

VÌ NHÀ NƯỚC PHÁP QUYỀN XHCN VIỆT NAM !

Pháp luật

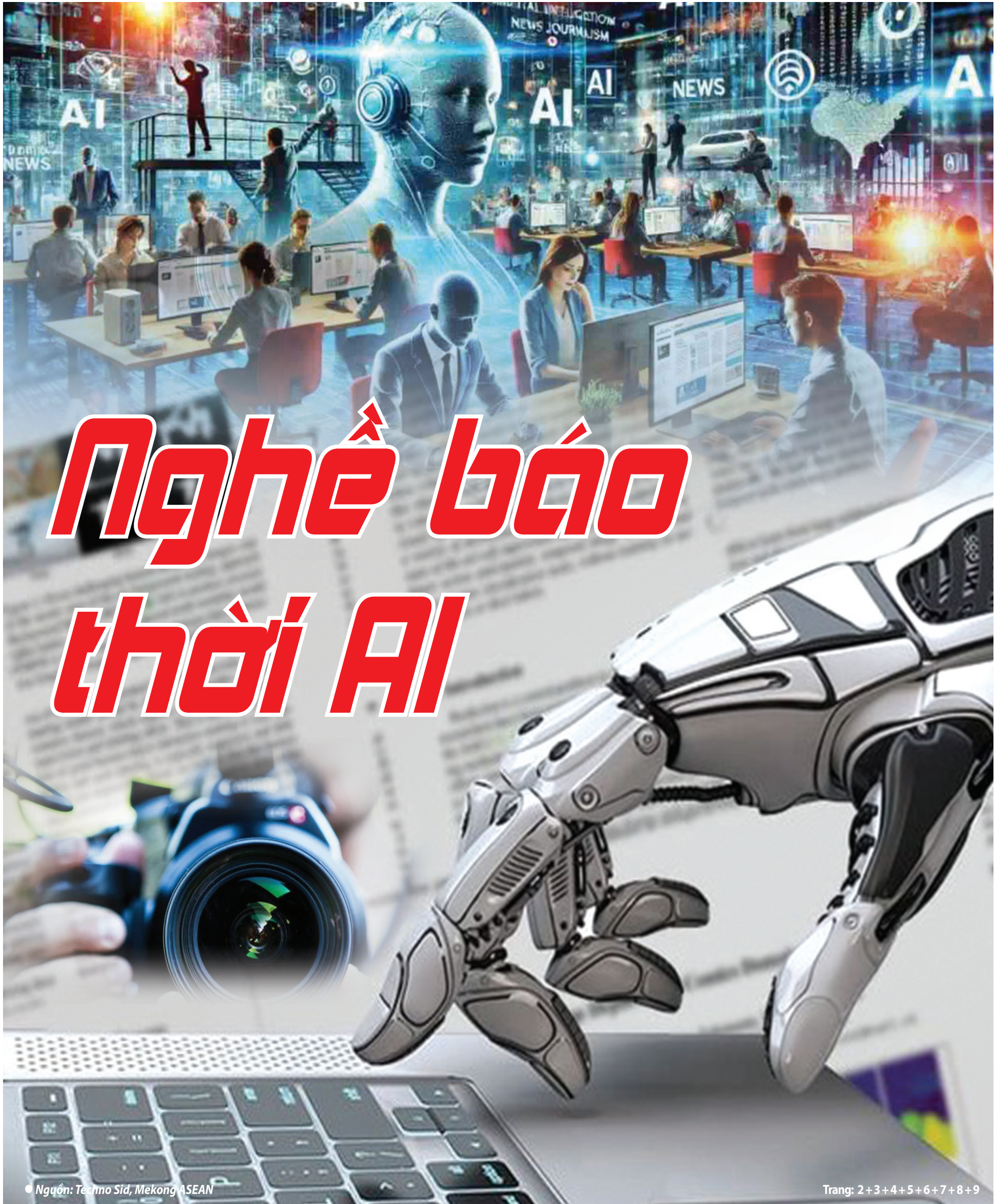
CƠ QUAN CỦA BỘ TƯ PHÁP VIỆT NAM



SỐ 173
(9.713)
22/6/2025
XUẤT BẢN TỪ NĂM 1985

<https://baophapluat.vn>

CHỦ NHẬT



Nghe báo thời AI

• Nguồn: Techno Sid, Mekong ASEAN

Trang: 2+3+4+5+6+7+8+9

PHÁT HÀNH CHỦ NHẬT HÀNG TUẦN TRÊN TOÀN QUỐC - GIÁ: 7.300Đ

NGHỀ BÁO THỜI AI

“BỘ TƯ TRỤ CỘT” ĐƯA ĐẤT NƯỚC BƯỚC VÀO KỶ NGUYÊN MỚI:

Và trách nhiệm của nhà báo

Báo chí - lực lượng kiến tạo nhận thức, đồng hành, giám sát xã hội

Trong mỗi bước chuyển mình của đất nước, báo chí cách mạng Việt Nam luôn là lực lượng xung kích trên mặt trận tư tưởng - văn hóa, là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước và Nhân dân. Trong giai đoạn hiện nay, khi đất nước đứng trước yêu cầu phát triển nhanh và bền vững, thích ứng với bối cảnh thế giới đầy biến động, Đảng ta đã ban hành đồng bộ bốn nghị quyết lớn, mang tính chiến lược, tạo nên nền tảng tư tưởng - chính trị - pháp lý cho một giai đoạn phát triển mới. Đó là: Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 về phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia; Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24/01/2025 về hội nhập quốc tế trong tình hình mới; Nghị quyết số 66-NQ/TW ngày 30/04/2025 về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật; Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/05/2025 về phát triển kinh tế tư nhân.

Bốn nghị quyết này được Tổng Bí thư Tô Lâm khẳng định là “Bộ tứ trụ cột” để giúp đất nước cất cánh. Chính vì vậy, việc quán triệt, phổ biến, lan tỏa sâu rộng nội dung, tinh thần và định hướng thực thi của bốn nghị quyết chiến lược này trở thành nhiệm vụ cấp thiết không chỉ của hệ thống chính trị, mà còn của toàn xã hội, trong đó báo chí giữ vai trò tiên phong. Báo chí không chỉ truyền tải thông tin đơn thuần, mà còn tham gia kiến tạo nhận thức đúng đắn trong cộng đồng về những vấn đề lớn của đất nước. Trước những chuyển động sâu sắc và nhanh chóng của thời cuộc, báo chí cần phát huy vai trò của một “người dẫn đường dư luận” - giúp Nhân dân hiểu đúng, hiểu kịp thời và hiểu sâu về những quyết sách mang tính định hình tương lai. Nhận thức xã hội càng rõ ràng, càng thống nhất, thì khả năng chuyển hóa chủ trương thành hành động hiệu quả càng lớn.

Trước hết, phải khẳng định: trong bối cảnh đất nước chuyển sang giai đoạn phát triển mới, nhận thức là khâu đột phá đầu tiên. Nếu nhận thức đúng, rõ, kịp thời thì chính sách đi đúng hướng, hành động có hiệu quả và toàn xã hội đồng thuận. Nếu nhận thức mơ hồ, chậm chạp hoặc lệch lạc thì sự phát triển sẽ gặp trở ngại ngay từ bước khởi đầu.

Vậy ai là người đi tiên phong trong hình thành và dẫn dắt nhận thức xã hội? Câu trả lời là đội ngũ nhà báo. Khi thông tin trở thành dòng chảy chủ đạo nuôi dưỡng xã hội hiện đại thì báo chí chính là người giữ vai trò điều tiết dòng chảy ấy. Báo chí không chỉ chuyên tải thông tin - mà còn định hình cách con người tiếp cận, xử lý và hành động từ thông tin.

Trong “Bộ tứ trụ cột”, mỗi nghị quyết đặt ra những định hướng mới đòi hỏi sự hiểu biết, đổi mới tư duy của cả hệ thống chính trị và xã hội. Báo chí là cầu nối tất yếu để những yêu cầu của Đảng trở thành sự hiểu biết trong dân. Thông qua các bài phân tích, bình luận, phỏng vấn,



● Chủ tịch Quốc hội Trần Thanh Mẫn với lãnh đạo các cơ quan báo chí nhân kỷ niệm 100 năm Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam. (Ảnh: TTXVN)

“Bộ tứ trụ cột” đặt ra những định hướng và nhiệm vụ cấp thiết để đưa đất nước tiến bước vững vàng trong kỷ nguyên hội nhập sâu rộng và chuyển đổi toàn diện. Trong tiến trình thực hiện các nghị quyết ấy, báo chí có vai trò đặc biệt quan trọng - không chỉ là người truyền thông chính sách, mà còn là chủ thể kiến tạo đồng thuận xã hội, thúc đẩy sáng tạo, cổ vũ đổi mới và giám sát thực thi. Trách nhiệm xã hội của nhà báo, vì thế, không còn giới hạn trong khuôn khổ phản ánh - mà đã trở thành một phần cấu trúc của sự phát triển quốc gia.

chuyên đề, truyền hình, phát thanh... báo chí làm cho những khái niệm tưởng chừng khô khan như “chuyển đổi số”, “pháp quyền”, “hội nhập quốc tế” trở nên gần gũi, sống động, thiết thực. Trách nhiệm xã hội đầu tiên của nhà báo chính là: kiến tạo nhận thức đúng - nền móng cho phát triển đúng.

“Bộ tứ trụ cột” không chỉ là “kim chỉ nam” mà còn là kế hoạch hành động xuyên suốt nhiều năm, thậm chí nhiều nhiệm kỳ. Việc thực hiện chúng cần sự phối hợp của nhiều cấp, ngành, địa phương, doanh nghiệp và người dân. Trong tiến trình đó, báo chí cần đảm nhiệm hai vai trò song hành: đồng hành và giám sát.

Đồng hành nghĩa là báo chí không đứng ngoài cuộc. Báo chí không chỉ tường thuật chính sách, mà cần tham gia phân tích, phản biện, góp ý và cổ vũ thực hiện. Ví dụ, khi Chính phủ ban hành các chương trình thúc đẩy chuyển đổi số tại địa phương, báo chí có thể đóng vai trò tích cực trong phát hiện mô hình hay, lan tỏa sáng kiến, nhân rộng cách làm hiệu quả. Khi các doanh nghiệp tư nhân có những bước đột phá công nghệ, báo chí chính là nơi truyền cảm hứng, tạo lòng tin vào năng lực nội sinh của nền kinh tế.

Giám sát là trách nhiệm xã hội cốt lõi của báo chí trong một xã hội dân chủ. Nghị quyết 66 yêu cầu đổi mới công tác xây dựng, thi hành pháp luật, hướng tới Nhà nước pháp quyền. Trong môi trường ấy, báo chí phải trở thành “tai mắt của Nhân dân”, phát hiện những bất cập trong thực thi pháp luật, phản ánh tình trạng “trên nóng, dưới lạnh”, nêu gương người tốt - đồng thời đấu tranh với hiện tượng tiêu cực, lợi ích nhóm, cản trở đổi mới.

