**ĐỂ “BÁO CHÍ GIẢI PHÁP”**

**THỰC SỰ LÀ GIẢI PHÁP CHO BÁO CHÍ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Nguyễn Anh Vũ**  **Tổng biên tập báo Văn hóa** |

Gần đây, khái niệm báo chí giải pháp luôn được nhắc đến như một xu hướng mới nhằm thực thi sứ mệnh cải tạo và thúc đẩy sự phát triển xã hội của báo chí. Xét về mặt bản chất, nếu hiểu một cách đơn giản nhất, báo chí giải pháp là việc hiến kế, đề xuất các giải pháp, biện pháp xử lý, thực hiện sau khi phản ánh, phê phán, đấu tranh một vấn đề, hiện tượng… nào đó thay vì chỉ nêu lên vấn đề rồi bỏ lửng không phải là điều gì quá mới mẻ, xa lạ đối với vai trò, vị trí của nền báo chí cách mạng Việt Nam trong đời sống xã hội. Một số cơ quan báo chí vẫn đang triển khai, thực hiện tốt nhiệm vụ này dù chưa thật nhiều. Tuy nhiên, điều đáng quan tâm chính là gần đây, báo chí giải pháp (hay còn gọi là báo chí kiến tạo, báo chí xây dựng, báo chí truyền cảm hứng…) đang được xem là “lối thoát”, là xu thế phát triển bền vững cho báo chí chính thống.

**Tại sao “Báo chí giải pháp” được gọi tên?**

Trong bối cảnh thông tin phát triển như hiện nay, báo chí không chỉ đơn thuần là nguồn cung cấp thông tin mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng dư luận, thúc đẩy sự phát triển xã hội, lan toả; truyền cảm hứng tích cực, duy trì sứ mệnh cải tạo xã hội trở nên tốt đẹp hơn. Đó thực sự là những nhiệm vụ trọng tâm mà báo chí cần hướng đến.

Một thực trạng đã được chứng minh trong nhiều năm qua, đó là việc độc giả tiếp cận thông tin trên mạng xã hội nhiều hơn trên báo chí. Để “níu kéo” người đọc, các cơ quan báo chí cũng phải “mở lối” chuyển tải tin tức thông qua các nền tảng mạng xã hội. Và khi không còn làm chủ “cuộc chơi”, không ít cơ quan báo chí chính thống đành chấp nhận để mạng xã hội dẫn dắt “cuộc chơi” khi phải tổ chức, sản xuất những tin bài giật gân, câu khách, chạy theo trend để đáp ứng nhu cầu của bạn đọc trên mạng xã hội dù không thể phủ nhận vẫn có những cơ quan báo chí giữ được vai trò, vị trí dẫn dắt trong định hướng thông tin, dư luận; giữ vững được bản sắc, bám sát tôn chỉ, mục đích, vẫn thực thi tốt nhiệm vụ là “người chiến sĩ xung kích trên mặt trận tư tưởng văn hoá”. Với đặc thù của tin tức mạng xã hội, những nội dung này chỉ dừng lại ở việc thông tin, phản ánh sự việc, hiện tượng, thiếu vắng những bài viết có hàm lượng tri tthức cao cung cấp cho bạn đọc.

Thực tế đó đồng nghĩa với việc “bỏ sở trường, dùng sở đoản”, không ít cơ quan báo chí đã chấp nhận từ bỏ vai trò dẫn dắt, vị trí chính thống của mình trên “xa lộ” thông tin. Đã có những thời điểm tin tức tiêu cực, giật gân, trùng lặp, vô bổ, vô thưởng vô phạt ngập tràn trên báo chí (đặc biệt là báo điện tử). Đó là một trong những tác nhân chính khiến bạn đọc từ bỏ thói quen đọc báo. Thậm chí, có những ý kiến tiêu cực cho rằng, một bộ phận báo chí đang trở thành phiên bản lỗi của mạng xã hội.

