

Khơi thông dòng chảy nghệ thuật dân tộc trên báo chí số

PGS, TS TRƯƠNG THỊ KIÊN

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: kien_bctt@yahoo.com

Nhận ngày 5 tháng 8 năm 2022; chấp nhận đăng tháng 9 năm 2022.

Tóm tắt: Xã hội càng phát triển, nghệ thuật dân tộc lại càng được chú trọng, bởi nghệ thuật nâng tầm vẻ đẹp đời sống, góp phần bồi đắp giá trị văn hóa truyền thống, làm phong phú, sinh động thế giới vật chất và tinh thần của con người. Nghệ thuật đóng góp vào sự phát triển thời đại ở các lĩnh vực tiêu biểu như: kiến trúc và trang trí, điêu khắc, hội họa, âm nhạc, điện ảnh, sân khấu, văn chương... Ở nước ta, ngay từ khi báo chí mới xuất hiện, giữa báo chí với nghệ thuật giao hòa như một mối lương duyên. Cho đến nay, mối lương duyên đó vẫn hiện thực. Dẫu vậy, một cách khách quan để nhận định, thì dòng chảy nghệ thuật đương đại trên báo chí chưa mạnh, công chúng chưa hưởng ứng nhiệt tình. Để khơi thông dòng chảy này, một trong những giải pháp trọng tâm nhất là tận dụng ưu việt của báo chí số.

Từ khóa: nghệ thuật dân tộc; báo chí số; báo chí với nghệ thuật.

Abstract: The more developed the society is, the more attention is paid to national art because art enhances life beauty and contributes to fostering traditional cultural values, enriching and enlivening the material world and human spirit. Art contributes to the era's development in typical fields such as: architecture and decoration, sculpture, painting, music, cinema, theater, literature, etc. In our country, journalism and art have been in a predestined relationship, which is still apparent today. However, the content of contemporary art in the press is limited, which has not aroused enthusiastical responses from the public. To unblock this flow, one of the most important solutions is to take advantage of digital journalism.

Keywords: national art; digital journalism; journalism with art.

1. Hiện thực báo chí trong môi giao hòa với nghệ thuật

Nghệ thuật chính là sự sáng tạo của con người trong mọi hoạt động để tạo ra các loại sản phẩm vật thể hay phi vật thể, chứa đựng giá trị lớn về tư tưởng, tinh thần, có tính nhân văn và thẩm mỹ, mang giá trị văn hóa, chạm tới chiều sâu cảm xúc của con người. Nghệ thuật là nơi tập trung cao nhất mối quan hệ thẩm mỹ giữa con người với thế giới hiện thực. Nó được xem là then chốt để tạo nên những tác phẩm hội tụ tinh hoa, phẩm chất của xã hội đương thời, là nơi gửi gắm những tâm sự, suy tưởng, chiêm nghiệm, ước mong, khát vọng về cuộc đời. Nghệ thuật thực hiện nhiều chức năng: chức năng thẩm mỹ, chức năng

giải trí, chức năng giáo dục, chức năng thông tin giao tiếp, chức năng nhận thức...

Thông qua việc sử dụng hình tượng nghệ thuật để phản ánh hiện thực cuộc sống, người ta chia nghệ thuật thành những loại hình cơ bản: Văn học, Kiến trúc, Điêu khắc, Hội họa, Âm nhạc, Sân khấu, Điện ảnh...

Tại Việt Nam, những tờ báo đầu tiên ra đời như *Trung bắc tân văn*, *Đông Dương tạp chí*, *Nam Phong*, *Thực nghiệm dân báo*, *Hà Thành Ngọ báo*, *Phụ nữ tân văn*, *Phụ nữ thời đàm*..., đều ít nhiều đăng tải thông tin về các loại hình nghệ thuật dân tộc. Cho đến thời điểm hiện nay, trải qua chiều dài phát triển báo chí, đã có khoảng trên 80 báo, tạp chí chuyên biệt về *Kiến trúc* và

trang trí, Điêu khắc, Hội họa, Âm nhạc, Điện ảnh, Sân khấu, Văn chương⁽¹⁾.

