

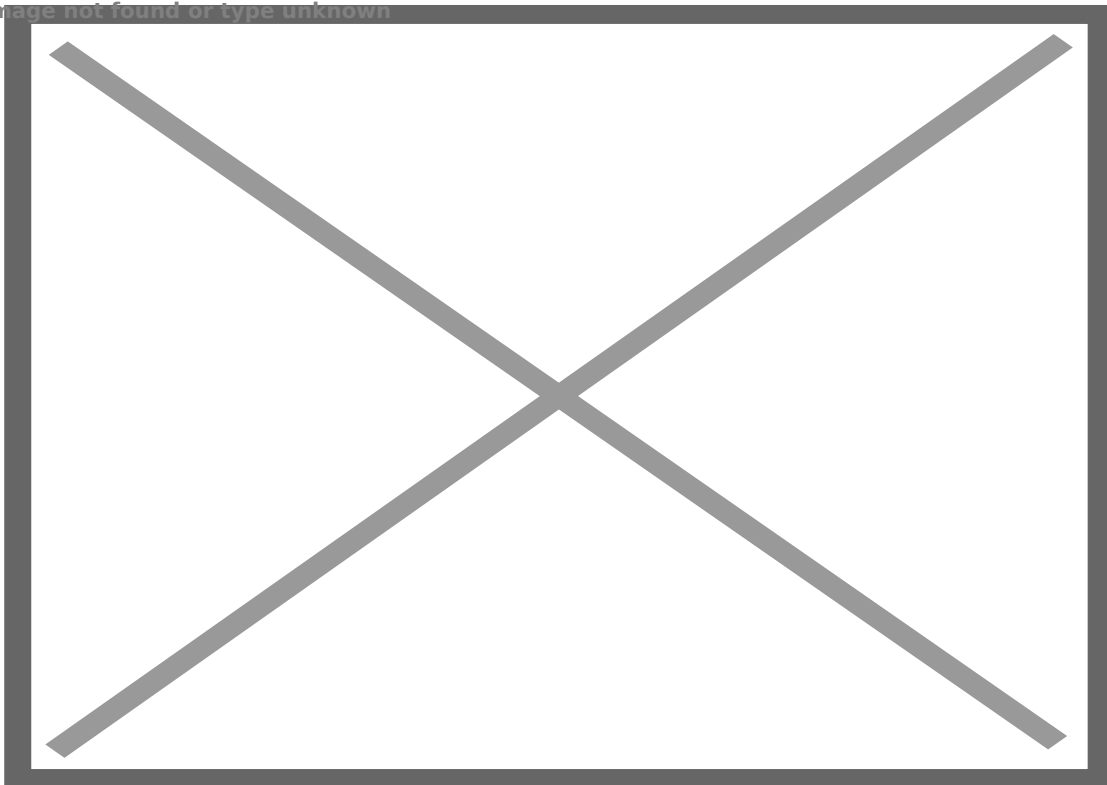
Không có đề tài nào là “lá cải”, chỉ có...

17:12 22/06/2022

Tác giả: Thế Anh

Một nữ ca sĩ lớn tuổi khỏe trên mạng anh chàng người tình trẻ nhỏ hơn 20 tuổi; một diễn viên điện ảnh chi 50 tỷ đồng cho váy áo, kim cương... để lên thảm đỏ sự kiện Liên hoan phim Cannes (Pháp); một doanh nhân cá Koi cưới nữ ca sĩ trẻ sau khi ly hôn với vợ cũ... Hầu như không ngày nào trên các trang báo mạng của chúng ta thiếu những dạng thông tin giải trí như thế.

Image not found or type unknown



Trong giai đoạn báo chí cạnh tranh với mạng xã hội, nhiều tờ báo đã và đang có xu hướng “lá cải hóa”. Ảnh minh họa

Khi các sự kiện liên quan đến đời tư của những người nổi tiếng xảy ra, giờ đây các báo thường thi nhau giật tít và từ đó, xói lên những cuộc bàn tán, tranh luận trên mạng xã hội. Những “chương trình nghị sự” ấy lại tiếp tục được báo chí khai thác. Chuyện thông tin lá cải, thông tin giật gân, thông tin xoay quanh giới showbiz... không phải đến bây giờ mới được nhắc đến. Và mặc dù bị chê trách, những thông tin lá cải vẫn thu hút một lượng độc giả khá đông.