Trong cuộc cạnh tranh thông tin không cân sức giữa báo chí và mạng xã hội, những câu hỏi luôn đặt ra đối với các cơ quan báo chí và người làm báo đó là: Giải pháp nào để “neo” người đọc ở lại với mình lâu hơn? Làm sao để độc giả vẫn phải đọc tin tức trên báo chí giữa mênh mang, vô tận của biển thông tin trên mạng xã hội? Phải chăng báo chí đã đánh mất vị thế là “nguồn” cung cấp tin thật, tin “sạch”?

Lâu nay, phần lớn báo chí Việt Nam vẫn theo khuynh hướng “báo chí phê phán”. Điều đó đồng nghĩa với việc tập trung đi sâu khai thác nhằm phơi bày những vấn đề tiêu cực, nổi cộm, hiện tượng thiếu lành mạnh, thậm chí là những tin tức giật gân, câu khách, thu hút sự hiếu kỳ của đám đông… để rồi lên án, phê phán. Không thể phủ nhận, những việc làm này đã góp phần hạn chế, cảnh báo, điều chỉnh, đẩy lùi những hành vi sai trái, tiêu cực cả ở nhận thức lẫn hành vi trong xã hội.

Tuy nhiên, “báo chí phê phán” rất hiếm khi quan tâm hay đúng hơn là chưa có nhiều những đề xuất giải pháp để giải quyết một cách thấu đáo cho các vấn đề được thông tin. Nếu có, mới chỉ dừng lại ở góc độ gợi mở vấn đề. Cùng với đó, mật độ phê phán dày đặc, nặng nề khiến người đọc cảm thấy bức tranh đời sống xã hội có phần u ám, nhiều góc khuất, mảng tối, những câu chuyện tiêu cực được phản ánh dường như bế tắc, không lối thoát. Đã có lúc, sự phê phán vội vàng, bốc đồng, hùa theo đám đông, thiếu kiểm chứng đã gây tổn hại cả vật chất lẫn tinh thần những người có liên quan. Thậm chí, không ít trường hợp, người viết đã có những hành vi vụ lợi, cao hơn là vi phạm pháp luật khi nhân danh phê phán những sai trái, tiêu cực của cá nhân, tổ chức.

Nhìn vào thực tại, khi người đọc đã “no nê” với những tin tức thật giả, “vàng thau” lẫn lộn, dường như công thức kinh điển của báo chí 5W, 1H (ai, cái gì, ở đâu, tại sao, bao giờ…) có vẻ như đã lỗi thời. Giờ đây, người đọc cần biết thêm (toàn bộ) câu chuyện tiếp sau những vấn đề đó. Cụ thể hơn, người đọc bên cạnh việc tiếp nhận thông tin còn có nhu cầu tiếp cận quan điểm, góc nhìn, thậm chí là những ý kiến phản biện, “thay vì phản ánh báo chí phải sáng tạo”.

Chính vì vậy, việc lựa một chọn thể loại để thay đổi phương thức cung cấp thông tin cho bạn đọc nhằm định vị lại vai trò, vị trí của báo chí được đặt ra như một vấn đề cấp thiết. Và “Báo chí giải pháp”- một khái niệm không quá xa lạ, đã được nhắc đến cách đây hơn hai thập kỷ, khi internet bắt đầu xuất hiện ở Việt Nam- được gọi tên.

**Nhận diện “Báo chí giải pháp”**

Cần phải khẳng dịnh rằng, báo chí giải pháp vẫn phản ánh, đưa tin về các vấn đề tiêu cực nhưng theo hướng xây dựng, đưa ra những giải pháp khắc phục, giải quyết với mục tiêu đem lại kết quả tích cực cho xã hội.Đó là những phương thức ứng phó, giải quyết các vấn đề với sứ mệnh chủ động cải tạo xã hội. Mục tiêu cao nhất của báo chí giải pháp là mang đến cho cộng đồng một cái nhìn chân thực, đầy đủ nhất về những vấn đề mà con người và xã hội đang phải đối mặt.