Có thể kể đến một số báo tiêu biểu như: *Báo Thời báo Văn học Nghệ thuật (Liên hiệp các hội văn học nghệ thuật Việt Nam)*; *Báo Văn nghệ (Hội Nhà văn Việt Nam)*; *Tạp chí Ánh sáng và cuộc sống (Hội chiếu sáng Việt Nam)*; *Tạp chí Âm nhạc Việt Nam (Hội nhạc sĩ Việt Nam)*; *Tạp chí Saostar (Hội người mẫu Việt Nam)*; *Tạp chí Kiến trúc (Hội kiến trúc sư Việt Nam)*; *Tạp chí kiến trúc Việt Nam (Viện Kiến trúc quốc gia)*; *Tạp chí Mốt và Cuộc sống (Liên hiệp KH&CN Việt Nam)*; *Tạp chí Mốt Việt Nam (Hiệp hội Dệt may VN)*; *Tạp chí Mỹ thuật (Hội Mỹ thuật VN)*; *Tạp chí Thế giới điện ảnh (Hội Điện ảnh VN)*; *Tạp chí Thời trang Vàng (Hội Mỹ nghệ kim hoàn đá quý VN)*; *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật (Bộ VH, TT và DL)*; *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật quân đội (Trường ĐH VHNTQĐ, Bộ Quốc phòng)*..., và các tạp chí văn nghệ, văn học nghệ thuật, nghệ thuật của các Hội Văn học nghệ thuật của các tỉnh, thành trong cả nước.

Nhìn vào bức tranh báo chí về nghệ thuật như vậy, dễ dàng nhận thấy đời sống nghệ thuật dân tộc đã ngấm vào từng thớ mạch, tạo nên nhịp đập báo chí. Đồng thời cho thấy tầm quan trọng của báo chí nghệ thuật trong việc hun đúc nên các giá trị văn hóa đất nước:

Thứ nhất, báo chí là lăng kính phản chiếu trung thực đời sống nghệ thuật đương đại. Mỗi ngày, mỗi giờ, có nhiều sự kiện, sự việc, vấn đề về nghệ thuật diễn ra, trở thành nguồn đề tài, chất liệu nội dung cho tác phẩm báo chí. Qua báo chí, công chúng hiểu biết toàn diện thực trạng đời sống nghệ thuật đương đại, những vẻ đẹp truyền thống và giá trị mới được bồi đắp. Những tượng đài, công trình điêu khắc mới; lễ hội; sự kiện âm nhạc; các bộ phim được công chiếu; các tác phẩm văn chương đậm tính thời đại; những vở kịch, hội diễn sân khấu ra mắt công chúng... với tất cả chiều kích đúng sai, tốt xấu được báo chí phản ánh, phân tích mỗi ngày, đã gắn kết công chúng với đời sống nghệ thuật, hình thành ở họ tình yêu

và niềm tự hào về các giá trị nghệ thuật dân tộc một cách tự nhiên.

Trong những năm qua, báo chí còn bám sát định hướng của Đảng trong thông tin, tuyên truyền về nghệ thuật dân tộc, phản ánh khát vọng dân tộc thịnh vượng, hùng cường trong thời kỳ mới. Các hoạt động nghệ thuật trưng bày triển lãm, tuyên truyền cổ động sôi nổi, rộng khắp từ Trung ương đến cơ sở phục vụ các sự kiện chính trị, văn hoá, thể thao du lịch trọng đại của đất nước được báo chí phản ánh trung thực, kịp thời. Hoạt động nghệ thuật tuyến cơ sở được nhiều báo chí địa phương quan tâm, đưa thông tin đầy đủ.

Thực tế, không ít công chúng tìm đọc một tờ báo, nghe, xem một chương trình phát thanh, truyền hình, đơn giản vì muốn theo dõi một câu chuyện, một bài thơ, nghe vở kịch sân khấu truyền thanh, xem bộ phim, một chương trình ca nhạc... Cho nên, hiện nay, ngay trên các báo Đảng lớn như *Nhân Dân*, *Sài Gòn giải phóng*, *Hà Nội mới*,... trên các báo ngành như *Công an nhân dân*, *Giáo dục và Thời đại*, *Phụ nữ*, *Tiền phong*... đều có các chuyên trang nghệ thuật. Càng ở những số báo đặc biệt như báo tết, báo xuân hoặc những báo cuối tháng, cuối tuần - những ấn phẩm, chương trình mà công chúng mong ngóng, đợi chờ, có số lượng phát hành lớn, đông đảo người theo dõi - các tác phẩm về nghệ thuật càng hiện diện rõ nét. Sự đa dạng các ấn phẩm, sản phẩm, chương trình về nghệ thuật đã góp thêm sắc hương vào vườn hoa báo chí Việt Nam, làm nên những món ăn tinh thần hấp dẫn, bổ ích cho công chúng.