Môi trường thúc đẩy tinh thần sáng tạo, khởi nghiệp, hội nhập quốc tế

Một trong những điểm nhấn quan trọng của “Bộ tứ trụ cột” là sự nhấn mạnh vào đổi mới sáng tạo và phát triển khu vực kinh tế tư nhân. Cả Nghị quyết 57 và Nghị quyết 68 đều đặt trọng tâm vào việc khơi dậy tiềm năng sáng tạo trong Nhân dân, đặc biệt là giới trẻ, doanh nhân, trí thức. Báo chí - với sức mạnh truyền thông, tầm ảnh hưởng và khả năng định hướng - phải trở thành bệ phóng tinh thần cho làn sóng sáng tạo ấy.

Thực tiễn những năm gần đây cho thấy, những phong trào khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo được lan tỏa rộng khắp không thể thiếu vai trò của báo chí. Nhưng ở kỷ nguyên mới, vai trò đó cần được nâng lên tầm cao mới: không chỉ đưa tin, không chỉ biểu dương, mà phải tạo thành môi trường truyền thông thúc đẩy đổi mới một cách có hệ thống.

Điều đó bao gồm: Xây dựng chuyên mục cố định về khởi nghiệp, chuyển đổi số, kinh tế tư nhân; Kết nối doanh nhân - nhà quản lý - nhà khoa học - nhà báo; Dẫn dắt dư luận nhìn nhận đúng về rủi ro và thành công trong kinh doanh, để khích lệ tinh thần dân thân;...

Một xã hội sáng tạo cần báo chí dũng cảm chấp nhận cái mới, đồng hành cùng cái khác biệt và không ngại thách thức từ sự thay đổi. Trách nhiệm xã hội của nhà báo trong môi trường này là không trở thành lực cản - mà phải là lực đẩy cho đổi mới.

Nghị quyết 59 đặt ra yêu cầu hội nhập quốc tế trong tình hình mới - tức là trong thế giới đầy biến động, đa cực, bất định, cạnh tranh gay gắt về thông tin và giá trị. Trong hoàn cảnh này, báo chí vừa là công cụ hội



Phó Thủ tướng Nguyễn Chí Dũng, Bộ trưởng Bộ KH&CN Nguyễn Mạnh Hùng cùng các đại biểu tham quan các gian hàng trình diễn sản phẩm KH&CN. (Ảnh minh họa: MOST)

nhập, vừa là “người gác cửa văn hóa” để bảo vệ bản sắc quốc gia.

Trong tiến trình hội nhập quốc tế sâu rộng, báo chí đóng vai trò là cầu nối quan trọng giữa Việt Nam và thế giới. Một mặt, báo chí là lực lượng tiên phong trong truyền thông đối ngoại - giới thiệu hình ảnh đất nước, con người, văn hóa và sản phẩm Việt Nam ra bạn bè quốc tế; lan tỏa những thành tựu phát triển, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước một cách khách quan, sinh động và có chọn lọc. Mặt khác, báo chí còn là kênh tiếp nhận và chất lọc tri thức toàn cầu - cập nhật nhanh chóng những công nghệ mới, mô hình quản trị tiên tiến, xu thế phát triển quốc tế, giúp Việt Nam không đứng ngoài dòng chảy tri thức của nhân loại.

Không chỉ dừng lại ở việc truyền tin, báo chí còn có vai trò đấu tranh - chủ động phản bác các thông tin sai lệch, xuyên tạc, bảo vệ sự thật và góp phần giữ gìn an ninh thông tin quốc gia trong bối cảnh không gian mạng đang ngày càng phức tạp.

Trách nhiệm xã hội của báo chí trong lĩnh vực hội nhập, vì vậy, không chỉ là phản ánh hiện tượng, mà sâu xa hơn là tạo dựng một nhận thức đúng đắn trong cộng đồng. Báo chí không được để người dân “hội nhập trong vô thức” - thụ động cuốn theo làn sóng toàn cầu hóa mà không hiểu bản chất - mà cần đồng hành để họ hội nhập một cách hiểu biết, tự chủ và có bản lĩnh văn hóa dân tộc. Đó chính là biểu hiện sinh động nhất của một nền báo chí vì sự phát triển bền vững, vì lợi ích quốc gia - dân tộc trong kỷ nguyên mới.

Phẩm chất người làm báo trong kỷ nguyên mới

Không thể thực hiện những trách nhiệm to lớn nêu trên nếu nhà

báo không được trang bị những phẩm chất tương xứng.

Trước hết, người làm báo trong kỷ nguyên mới cần có bản lĩnh chính trị vững vàng. Giữa dòng xoáy của thông tin đa chiều, giữa sự phức tạp của mạng xã hội và sự can thiệp ngày càng mạnh mẽ của các lực lượng xuyên tạc, thù địch, nhà báo cách mạng phải là người giữ được “la bàn tư tưởng”, tỉnh táo nhận diện đúng - sai, thật - giả, thiện - ác. Họ cần hiểu sâu sắc đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước để không chỉ phản ánh trung thực thực tiễn, mà còn tham gia dẫn dắt, định hướng dư luận xã hội một cách chủ động, tích cực.

Thứ hai, nhà báo trong thời đại mới cần có đạo đức nghề nghiệp trong sáng và tinh thần trách nhiệm xã hội cao độ. Người làm báo phải ý thức rằng mỗi câu chữ mình viết ra không chỉ tác động đến nhận thức của công chúng mà còn có thể ảnh hưởng đến số phận của con người, vận mệnh của doanh nghiệp, thậm chí tác động đến quá trình xây dựng chính sách.

Thứ ba, nhà báo trong kỷ nguyên mới cần có tri tuệ, tư duy phản biện và năng lực đổi mới sáng tạo. “Bộ tứ trụ cột” đặt ra những lĩnh vực vô cùng mới mẻ, phức tạp - từ khoa học công nghệ, chuyển đổi số đến hội nhập quốc tế, hoàn thiện pháp luật và phát triển kinh tế tư nhân. Để không bị tụt hậu, người làm báo phải liên tục học tập, làm chủ tri thức liên ngành, tiếp cận cái mới bằng tinh thần khai phóng, đổi mới tư duy trong cách viết, cách tiếp cận đề tài, cách xây dựng hình thức truyền tải thông tin.

Bên cạnh đó, trong thời đại truyền thông số, nhà báo cần sở hữu năng lực công nghệ và kỹ năng làm báo đa phương tiện. Điều này đòi hỏi người làm báo không chỉ giỏi viết mà còn biết kể chuyện bằng hình ảnh, âm thanh, dữ liệu; biết sử dụng trí tuệ nhân tạo một cách có đạo đức; biết phát huy các công cụ số để lan tỏa thông tin chính thống, tin cậy và nhân văn.

Cuối cùng, một phẩm chất không thể thiếu, đó là tình yêu sâu sắc với đất nước và Nhân dân - điều đã làm nên bản sắc của báo chí cách mạng Việt Nam từ những ngày đầu thành lập. Trong thời đại của công nghệ và tốc độ, phẩm chất nhân văn ấy lại càng cần được gìn giữ như một điểm tựa tinh thần để người làm báo không bị cuốn trôi bởi thị hiếu, không bị lôi kéo bởi lợi ích ngắn hạn, mà luôn gắn bó với số phận đất nước, đứng về phía sự thật, công lý và tiến bộ.

Trong kỷ nguyên mới - với “Bộ tứ trụ cột” làm nền tảng chiến lược, đất nước cần một đội ngũ người làm báo không chỉ giỏi nghề, thạo công nghệ, mà còn kiên định lý tưởng, dân thân vì sự nghiệp phát triển đất nước. Chính những phẩm chất ấy sẽ là điểm tựa để nhà báo hoàn thành sứ mệnh lịch sử: làm chủ không gian thông tin, lan tỏa niềm tin, khơi dậy khát vọng và đồng hành cùng dân tộc vươn mình.

TRẦN NGỌC HÀ

NGHỀ BÁO THỜI AI

NGƯỜI LÀM BÁO THỜI CHUYỂN ĐỔI SỐ:

Gánh trên vai sứ mệnh công dân số



● Đồng chí Nguyễn Trọng Nghĩa, Ủy viên Bộ Chính trị, Bí thư Trung ương Đảng, Trưởng Ban Tuyên giáo Trung ương và các đồng chí lãnh đạo dự Lễ công bố Chuyển đổi số báo chí 2024. (Ảnh: Nguyễn Phương)

Kỷ nguyên mới mở ra không chỉ bằng những bước tiến công nghệ mà còn bởi sự tái định hình toàn diện mọi thiết chế xã hội - trong đó báo chí không nằm ngoài guồng xoay đổi thay ấy. Trong bối cảnh mới, người làm báo không chỉ là người đưa tin, người kể chuyện, người “gác cổng” dư luận - mà đang dần trở thành một chủ thể tích cực trong không gian số, gánh trên vai sứ mệnh mới: sứ mệnh công dân số.



● Báo chí thời chuyển đổi số. (Ảnh minh họa: Internet)

Người làm báo chính là công dân số tiên phong

Với báo chí, sự thay đổi không chỉ là ở công cụ - từ máy đánh chữ đến AI, từ tòa soạn báo in đến newsroom điện tử - mà là sự thay đổi ở triết lý làm báo. Báo chí không còn đơn độc trên "sân khấu truyền thông", mà chia sẻ không gian với mạng xã hội, blog, podcast, vlog, livestream... Khi ai cũng có thể là người đưa tin, người kể chuyện, thì báo chí buộc phải là người kiểm chứng, người dẫn dắt và hơn hết - là người làm chủ sự thật. Đây chính là điểm tựa của “công dân số” trong thế giới siêu kết nối hôm nay.

Cầm nang "Chuyển đổi số" do Bộ Thông tin và Truyền thông xây dựng, định nghĩa công dân số là người dân được trang bị năng lực số để sống giữa môi trường được số hóa toàn diện. Trong đó, 9 yếu tố cấu thành công dân số gồm: Khả năng truy cập nguồn thông tin số; khả năng giao tiếp trong môi trường số; kỹ năng số cơ bản; mua bán hàng trên mạng; chuẩn mực đạo đức trong môi trường số; bảo vệ thể chất, tâm lý trước ảnh hưởng từ môi trường số; quyền, trách nhiệm trong môi trường số; định danh, xác thực, dữ liệu cá nhân; quyền riêng tư trong môi trường số.

Rõ ràng khái niệm “công dân số” không đơn thuần chỉ những cá nhân biết sử dụng công nghệ, mà là những người có nhận thức, kỹ năng, thái độ và trách nhiệm đúng đắn khi tham gia vào không gian số. Công dân số biết bảo vệ dữ liệu cá nhân, biết phản biện thông tin, biết chia sẻ có trách nhiệm và hành xử theo chuẩn mực đạo đức cách mạng.