Bên cạnh việc phản ánh hoặc phê phán, báo chí giải pháp cần tập trung đến việc nêu các giải pháp để xử lý, khắc phục những vấn đề đã đặt ra. Đó cũng chính là trách nhiệm của báo chí trong việc thể hiện vai trò là một chủ thể tồn tại trong xã hội, có nghĩa vụ chủ động tham gia vào giải quyết các vấn đề của xã hội chứ không chỉ dừng lại với vị trí “bên lề”. Các giải pháp cần xác định và làm rõ những vấn đề hoặc tồn tại đang đặt ra bức thiết trong đời sống xã hội. Báo chí giải pháp cần phải tìm kiếm, giới thiệu những giải pháp đã và đang thực hiện thay vì chỉ đơn thuần mô tả vấn đề. Đặc biệt, cần đi sâu phân tích, đánh giá, soi xét sự hiểu quả, tính bền vững, khả năng vận dụng của các giải pháp (có thể là chính sách, chương trình, hành động, sáng kiến…) của cá nhân hoặc tổ chức đã và đang tham gia giải quyết vấn đề, sự việc. Việc đề ra giải pháp phải được xem là trách nhiệm và cần được phát huy mạnh mẽ đối với các cơ quan báo chí.

Báo chí giải pháp còn là cách thức đưa tin về những nỗ lực đang được thực hiện để giải quyết các vấn đề xã hội. Các câu chuyện giải pháp có thể có nhiều dạng, nhưng có chung một số đặc điểm chính như: xác định các nguyên nhân gốc rễ của một vấn đề xã hội; làm nổi bật một (hoặc nhiều) câu trả lời cho vấn đề đó... Báo chí giải pháp đưa tin về các vấn đề và giải pháp đang diễn ra một cách chặt chẽ, dự báo với những minh chứng cụ thể, không tô vẽ. Theo nhiều chuyên gia, một tác phẩm báo chí giải pháp cần có đủ bốn thành tố/trụ cột: Giải pháp, Bằng chứng, Hạn chế và Bài học. Báo chí giải pháp “tập trung vào hành động, những thay đổi mang tính hệ thống, không mô tả giải pháp như một phép nhiệm màu”, đưa tin một cách chân thực cả về mặt hiệu quả và không hiệu quả của giải pháp. Bên cạnh đó, cũng cần nêu rõ những nỗ lực đã và đang thực hiện, diễn ra trên thực tế (bao gồm cả ưu, nhược điểm) để minh chứng các giải pháp không phải là những “nhiệm vụ bất khả thi”. Các vấn đề về giải pháp còn cung cấp những góc nhìn toàn diện, chân xác giúp bạn đọc hiểu rõ hơn về phương thức “hoạt động của các hệ thống phức tạp” và dự báo về khả năng cải thiện. Tóm lại, báo chí giải pháp cần cung cấp cho người đọc những góc nhìn công tâm và tổng quát nhất về các giải pháp bền vững trong xã hội.

Có một thực tế cho thấy, hiện nay độc giả cần những tin tức khơi dậy cảm hứng, làm động lực để có thể trực tiếp tham gia vào các vấn đề cộng đồng thông qua các giải pháp. Chính vì thế, báo chí giải pháp cũng chính là mạch nguồn truyền cảm hứng thực thi và thúc đẩy hành động. Tạo ra sự thay đổi tích cực trong xã hội bằng cách khơi gợi cảm hứng và thúc đẩy độc giả hành động là một trong những mục tiêu hàng đầu của báo chí giải pháp. Báo chí giải pháp còn tạo ra sự cân bằng nội dung trong lĩnh vực thông tin, truyền thông, khắc phục tình trạng quá thiên về các tin tức tiêu cực, gây sốc nhằm thỏa mãn sự tò mò, hiếu kỳ và thị hiếu tầm thường, qua đó góp phần giúp bạn đọc xác lập những góc nhìn chân thực, khách quan, toàn diện và tươi sáng hơn về xã hội.

