trách nhiệm xem duyệt cho phóng viên, biên tập viên ban điện tử. Báo Hànộimới lại kết hợp cả hai hình thức khi phân phóng viên vào các ban chuyên môn, còn ban điện tử chỉ bao gồm biên tập viên thiết kế, kỹ thuật của báo điện tử. Vì vậy, đề tài và nội dung của tác phẩm E-Magazine trên báo điện tử Hànộimới do lãnh đạo ban chuyên môn duyệt, như lãnh đạo ban nội chính, văn hóa, kinh tế...

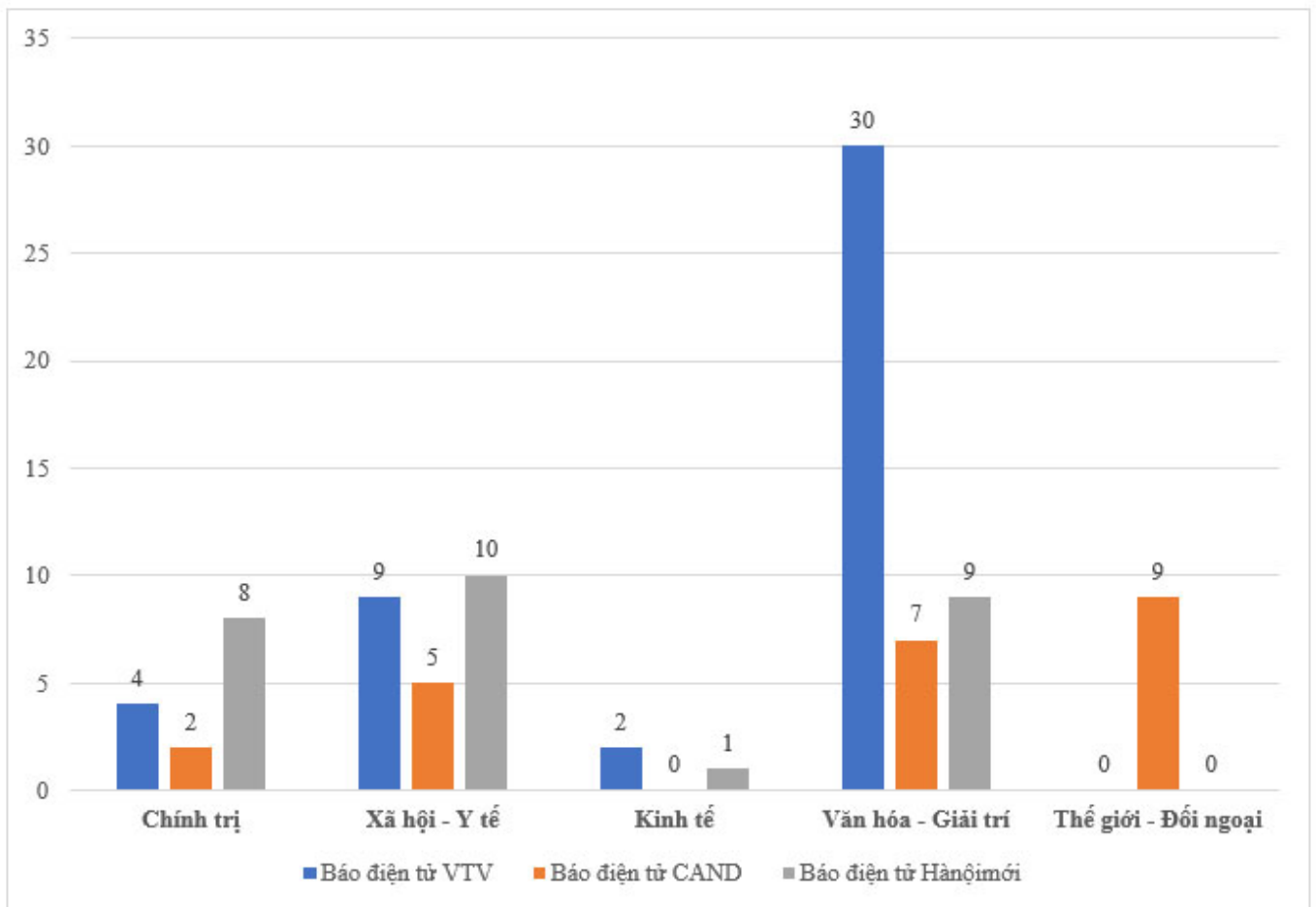
Nội dung và hình thức của tác phẩm E-Magazine thể hiện đặc trưng của cơ quan báo chí

Bên cạnh các đặc điểm chung, tác phẩm E-Magazine trên báo điện tử cũng thể hiện được những đặc trưng của cơ quan báo chí và cơ quan chủ quản, ở cả nội dung và hình thức. Điều này giúp độc giả dễ dàng nhận diện tác phẩm E-Magazine thuộc từng tòa soạn khác nhau. Từ đó, các tờ báo có thể gây dựng được thương hiệu, màu sắc riêng với công chúng báo chí, cũng như thực hiện đúng vai trò là cơ quan ngôn luận của cơ quan chủ quản.

