

VĂN HÓA TRUYỀN THÔNG TRONG MÔI TRƯỜNG INTERNET VÀI ĐIỀU QUA KINH NGHIỆM HOẠT ĐỘNG CỦA VOV ONLINE

*Nhà báo Nguyễn Thúy Hoa**

Hiện nay, trong điều kiện hạ tầng internet tại Việt Nam phát triển rất nhanh, người dùng internet đông, báo chí điện tử phát triển mạnh mẽ; bên cạnh những mặt tích cực mà điều này đem lại, cũng có không ít những tiêu cực nảy sinh, bởi trong môi trường mạng, thông tin tốt cũng như xấu đều có thể lan truyền vô cùng nhanh và mạnh mẽ.

1. Vài nét về công chúng báo mạng điện tử

Internet tại Việt Nam những năm gần đây tăng trưởng rất mạnh và ổn định. Các nguồn lực kỹ thuật cho việc kết nối internet cũng không ngừng mở rộng. Theo số liệu của Trung tâm internet Việt Nam (VNNIC), tính tới cuối tháng 11/2011, Việt Nam đã có **30.516.587** người dùng internet, chiếm 33,05% dân số; và trong đó có 4 triệu người dùng internet băng thông rộng.

Theo Báo cáo Netcitizens Việt Nam 2011 dựa trên khảo sát đại diện cho 3000 người sử dụng internet tại 12 tỉnh thành ở Việt Nam (Báo cáo do Cimingo- nhóm chuyên gia độc lập về nghiên cứu marketing gồm 200 chuyên viên nghiên cứu thị trường- cung cấp), internet tại Việt Nam đã tăng trưởng nhanh chóng trong vòng vài năm trở lại đây, hơn hầu hết các quốc gia khác trong khu vực và Việt Nam là 1 trong những quốc gia phát triển nhanh nhất về internet trên thế giới. Tại các khu vực thành thị, hơn 50% dân số có truy cập internet. Tỷ lệ sử dụng ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh thậm chí còn cao hơn. Hà Nội có tỷ lệ truy cập internet cao nhất với 64% dân số sử dụng internet. Hai phần ba (2/3) số người sử dụng truy cập internet hàng ngày. Họ sử dụng trung bình khoảng 2 giờ 20 phút trên internet vào các ngày trong tuần và ít hơn vào các ngày cuối tuần. Báo cáo NetCitizens đưa ra kết quả nghiên cứu những hoạt động mà người dùng internet thường làm khi lên mạng. Kết quả cho thấy hoạt động được thực hiện thường xuyên nhất là thu thập thông tin, đọc tin tức.

* Báo điện tử VOV Online

Còn theo kết quả nghiên cứu được Yahoo công bố ngày 3/8/2011, ở Việt Nam 97% hoạt động trực tuyến trên mạng để đọc tin tức. Đây là kết quả nghiên cứu lần thứ 3 về xu hướng sử dụng Internet tại Việt Nam do Yahoo phối hợp cùng Kantar Việt Nam thực hiện, được kiểm chứng với 1.500 mẫu tập trung tại các khu vực nội thành của 4 thành phố chính: Hà Nội, Đà Nẵng, TP HCM, Cần Thơ. Theo nghiên cứu này, năm 2011, 91% số người độ tuổi từ 15-19 sử dụng Internet, 89% số người từ 20-24 tuổi sử dụng internet và con số này là 24% trong những người độ tuổi từ 40-50.

Có thể thấy người dùng internet ở Việt Nam:

- Rất đông và ngày một tăng.
- Họ dành nhiều thời gian truy cập các trang thông tin và báo chí trực tuyến để đọc tin tức.
- Tỷ lệ người trẻ chiếm số đông.

Như vậy, báo chí trực tuyến có thể có những tác động to lớn đến lớp người trẻ tuổi trong xã hội, cũng có nghĩa là có khả năng gây ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của đời sống văn hóa xã hội. Nếu báo chí không làm tốt chức năng giáo dục, trái lại, đăng tải những thông tin phản giáo dục, thì tác hại sẽ thật khó lường.