**Để thực sự là “Báo chí giải pháp”**

Báo chí giải pháp là một phương thức tiếp cận tiên tiến để đưa thông tin về phát triển xã hội đến với người đọc, không đơn thuần chỉ là một xu hướng mới trong lĩnh vực truyền thông. Báo chí giải pháp trở thành một công cụ quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển bền vững của xã hội và mở ra con đường phát triển cho chính nó là nhờ vào ưu thế tìm kiếm và đề xuất các giải pháp hiêu quả. Chính vì vậy, người làm báo chí giải pháp cần phải có một tư duy đổi mới, tích cực, có bản lĩnh chính trị vững vàng, tuân thủ nghiêm túc quy trình tác nghiệp, thành thạo trong việc tiếp cận, sử dụng công nghệ để tạo ra các nội dung đa phương tiện, nâng cao năng lực ngôn ngữ để truyền tải thông tin một cách hấp dẫn, để sáng tạo ra các tác phẩm báo chí giải pháp thực sự có giá trị. Một yếu tố quan trọng không thể thiếu đó là sự hỗ trợ, khuyến khích cũng như việc quan tâm, đầu tư vào nguồn nhân lực, công nghệ, chiến lược đào tạo, xây dựng nội dung từ các toà soạn.

Như đã nói ở trên, báo chí giải pháp không chỉ đơn thuần là việc đưa ra vấn đề, mà còn tìm kiếm và đề xuất cách giải quyết. Điều đó đòi hỏi bên cạnh việc đưa ra các giải pháp, người viết cần phải thể hiện được sự sáng tạo, đột phá trong cách đặt vấn đề, trong nghệ thuật dẫn dắt câu chuyện, trong cấu trúc thông tin, trong kết cấu bài viết để tạo sự độc đáo, thú vị và hấp dẫn. Muốn “vận hành” tốt kỹ năng này, bên cạnh sự sáng tạo các nhà báo cần phải trau dồi năng lực tìm kiếm thông tin chi tiết về các giải pháp. Cần phải tìm hiểu kỹ lưỡng, cẩn trọng, có sự tham khảo nhiều chiều với những người am hiểu chuyên sâu đối với các lĩnh vực được đề cập nhằm cung cấp những thông tin cính xác, có giá trị về các giải pháp xử lý, giải quyết các vấn đề đặt ra.

Nghiên cứu kỹ lưỡng, tìm kiếm, xác minh các giải pháp đã và đang được thực hiện, triển khai thành công cũng là một năng lực cần có của các nhà báo khi thực hiện một bài viết báo chí giải pháp. Bên cạnh đó cũng cần có công cụ để rà quét, đo đếm mức độ hiệu quả của các giải pháp. Để có những góc nhìn đa diện, đa chiều, người viết cần phải có sự tham vấn của các chuyên gia, những người thực hiện giải pháp và cả những đối tượng, thành phần chịu sự tác động trực tiếp từ các giải pháp. Để đảm bảo tính chính xác, chân thực của bài viết, người viết cần có một quá trình thực tế để thu thập thông tin, luôn nâng cao kỹ năng phân tích, phản biện, kiểm chứng thông tin để hạn chế những đánh giá phiến diện, một chiều khi minh chứng những hiệu quả thực sự của giải pháp.

Báo chí giải pháp là báo cáo chân thực, nghiêm túc, trên cơ sở những bằng chứng về phản ứng của các vấn đề xã hội. Nếu chỉ đưa ra các vấn đề mà không thể hiện được vai trò hiến kế, đề xuất các biện pháp, giải pháp thực hiện, báo chí có thể tạo ra một “cảm giác sai lầm rằng mọi người đã không cố gắng sửa chữa hoặc không biết cách giải quyết để sự việc trở nên tốt hơn”. Báo chí không đưa ra được giải pháp về các vấn đề xã hội sẽ tạo ra những góc nhìn không chính xác, thậm chí lệch lạc về đời sống xã hội, từ đó tiềm ẩn nguy cơ gây ra những hệ luỵ tiêu cực. Qua những gì thực tế đang diễn ra, báo chí rất cần một sự thay đổi với việc tập trung vào các nỗ lực giải quyết vấn đề cũng như các bài học từ thành công và thất bại. Báo chí giải pháp chính là “lối thoát” để báo chí trở nên chính xác và hoàn thiện hơn. Và đó cũng chính là sự khẳng định lại những giá trị đích thực, bền vững của báo chí truyền thống./.