Người làm báo - do chính tính chất nghề nghiệp - là người sống, làm việc và có ảnh

hưởng trực tiếp trong không gian số. Nếu mỗi công dân số có thể tiếp cận vài trăm, vài nghìn người qua mạng xã hội, thì mỗi nhà báo có thể tiếp cận hàng chục nghìn, hàng triệu người qua các nền tảng báo chí điện tử, truyền hình, mạng xã hội chuyên ngành, đa phương tiện.

Điều đó đồng nghĩa với việc mỗi sản phẩm báo chí là một hành vi công dân số có ảnh hưởng mở rộng và mỗi nhà báo chính là một “công dân số cấp độ cao”, người tạo ra xu hướng, khơi gợi tư duy, xây dựng chuẩn mực và đôi khi, định hình cả tâm lý xã hội.

Sự tương đồng giữa hai vai trò - nhà báo và công dân số - không chỉ ở việc cả hai đều sản xuất và chia sẻ thông tin, mà sâu xa hơn là cùng chia sẻ sứ mệnh: lan tỏa giá trị đúng - sai, thúc đẩy cái đẹp, phản biện cái xấu, bảo vệ sự thật và trách nhiệm cộng đồng.

Trong kỷ nguyên chuyển đổi số toàn diện, không ai có thể đứng ngoài guồng quay của công nghệ, nhưng người làm báo lại là lực lượng buộc phải đi trước, phải tiên phong, phải thích nghi nhanh và sâu nhất. Không gian số không còn là một lựa chọn, mà là môi trường sống và hành nghề mặc định của người làm báo hiện đại.

Mỗi nhà báo, về bản chất, đều mang trên mình một “hồ sơ số” sống động - đó không chỉ là các tác phẩm được đăng tải trên báo chí chính thống, mà còn là toàn bộ hành vi, phát ngôn, tương tác mà họ thể hiện trong không gian mạng. Khác với công dân số thông thường, hình ảnh của người làm báo không chỉ phản ánh cá nhân họ mà còn đại diện cho uy tín của cả một tòa soạn, một cơ quan báo chí, thậm chí là hình ảnh của nền báo chí quốc gia trong con mắt công chúng.

Họ không chỉ lan tỏa thông tin mà còn kiến tạo các chuẩn mực xã hội, không chỉ đưa tin mà còn dẫn dắt nhận thức, không chỉ phản ánh hiện thực mà còn góp phần định hình tương lai. Điều đặc biệt ở người làm báo là họ đồng thời nắm trong tay rất nhiều quyền lực: quyền lực ngôn từ, quyền lực nền tảng, quyền lực chuyên môn và quyền lực định hướng. Một bài viết của nhà báo có thể được lan tỏa mạnh mẽ, ảnh hưởng đến hàng triệu người, thúc đẩy sự thay đổi chính sách, hoặc làm bùng lên các phong trào xã hội tích cực.

Tuy nhiên, chính vì thế, nhà báo cũng là người chịu ràng buộc nhiều nhất trong không gian số. Nếu một công dân thông thường có thể chia sẻ sai và gỡ bài, thì nhà báo lại không có quyền sơ suất. Mỗi dòng trạng thái trên mạng xã hội cá nhân, mỗi bình luận trong các diễn đàn, mỗi phát ngôn hay hình ảnh mà họ đưa ra đều có thể bị trích dẫn, bị hiểu lầm, bị bóp méo và từ đó ảnh hưởng tới niềm tin xã hội vào báo chí chính thống.

Bản lĩnh, kỹ năng, đạo đức và khả năng tự giám sát trở thành những “lá chắn” tối thiểu mà mỗi người làm báo cần có để tồn tại và làm nghề trong thời đại số. Nói cách khác, nếu xã hội đang tiến tới công dân số thì người làm báo chính là một cấp độ cao hơn - họ là những công dân số tiên phong, dẫn dắt và định hình các giá trị của xã hội số. Chính từ họ mà công chúng học được cách phân biệt thật giả, hiểu được giá trị của sự tử tế và nhìn ra trách nhiệm cá nhân giữa biển lớn thông tin nhiễu loạn. Vì thế, vai trò công dân số của người làm báo không nằm ở việc họ sử dụng thành thạo công nghệ, mà nằm ở việc họ trở thành hình mẫu cho một

thế hệ công dân có tri thức, có trách nhiệm, có đạo đức và có khả năng làm chủ chính mình giữa muôn trùng kết nối.

Sứ mệnh công dân số trong nghề báo: cụ thể, thiết thực, đầy thách thức

Khi nói người làm báo là công dân số tiên phong, điều đó không chỉ dừng ở vai trò mà còn kéo theo một sứ mệnh lớn lao, cụ thể và không hề dễ dàng.

Thứ nhất, sứ mệnh ấy thể hiện ở việc người làm báo phải là người gìn giữ và lan tỏa sự thật trong một môi trường mà tin giả, tin sai, tin gây hoang mang lan nhanh hơn bất kỳ loại thông tin nào khác. Nếu trước đây, báo chí cạnh tranh về độ nhanh thì nay, yếu tố “sống còn” là độ đúng. Giữa rừng thông tin chưa qua kiểm chứng, sự xuất hiện của một bài báo chính thống, khách quan, xác đáng không chỉ đơn thuần là hành vi nghề nghiệp mà còn là một hành động công dân đầy trách nhiệm. Gìn giữ sự thật không chỉ là chọn lọc thông tin chuẩn xác để đưa tin mà còn là hành vi chủ động phản bác, bóc trần, phản biện lại những nội dung sai lệch, độc hại đang lây lan trên mạng xã hội.

Thứ hai, người làm báo chính là tấm gương cho văn hóa công dân số. Công dân số thời nay không chỉ được đánh giá bằng học vấn hay trình độ kỹ thuật, mà còn bằng cách họ ứng xử trên mạng: họ có tôn trọng người khác không, có lan tỏa những giá trị tích cực không, có dùng sự hiểu biết của mình để bảo vệ lẽ phải không. Trong tất cả những điều ấy, người làm báo phải đi trước, bởi họ là những người viết nên chuẩn mực. Một nhà báo không thể vừa lên tiếng cổ vũ hành vi văn minh lại vừa sử dụng mạng xã hội để công kích, chia rẽ, hoặc lan truyền quan điểm cực đoan. Một nhà báo không thể vừa viết bài đòi hỏi sự minh bạch lại sống ẩn danh và mập mờ trong chính các tương tác của mình. Sự mẫu mực, nhất quán, trung thực của nhà báo trong không gian mạng chính là lời khẳng định thuyết phục nhất cho giá trị của báo chí trong thời đại số.

Thứ ba, người làm báo có trách nhiệm thắp lên tinh thần phản biện và văn hóa đối thoại xã hội. Khi mạng xã hội trở thành không gian chính để công dân bày tỏ quan điểm, báo chí chính là nền tảng mở để các tiếng nói khác biệt được đối thoại trên tinh thần xây dựng. Người làm báo cần khơi gợi vấn đề, cung cấp góc nhìn đa chiều, tạo dựng không gian tranh luận văn minh - đó không chỉ là nghiệp vụ mà còn là biểu hiện cao của một công dân số trưởng thành. Trong một xã hội mà mọi người đều có thể nói, điều đáng quý là có người biết cách khiến người khác lắng nghe, biết cách điều hòa những khác biệt, kết nối những điểm nhìn để làm nên sự đồng thuận xã hội. Sứ mệnh ấy không ai gánh nổi ngoài người làm báo.

Cuối cùng, người làm báo là lực lượng chủ chốt trong việc xây dựng văn hóa số và lòng tin xã hội. Khi người ta nói về chuyển đổi số, thường nghĩ tới máy móc, phần mềm, trí tuệ nhân tạo. Nhưng nếu không có văn hóa số, thì mọi công nghệ đều có thể phản tác dụng. Nhà báo là người định hình cách công chúng ứng xử, cách cộng đồng đánh giá thông tin, cách xã hội phản ứng với cái mới. Mỗi bài viết giàu cảm xúc nhân văn, mỗi thước phim đề cao cái đẹp, mỗi thông tin nhấn mạnh sự tử tế, đều là một hạt giống văn hóa số được gieo vào lòng xã hội. Trong hành trình ấy, người làm báo không chỉ “làm báo”, mà còn âm thầm “làm người” - nghĩa là góp phần hun đúc nên những con người số, công dân số có trách nhiệm, hiểu biết và nhân ái.

BẢO MINH

NGHỀ BÁO THỜI AI

Mỗi tòa soạn cần xây dựng cho mình một bộ quy tắc ứng xử riêng với AI



● Nhà báo Nguyễn Hoàng Nhật.



● Việc ứng dụng các công cụ AI vào hoạt động báo chí giúp nâng cao vai trò nghề nghiệp trong thời đại công nghệ số. (Ảnh: TTXVN)

Trong kỷ nguyên số, báo chí cách mạng Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ dưới làn sóng của công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo (AI). Sự thâm nhập ngày càng sâu rộng của AI không chỉ mở ra những cơ hội đổi mới toàn diện nền báo chí, mà còn đặt ra những thách thức quan trọng về đạo đức nghề nghiệp đối với mỗi nhà báo. Để có cái nhìn sâu sắc hơn về vấn đề này, Báo Pháp luật Việt Nam đã có cuộc trò chuyện với nhà báo Nguyễn Hoàng Nhật, Phó Trưởng Ban Nhân Dân điện tử - Báo Nhân Dân.

AI đang trở thành yếu tố cấu thành tất yếu của nền báo chí hiện đại

● Ông đánh giá như thế nào về tác động của AI đối với báo chí trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay?

- Trong kỷ nguyên chuyển đổi số toàn diện, AI đã và đang hiện diện ngày càng sâu rộng trong mọi khâu của quy trình sản xuất báo chí - từ thu thập thông tin, xử lý dữ liệu, xây dựng nội dung đến phân phối sản phẩm báo chí trên các nền tảng truyền thông. AI không còn là một công cụ hỗ trợ đơn thuần, mà đang trở thành yếu tố cấu thành tất yếu của nền báo chí hiện đại.

Tại một số hội thảo quốc tế, các chuyên gia đều đặt ra vấn đề: AI không chỉ đang thay đổi báo chí, mà còn định hình lại toàn bộ ngành truyền thông. Truyền thông đang chuẩn bị cho một giai đoạn - tiến đến “thời kỳ hậu Google”, khi hành vi tìm kiếm thông tin của công chúng đang dần chuyển từ các công cụ tìm kiếm truyền thống sang các nền tảng AI tương tác như chatbot, trợ lý ảo. Thống kê cho thấy, chỉ trong vòng một năm qua, lượt tìm kiếm trên Google tại Hoa Kỳ đã giảm đến 60%. Điều này không chỉ phản ánh sự chuyển dịch thói quen tiếp cận thông tin, mà còn kéo theo hệ lụy trực tiếp đối với báo chí như sụt giảm lưu lượng truy cập, ảnh hưởng nghiêm trọng đến nguồn thu từ quảng cáo kéo theo sự thay đổi toàn diện của hoạt động báo chí - truyền thông trong những năm tới.