2. Thực trạng đáng buồn: Xu hướng giật gân, câu khách trở nên phổ biến

Giữa năm 2011, nhiều báo chí trong nước đã phải lên tiếng về xu hướng giật gân, câu khách trở nên phổ biến trên các tờ báo và đặc biệt là báo mạng điện tử. Xu hướng đó thể hiện trên báo chí ở một số nội dung như:

- Đăng những chuyện giật gân, kích thích trí tò mò. Khai thác những vụ án đau lòng, bạo lực, với những tình tiết rung rợn; đi sâu mô tả những chi tiết gây phản cảm, dễ dẫn đến những suy nghĩ lệch lạc cho người đọc trẻ.
- Thậm chí có nhiều thông tin sai sự thật, video clip sai sự thật, sau đó được gỡ xuống một cách tùy tiện mà không hề có đính chính hay giải thích.

- Trần lan những hình ảnh phản cảm 2H (hở, hôn); những vấn đề 4T (tiền, tình, tù, tội). Nhiều tờ báo tập trung vào các người mẫu, người nổi tiếng, các vụ scandal xung quanh người nổi tiếng. Những cụm từ phổ biến, trở thành từ khóa được tìm kiếm nhiều trên các máy chủ tìm kiếm là: “khoe vòng một”, “ngực khủng”, “lộ hàng”, “chân dài”, “hot girl”, “hé lộ”, “kinh hoàng”...

- Để tạo ra những tin, bài giật gân, nhưng có lẽ thiếu nguồn thông tin; nên nhiều báo “xào” lại bài của báo khác, đặt lại 1 cái tí giật gân mà có khi vượt quá cả nội dung tin bài đó, khiến người đọc có cảm giác bị lừa. Chuyện này ngày nào cũng gặp, theo lời của nhiều độc giả báo mạng.

Dưới đây là một số ví dụ minh chứng cho xu hướng hời hợt, câu khách bằng mọi giá của một số báo điện tử lớn, có uy tín:

- Lý Nhã Kỳ và gò bồng đảo biết tạo scandal (VTC News- 20/12/2012)
- Elly Trần tiết lộ bí quyết chăm vòng 1 (Vietnamnet- 19/12/2011)\
- Văn Mai Hương không sợ khoe đường cong với Thu Minh, Diệu Hương chưa cưới đã có tin vui (Vietnamnet- 22/12/2011)
- Phi Thanh Vân làm náo động khai mạc Liên hoan phim (VnExpress- 16/12/2011)
- Công Trí nín thở khi Hà Hồ thay trang phục trên sàn diễn (VnExpress- 17/12/2011)
- Những bộ váy “nguy hiểm” nhất năm 2011 (Dân Trí- 16/12/2011),
- Ngôi sao Tom Cruise dùng iPad để làm gì? (Dân Trí- 21/12/2011)
- “Nghệt thở” với “siêu vòng một” Christina Hendricks (Dân Trí - 17/12/2011)

Những tin tức này hầu hết đều vô bổ, không có nội dung thông tin bổ ích cũng không có tính giáo dục.

Ông Chu Văn Hòa, Phó Cục trưởng Cục Quản lý Phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử trong trả lời báo Người Lao động mới đây, đã nhận xét: “Điều đáng nói là không phải không có một số báo điện tử, các website đã được cấp phép cũng chạy theo xu hướng lá cải, câu khách. Hậu họa từ việc thông tin dễ dãi, thậm chí là chạy đua nhau phát tán các hình ảnh khiêu gợi, khiêu dâm

là điều rất đáng lo ngại cho xã hội, nhất là giới trẻ...”. “Những gì hiện lên trang web chính là quan điểm, đạo đức và trình độ của lãnh đạo các trang báo điện tử. Không thể nói chuyện “sơ sẩy, lọt lưới” ở đây được vì quá nhiều lần, thậm chí lạm dụng việc này...”

Theo ông Hòa, giải quyết tình trạng này không chỉ là trách nhiệm của riêng cơ quan quản lý Nhà nước. Xã hội, bạn đọc và báo chí cũng cần có thái độ phản đối rõ ràng đối với trào lưu xấu (giật gân, câu khách- NV) này. “Người quản lý cao nhất chính là công luận và nhân dân. Người đọc cần quay lưng và tẩy chay những trang thông tin này. Bởi thực tế, chính bạn đọc đã góp phần làm tăng trào lưu đưa hình ảnh phơi ngực, phơi thân thể và đưa ra những tuyên bố gây sốc của nghệ sĩ trên báo mạng, đi ngược lại thuần phong mỹ tục, tạo đất sống cho các thông tin, hình ảnh rở tiền trên báo chí:- theo lời ông Chu Văn Hòa.