Thứ hai, báo chí sáng tạo nghệ thuật. Báo chí đóng vai trò là cơ quan đưa ra sáng kiến, tổ chức các sân chơi nghệ thuật, làm nảy sinh các sự kiện nghệ thuật mới.

Phát thanh đưa cả nhà hát vào phòng ngủ, truyền hình là sân khấu và là rạp chiếu phim miễn phí cho công chúng. Trong lĩnh vực âm nhạc, báo chí khởi xướng những sự kiện âm nhạc lớn được công chúng đón nhận, tạo thành thị hiếu, xu

hướng được yêu thích, như: Chương trình “Giọng hát Việt nhí”, “Giọng hát Việt”, “Người ấy là ai”, “Đường lên đỉnh Olympia”, “Hãy chọn giá đúng”...

Báo chí không chỉ đơn thuần phản ánh, tường thuật các chương trình âm nhạc, vũ đạo, điện ảnh... mà còn tự sáng tạo, dàn dựng nhiều tác phẩm nghệ thuật theo phong cách đặc thù của loại hình, đem sắc màu nghệ thuật mới vào đời sống xã hội. Ngày một nhiều hơn những bộ phim truyền hình, chương trình ca nhạc do đài truyền hình sản xuất được công chúng yêu thích, đón nhận...

Thứ ba, báo chí định hướng khuynh hướng sáng tác và khuynh hướng thưởng thức nghệ thuật

Mạng lưới báo chí với đa dạng loại hình và phương thức chuyển tải, đã giúp báo chí trở thành phương tiện có thể mạnh đặc biệt trong việc định hướng khuynh hướng sáng tác và thưởng thức nghệ thuật của công chúng.

Báo chí nắm bắt xu hướng tiêu dùng các sản phẩm nghệ thuật của công chúng nhanh nhất thông qua đời sống thực tiễn. Từ việc tiếp cận sự vận động của nghệ thuật cũng như nhu cầu của công chúng tiêu dùng nghệ thuật, nhà báo phản ánh, giới thiệu, phân tích, từ đó, góp phần định hướng khuynh hướng sáng tác của các kiến trúc sư, nhà văn, họa sĩ, các nhà biên kịch, đạo diễn, diễn viên... Báo chí giới thiệu những phong cách kiến trúc độc đáo, những loại hình âm nhạc được thế hệ trẻ yêu thích, những mẫu thời trang được ưa chuộng, những mô hình nhà ở, đô thị thông minh, xu hướng thiết kế nội ngoại thất thịnh hành, các bộ phim trong nước và thế giới được công chúng đón nhận..., đồng thời, tiếp nhận ý kiến phản hồi của công chúng. Thông qua ý kiến phản hồi, không chỉ nhà báo mà nhà sáng tạo nghệ thuật cũng nắm bắt được kịp thời xu hướng tiếp nhận sản phẩm nghệ thuật của công chúng để điều chỉnh chủ đề, nội dung, phương thức sáng tạo, này được ý tưởng sáng tác mới. Hoặc đó là các sáng tác bám theo “trào lưu” đương đại, theo sát nhu cầu thực tế

tiêu dùng của công chúng, hoặc là các sáng tác mới mẻ, độc đáo, khác biệt...

Về phần mình, các tác phẩm nghệ thuật được nghệ sĩ, tác giả sáng tạo, khi truyền tải, gửi gắm trên báo chí và được công chúng tiếp nhận, lại tác động đến xu hướng tiêu dùng, khuynh hướng thưởng thức nghệ thuật của công chúng. Cách nói năng, ăn mặc, trang điểm của người dân, đặc biệt là giới trẻ, cũng bị chi phối, ảnh hưởng mạnh mẽ bởi phim ảnh.

Những bộ phim truyền hình, những chương trình và trang mục lồng ghép quảng cáo luôn thực hiện sứ mệnh dẫn dắt xu hướng tiêu dùng cho công chúng. Những sản phẩm phim ảnh, ca nhạc, trò chơi, game shows trên môi trường báo chí số đang được công chúng tiếp nhận hàng ngày là khuôn định cho một loạt biến đổi, ở cả chiều cạnh tích cực lẫn tiêu cực, về phong cách sống, thói quen, thị hiếu...