Thực tế này đặt các tòa soạn báo chí trước một yêu cầu sống còn: hoặc chủ động thích nghi, đưa AI vào quy trình tác nghiệp một cách bài bản và hiệu quả;

hoặc bị tụt lại phía sau, mất dần vị thế trong cuộc cạnh tranh truyền thông ngày càng khốc liệt.

● Theo ông, đâu là những thách thức AI đặt ra đối với mỗi nhà báo trong kỷ nguyên số?

- AI đặt ra những thách thức không nhỏ đối với đội ngũ người làm báo hiện nay. Trong bối cảnh AI tác động ngày càng sâu rộng, nhiều tác vụ có thể bị tự động hóa, nguy cơ mất việc không còn là một dự báo xa xôi mà đã hiện hữu trong nhiều ngành nghề và báo chí không nằm ngoài xu thế đó. Điều này buộc mỗi nhà báo phải đưa ra lựa chọn rõ ràng: hoặc trở thành người làm báo biết khai thác AI như một “trợ lý số thông minh”, giải phóng sức lao động và nâng cao chất lượng sáng tạo tác phẩm báo chí, hoặc bị chính công nghệ thay thế trong những công đoạn máy móc, lặp lại, thiếu chiều sâu tư duy. Sự phân hóa này sẽ ngày càng rõ nét hơn trong thời gian tới.

Ở nhiều quốc gia phát triển, các cơ quan báo chí đã và đang thiết lập những “quy trình làm việc thông minh” (smart workflows), cho phép mỗi phóng viên, biên tập viên áp dụng công cụ AI vào những tác vụ lặp đi lặp lại, từ đó tối ưu hóa thời gian và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Điều quan trọng nhất là mỗi phóng viên, biên tập viên cần nhận thức rằng: AI không phải là đối thủ, mà là công cụ - nếu chúng ta biết cách làm chủ. Chỉ khi chủ động nắm bắt, cập nhật công nghệ, tích hợp sáng tạo với công cụ, người làm báo mới có thể tiếp tục giữ vững vai trò tiên phong trong việc phản ánh, dẫn dắt và khai phá những vấn đề cốt lõi của xã hội.

AI là công cụ hỗ trợ, không thể thay thế con người

● Thưa ông, khi trí tuệ nhân tạo ngày càng hiện diện sâu sắc trong hoạt động báo chí, đâu là những vấn đề đạo đức nổi bật mà mỗi nhà báo đang phải đối diện?

- Sự hiện diện ngày càng rõ nét của trí tuệ nhân tạo - đặc biệt là AI tạo sinh (Generative AI) - đang đặt ra nhiều vấn đề nhức nhối về đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực báo chí. Khi AI có thể tham gia vào hầu hết các khâu trong quy trình sản xuất thông tin, từ đề xuất nội dung, hỗ trợ viết bài đến tạo ra hình ảnh, video, âm thanh..., thì ranh giới giữa sáng tạo của con người và sản phẩm của máy móc trở nên mong manh hơn bao giờ hết.

Tôi cho rằng, vấn đề đạo đức nghề nghiệp báo chí trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, không chỉ nằm ở khả năng của AI, mà nằm ở cách con người - cụ thể là mỗi phóng viên, biên tập viên và cả các tòa soạn - sử dụng nó như thế nào. Trên thực tế, đã có những trường hợp phóng viên tự ý sử dụng AI mà không kiểm soát dẫn đến việc sản xuất ra những sản phẩm kém chất lượng, thậm chí sai lệch thông tin, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín của tòa soạn và niềm tin công chúng. Đây không chỉ là sai sót nghề nghiệp, mà còn là biểu hiện rõ ràng của sự vi phạm đạo đức báo chí, thậm chí là đạo đức xã hội. Chính vì thế, cần thiết phải xây dựng những hành lang pháp lý và quy định chặt chẽ, cụ thể trong từng tòa soạn.

Điều quan trọng là phải hiểu đúng bản chất của AI: đây là công cụ hỗ trợ, không phải là người thay thế. AI có thể giúp phóng

viên phác thảo đề cương, khơi gợi ý tưởng, tổng hợp dữ liệu,... Nhưng AI không thể thay con người trong việc cảm nhận thời cuộc, xử lý thông tin phức hợp, hay thể hiện góc nhìn cá nhân mang chiều sâu nhân văn và bản sắc dân tộc. Trong bối cảnh AI tác động mạnh mẽ trong hoạt động báo chí, chính những sản phẩm mang dấu ấn con người - những điều mà máy móc không thể bắt chước, lại trở thành “đặc sản”, là giá trị cốt lõi mà báo chí chân chính cần gìn giữ và phát huy.

● Vậy theo ông, mỗi nhà báo cần làm gì trước những thông tin sai lệch mà AI tạo ra?

- Trong thời đại mà AI phát triển như vũ bão, báo chí không chỉ đối mặt với áp lực tốc độ mà còn đối mặt với thách thức nghiêm trọng trước sự gia tăng của tin giả (fake news). Đặc biệt, khi công nghệ AI tạo sinh (Generative AI) có thể sản xuất hình ảnh, video, âm thanh sống động như thật, ranh giới giữa thật - giả, đúng - sai ngày càng trở nên mong manh. Đây là mảnh đất màu mỡ cho hai dạng thông tin sai lệch phát sinh: misinformation - thông tin sai lệch do vô tình và disinformation - thông tin bóp méo có chủ đích. Cả hai đều đe dọa nghiêm trọng tới môi trường truyền thông lành mạnh và đặt người làm báo trước yêu cầu cấp bách về đạo đức và bản lĩnh nghề nghiệp.

Trong bối cảnh ấy, theo tôi, vai trò của nhà báo càng trở nên quan trọng. Không thể chỉ trông cậy vào công cụ, nhà báo phải giữ vững kỹ năng cốt lõi: kiểm chứng, phân tích, xác minh thông tin từ nguồn tin chính thống, điều tra và chịu trách nhiệm với từng dòng tin đưa ra công chúng. Đó

là những giá trị mà trí tuệ nhân tạo không thể thay thế.

Chúng ta không thể cưỡng lại làn sóng công nghệ, nhưng cũng không thể buông lỏng mặt trái của nó. Vấn đề đặt ra không phải là từ chối sử dụng AI, mà là làm chủ nó, đặt ra những giới hạn đạo đức và nguyên tắc rõ ràng trong ứng xử với công nghệ. Khi đó, AI sẽ là công cụ hỗ trợ, còn giá trị nghề nghiệp - đạo đức, cảm xúc, sự thật - vẫn thuộc về mỗi người làm báo.

● Theo ông, có cần thiết phải xây dựng một bộ quy tắc đạo đức nghề nghiệp dành riêng cho nhà báo trong việc sử dụng công cụ AI hay không?

- Trước làn sóng AI đang tác động ngày càng sâu rộng đến hoạt động báo chí, nhiều cơ quan truyền thông trên thế giới đã chủ động xây dựng bộ quy tắc đạo đức trong việc ứng dụng AI, nhằm xác lập những giới hạn nghề nghiệp, nguyên tắc sử dụng và lần ranh đạo đức mà mỗi phóng viên cần tuân thủ khi sử dụng AI.

Theo tôi, mỗi tòa soạn cần xây dựng cho mình một bộ quy tắc ứng xử riêng với AI - vừa đề định hướng, vừa đề bảo vệ nhà báo, phóng viên trước những mặt trái mà AI mang lại. Mỗi nhà báo cũng cần chủ động tự đặt ra giới hạn cá nhân, giữ được sự chủ động và sáng tạo tạo nghề nghiệp khi sử dụng AI. Để AI thật sự là công cụ hữu ích trong quá trình tạo nên những tác phẩm báo chí mang dấu ấn riêng của mỗi nhà báo.

● Sự mệnh mới của người làm báo trong bối cảnh chuyển đổi số toàn diện như hiện nay?

- Ngay lúc này, theo tôi, mỗi nhà báo cần phải chủ động thích nghi và không nên khép mình hay chối bỏ công nghệ. AI, xét cho cùng, cũng là một thành quả tinh hoa của con người.

Nếu chúng ta cứ thu mình trong vỏ ốc, thì sớm muộn cũng sẽ bị làn sóng AI quét qua như một cơn sóng thần, nhanh chóng tụt hậu. Trong xu thế ấy, điều cần thiết nhất đối với mỗi nhà báo là phải mở lòng, chủ động học hỏi và tiếp thu. Việc tìm hiểu, trải nghiệm và ứng dụng các công cụ AI vào công việc không chỉ giúp chúng ta nâng cao hiệu quả tác nghiệp, mà quan trọng hơn là tăng khả năng thích nghi, từ đó nâng cao vai trò nghề nghiệp trong thời đại công nghệ số.

Thực tế đã chứng minh, chính nhờ trí tuệ nhân tạo mà nhiều tòa soạn trên thế giới đã đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số, tái cấu trúc mô hình tòa soạn, cải thiện quy trình sản xuất tin bài và tối ưu hóa trải nghiệm độc giả. Chính vì vậy, các cơ quan báo chí và mỗi nhà báo cần quyết liệt, chủ động đổi mới, ứng dụng hiệu quả và làm chủ công nghệ, để sớm tìm ra “chìa khóa” cho sự phát triển bền vững của nền báo chí hiện đại trong kỷ nguyên số. **T.MAI**

NGHỀ BÁO THỜI AI

TÒA SOẠN XANH:

Đạo đức báo chí và sứ mệnh tuyên truyền bảo vệ môi trường

Báo chí đồng hành cùng sự nghiệp bảo vệ môi trường

Bảo vệ môi trường hiện nay là một nhiệm vụ có ý nghĩa chiến lược, đòi hỏi sự tham gia tích cực của toàn xã hội và toàn nhân loại. Để thực hiện hiệu quả công tác này, hoạt động truyền thông, đặc biệt là báo chí, đóng vai trò trung tâm trong việc nâng cao nhận thức cộng đồng và thúc đẩy hành động thiết thực vì môi trường.

Từ Nghị quyết số 41/NQ-TW ngày 15/11/2004 về bảo vệ môi trường trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, đã xác định: Việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức và trách nhiệm bảo vệ môi trường là giải pháp hàng đầu. Trong đó, đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật và các thông tin về môi trường cho cộng đồng; đồng thời lên án nghiêm khắc đối với các hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ môi trường... tăng cường giáo dục đạo đức môi trường cho mọi tầng lớp Nhân dân. Điều này, một lần nữa đã được khẳng định trong Nghị quyết số 24-NQ/TW của Hội nghị Trung ương 7 khóa XI về chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng cường quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường; Nghị quyết số 35/NQ-CP của Chính phủ về một số vấn đề cấp bách trong lĩnh vực bảo vệ môi trường...