Tuy nhiên, một số đông bạn đọc trẻ tuổi chưa đủ kinh nghiệm sống và độ chín chắn để nhìn nhận đâu là những thông tin độc hại. Việc hạn chế thông tin vô bổ, có hại tùy thuộc vào đạo đức của nhà báo và nhận thức vấn đề của lãnh đạo cơ quan báo chí.

3. Báo điện tử VOV: giải quyết mâu thuẫn giữa việc thu hút độc giả và việc giữ phong cách, uy tín của báo

Trong cuộc cạnh tranh gay gắt hiện nay, khi các trang thông tin điện tử, các báo mạng điện tử phát triển mạnh ở Việt Nam; tìm con đường phát triển là bài toán không đơn giản với mọi báo điện tử, trong đó có Báo điện tử VOV của Đài Tiếng nói Việt Nam. Website Báo điện tử VOV (www.vov.vn) là trang tích hợp thông tin chọn lọc từ các chương trình, các hệ phát thanh, các kênh phát thanh của Đài Tiếng nói Việt Nam; nhằm mang đến bạn đọc những sản phẩm hay nhất do phóng viên, biên tập viên Đài Tiếng nói Việt Nam thực hiện.

Mỗi ngày hiện tại trang báo tiếng Việt cập nhật trung bình khoảng 100 tin và 10 bài viết, 10 âm thanh, 1-2 video clip; trang báo tiếng Anh cập nhật 30 tin, bài. Thông tin đăng báo được biên tập viên VOV online khai thác từ các nguồn: từ Trung tâm tin của VOV, từ 7 cơ quan thường trú Đài TNVN ở nước ngoài và 6 cơ quan thường trú ở trong nước, từ phóng viên, bình luận viên các hệ phát thanh VOV1, VOV2, VOV3, VOV4, VOV5, kênh VOV Giao thông và VOVTV; từ các cộng tác viên là nhà báo chuyên nghiệp hoặc không chuyên.

Báo điện tử VOV xác định mục tiêu đưa tin nhanh, chính xác, hấp dẫn đến người đọc. Thời gian qua, Báo có những thay đổi đáng kể về nội dung và cách trình bày để thu hút bạn đọc và làm tăng lượng truy cập.

1- Nếu như trước kia, báo đặt lên hàng đầu nhiệm vụ tuyên truyền đối ngoại; về các chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước Việt Nam, nên tin tức được độc giả nhận xét là có phần khô khan, “chính trị”, thì nay, tờ báo đã chuyển hướng tăng cường các tin, bài, ảnh về đời sống, các vấn đề dân sinh, liên quan thiết thực đến người đọc. Việc đặt tiêu đề (tít), tít dẫn (chapeaux) cũng được trau chuốt hơn để tạo sự hấp dẫn. Tuy nhiên, tránh xu hướng đặt tít giật gân. Hàng ngày, các biên tập viên tìm hiểu về những từ khóa (key word) được nhiều người tìm kiếm để biết được độc giả đang quan tâm nhiều đến vấn đề gì, thì báo sẽ tăng cường tin/bài về nội dung đó.

Các chủ đề thông tin về đời sống, dân sinh được quan tâm nhiều hơn; như các vấn đề: giá xăng dầu, giá điện tăng, an toàn giao thông, tái cơ cấu nền kinh tế, gương người tốt, việc tốt... Ban biên tập đã luôn chú ý điều chỉnh để tránh được việc đăng tin, bài vô bổ chỉ nhằm thu hút sự tò mò của người đọc. Tuy nhiên, đôi khi báo vẫn còn để lọt các tin loại này (ví dụ: [Lý Nhã Kỳ: “Váy nhái à, hãy mua thử xem...” \(2/12/2011\)](#), [“Jennifer Phạm: Nói thật, lần đầu tôi nghe tới cái tên Tân Nhân \(2/12/2011\)”](#)... Việc đặt tít cũng có khi làm sai lệch cả nội dung ([Tướng Nhanh: “Cháu tôi không nhờ nước bọt vào CSGT” \(26/12/2011\)](#), sau đó đã được yêu cầu đổi thành “Không hiềm các trường hợp mạo danh “cháu bác Nhanh””). Tại các cuộc giao ban hàng ngày và trao đổi nghiệp vụ hàng tuần, các vấn đề trên được nêu ra để nhận xét, thảo luận, rút kinh nghiệm.