Nhiều người dân khi muốn xây dựng một ngôi nhà, thiết kế nội thất, mua bộ bàn ghế, giường tủ, sắm xe, mua tranh treo tường, hay đơn giản là mua một bộ trang phục đẹp... cũng tìm đến các trang thông tin chuyên biệt trên báo chí để tham khảo. Nhiều livestreams ca nhạc, thời trang lớn sẽ được tổ chức cũng được quảng bá trên báo chí để người dân nắm bắt thông tin và đăng ký, mua vé đón nghe, đón xem...

Thứ tư, báo chí trở thành trường học rộng lớn cung cấp lượng tri thức nghệ thuật lớn cho công chúng. Đối với phần lớn công chúng, việc tiếp nhận thông tin chủ yếu qua các phương tiện truyền thông đại chúng. Trong lĩnh vực nghệ thuật cũng vậy. Hầu hết tin tức, sự kiện, vấn đề quan trọng liên quan đến nghệ thuật diễn ra hàng ngày, hàng giờ đều được các báo tập trung khai thác, phản ánh. Đó là kênh thông tin chính yếu và chủ yếu đối với công chúng. Một lễ hội âm nhạc, một công trình điêu khắc tầm cỡ được khánh thành, một áng văn chương hay vừa ra đời, một bộ phim bom tấn... ở một vùng đất, một địa danh, một không gian nào đó trên khắp hành tinh này, ngay lập tức có thể trở thành mối quan

tâm chung của công chúng toàn cầu, thông qua báo chí. Bằng việc trình chiếu và phản ánh về các loại hình nghệ thuật dân gian lẫn hiện đại (ca nhạc dân tộc, các làn điệu múa, các môn thể dục thể thao, các công trình điêu khắc, kiến trúc, các triển lãm thơ, văn, nhạc hoạ...), báo chí đã làm lan toả và giúp thâm thấu các loại hình nghệ thuật tới đại chúng.

Cùng với việc phản ánh thực tiễn đời sống nghệ thuật đa dạng, sinh động, báo chí còn phân tích, bình luận về điều hay, dở, cái tốt, cái xấu, định hướng nhận thức công chúng. Công chúng được trang bị thêm kiến thức thực tiễn lẫn lý thuyết về kiến trúc, trang trí, âm nhạc, điện ảnh, sân khấu, văn chương, hội họa...

Có thể nói, báo chí là trường học rộng lớn nhất, là kho tàng tri thức vô giá và miễn phí cho đông đảo quần chúng nhân dân. Trường học không phân, không bảng, không kiểm tra, đánh giá, không mất phí, nhưng lại có năng lực tác động rộng lớn nhất, mạnh mẽ nhất tới công chúng, được công chúng yêu thích nhất và đem lại hiệu quả đặc biệt cao.

2. Điểm nghẽn của dòng chảy nghệ thuật trên báo chí

Nếu tính về số lượng báo và tác phẩm báo chí về nghệ thuật, thì không ít, với hơn 80 báo, tạp chí chuyên biệt về nghệ thuật, chưa kể các chuyên trang, chuyên mục, chương trình, tác phẩm... về nghệ thuật được lồng ghép phản ánh trên các tờ báo không chuyên biệt. Tuy nhiên, về chất lượng, các sản phẩm báo chí nghệ thuật chưa phản ánh được đúng tầm vóc quan trọng vốn có của nghệ thuật dân tộc, lượng công chúng chưa đông đảo. Có thể căn cứ vào số lượng phát hành của các tờ báo in, lượng truy cập đối với báo mạng điện tử để nhận định về điều này. Lượng phát hành báo in nghệ thuật không cao. Trong số hơn 80 tờ báo nghệ thuật, thì hơn nửa là báo in nghệ thuật địa phương, và hầu hết được bao cấp nên số lượng phát hành chỉ trong từ vài trăm tờ đến trên dưới 1 ngàn tờ/1 số/1 tuần/hoặc 1 tháng. Lượng truy cập so với các tờ báo về các lĩnh vực khác trong đời

sống xã hội chưa lớn. Trong làng báo, rất ít tờ báo nghệ thuật tạo được thương hiệu mạnh. “Đối với xuất bản, văn học nghệ thuật nói chung, ngày càng ít tác phẩm có giá trị “đỉnh cao” về mặt tư tưởng, nghệ thuật. Có biểu hiện ngại viết, ngại sáng tác những đề tài lớn lao mang tầm đất nước mà chạy theo thị hiếu thị trường...”⁽²⁾. Nhiều tờ báo điện ảnh, thời trang chú trọng đề tài về đời tư nghệ sĩ, về hoa hậu, người mẫu, diễn viên, khuyếch trương những gameshows ca nhạc, thời trang có nội dung hài nhảm, giá trị văn hóa chưa cao...