Trong những thập kỷ gần đây, lĩnh vực môi trường luôn nằm trong nhóm chủ đề nổi bật trên các phương tiện truyền thông báo chí. Nhiều sự kiện, từ thiên tai, biến đổi khí hậu, đến các chính sách, pháp luật mới ban hành, đều thu hút sự quan tâm lớn của báo chí và công chúng. Đáng chú ý, Việt Nam là một trong những quốc gia chịu ảnh hưởng nặng nề của biến đổi khí hậu, nhiều tỉnh, thành đã và đang phải đối mặt với ngập mặn, xâm nhập mặn; ô nhiễm không khí trầm trọng hơn tại các khu công nghiệp và đô thị lớn; diễn biến thời tiết, thiên tai ngày càng cực đoan, khó lường; do đó báo chí càng không thể đứng ngoài cuộc.

Lan tỏa tinh thần sống xanh từ góc nhìn pháp luật và báo chí

Báo Pháp luật Việt Nam có riêng một chuyên mục trên ấn phẩm điện tử, đồng thời liên tục bám sát các sự kiện môi trường quan trọng trong nước và quốc tế, để kịp thời đưa tin, phản ánh đến công chúng. Hàng loạt chuyên đề, tuyên đề tài, tin, bài đã được triển khai mạnh mẽ trên các ấn phẩm về các sự kiện như Giờ Trái đất, Ngày Môi trường thế giới, Ngày Đại dương thế giới...

Trong những năm qua, Báo Pháp luật Việt Nam cũng không ngừng theo sát và phản ánh trung thực các sự kiện môi trường mang tầm vóc toàn cầu. Từ các hội nghị thượng đỉnh về biến đổi khí hậu (COP) của Liên hợp quốc, hội nghị các bên về đa dạng sinh học, đại dương, cho đến các diễn đàn chuyên đề về năng lượng và phát triển bền vững, tờ báo đã thể hiện rõ



● Các ấn phẩm Báo Pháp luật Việt Nam đã và đang phản ánh sâu, rộng các vấn đề môi trường cấp bách trong nước và toàn cầu. (Ảnh: PLVN)

Bảo vệ môi trường là một trong ba trụ cột của phát triển bền vững, bên cạnh phát triển kinh tế và bảo đảm an sinh xã hội. Trong tiến trình này, báo chí nói chung, Báo Pháp luật Việt Nam nói riêng, giữ vai trò không thể thay thế trong việc tuyên truyền chính sách, phát hiện vấn đề, định hướng dư luận và thúc đẩy thay đổi hành vi xã hội. Truyền thông vì môi trường không chỉ là trách nhiệm mà còn là sứ mệnh mang tính nhân văn và bền vững đối với tương lai đất nước.

vai trò của một cơ quan báo chí chủ lực trong việc truyền tải thông tin cập nhật, chính thống đến độc giả. Các xu hướng quốc tế như chuyển dịch năng lượng sạch, cắt giảm khí nhà kính, tiến tới mục tiêu phát thải ròng bằng 0 (Net Zero) vào giữa thế kỷ, hay Thập kỷ Phục hồi Hệ sinh thái (2021 - 2030) của Liên hợp quốc đều được Báo Pháp luật Việt Nam bám sát và đưa tin đa chiều.

Bên cạnh đó, báo còn theo dõi sát sao các hiệp ước, cam kết quốc tế của Việt Nam như Thỏa thuận Paris về biến đổi khí hậu, Tuyên bố rừng và sử dụng đất Glasgow, hay việc Việt Nam tham gia Liên minh chuyển dịch năng lượng công bằng (JETP)... Những phân tích, bình luận sâu sắc của báo đã góp phần làm rõ vai trò và trách nhiệm của Việt Nam trong cộng đồng quốc tế, đồng thời nâng cao nhận thức của người dân về các vấn đề toàn cầu gắn với lợi ích phát triển bền vững của quốc gia.

Có thể thấy, Báo Pháp luật Việt Nam đang từng bước định hình

một hướng đi rõ rệt trong mảng báo chí khí hậu - một xu thế gắn liền với dữ liệu khoa học và tính xác thực cao. Các bản tin, phóng sự chuyên đề về môi trường ngày càng dựa nhiều hơn vào số liệu từ những nguồn tin cậy như Ủy ban Liên chính phủ về biến đổi khí hậu (IPCC), Tổ chức Khí tượng Thế giới (WMO) và các cơ quan thống kê trong nước. Đơn cử, khi đưa tin về những chỉ số như nhiệt độ trung bình toàn cầu, mực nước biển dâng hay nồng độ khí CO2 trong khí quyển, các phóng viên của báo không chỉ cung cấp con số đơn thuần mà còn chú trọng việc diễn giải ngắn gọn, dễ hiểu, gắn liền với độc giả phổ thông. Qua đó, thông tin không chỉ chính xác về mặt khoa học mà còn mang tính cảnh báo và giáo dục cao, giúp công chúng nhận thức rõ hơn về mức độ nghiêm trọng và cấp thiết của khủng hoảng khí hậu hiện nay.

Một điểm đáng chú ý là Báo Pháp luật Việt Nam đã thể hiện rõ vai trò cầu nối giữa chính sách và

thực tiễn, khi liên tục truyền tải các chủ trương, quy định pháp luật về môi trường đến với người dân một cách kịp thời, dễ hiểu và sát với cuộc sống. Những năm qua, Việt Nam đã ban hành hàng loạt văn bản quy phạm pháp luật quan trọng về môi trường, như Luật Bảo vệ môi trường 2020; Luật Tài nguyên, môi trường biển và hải đảo 2015; Luật Thủy lợi 2017; Luật Tài nguyên nước 2023; Luật Khí tượng thủy văn 2015; Luật Thuế bảo vệ môi trường 2020; Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả số 2010; Luật Đa dạng sinh học 2008; Luật Đề điều; Luật Phòng, chống thiên tai;...; cùng với nhiều nghị định, thông tư quy định chi tiết, hướng dẫn thực hiện pháp luật về môi trường. Nhờ vậy, Việt Nam đã cơ bản thiết lập được một hệ thống pháp luật chặt chẽ, đầy đủ, làm cơ sở pháp lý vững chắc cho việc triển khai các chính sách bảo vệ môi trường, giám sát và xử lý vi phạm. Hệ thống này không chỉ giúp các cơ quan quản lý có căn cứ rõ ràng

để điều hành mà còn tạo điều kiện cho doanh nghiệp và người dân hiểu, thực hiện đúng quyền và nghĩa vụ trong bảo vệ môi trường.

Không dừng lại ở việc phản ánh, Báo Pháp luật Việt Nam còn có vai trò phổ biến pháp luật một cách sinh động và gần gũi. Những nội dung pháp lý khô khan được tái hiện rõ ràng, dễ tiếp cận, giúp người dân không chỉ nắm rõ quyền lợi và trách nhiệm của mình mà còn nâng cao được năng lực giám sát và phản biện tại cơ sở. Ngoài ra, Báo còn đóng vai trò phản biện xã hội, biểu dương những tập thể, cá nhân có sáng kiến, hành động thiết thực trong công cuộc bảo vệ môi trường; phổ biến các kết quả nghiên cứu khoa học, kịch bản biến đổi khí hậu và giải pháp thích ứng, thúc đẩy kinh tế tuần hoàn và phát triển bền vững...

Đạo đức báo chí trong tòa soạn xanh

Trong bối cảnh môi trường toàn cầu ngày càng chịu áp lực nặng nề từ biến đổi khí hậu, quá trình đô thị hóa nhanh chóng và khai thác tài nguyên thiếu bền vững, vai trò của báo chí nói chung, Báo Pháp luật Việt Nam nói riêng, càng trở nên thiết yếu. Thực tiễn cho thấy, dù còn đối mặt với không ít thách thức như thiếu kinh phí chuyên biệt cho mảng môi trường, áp lực thương mại và giới hạn chuyên môn, nhưng đội ngũ nhà báo, phóng viên vẫn nỗ lực bám sát thực tiễn, vượt qua khó khăn để mang đến cho công chúng những thông tin có chiều sâu, phản ánh đúng thực trạng và định hướng hành động tích cực. Theo đó, đạo đức báo chí đề cao tính trung thực, khách quan, là nền tảng vững chắc để xây dựng niềm tin dư luận.

Không chỉ dừng lại ở nội dung, xu hướng làm báo xanh còn đang lan tỏa đến quy trình vận hành. Từ việc giảm thiểu sử dụng giấy, đẩy mạnh chuyển đổi số, tổ chức họp báo trực tuyến đến ưu tiên dùng máy chủ tiết kiệm điện..., các tòa soạn môi trường như Báo Pháp luật Việt Nam đang từng bước thực hành “nói đi đôi với làm”, thể hiện trách nhiệm xã hội, đồng thời góp phần xây dựng hình ảnh một nền báo chí hiện đại, bền vững và đáng tin cậy.

Tòa soạn xanh không chỉ là mô hình vận hành “xanh hóa” nội bộ, mà còn là biểu tượng cho tinh thần báo chí có trách nhiệm, đặt sứ mệnh bảo vệ môi trường lên hàng đầu. Khi gắn kết đạo đức báo chí với sứ mệnh tuyên truyền bảo vệ môi trường, báo chí không chỉ truyền tải thông tin mà còn thúc đẩy hành động, giám sát việc thực thi pháp luật và kiến tạo phong trào sống xanh trong cộng đồng. Trước những thách thức như biến đổi khí hậu, ô nhiễm đa dạng, khai thác tài nguyên quá mức, tòa soạn xanh chính là nhịp cầu vững chắc, kết nối chính sách - chuyên gia - doanh nghiệp - người dân, hướng đến mục tiêu phát triển bền vững và tương lai xanh cho Việt Nam và thế giới. **ĐỖ TRANG**

Năm 2024, Báo Pháp luật Việt Nam đã vinh dự nhận Giải B Giải Báo chí tài nguyên và môi trường lần thứ VII với loạt bài “Tín chỉ carbon - Bước tiến tới tương lai”. Loạt tác phẩm đã nỗ lực khắc họa toàn diện bức tranh về tín chỉ carbon - một công cụ chiến lược trong giảm phát thải khí nhà kính, thúc đẩy kinh tế xanh và hướng tới phát triển bền vững tại Việt Nam.

NGHỀ BÁO THỜI AI

Báo chí và công nghiệp văn hóa trong kỷ nguyên mới



● Các diễn giả bàn về các giải pháp tăng nguồn lực cho báo chí để làm tốt nhiệm vụ thúc đẩy văn hóa. (Ảnh: BTC)

Diễn đàn “Vai trò của báo chí trong việc thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa năm 2025” tại Hải Phòng vừa qua không chỉ là dịp tri ân những đóng góp của báo chí cách mạng Việt Nam trong suốt 100 năm qua, mà còn là bước khởi đầu quan trọng để khẳng định vị thế của báo chí trong sự nghiệp phát triển văn hóa và con người trong kỷ nguyên mới...