Việt Nam không có “báo lá cải”

Không biết tự bao giờ, thuật ngữ “báo lá cải” xuất hiện ở Việt Nam, nhưng chắc chắn đây là cụm từ có khá lâu, và nó cũng đã vào từ điển Tiếng Việt, từ điển Bách Khoa toàn thư Việt Nam với cách giải thích ngắn gọn “tờ báo tồi, đăng tin nhảm nhí”. Trên thế giới, thuật ngữ tabloid ban đầu chỉ các tờ báo ngày khổ nhỏ sau được chuyển nghĩa dùng như “báo lá cải” bên cạnh các thuật ngữ gutter press và rag newspaper (gutter: ống máng, máng xối, cống rãnh, nơi bùn lầy nước đọng, cặn bã... ; rag: giẻ rách, mảnh vụn...). Trong tiếng Pháp có cụm từ “feuille de chou” (feuille: tờ báo và chou: cải bắp) để nói về cách làm báo nhảm nhí, rẻ tiền, khai thác các tin ngắn thật giật gân về các tội ác rừng rợn, sự dâm ô kích dục, các thiệt hại về tài sản và nhân mạng ghê rợn do tai nạn, thiên tai hay sự bất hạnh của cá nhân, tập thể... rồi thổi phồng sự thật (nếu có) lên tột độ.

Nhiều học giả cho rằng tên gọi “báo lá cải” ở Việt Nam bắt nguồn từ tiếng Pháp. Và cách hiểu về “báo lá cải” trong đời sống truyền thông Việt về cơ bản cũng giống như trên thế giới: đó là các tờ báo có nội dung nhảm nhí, giật gân, phóng đại mọi chuyện, ngòi lê đôi mách, khai thác chuyện đời tư và scandal của các nhân vật nổi tiếng nhằm mục đích câu khách.

Các nhà quản lý ở Việt Nam khẳng định nước ta không có báo lá cải, nhưng cũng thừa nhận một sự thật, lâu nay, nhất là trong giai đoạn báo chí cạnh tranh với mạng xã hội, nhiều tờ báo đã và đang có xu hướng “lá cải hóa”: chạy theo thị hiếu tầm thường vì mục đích lợi nhuận, coi nhẹ chức năng thông tin, chức năng định hướng của báo chí, coi nhẹ đạo đức nghề báo, không đề cao trách nhiệm xã hội của người làm báo.

Image not found or type unknown



“Báo lá cải” đã khai thác trúng đặc điểm tâm lý tò mò của con người

Bữa ăn vặt có cần không?

Công bằng mà nói, những thông tin về giới showbiz hoặc những thông tin tình, tiền, vụ án... có sức thu hút một lượng công chúng nhất định. Khi báo chí đi vào quỹ đạo thị trường, chuyện giành thị phần độc giả cũng là một yêu cầu hoạt động. Xu hướng “lá cải hóa” ngày nay càng được hỗ trợ do áp lực của hình thức báo trực tuyến: câu view để có lượng người xem cao nhằm thu hút quảng cáo.

Trên thế giới cũng không hiếm các tờ báo lá cải nổi tiếng như “The Sun”, “Daily Star”, “Daily Mirror”, “Playboy”, “The National Enquirer”, “Bild”... có số lượng phát hành vượt xa các tờ báo chính trị xã hội.

Ở Việt Nam, trên danh nghĩa, không có báo chí tư nhân và nền báo chí chúng ta lấy mục tiêu phục vụ nhân dân, phục vụ lợi ích quốc gia, dân tộc làm định hướng, cho nên, không thể có báo lá cải. Nhưng thực tế, quá trình xã hội hóa các hoạt động báo chí, quá trình liên kết với tư nhân trong hoạt động báo chí - xuất bản làm nảy sinh các xu hướng “lá cải hóa” do áp lực thị trường, áp lực của một bộ phận công chúng. Khảo sát của nhóm sinh viên Khoa Báo chí - Truyền thông (Đại học Khoa học xã hội - Nhân văn TP.HCM) vừa qua cho thấy: trên 70% độc giả đọc báo quan tâm đến những thông tin lá cải. Không có mối quan hệ tương ứng nào giữa các nhóm có trình độ học vấn, kiến thức văn hóa khá cao hay thấp với nhu cầu đọc “thông tin lá cải”.

