**KHÁT VỌNG THAY ĐỔI VỚI MÔ HÌNH BÁO CHÍ GIẢI PHÁP**

***Ông Lê Ngọc Hân-***

***Tổng Biên tập Báo Đồng Khởi***

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, báo chí đã từng bước bắt nhịp và có bước chuyển mình trong tổ chức hoạt động thông tin tuyên truyền. Dù vậy, trước sự bùng nổ của mạng xã hội và các nền tảng trực tuyến với lượng người dùng khổng lồ đã khiến cho báo chí truyền thống trở nên “chậm chạp”, “yếu thế”, mất dần công chúng.

Nhận thức rõ nguy cơ “tụt hậu” ngày càng xa, nhiều cơ quan báo chí đã đầu tư, tích cực đổi mới sáng tạo về nội dung, hình thức, đa dạng hóa các kênh thông tin... Đã có không ít diễn đàn, hội nghị để đánh giá thực trạng, chia sẻ kinh ngiệm, đề xuất nhiều giải pháp nhằm thiết kế lại quá trình sáng tạo, xuất bản báo chí cố gắng vượt qua rào cản đặt ra, nhưng có vẻ tình hình càng có vẻ không được cải thiện mà còn khó khăn hơn.

Nguồn cơn đưa đến tình trạng chững lại, sa sút đột ngột của báo chí truyền thống dường như được quy kết cho các loại hình truyền thông mới. Với tuổi đời chỉ vỏn vẹn 20 năm lại đủ sức đẩy một nền báo chí với về dày lịch sử hơn một thế kỷ rơi vào “khủng hoảng”. Điều này được minh chứng qua việc chẳng những thế hệ GenZ sinh ra, thở cùng nhịp và tiếp cận, tương tác với thế giới thông qua mạng xã hội, mà ngay cả các thế hệ công dân trước đó cũng quen thuộc, thậm chí “nghiện”. Họ tìm thấy nhiều thứ hay ho cho nhu cầu sinh hoạt cuộc sống, thư giãn giải trí, thể hiện bản thân và “làm giàu” trên đó.

Thật vậy, thực tiễn cho thấy chừng mực nào đó có thể khẳng định vai trò “trung tâm” của mạng xã hội trong việc kết nối, chia sẻ, thu thập lượng thông tin đa dạng, phong phú, truyền tải nhanh chóng, rộng khắp đến các đối tượng người dùng dễ dàng. Đây quả là thách thức không dễ chịu đối với báo chí truyền thống được vận hành theo “khuôn mẫu” có sẵn, trải qua chặng đường dài ở vị thế gần như “độc đạo” trong việc dẫn dắt công chúng.

Vì vậy, báo chí truyền thống không còn cách nào khác là tự đổi mới, đánh giá một cách khách quan, chân thực về vai trò, sức mạnh của mình để có những hành động thiết thực nhằm xoay chuyển tình thế. Theo làn sóng “di cư” của người dùng, báo chí cũng đã sớm nhanh chân “đổ bộ” lên không gian mạng bởi “ở đâu có người dùng ở đó có độc giả”, mạng xã hội là “cánh tay nối dài”... nhằm nỗ lực tìm kiếm độc giả từ các nền tảng trực tuyến, nơi mà các “nhà báo công dân” hiện diện khắp hang cùng ngõ hẹp còn người dùng thì “bơi” trong cơn lũ thông tin chỉ bằng một cú chạm màn hình hay nhấp chuột.

Có thể nói, trước xu thế của truyền thông số, báo chí truyền thống phải làm cuộc “lột xác” về mọi mặt bằng hành động quyết liệt. Với ý nghĩa đó, mô hình “báo chí giải pháp” thu hút nhiều sự quan tâm, được xem là một trong những “chìa khóa” mở cửa cho tương lai của báo chí.

Để định vị được ở “vòng xoắn trôn ốc” cao hơn của cung đường phát triển trên không gian số, không rào cản về địa lý và giới hạn nghiêm ngặt về thời gian, đòi hỏi nhà báo, cơ quan báo chí không được phép dừng lại ở việc thu thập, trình bày, diễn giải bình luận về sự kiện/ sự việc và cung cấp cho người dùng/ độc giả. Thay vào đó, bằng mọi cách phải mang đến cho cộng đồng góc nhìn toàn diện, sâu sắc hơn, tạo lập được giá trị mới với những sản phẩm báo chí chất lượng hơn, tăng cường hơn nữa sự hiểu biết, khám phá của công chúng về những gì đã diễn ra.

Muốn làm được điều đó, trước hết đòi hỏi lao động của nhà báo sẽ trở nên vất vả hơn. Bởi ngoài việc thu thập, xử lý thông tin, còn phải bình luận, phân tích, diễn giải, đề xuất cách giải quyết vấn đề, xa rộng hơn là bền bỉ bám đuổi những vấn đề còn đang tiếp diễn. Điều này xuất phát từ khách quan, đồng thời đó cũng là yêu cầu tự thân, giúp cho nhà báo thoát khỏi nhàm chán, kích thích đổi mới sáng tạo, say mê khám phá, học tập, rèn luyện, dung nạp những điều mới mẻ, thú vị của cuộc sống để sản phẩm báo chí thêm phong phú, sinh động, thu hút hơn.