Một số nguyên nhân tạo điểm nghẽn cho báo, tạp chí nghệ thuật là:

Thứ nhất, hầu hết báo, tạp chí nghệ thuật, đặc biệt là báo chí nghệ thuật địa phương đều được bao cấp một phần hoặc bao cấp hoàn toàn. Đội ngũ biên tập có biên chế được trả lương theo bậc ngạch tuyển dụng.

Trong sự bao cấp này, có cả mặt tích cực, nhưng cũng có hạn chế nhất định. Tính tích cực ở chỗ, các tòa soạn không chịu áp lực hoạt động kinh tế báo chí. Báo, tạp chí đến kỳ là xuất bản, phân phát đến địa chỉ xác định, từ đó, tạo sự yên tâm về nguồn ngân sách để trả thù lao, nhuận bút. Tuy nhiên, hạn chế ở chỗ, số lượng phát hành là miễn phí nên chỉ có hạn, khoảng từ dăm trăm đến vài nghìn độc giả. Hơn nữa, những người được cấp phát báo miễn phí thường là lãnh đạo, quản lý, người có chức sắc, trong khi người dân thường chưa có điều kiện tiếp cận. Mức độ lan tỏa thông tin, hiệu ứng xã hội chưa cao.

Cùng với đó, do là báo chí bao cấp, nên tính đột phá, sáng tạo và nỗ lực nâng cao chất lượng sản phẩm chắc chắn chưa cao. Nguồn kinh tế bao cấp với mức lương ngân sách khá thấp, không thể là động lực cho các cán bộ phóng viên, biên tập viên tập trung toàn tâm, toàn lực cho sáng tạo những sản phẩm chất lượng cao. Nhuận bút thấp, thu nhập thấp, dẫn tới chất lượng tin bài thấp, không phát hành được số lượng lớn, không bán được báo... trở thành khó khăn hiện hữu, tạo ra vòng luẩn quẩn.

Thứ hai, ngoài một số cơ quan báo chí nghệ

thuật trung ương, còn lại, hầu hết báo nghệ thuật địa phương, tác giả thường là văn, nghệ sĩ, các cộng tác viên không chuyên công tác ở lĩnh vực nghệ thuật. Do đó, chất lượng bài viết không đồng đều; các kế hoạch thông tin nghệ thuật bị động, việc nắm bắt tâm lý tiếp nhận công chúng đích của tờ báo chưa sâu dẫn đến tình trạng bài viết chưa thực sự đi vào lòng người.

Thứ ba, trong khi phần lớn báo, tạp chí về nghệ thuật được bao cấp, phụ thuộc vào ngân sách của nhà nước, của địa phương, thì không ít lãnh đạo cơ quan chủ quản của cơ quan báo chí chưa nhận thức rõ về yêu cầu, sự cần thiết chuyển đổi số trong lĩnh vực báo chí nghệ thuật, chưa thông hiểu bản chất của câu chuyện chuyển đổi số, nên chưa mạnh mẽ đầu tư hạ tầng công nghệ, nhân lực, trang thiết bị phục vụ cho báo chí nghệ thuật chuyển đổi số nhằm tiếp cận số đông cộng đồng sử dụng Internet.

Nhiều ban biên tập cũng gặp khó khăn trong tìm kiếm lối đi cho tờ báo nghệ thuật, bởi hạn chế về kinh phí, nhân lực và công nghệ.

3. Giải pháp khơi thông dòng chảy nghệ thuật trên báo chí số

Chuyển đổi số báo chí là một hướng đi tất yếu, mà các cơ quan báo chí đang thực hiện, đang hướng tới. Theo Dự thảo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch phát triển mạng lưới cơ sở báo chí, phát thanh, truyền hình, thông tin điện tử, cơ sở xuất bản thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050: 100% cơ quan báo chí thực hiện chuyển đổi số, đổi mới toàn diện hoạt động, vận hành mô hình tòa soạn hội tụ, đa phương tiện phù hợp với sự phát triển của khoa học, công nghệ tiên tiến trên thế giới.