Về *nội dung*, các báo điện tử chú trọng, ưu tiên sản xuất tác phẩm E-Magazine có nội dung chuyên biệt liên quan mật thiết đến cơ quan chủ quản. Khảo sát các tác phẩm E-Magazine đăng tải trên Báo điện tử VTV, Báo điện tử Công an Nhân dân và báo điện tử Hànộimới từ tháng 4/2023 đến tháng 4/2024, Báo điện tử VTV đăng tải 45 tác phẩm trong đó 22 tác phẩm có nội dung về các chương trình, phim truyện truyền hình do Đài Truyền hình Việt Nam sản xuất. Báo điện tử Công an

Nhân dân khiêm tốn hơn với 4/23 tác phẩm về hoạt động huấn luyện hay tấm gương Công an Nhân dân tiêu biểu. Báo điện tử Hà Nội mới lại có đến 15/28 tác phẩm về các chủ trương của Đảng ủy thành phố Hà Nội và hoạt động của Thủ đô.

Ngoài nội dung chuyên biệt, các báo điện tử còn đăng tải nhiều tác phẩm E-Magazine thuộc các lĩnh vực liên quan đến đặc thù của cơ quan chủ quản và cơ quan báo chí. Như Báo điện tử VTV đăng tải tới 30/45 tác phẩm E-Magazine về văn hóa – giải trí trong thời gian khảo sát. Báo điện tử Công an nhân dân chủ yếu đăng tải các tác phẩm về đối ngoại, chính trị, xã hội, trong đó có 9/23 tác phẩm về đối ngoại. Tác phẩm E-Magazine trên báo điện tử Hà Nội mới lại chủ yếu về chính trị, văn hóa, xã hội, với 10 tác phẩm về xã hội, 9 tác phẩm về văn hóa và 8 tác phẩm về chính trị trong tổng số 28 tác phẩm đã đăng tải.



Số lượng tác phẩm E-Magazine theo lĩnh vực nội dung của Báo điện tử VTV, Báo điện tử Công an nhân dân và báo điện tử Hà Nội mới từ tháng 4/2023 - 4/2024

Về hình thức, phong cách thiết kế của các tác phẩm E-Magazine cũng góp phần thể hiện các đặc trưng riêng của cơ quan báo chí và cơ quan chủ quản. Nhân sự thiết kế luôn tận dụng các chất liệu, tính chất của mỗi tòa soạn và cơ quan tòa soạn trực thuộc để định hình phong cách thiết kế

cho tác phẩm E-Magazine, nhất là các tác phẩm có nội dung chuyên biệt. Như Báo điện tử VTV, với các tác phẩm về chương trình truyền hình, nhân sự thiết kế của Thời báo VTV sử dụng chính các phong chữ và hình ảnh chủ đạo của chương trình ấy để thiết kế tác phẩm E-Magazine.



Thiết kế tác phẩm E-Magazine trên báo điện tử VTV sử dụng các chất liệu đặc thù liên quan đến chương trình truyền hình

Với Báo điện tử Công an nhân dân - Báo Công an Nhân dân trực thuộc Bộ Công an và báo điện tử HàNộimới - báo HàNộimới trực thuộc Đảng ủy thành phố Hà Nội, phong cách thiết kế tác phẩm E-Magazine của hai cơ quan báo chí này có phần đơn giản, chủ yếu là các màu sắc trơn, phông chữ có nét to, cứng cáp và ít sử dụng các phông chữ viết tay cách điệu. Ngoài ra, thiết kế một số tác phẩm E-Magazine có nội dung chuyên biệt về thành phố Hà Nội của báo điện tử HàNộimới có sử dụng biểu tượng của Thủ đô Hà Nội - Khuê Văn Các.