2- Trong môi trường mạng, tính tương tác được thể hiện tối đa. Báo điện tử VOV đã luôn quan tâm đến ý kiến của độc giả; nhưng đăng ý kiến của độc giả một cách có kiểm soát, có chủ ý, nhằm làm nổi bật những ý kiến bình luận mà tờ báo đánh giá là xác đáng, có tính xây dựng. Chính việc độc giả thể hiện quan điểm, tranh luận với nhau về một vấn đề trong xã hội cũng có ý nghĩa xây dựng, giáo dục, hướng tới những giá trị tốt đẹp. Đây lại là cách tuyên truyền thuyết phục, hiệu quả.

3- Để tăng bản sắc của tờ báo, tăng cường những nội dung thông tin lành mạnh, Báo điện tử VOV khai thác ngày một nhiều hơn phần nội dung đa phương tiện, làm nổi bật đặc trưng của báo điện tử thuộc Đài phát thanh quốc gia. Đài TNVN đang sở hữu một kho băng khổng lồ với hơn

30.000 giờ âm thanh, những tư liệu bằng âm thanh mà không một cơ quan truyền thông nào của Việt Nam có được. Ví dụ như những tư liệu lịch sử: Lời Bác Hồ đọc Tuyên ngôn độc lập, Lời phát biểu của Bác khi đến thăm Đài TNVN, tiếng bom đạn thời chiến tranh, lời đầu hàng của chính quyền Ngụy...; hay những bài hát do các giọng ca nổi tiếng của một thời: Quốc Hương, Thương Huyền, Minh Đỗ, Quý Dương..., được thu âm từ cách đây 40-50 năm... Rồi những chương trình ngâm thơ, hát dân ca 3 miền, hát xẩm, hát chèo, ca trù... phục vụ cho đông đảo công chúng; giúp cho người đọc, người xem, người nghe có thể được mở mang kiến thức về văn hóa, văn nghệ. Những sản phẩm video clip mà Báo điện tử VOV khai thác từ VOV TV cũng rất hấp dẫn người xem và thường được lan truyền trên mạng rất nhanh do một số trang thông tin hoặc báo điện tử khác đăng lại, hoặc được ai đó đưa lên Youtube và các mạng xã hội để chia sẻ.

Không chạy theo những chuyện giật gân câu khách mà xác định đúng thế mạnh của mình để thu hút người truy cập, Báo điện tử VOV giữ được thông tin thể hiện trên mặt báo có văn hóa và có tính giáo dục cao./.