Hiện nay, báo chí đã có những bước chuyển mạnh sang những mô hình hoạt động và những loại hình mới với nhiều tên gọi khác nhau: Tòa soạn hội tụ; Tòa soạn số; Tòa soạn “lai ghép”; Báo chí hội tụ; Báo chí đa nền tảng; Báo chí đa phương tiện; Báo chí mạng xã hội; Báo chí di động; Báo chí sáng tạo; Báo chí trí tuệ nhân tạo (AI)...

Như vậy, trong bối cảnh chuyển đổi số, cả về mặt công nghệ lẫn nội dung và hình thức thông tin, việc dịch chuyển dòng báo chí nghệ thuật theo xu hướng số hóa không chỉ là yêu cầu, mà còn là nhu cầu tự thân, là sự bắt buộc. Trước cơ hội đó, các cơ quan báo chí chuyên biệt về nghệ thuật cần:

Thứ nhất, áp dụng mô hình tòa soạn hội tụ. Xây dựng một tòa soạn hội tụ lấy báo mạng điện tử làm trung tâm; tờ báo vệ tinh là báo, tạp chí in. Với đài phát thanh, truyền hình, hiện nay, chưa có đài chuyên biệt về nghệ thuật mà chỉ có chương trình phát thanh, truyền hình chuyên biệt về nghệ thuật, nên không thể xây dựng theo mô hình hội tụ. Tuy nhiên, các đài vẫn có thể tăng cường tận dụng các nền tảng mạng xã hội để dẫn lại, phát lại chương trình, giúp đưa các chương trình văn hóa nghệ thuật đi xa hơn, sâu rộng hơn.

Thứ hai, xuất bản tờ báo hội tụ, hay còn gọi là tờ báo đa phương tiện chuyên biệt về nghệ thuật, là sự lai kết của ưu thế báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử trên nền tảng số. Các tác phẩm báo chí về nghệ thuật trên tờ báo hội tụ sẽ được gia tăng tính hấp dẫn do tính đa diện về ngôn ngữ chuyển tải, vừa bằng chữ viết, hình ảnh tĩnh, hình ảnh động, audio, video, ngôn ngữ đồ họa... Tất nhiên, nhà báo phải chủ động, tích cực trong việc gia tăng tính hấp dẫn do sử dụng đa ngôn ngữ để chuyển tải nội dung thông tin cho tờ báo và cho từng tác phẩm.

Thứ ba, áp dụng mô hình tòa soạn số để gia tăng năng suất và chất lượng sản phẩm truyền thông về nghệ thuật. Tòa soạn số với việc áp dụng công nghệ để số hóa toàn bộ hoạt động của tờ báo, tạp chí, bao gồm: số hóa hoạt động xuất bản sản phẩm; số hóa hoạt động hành chính trị sự; số hóa hoạt động kinh tế báo chí; số hóa hoạt động tương tác công chúng; số hóa thao tác kỹ thuật, về lâu dài, sẽ giúp cơ quan báo chí tiết kiệm được thời gian, số lượng nhân sự, chi trả cho in ấn, phát hành; tăng được tính thời sự, tính lan tỏa, tính tương tác; tăng cường hiệu quả thông tin...

Thứ tư, phát hành thông tin nghệ thuật trên đa nền tảng. Hiện nay, tác phẩm chuyên biệt về nghệ

thuật dân tộc thường xuất hiện chủ yếu trên nền tảng báo chí truyền thống. Nhưng trong bối cảnh phát triển mạng xã hội và công nghệ internet mạnh mẽ hiện nay, khi công chúng chuyển nhiều hoạt động của đời sống cá nhân và dịch chuyển thói quen tìm kiếm thông tin lên môi trường mạng, thì cần tận dụng nền tảng mạng xã hội để chuyển tải thông tin. Các báo, tạp chí nghệ thuật cần chủ động xây dựng, đăng tải nội dung thông tin trên các trang Fanpage, Zalo, Google Podcast, Spotify, Amazon music... của báo; đồng thời, tích cực quảng bá trang, bằng cách hiển thị liên kết mạng xã hội rõ ràng trên tờ báo in và báo, tạp chí điện tử của cơ quan.