Báo chí là cầu nối truyền cảm hứng, quảng bá giá trị văn hóa

Báo chí từ lâu đã là một phần không thể tách rời của văn hóa, đóng vai trò như một cầu nối quan trọng giữa công chúng, các cơ quan văn hóa và doanh nghiệp. Tại Diễn đàn, nhà báo Lê Quốc Minh, Ủy viên Trung ương Đảng, Phó Trưởng Ban Tuyên giáo và Dân vận Trung ương, Tổng Biên tập Báo Nhân Dân, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam nhấn mạnh: Các cơ quan báo chí cần dành nhiều thời lượng và dung lượng hơn cho các nội dung văn hóa. Không chỉ dừng lại ở việc phản ánh, báo chí cần tham gia vào quá trình sáng tạo văn hóa, biến mỗi tòa soạn thành một “ngôi nhà văn hóa”.

Kế thừa tinh thần Đề cương về văn hóa Việt Nam năm 1943, cùng các văn kiện của Đảng, Chính phủ và các quy định pháp luật hiện hành, Bộ VH,TT&DL đã xây dựng “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”, trong đó khẳng định “Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam là nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành và toàn xã hội”.

Các ngành công nghiệp văn hóa được xác định là một trong những động lực tăng trưởng quan trọng, đóng góp lớn vào phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, gìn giữ và lan tỏa những giá trị văn hóa đặc sắc của dân tộc Việt Nam. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập sâu rộng, chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, những sản phẩm sáng tạo, nghệ thuật, giải trí... đã trở thành biểu tượng cho sức sống, bản lĩnh và trí tuệ dân tộc.

Việt Nam, với tiềm năng văn hóa phong phú, đậm đà bản sắc, chúng ta có đủ

điều kiện thuận lợi để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa thành “ngành công nghiệp mũi nhọn” mới, đóng góp ngày càng lớn vào GDP quốc gia, tạo ra nhiều việc làm, nâng cao đời sống tinh thần của Nhân dân, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam tới bạn bè quốc tế.

Nhiều năm qua, các cơ quan báo chí đã góp phần tích cực để quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới thông qua việc truyền tải các giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc như tuồng, chèo, cải lương, quan họ... hay khích lệ, tôn vinh các sản phẩm nghệ thuật hiện đại. Từ đó khơi dậy niềm tự hào dân tộc trong các tầng lớp Nhân dân, nhất là giới trẻ. Báo chí còn trực tiếp tham gia tạo ra các sản phẩm văn hóa dưới hình thức phóng sự, chương trình truyền hình và các sự kiện văn hóa quy mô lớn. Những cơ quan báo chí chủ lực đã tổ chức các sự kiện văn hóa và sản xuất các chương trình nghệ thuật chất lượng cao, chú trọng nhiều đến giới trẻ. Có những chương trình truyền hình thực tế, gameshow, hay talk-show về văn hóa đã trở thành sân chơi lành mạnh, giúp phát hiện và bồi dưỡng tài năng trẻ, tạo nên sự kết nối mạnh mẽ giữa công chúng và các giá trị văn hóa dân tộc. Tiêu biểu gần đây có thể kể đến chương trình “Anh trai vượt ngàn chông gai”, “Anh trai say hi”, hay các sản phẩm truyền thông của Báo Nhân Dân nhân kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ, 50 năm Giải phóng miền nam, thống nhất đất nước... thu hút hàng vạn khán giả, tạo thành hiện tượng trong xã hội.

Theo ông Lê Quốc Minh, để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, cần sự chung tay, đồng thuận và thúc đẩy của toàn xã hội, trong đó, báo chí giữ vai trò đặc biệt

quan trọng. Báo chí là cầu nối truyền cảm hứng, quảng bá giá trị văn hóa; là lực lượng tiên phong lan tỏa những sáng kiến, giá trị mới đồng thời lên án mặt trái, bảo vệ bản sắc; là diễn đàn phản biện, góp ý chính sách, thúc đẩy đổi mới sáng tạo...

Nhà báo Nguyễn Vọng Ngân (VTV) đưa ra những sáng kiến liên quan đến việc sử dụng công nghệ số để tiếp cận giới trẻ, từ đó tạo ra những câu chuyện giàu cảm xúc với hình ảnh đẹp, lan tỏa các giá trị văn hóa và góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng về tầm quan trọng của văn hóa trong sự phát triển bền vững của đất nước. Việc sử dụng các nền tảng trực tuyến cũng cần được quan tâm, đầu tư đúng mức để phát huy hiệu quả, nhằm khích lệ mọi cá nhân đều có thể tham gia vào quá trình sáng tạo và chia sẻ văn hóa dân tộc trong đời sống hằng ngày.

Ở góc độ khác, theo PGS. TS Nguyễn Thị Trường Giang, Phó Giám đốc Học viện Báo chí và Tuyên truyền, báo chí còn phải dẫn dắt, định hình cảm xúc và tâm lý xã hội, góp phần tạo ra các chuẩn mực văn hóa. Vai trò này đặc biệt quan trọng trong việc bảo vệ và phát huy các giá trị văn hóa cốt lõi của đất nước, khơi dậy sự quan tâm của thế hệ trẻ đến các giá trị truyền thống. Song song đó, báo chí còn là diễn đàn phản biện, góp ý để hoàn thiện chính sách và chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa, bảo đảm sự phát triển bền vững và phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế.

Sẽ hoàn thiện chính sách, hành lang pháp lý

Theo TS. Chu Tiến Đạt, Chủ tịch Hội đồng Thành viên Tổng Công ty VTC cho rằng, báo chí và truyền thông đang giữ vai trò

trọng tâm trong việc thúc đẩy ngành công nghiệp game Việt Nam, đặc biệt là các trò chơi tái hiện văn hóa và lịch sử. TS. Chu Tiến Đạt đề xuất xây dựng hệ sinh thái truyền thông bền vững với các chuyên mục chuyên sâu về game văn hóa bằng việc học hỏi từ các quốc gia như: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và bày tỏ mong muốn sự hợp tác giữa Chính phủ, doanh nghiệp, trường học và báo chí có thể xây dựng một ngành game mạnh mẽ, giàu bản sắc và cạnh tranh toàn cầu.

Chủ tịch Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam, ông Nguyễn Trường Sơn đề xuất, báo chí cần thay đổi quan điểm về quảng cáo, hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp để tạo ra giá trị gia tăng và quảng bá văn hóa hiệu quả hơn. Ông cũng nhấn mạnh cần có cơ chế tài chính và ưu đãi để hỗ trợ các cơ quan báo chí tham gia sâu hơn vào các hoạt động văn hóa.

Cùng đó, ông Phạm Cao Thái, Vụ trưởng Vụ Pháp chế, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phân tích: Nhiều văn bản quy phạm pháp luật hiện còn chưa rõ vai trò, quyền hạn của các cơ quan liên quan. Hay thể chế, cơ chế đã có nhưng chưa phù hợp thực tiễn, không theo kịp với tốc độ phát triển nhanh mạnh của công nghiệp văn hóa. Mặt khác, chuyển đổi số cũng đặt ra yêu cầu cạnh tranh khốc liệt về nội dung và tốc độ lan tỏa thông tin. Trong khi đó, việc duy trì bản sắc văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa là một bài toán không dễ dàng, đòi hỏi báo chí phải cân bằng giữa việc quảng bá các giá trị truyền thống và tiếp cận các xu hướng quốc tế xâm nhập ngày càng mạnh mẽ vào trong nước, có thể ảnh hưởng đến việc bảo tồn và phát huy các giá trị truyền thống. Đồng thời, nhiều cơ quan báo chí gặp không ít khó khăn về nguồn lực tài chính và nhân sự để đầu tư vào các sản phẩm văn hóa chất lượng cao.

Thứ trưởng Thường trực Bộ VH,TT&DL Lê Hải Bình khẳng định, báo chí có vai trò rất quan trọng thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa kể cả từ góc độ tự thân của báo chí và từ góc độ cầu nối, chất xúc tác của báo chí với các ngành công nghiệp văn hóa. Để hiện thực hóa vai trò động lực, cầu nối, chất dẫn, đồng hành của báo chí đối với các ngành công nghiệp văn hóa trong kỷ nguyên mới, Thứ trưởng Thường trực Bộ VH,TT&DL mong muốn các cơ quan báo chí tiếp tục chủ động đổi mới cả về nội dung, hình thức, ứng dụng mạnh mẽ khoa học - công nghệ, chuyển đổi số lan tỏa câu chuyện đổi mới sáng tạo, tôn vinh sáng kiến, gương điển hình trong lĩnh vực kinh tế - văn hóa; Tăng cường hợp tác liên ngành, liên kết chặt chẽ với các cơ sở sáng tạo, nghệ thuật trong quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu văn hóa quốc gia, tầm quốc tế; Cung cấp thông tin chính xác, nhân văn, định hướng thẩm mỹ và khơi dậy niềm tự hào bản sắc Việt; Bảo vệ vững chắc nền tảng văn hóa dân tộc trong dòng chảy đổi mới, hội nhập quốc tế.

Bên cạnh đó, báo chí cần chú trọng đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ phóng viên, biên tập viên, nhà báo có bản lĩnh chính trị vững vàng, trình độ chuyên môn cao, am hiểu sâu sắc về văn hóa, nghệ thuật, sáng tạo, có khả năng truyền cảm hứng, tạo động lực cho sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa. Thứ trưởng Thường trực cho biết, Bộ VH,TT&DL sẽ tiếp tục hoàn thiện chính sách, tăng cường nguồn lực, đồng hành và tạo điều kiện thuận lợi để báo chí và các ngành công nghiệp văn hóa phát triển hài hòa, bền vững, mang lại giá trị cho đất nước và Nhân dân.

NGUYỆT THƯƠNG - ĐÔNG BẮC

Theo bà Trần Thị Hoàng Mai, Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Hải Phòng, báo chí là một phần không thể thiếu trong việc thúc đẩy công nghiệp văn hóa địa phương. Việc báo chí đồng hành cùng các ngành công nghiệp văn hóa đã góp phần định hướng thị hiếu tiêu dùng sản phẩm văn hóa, nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo tồn, phát huy di sản văn hóa dân tộc. Các cơ quan báo chí là nơi tôn vinh những sáng tạo nghệ thuật, sáng kiến đổi mới, phản ánh kịp thời những thách thức, khó khăn và đề xuất các giải pháp phù hợp để văn hóa thực sự trở thành nền tảng tinh thần vững chắc của xã hội. Đặc biệt, trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng, các sản phẩm văn hóa đặc trưng như âm nhạc, điện ảnh, thời trang, ẩm thực, nghệ thuật biểu diễn... có thể trở thành nguồn thu lớn, đóng góp cho GDP nếu được truyền thông bài bản, hiệu quả.