ThA'ng tin bá°jn A'á»c ThA'ng tin cá»Şa bá°jn A'á»c sá°½ A'Æ°á»Æc bá°Lo má°t an toA n vA chá»%o sá» dá»¥ng trong trÆ°á»ng há»Æp toA soá°jn cá°Şn thiá°çt A'á»f liA°n lá°jc vá»i bá°jn. Vui lA°ng nhá°p TÁ°n hiá»fn thá»ç. Vui lA°ng nhá°p Email. Email KhA'ng A'Á°ng A'á»nh dá°jng. Lá°¥y má°Æ má»i. Vui lA°ng nhá°p má°Æ xÁ°c nhá°n. Gá»i bá°nh luá°n. CÆj quan cá»Şa Tá»ng LiA°n ÁoA n Lao Áá»TMng Viá»çt Nam Tiá°çng nÁ°i cá»Şa CÁ°ng nhÁ°çn ViA°n chá»©c lao Áá»TMng Viá»çt Nam. Home. Media.Á Bá°çt A'á»TMng sá°Æn. VẢ°fn hÁ°a - Giá°Æi trÁ. VẢ°fn hÁ°a. Giá°Æi trÁ. Thá»f thao.Á Nhiá»u giÁ°jo viA°n vui má»çng vA°n tiA°u chuá°çn vá» sÁ°jng kiá°çn kinh nghiá»çm Á°Æ khA'ng cÁ°n trong Á°Á°nh giÁ°j phÁ°çn loá°ji cÁ°jn bá»TM, cÁ°ng chá»©c, viA°n chá»©c. á°çnh minh hoá°ç: Há°Æi Nguyá»...n. Giá»ng nam miá»n Bá°c. Kinh nghiá»çm - TÆ° vá°¥n. Áua xe. Bá°Æng giÁ°j Á° tÁ°.Á Cá°çnh sÁ°jt A'ia»u tra hiá»çn trÆ°á»ng nÆji nam thanh niA°n nghi bá»ç A'á°çy xuá»ng á»Ý thÁ° nh phá»' Osaka, Nhá°t Bá°Æn. (á°çnh: Sankei Shimbun). BẢ°jo Thá°ç giá»i & Viá»çt Nam dá°çn lá»i ngÆ°á»i phÁ°jt ngÁ°n Bá»TM Ngoá°çj giao Viá»çt Nam LÁ° Thá»ç Thu Há°çng trÆ°a ngÁ° y 3/8 cho biá°çt, ngay sau khi cÁ° thÁ°ng tin trÁ°n má°çng xÁ° há»TMi vá» viá»çc má»TMt thanh niA°n Á°Æ°á»Æc cho lA° ngÆ°á»i Viá»çt Nam bá»ç sÁ°jt há°çj á»Ý khu vá»çc trung tá°çm thÆ°Æjng má°çj Namba cá»Şa Osaka, Tá»ng LÁ°çnh sá»ç quÁ°jn.Á Má»i hÁ° nh Áá»TMng sá» dá»¥ng ná»TMi dung Á°Æng tá°Æi trÁ°n BẢ°jo A'ia»çn tá» DÁ°çn trÁ tá°çj A'á»ç chá»%o dantri.com.vn phá°Æi cÁ° sá»ç Á°á»ng Á°½ bá°çng vẢ°fn bá°Æn cá»Şa BẢ°jo A'ia»çn tá» DÁ°çn trÁ. LiA°n há»ç quá°çng cÁ°jo: 0945.54.03.03. Email: quangcao@dantri.com.vn. Hoá°çt A'á»TMng tá»ç ngÁ° y 20.7, chÆ°Æjng trÁ°nh thiá»çn nguyá»çn á°çKá°çT Ná»l YÁ°ŞU THÆ°Æ NGá° (KNYT) Á°á°t má»çc tiA°u ká°çt ná»i thu mua nhiá»u loá°çj lÆ°Æjng thá»ç nhÆ° thá»ç heo, thá»ç gÁ°, rau cá»Ş quá°çá°ç tá»ç Á°á»ng Nai vA° má»TMt sá»ç tá»çnh lA°çn cá°n, vá°n chuyá»çn vá» BẢ°jn giÁ°j tá»ç nhá°çt cho bÁ° con TP.HCM, trong bá»ç cá°çnh giÁ°çn cÁ°ch xÁ° há»TMi, thá»çc. phá°çm thiá°çt yá°çu khan hiá°çm vA° giÁ°j cá°ç tA°çng cao nhiá»u lá°çn. Áá»ng thá»ç, há»ç trá»ç tiA°u thá»ç¥ cho bÁ° con nÁ°ng dÁ°çn cÁ°ç Á°á»ç phÆ°Æjng Á°ang gá°ç khÁ° khA°fn vá» Á°á°Şu ra. Bá°çt Á°á°Şu tá»ç thá»ç heo, sau Á°á° thá»ç nghiá»çm tá°çm cÁ°ng xanh tÆ°Æj Æ°á»çp lá°çnh vá°n chuyá»çn tá»ç Bá°ç LiA°u, KNYT ngÁ° y cÁ°ng nhá°n Á°Æ°á»Æc nhiá»u Á°Æjñ Á°á°t hÁ°ng tá»ç bÁ° con TP.HCM. Á°çj diá»çn nhÁ°çm thiá»çn nguyá»çn nÁ° y cho biá°çt ban Á°á°Şu, chÆ°Æjng trÁ°nh dá»ç kiá°çn vá°n chuyá»çn 30 - 40 tá°çn thá»ç heo tá»ç Á°á»ng Nai tá»ç TP.HCM tiA°u thá»ç¥.