Thứ năm, tăng cường chất lượng nội dung tác phẩm báo chí về nghệ thuật trên môi trường số. Nội dung thông tin phải hấp dẫn, đa dạng, đa diện, nhiều màu sắc. Nghệ thuật phải gắn với cuộc sống, phải được phản ánh kịp thời sự vận động với chiều cạnh nhân văn và sinh động, kịp thời, gắn với mối quan tâm của công chúng. Song song, hình thức tác phẩm cũng cần đậm dấu ấn của sự sáng tạo. Trên website báo chí nghệ thuật, cần chú trọng các thể loại mới, như Long -form, Infographics, Lens, Podcast..., hoặc tận dụng Báo chí trí tuệ nhân tạo (AI). Công nghệ AI có thể giúp tạo nên các phát thanh viên trình diễn thông tin nghệ thuật một cách mới mẻ, dễ tạo ấn tượng với công chúng; đồng thời, giúp tự động chuyển đổi thông tin dạng text sang dạng âm thanh, đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin đa giác quan, tiện dụng cho người dùng.

Thứ sáu, tăng cường hoạt động kinh tế số cho cơ quan báo chí nghệ thuật. Khi đã có tờ báo số, cơ quan báo chí nghệ thuật có thể tăng cường các hình thức kinh doanh, chẳng hạn đa dạng hóa hình thức quảng cáo số - từ quảng cáo trên banner đến video, tài trợ chuyên mục, dẫn đường link đến trang của doanh nghiệp hay pop-up... Khách hàng quảng cáo còn có thể thỏa thuận với tòa soạn để tính tiền theo số lượng click của khách hàng trên sản phẩm quảng cáo của mình. Khi tờ báo nghệ thuật có sức lan tỏa,

lượng công chúng đông đảo hơn, việc khai thác các hợp đồng truyền thông hay thu hút quảng cáo dễ dàng hơn, đồng nghĩa với việc cơ quan có thêm tài chính đầu tư cho chất lượng sản phẩm báo chí nghệ thuật.

Thứ bảy, tập trung phát triển nhân lực số cho báo chí nghệ thuật. Đây là khâu then chốt nhất để khơi thông mạnh mẽ dòng chảy nghệ thuật trên báo chí. Lãnh đạo các tờ báo nghệ thuật phải có tư duy quản lý đổi mới, mạnh mẽ ứng dụng các ưu việt của chuyển đổi số cho tờ báo của mình, từ việc đầu tư phù hợp về cơ sở hạ tầng công nghệ đến đầu tư cho nguồn nhân lực chất lượng cao. Cơ quan cần tuyển dụng thêm nhân sự có năng lực làm báo chí số, hoặc đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn phóng viên, biên tập viên thường xuyên.

Cần khơi dậy lòng tự hào, ý thức sáng tạo của đội ngũ làm báo nghệ thuật; đề cao trách nhiệm xã hội gắn với trách nhiệm của người nghệ sỹ trong sự nghiệp xây dựng và phát triển nền nghệ thuật nước nhà. Báo chí nghệ thuật cần tôn trọng, phát huy dân chủ, tự do tư tưởng trong hoạt động sáng tạo nghệ thuật theo đường lối văn hóa, văn nghệ của Đảng; hoàn thiện khung pháp lý đối với việc tài trợ, đặt hàng và khuyến khích sáng tác trong lĩnh vực nghệ thuật./

(1) Theo: *Danh sách cơ quan báo chí*, đăng trên Cổng thông tin điện tử Bộ Thông tin và Truyền thông, truy cập tháng 9.2022.
<https://mic.gov.vn/solieubaocao/Pages/ChuyenMuc/1512/linh-vuc-bao-chi.html>.

(2) Phát biểu của đồng chí Lại Xuân Môn - Ủy viên Trung ương Đảng, Phó Trưởng Ban Thường trực Ban Tuyên giáo Trung ương tại cuộc gặp mặt các cơ quan báo chí, xuất bản, văn học nghệ thuật khu vực Đồng bằng sông Cửu Long tổ chức 03.3.2022 tại TP. Cần Thơ. Dẫn theo: <https://dangcongsan.vn/thoi-su/cac-tac-pham-bao-chi-xuat-ban-van-hoc-nghe-thuat-gop-phan-quan-trong-vao-viec-thuc-hien-nhiem-vu-chinh-tri-cua-dia-phuong-605188.html>.