Lý giải nguyên nhân này, một chuyên gia truyền thông cho rằng: “Tính tò mò là thuộc tính tự nhiên của con người. Đó là cảm giác khao khát được biết, được sướng, vui, buồn với điều mình đắc thủ, nếu có yếu tố bất ngờ nữa lại càng tăng độ thỏa mãn nghe-đọc-nhìn. Cũng bởi thông tin do tò mò tọc mạch mang lại chẳng bao giờ là đủ là dư, nên từ khi chưa có chữ in người ta đã biết đồn đại, tán hươu tán vượn để đẻ ra những truyền thuyết, dị truyện”.

“Báo lá cải” đã khai thác trúng đặc điểm tâm lý này của con người. Những tin tức giật gân, những sự kiện lạ, những vụ cướp - hiếp - giết dã man, những tấm ảnh “nóng”, “độc” và “hiếm” của các “sao”, của những nhà thể thao, nhà chính trị nổi tiếng được khai thác tối đa trên các báo lá cải nhằm kích thích sự tò mò, hiếu kì của độc giả. Cùng với “báo lá cải” là sự xuất hiện của các paparazzi - thợ săn ảnh. Những tấm ảnh độc thường kích thích sự tò mò của độc giả. Càng lạ, càng độc, càng hiếm thì càng thu hút được đông người xem hơn. Vì vậy “công nghệ giật tít” hiện nay được xem là thủ thuật quan trọng trong làm báo trực tuyến.

Xu thế của đám đông; nhu cầu giải tỏa tâm lý, nhu cầu thư giãn, giải trí của con người cũng là mảnh đất cho xu hướng “báo lá cải” phát triển. Nhưng đa số độc giả xem thông tin lá cải như những bữa ăn vặt. Bữa ăn chính vẫn là thông tin chính thống. Và vì thế ở đây có một câu hỏi được đặt ra: Bữa ăn vặt có cần không?

Vấn đề là cách tiếp cận

Bữa ăn vặt cũng cần để đời sống thú vị hơn, vấn đề là nó có đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm hay không. Thời gian qua, biểu hiện của “báo lá cải” thường vượt quá giới hạn, thông tin sai sự thật, thiếu kiểm chứng. Thông tin bị xào nấu theo chủ quan của tác giả xuất phát từ những động cơ xấu, thông tin bị thêm vào quá nhiều gia vị độc. Chỉ từ một tấm hình, một câu nói của người nổi tiếng, “nhà báo” tách ra khỏi bối cảnh để rồi suy diễn theo chủ ý của mình đưa đến cái nhìn sai lệch cho công chúng. Rồi chỉ từ một sự kiện rất bình thường nhưng sau đó hàng loạt báo ăn theo, khai thác triệt để mọi góc ngách, lật dậy cả quá khứ của các “sao” v.v..Cách làm báo thiếu đạo đức, trách nhiệm như thế thật sự nguy hiểm cho đời sống thông tin.

Nhưng không thể vì thế mà chúng ta cấm tiệt các đề tài liên quan đến người nổi tiếng, các vụ án mạng, xì - căng - đan, tin đồn v.v.. Vì sao?

Trên lý thuyết, nhà báo phải có trách nhiệm cung cấp thông tin cho công chúng trong tất cả lĩnh vực cuộc sống. Không có đề tài nào là “lá cải”, chỉ có cách tiếp cận “lá cải”. Tiếp cận một đề tài theo góc nhìn “lá cải” nhằm câu khách là cách làm báo thiếu trách nhiệm.

Phan Văn Tú

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/khong-co-de-tai-nao-la-la-cai-chi-co>