Thiết kế của tác phẩm E-Magazine trên báo điện tử HàNộimới có thêm biểu tượng của Thủ đô Hà Nội

Một số đề xuất cho các cơ quan báo chí đặc thù

Thực tế tổ chức sản xuất tác phẩm E-Magazine trên báo điện tử có thể trở thành tiền đề hữu ích cho các cơ quan báo chí có tính chất đặc thù thực hiện đầu tư thay đổi với báo chí sáng tạo, trong đó có E-Magazine. Cụ thể, các cơ quan báo chí có thể xem xét một số gợi mở và đề xuất sau:

Thứ nhất, cơ quan báo chí cần thống nhất chủ trương, kế hoạch về sản xuất tác phẩm E-Magazine. Tòa soạn nên xây dựng kế hoạch về E-Magazine một cách chi tiết trong kế hoạch chung về phát triển các hình thức mới của báo chí. Kế hoạch ấy có thể bao gồm số lượng tác phẩm E-Magazine dự kiến đăng tải trong một năm, một số sự kiện nổi bật cần được chú trọng phát triển thành đề tài của tác phẩm... Tuy nhiên, kế hoạch hay chủ trương này phải được xem xét cùng các kế hoạch sản xuất tin bài khác, tránh gây chồng chéo cho phóng viên, biên tập viên.

Thứ hai, bên cạnh việc chú trọng đầu tư các nội dung chuyên biệt về cơ quan chủ quản, cơ quan báo chí trong tác phẩm E-Magazine, các tòa soạn cũng cần triển khai nhiều tác phẩm thuộc các

lĩnh vực khác. Đây cũng chính là cách để các cơ quan báo chí đặc thù vừa đảm bảo tính chất đặc trưng được thể hiện trong tác phẩm E-Magazine, vừa tiếp cận rộng rãi công chúng báo chí bên cạnh độc giả trung thành.

Thứ ba, cơ quan báo chí cần nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân lực. Phóng viên, biên tập viên ngoài việc đầu tư về nội dung, đề tài, cách viết,... còn cần biết thiết kế cơ bản, sử dụng các thiết bị để tác nghiệp. Tương tự, nhân sự thiết kế, kỹ thuật cũng cần nắm bắt các kiến thức về báo chí nhằm phục vụ công việc một cách tốt nhất. Các tòa soạn có thể liên kết với một số cơ sở đào tạo báo chí tổ chức các lớp bồi dưỡng cho phóng viên, biên tập viên, nhân sự thiết kế, kỹ thuật, hoặc cử họ đi bồi dưỡng theo hình thức trực tiếp, trực tuyến.

Thứ tư, cơ quan báo chí đặc thù cần nâng cao hệ thống công nghệ, kỹ thuật. Các cơ quan báo chí có tính chất đặc thù, nhất là các cơ quan đã sản xuất báo in lâu năm sau đó mới chuyển sang phát triển phiên bản điện tử, cần nâng cao chất lượng hệ thống quản trị nội dung (CMS) của mình. CMS phải đảm bảo có dung lượng lớn, khả năng đăng tải được các yếu tố đa phương tiện khác nhau và thiết lập dàn trang đặc biệt cho tác phẩm báo chí có hình thức thể hiện mới như tác phẩm E-Magazine.

E-Magazine là một trong những hình thức sáng tạo mới mà các cơ quan báo chí đặc thù có thể cân nhắc đầu tư thực hiện trong những bước đầu ứng dụng báo chí sáng tạo. Với dung lượng lớn để truyền tải đầy đủ thông tin, nội dung chuyên biệt, hình thức đẹp mắt thu hút độc giả, cùng các yếu tố đa phương tiện, hiệu ứng để cơ quan báo chí áp dụng công nghệ hiện đại, phù hợp với bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, tác phẩm E-Magazine chắc chắn sẽ mở ra tương lai, diện mạo mới cho các cơ quan báo chí đặc thù do trực thuộc cơ quan chủ quản có nhiều tính chất đặc trưng.

ThS Lương Thị Phương Diệp - Trần Lê Ngọc Quỳnh

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Tài liệu tham khảo:

1. ThS. Lương Thị Phương Diệp (2021), “Ứng dụng báo chí sáng tạo trên báo điện tử Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Người làm báo* tháng 5-2021, 56-58.
2. Trần Vũ Thị Giang Lam (2020), “Xu hướng phát triển của báo mạng điện tử tại Việt Nam”, *Tạp chí khoa học Đại học Đồng Tháp* tập 9 (số 6), 114-120.
3. ThS. Phạm Thị Mai Liên, Cao Bảo Thoa (2023), “Tác phẩm E-magazine trên báo mạng điện tử

hiện nay”, *Tạp chí điện tử Người Làm Báo*.

4. PGS, TS. Nguyễn Thị Trường Giang (2017), *Báo chí và truyền thông đa phương tiện*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/to-chuc-san-xuat-tac-pham-e-magazine-tren-bao-dien-tu-viet-nam-hien-nay-mot-so-de-xuat-cho-cac-co-quan-bao-chi-dac-thu>