Trong quyển *“Hơn cả tin tức - Tương lai của báo chí”*, Mitchell Stephens đã xuất sắc trong việc quay về quá khứ để tìm ra những mô hình tương lai cho báo chí. Ông lưu ý rằng đã đến lúc phải tạm biệt công thức truyền thống (5W) “ai, cái gì, khi nào, ở đâu, như thế nào” như là kim chỉ nam cho nhà báo, để bước sang mô hình “5I” của ngành báo chí trí tuệ (wisdom journalism) với sự am hiểu (informed), thông minh (intelligent), thú vị (interesting), sâu sắc (insightfull), sáng tỏ (interpretation). Đây là nghiên cứu độc đáo, minh họa sinh động về niềm hứng khởi cho sự thấu hiểu, đầy khát vọng đổi thay của nghề báo. Đã có nhiều đề xuất nhấn mạnh cần tập trung vào công nghệ để nỗ lực xử lý khủng hoảng mà quên rằng báo chí cần được tư tuy lại về vị thế, vai trò của mình bằng những hành động thiết thực.

Báo chí hiện đại cần vượt khỏi khuôn mẫu đã trở nên nhàm chán của việc “tường thuật nghiêm ngặt và chính xác”. Thông qua nền tảng kiến thức tích lũy, mắt thấy tai nghe, nhà báo cần mang đến một góc nhìn bao quát, khôn ngoan hơn về những điều đang diễn ra. Việc hé mở, tiết lộ cho công chúng nhiều thông tin bổ ích, đi đến tận cùng vấn đề là điều cần phải làm, thay vì chỉ gióng lên vài hồi chuông cảnh báo rồi bỏ mặc cho công chúng suy diễn, phán đoán trong tâm trạng hụt hẫng. Nếu xem mô hình “báo chí giải pháp” có sứ mệnh dẫn lối mở đường, cần được quan tâm hơn cả về lý luận và thực tiễn. Báo chí cần sẵn sàng đảm nhận vai trò phức tạp, đòi hỏi cao hơn, nhất là trước các vấn đề có tính toàn cầu trong thế giới phẳng. Mọi thứ sẽ không hình thành trọn vẹn nếu không có sự thay đổi, đột phá mạnh mẽ từ tư duy, “dám nghĩ dám lám”, dấn thân hơn nữa.

Tất nhiên, báo chí giải pháp không phải “đôi cánh” vạn năng ngay lập tức đủ sức đưa chúng ta thoát khỏi tình trạng “mắc kẹt” hiện tại. Đừng vội hô hào, kêu gọi thúc ép chúng ta phải thay đổi bằng mọi giá, lao vào sáng tạo để tìm ra thứ gì đó mới mẻ, có khả năng cạnh tranh với các kiểu truyền thông số. Hành trình phía trước hẳn sẽ rất dài, đầy cam go và biến chuyển khôn lường. Làm thế nào để lựa chọn phương án hợp lý đảm bảo cho sự sinh tồn, kiên trì tái thiết lập giá trị với mong muốn có được sản phẩm báo chí sâu sắc, hữu dụng hơn.

Hòa nhịp với đời sống không ngừng vận động phát triển, báo chí vẫn luôn trong trạng thái thay đổi. Hơn bao giờ hết, đã đến lúc ngành báo cần làm một cuộc “chuyển mình” với khát vọng thay đổi mạnh mẽ, dứt khoát hơn. Trong giai đoạn chuyển tiếp giữa truyền thống và hiện đại, bao giờ cũng sẽ phải đương đầu với những va chạm, tranh luận sôi nổi, mơ hồ, cả sự mất mát và không được ủng hộ, hài lòng. Vẫn còn một bộ phận nhà báo kiếm sống được qua việc thu thập, trình bày thông tin đơn thuần, phớt lờ tầm quan trọng của việc phân tích, diễn giải. Điều đó cho thấy việc tái tư duy về báo chí, mở lối cho tương lai vẫn còn lắm trắc trở.

Để thiết lập nên những tiêu chuẩn mới, quy trình phù hợp, cần nhiều thời gian và nguồn lực đầu tư về mọi mặt, từng bước thử nghiệm, chấn chỉnh, bổ sung, lắng nghe để hoàn thiện. Những nút thắt đặt ra (nếu có), không phải ngay lập lức dễ dàng được tháo gỡ để mọi việc trở nên suông sẻ, thông thoáng và vận hành nhịp nhàng. Thấu hiểu được điều đó, “báo chí giải pháp” sẽ vững tin trên hành trình xác lập giá trị mới, vững bền, làm tiền đề hướng đến xây dựng nền báo chí rộng lớn, tham vọng hơn.

Báo chí hãy luôn là hồi kèn xung trận, thôi thúc chúng ta tiến lên, xung phong hành động, vươn tới mục tiêu, lý lưởng cao đẹp. Nền báo chí trí tuệ, dấn thân sẽ có vị trí xứng đáng trong lòng công chúng. Bén rễ cùng cuộc sống, ngoài việc cung cấp thông tin, báo chí chân chính luôn ân cần mang đến cho công chúng sự hiểu biết sâu sắc, đủ sức khám phá thế giới dưới góc nhìn xanh tươi, lạc quan, tạo nguồn cảm hứng mới mẻ. Đó cũng là hướng đến mục tiêu xây dựng nền báo chí “chuyên nghiệp, nhân văn, hiện đại”./.