Sắp tới, Hải Phòng sẽ mở rộng quy mô địa giới hành chính thông qua việc sáp nhập với tỉnh Hải Dương - địa phương tương đồng về phong tục tập quán, tín ngưỡng, lễ hội và văn hóa dân gian, mang bản sắc văn hóa chung của vùng Đồng bằng Bắc Bộ. Đây là bước ngoặt để thành phố tái định hình tầm nhìn phát triển toàn diện, trong đó công nghiệp văn hóa cần được xem là trụ cột bền vững bên cạnh công nghiệp, cảng biển, logistics và đô thị thông minh.

Bà Trần Thị Hoàng Mai cho biết, Sở sẽ tham mưu xây dựng hành lang pháp lý và cơ chế, nguồn lực thuận lợi cho các cơ quan báo chí thực hiện các chiến dịch truyền thông lớn giúp định vị thương hiệu của thành phố; xây dựng các nội dung chuyên biệt, phát triển các tuyến bài chuyên sâu, cung cấp cái nhìn toàn cảnh và góc nhìn độc đáo về văn hóa, du lịch của thành phố.

NGHỀ BÁO THỜI AI

Phụ nữ với 100 năm Báo chí Cách mạng Việt Nam

Hơn một thế kỷ qua, báo chí cách mạng không chỉ là công cụ tuyên truyền hiệu quả của Đảng mà còn là tiếng nói đồng hành cùng phụ nữ Việt Nam trong hành trình khẳng định vị thế, vai trò trong gia đình và xã hội.



● Hội thảo khoa học quốc gia với chủ đề “Phụ nữ với 100 năm Báo chí Cách mạng Việt Nam”.



● Thuyết minh viên Bảo tàng Báo chí Việt Nam giới thiệu về “Nữ giới chung” - tờ báo đầu tiên dành cho phụ nữ, mở đầu cho dòng báo nữ ở Việt Nam.

(Ảnh: Báo PNVN/Tuấn Dũng)



● Bà Nguyễn Văn Anh, Giám đốc Trung tâm Nghiên cứu và Ứng dụng khoa học về Giới - Gia đình - Phụ nữ và Vị thành niên.

Phát biểu tại Hội thảo, bà Nguyễn Thị Tuyền, Ủy viên Trung ương Đảng, Chủ tịch Hội LHPN Việt Nam nhấn mạnh: “Ngược dòng lịch sử báo chí nước nhà, từ những trang báo đầu tiên như Nữ giới chung (năm 1919) do bà Sương Nguyệt Anh làm chủ bút - đến Tiếng gọi phụ nữ (năm 1945), Phụ nữ Việt Nam (1948), Phụ nữ Thành phố Hồ Chí Minh (1975), Phụ nữ Thủ đô (1986)... dòng báo chí nữ luôn đồng hành, phản ánh, dẫn dắt và cổ vũ cho sự nghiệp giải phóng và phát triển của phụ nữ Việt Nam qua từng

giai đoạn lịch sử. Trong các cuộc kháng chiến vĩ đại của dân tộc cũng như thời kỳ đổi mới, lớp lớp các thế hệ phụ nữ cùng Nhân dân cả nước, dưới sự lãnh đạo của Đảng đã làm nên những mốc son chói lọi. Họ là những nhà báo vừa làm trách nhiệm với báo chí, vừa là người “tiếp lửa”, cổ vũ cho phong trào cách mạng, trong đó có phong trào phụ nữ. Ngày nay, trước yêu cầu của một nền báo chí chuyên nghiệp, hiện đại và nhân văn, việc nghiên cứu, đánh giá vai trò báo chí từ góc nhìn giới là rất cần thiết”.

Nhân kỷ niệm 100 năm Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam (21/6/1925 - 21/6/2025), Hội LHPN Việt Nam phối hợp với Hội Nhà báo Việt Nam tổ chức Hội thảo khoa học quốc gia với chủ đề “Phụ nữ với 100 năm Báo chí Cách mạng Việt Nam”, hướng tới tôn vinh những đóng góp quan trọng của phụ nữ và báo chí nữ trong suốt chiều dài phát triển của nền báo chí cách mạng.

Từ vai trò quan trọng của báo chí với bình đẳng giới...

Tại Hội thảo, trong tham luận “Góc nhìn giới trên sản phẩm báo chí”, bà Nguyễn Văn Anh, Giám đốc Trung tâm nghiên cứu ứng dụng khoa học về giới - gia đình - phụ nữ và trẻ em vị thành niên (CSAGA) đã đề cập đến tầm quan trọng của báo chí với bình đẳng giới và những tiến bộ xã hội liên quan đến bình đẳng giới.

Cụ thể, báo chí có vai trò thúc đẩy bình đẳng giới qua việc định hình nhận thức xã hội bằng cách truyền tải thông tin công bằng, toàn diện về các vấn đề giới, góp phần thay đổi định kiến, nâng cao sự quan tâm và tôn trọng quyền của phụ nữ và các nhóm yếu thế. Báo chí cũng phản ánh đa chiều và công bằng các vấn đề liên quan đến giới.

Đồng thời, báo chí tiên phong cổ vũ quan điểm tiến bộ của xã hội thông qua giới thiệu và lan tỏa những ý tưởng tiên bộ, những cách nhìn nhận hiện đại về cuộc sống; từ đó hiểu rõ hơn về những thay đổi tích cực, khuyến khích mọi người cùng nhau hướng tới một xã hội văn minh, công bằng và phát triển bền vững.

“Báo chí hiện nay phản ánh hình ảnh người phụ nữ hiện đại, năng động, sáng tạo và quyết đoán trên nhiều lĩnh vực. Những hình ảnh này truyền cảm hứng cho các bạn trẻ nữ về sự thành công, tự tin và sẵn sàng khẳng định

minh của phụ nữ. Bên cạnh đó, báo chí giữ vai trò tiên phong là kênh thông tin trung thực, cơ quan ngôn luận của Đảng, Nhà nước và Nhân dân và tiên phong đưa ra những quan điểm mới, có tính thách thức về giới. Báo chí cũng tuyên truyền, phá bỏ định kiến giới truyền thống, xóa bỏ hình ảnh phụ nữ chỉ gắn với việc nội trợ, thay vào đó giới thiệu hình ảnh người phụ nữ năng động, quyết đoán, tích cực truyền thông về bình đẳng giới, đưa các kiến thức bình đẳng giới dễ tiếp cận tới cộng đồng”, bà Nguyễn Văn Anh nhấn mạnh.

Có kiến thức về giới; không có khuôn mẫu, định kiến giới và có nhạy cảm giới - đó là 3 khuyến nghị được bà Nguyễn Văn Anh đưa ra mà người làm báo trong kỷ nguyên mới cần trang bị. “Khuôn mẫu giới là những hình ảnh lý tưởng về nam tính hay nữ tính dùng để nhìn nhận một con người dựa trên sự tổng hợp đơn giản các thuộc tính của nhóm, của giới mà người đó quy thuộc. Nhạy cảm giới là việc nhận thức được các nhu cầu, vai trò, trách nhiệm khác nhau của nam và nữ; hiểu được sự khác nhau đó do đâu mà có và những điểm khác nhau này có thể dẫn tới sự khác nhau về mức độ tham gia, cống hiến, hưởng thụ, phát triển của mỗi giới. Định kiến giới là nhận thức, thái độ và sự đánh giá thiên lệch, tiêu cực về đặc điểm, vị trí, vai trò và năng lực của nam hoặc nữ”, bà Nguyễn Văn Anh phân tích.

Đến những vấn đề đặt ra đối với dòng báo nữ trong kỷ nguyên số

Bàn về vấn đề này, TS. Liêu Chí Trung, Phó Tổng Biên tập Tạp chí Luật sư Việt Nam chỉ ra trong lịch sử phát triển báo chí cách mạng Việt Nam, sự ra đời và phát triển của dòng báo nữ có vai trò hết sức quan trọng trong xã hội. Đó không chỉ là việc hình thành nên một trong những “kênh” thông tin đề cập

đến phụ nữ, cung cấp nguồn tri thức đa dạng, phù hợp dành cho phụ nữ, giúp cho phụ nữ bày tỏ quan điểm, chính kiến, thể hiện của mình, mà còn tạo nên sự cân bằng hơn về điều kiện, quyền tiếp cận thông tin đối với nữ giới, thực hiện bình đẳng giới trong xã hội. Theo số liệu thống kê của Hội Nhà báo Việt Nam, ở thời điểm giữa năm 2023, cả nước có hơn 21.200 hội viên, trong đó nữ giới chiếm trên 40%. Thực tế chứng minh, những phóng viên, người làm báo là nữ tác nghiệp không chỉ bó hẹp trong những vấn đề về phụ nữ mà đã có nhiều cây bút sắc sảo, có tiếng nói trong những lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội.

Theo TS. Liêu Chí Trung, trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ, báo chí nói chung và dòng báo nữ nói riêng đang đứng trước những thay đổi căn bản về tư duy, phương thức tổ chức, quy trình xuất bản và mô hình tiếp cận công chúng. Độc giả ngày nay không chỉ đọc mà còn tương tác, chia sẻ, tạo nội dung và phản hồi đa chiều trên nhiều nền tảng. Điều này buộc dòng báo nữ phải đồng thời thực hiện nhiều nhiệm vụ: giữ gìn bản sắc, đổi mới nội dung, hiện đại hóa công nghệ để không bị tụt hậu giữa bối cảnh cạnh tranh gay gắt từ mạng xã hội, các nền tảng nội dung số và xu hướng cá nhân hóa thông tin.

“Đối với dòng báo nữ ở Việt Nam, tuy đã khẳng định được vị thế của mình nhưng bên cạnh những cơ hội còn phải đối mặt với không ít thách thức trong kỷ nguyên số. Do nhiều nguyên nhân nên đầu hệ thống các cơ quan báo chí ở nước ta được xem là đã có sự phát triển mạnh mẽ, phụ nữ đã có những cơ quan báo chí của mình với các loại hình báo chí khác nhau, song không phải báo của phụ nữ chỉ dành cho phụ nữ và tất cả thông tin của báo chí đều được phụ nữ đón nhận. Vì vậy, việc báo chí thể hiện ra sao để hấp dẫn, mang

Ngày 19/6/2025, tại Diễn đàn Báo chí toàn quốc đã diễn ra phiên thảo luận chuyên sâu “Lãnh đạo nữ trong báo chí: Tiếng nói của nữ giới trong điều hành tin tức”. Thông tin cho thấy, mặc dù lực lượng nhà báo nữ ngày càng gia tăng cả về chất và lượng, tiềm năng vẫn chưa được khai thác đầy đủ. Tỷ lệ nữ hội viên trong Hội Nhà báo Việt Nam chiếm hơn 40%, song đến nay vẫn chưa có nữ lãnh đạo giữ chức vụ Phó Chủ tịch hội trở lên; số lượng nữ tổng biên tập cũng còn khá khiêm tốn so với tổng số nữ nhà báo. Theo nhà báo Phan Thanh Phong - Trưởng ban Chuyên đề, Báo Nhân Dân, Phó Chủ tịch Liên chi hội nhà báo Báo Nhân Dân: “Thẳng thắn mà nói, tỷ lệ nữ giới trong vai trò lãnh đạo báo chí cấp cao vẫn còn quá khiêm tốn so với tiềm năng. Không ít nhà báo nữ tài năng vẫn ngần ngại khi bước vào vị trí quản lý - bởi gánh nặng kép giữa gia đình và công việc, bởi những định kiến âm ỉ về giới tính trong điều hành, và đôi khi là bởi thiếu các cơ hội tiếp cận với kỹ năng quản trị hiện đại trong môi trường số”.

lại giá trị cho phụ nữ là việc không dễ. Thậm chí, phụ nữ có thể đảm nhận thực hiện được tất cả các vị trí, phần việc giống như nam giới, nhưng không phải sản phẩm nào của họ cũng đề dành cho phụ nữ và được phụ nữ quan tâm, chờ đợi”, theo TS. Liêu Chí Trung.

Nêu một số giải pháp nâng cao vai trò của dòng báo nữ và phụ nữ làm báo trong kỷ nguyên số, TS. Liêu Chí Trung cho rằng, để dòng báo nữ phát triển bền vững, phát huy hiệu quả vai trò xã hội và phù hợp với đặc thù giới trong thời đại số, cần có một hệ thống giải pháp đồng bộ, toàn diện và thực tiễn trên nhiều phương diện.

Cụ thể, cần tiếp tục nâng cao và đẩy mạnh tuyên truyền, nhận thức về vai trò, vị trí của phụ nữ trong xã hội nói chung và báo chí nữ nói riêng; cần có chính sách bảo đảm quyền lợi và cơ hội bình đẳng giới một cách thực chất, đầy đủ; đối với các cơ quan chủ quản báo chí, cần tăng cường quan tâm chỉ đạo, định hướng và tạo điều kiện, hỗ trợ để duy trì, phát huy hoạt động của các cơ quan báo chí của phụ nữ, nội dung hoạt động liên quan đến nữ giới cũng như vai trò của phụ nữ làm báo; đối với các cơ quan báo chí của phụ nữ và báo chí về phụ nữ cần bám sát chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, cơ quan chủ quản, nghiên cứu để có chiến lược phát triển phù hợp trong giai đoạn mới; đối với phụ nữ làm báo và người làm báo về phụ nữ, trong kỷ nguyên số, phụ nữ làm báo và người làm báo về phụ nữ cần xác định rõ vai trò, trách nhiệm của mình đối với cộng đồng xã hội để có tư tưởng, định hướng nghề nghiệp rõ ràng. Bên cạnh đó, cần trang bị những yếu tố cần thiết về tâm lý, kiến thức, kỹ năng để đảm nhận tốt vai trò của mình trước những yêu cầu về chuyên môn cũng như những áp lực có thể xuất hiện bất cứ lúc nào từ phía dư luận, bạn đọc hay mạng xã hội. Người làm báo bên cạnh niềm đam mê nghề nghiệp, cần làm chủ được báo chí đa phương tiện, công nghệ, hiểu chuyên sâu về một lĩnh vực. Đối với phụ nữ làm báo, nhất là làm báo của phụ nữ, cần có sự sắp xếp, điều chỉnh để hài hòa giữa quan hệ gia đình, xã hội, công việc, bên cạnh đó cần tránh tự ti, cảm tính thái quá hay mang theo định kiến rồi tự làm khó mình và cơ quan báo chí.

“Ngoài ra, để dòng báo nữ có cơ hội phát triển và thể hiện hiệu quả vai trò của mình trong kỷ nguyên số, cần có sự tham gia, đồng hành của các cơ quan, tổ chức, những người làm báo và bạn đọc. Đó là sự thấu hiểu, có cơ chế phù hợp, định hướng, tạo điều kiện của các cơ quan quản lý đối với dòng báo nữ trong hoàn cảnh mới”, TS. Liêu Chí Trung nhấn mạnh. **HỒNG MINH**

NGHỀ BÁO THỜI AI

Khi người trẻ bước vào nghề báo



● Phóng viên Linh Chi phỏng vấn nhân vật trong chuyến thực địa tại Vườn quốc gia Cát Bà. (Ảnh trong bài: NVCC)

Hành trình bước vào nghề báo của những phóng viên trẻ luôn mở đầu bằng những trang nhật ký trong trẻo, đan xen cảm giác bối ngỡ, lo âu và vô số bài học vỡ lòng.

Những ngày đầu chập chững cầm bút

Phóng viên Lê Thị Ngọc Hương, một trong hai thành viên trẻ nhất trong Ban Chuyên đề, Báo Pháp luật Việt Nam, tự nhận mình là một người “rề rang” sang con đường báo chí, với xuất phát điểm một cử nhân Văn học.

“Còn nhớ khoảng bốn năm trước đây, lần đầu tiên tôi đến với Ban Văn hóa - Xã hội (nay thuộc Ban Chuyên đề), nhìn tờ báo số chuyên đề Chủ nhật trên tay. Mọi thứ đối với tôi còn rất mơ hồ. Tôi nhớ những ngày đầu mình viết tin, bài đã vô cùng lúng túng. Thậm chí tôi phải lên mạng tra những thuật ngữ báo chí để phân biệt sự khác nhau giữa các thể loại báo chí để đỡ “quê” trước mặt các anh chị hướng dẫn mình”, Ngọc Hương chia sẻ.

Nữ phóng viên cho rằng mình thật may mắn khi được làm việc trong một tập thể coi nhau như gia đình. Cô nhớ lại, có những hôm vào giữa đêm khuya, tầm 12 giờ đêm vẫn nhận được những email, tin nhắn sửa bài chi tiết từ Trưởng ban hay các anh chị phóng viên “tiền bối”. Dù bận công việc, nhưng tâm lòng tận tụy của những người đồng nghiệp đi trước, sự dìu dắt bền bỉ, “hỗ trợ từng li, từng tí” khiến bản thân cô cảm thấy rất cảm động, cùng với đó là động lực cố gắng sớm làm quen và trưởng thành với nghề báo.

Từ những bối ngỡ ban đầu, Ngọc Hương dần hình thành cho mình một cách nhìn sâu sắc hơn về nghề. Ý nghĩ ban đầu muốn làm nghề báo để “bay nhảy” trải nghiệm những con người, vùng đất mới lạ dần dần thay thế bằng những suy tư về các vấn đề văn hóa, du lịch mình đang làm mỗi tuần.

Cô hóm hỉnh cho biết: “Chẳng biết từ khi nào, thay vì tận hưởng những chuyến đi du lịch, tôi lại trở thành một “bà cô” xét nét bắt đầu đánh giá hiện tượng, xem xét các loại hình du lịch, dò hỏi những sản phẩm du lịch mới ở các điểm đến. Thậm chí, khi cô đồng nghiệp cùng ban chuẩn bị đi nghỉ mát dịp



● Phóng viên Ngọc Hương trong chuyến đi tác nghiệp ở làng nghề dệt lụa Phùng Xá, Mỹ Đức, Hà Nội.

Hưởng tới kỷ niệm 100 năm Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam (21/6/1925 - 21/6/2025), ngày 18/6/2025, Đoàn Thanh niên Chính phủ đã tổ chức Lễ tuyên dương nhà báo trẻ tiêu biểu năm 2025. Sự kiện là dịp để tôn vinh những cống hiến, thành tích xuất sắc của các nhà báo trẻ tiêu biểu thuộc Đoàn Thanh niên Chính phủ trong công cuộc đóng góp cho cơ quan, đơn vị, tổ chức, cho cộng đồng và cho toàn xã hội. Trong số 50 nhà báo trẻ, Báo Pháp luật Việt Nam có 3 đồng chí được tuyên dương là nhà báo trẻ Nguyễn Sỹ Hồng - Phó Trưởng ban Kinh tế và Doanh nhân, Bí thư Đoàn TNCS HCM; nhà báo trẻ Trần Đức Anh - Phóng viên Ban Thư ký Tòa soạn và nhà báo trẻ Nguyễn Gia Hải - Phóng viên Ban Bạn đọc.

30/4 - 1/5, thứ quà mà tôi mong muốn cô ấy mang về nhất là những tấm ảnh chụp các khu lịch nổi tiếng ở Việt Nam,... để tôi “tích góp” làm tư liệu sử dụng cho các bài báo ra ngày thứ Tư hàng tuần. Không biết bắt đầu từ lúc nào, thay vì ra rạp xem phim, ngồi nhấm nháp bóng ngô, uống coca, tôi lại giờ điện thoại lên tra số liệu, doanh thu những phim mà mình đang xem để phục vụ việc viết bài”.

Đi sâu vào nghề làm báo, Ngọc Hương nhận ra “phía sau những dòng tin, phóng sự là sự dấn thân không mệt mỏi của những người làm báo nhằm đấu tranh cho sự thật và công lý. Nghề báo không chỉ thú vị mà còn mang theo trách nhiệm lớn với xã hội - một nghề năng động, nhiều thử thách, luôn đòi hỏi sự nhanh nhạy và linh hoạt. Chính điều đó khiến nghề này trở nên cuốn hút, đặc biệt với những ai yêu thích khám phá và không ngại dấn thân”. Cũng như bao lớp đàn anh, đàn chị đi trước, cô phóng viên trẻ Ngọc Hương cũng mong muốn được dùng ngòi bút của mình để tạo ra những sản phẩm báo chí chuẩn mực và độc đáo, góp phần xây dựng xã hội tốt đẹp, nhân văn hơn.

Bài báo đầu tay và những động lực đầu đời

Cũng như Ngọc Hương, phóng viên Nguyễn Linh Chi là một thành viên trẻ tuổi khác thuộc Ban Chuyên đề, Báo Pháp luật Việt Nam. Gần bó với tòa soạn từ năm 2020, cô phóng viên Linh Chi đã ghi dấu

hành trình làm báo của mình bằng không ít kỷ niệm đáng nhớ với cơ quan, với nghề. Trong đó, câu chuyện về bài báo đầu tay vẫn luôn là mảnh ký ức cô giữ trọn vẹn cho đến hôm nay. Với tựa đề “Bún măng, cháo chửi tồn tại nhờ... khách hàng tốt nhện”, bài báo vòn vẹn 900 chữ cùng một bức ảnh minh họa chính là điểm khởi đầu trên hành trình cầm bút của cô.

“Đề tài đầu tiên tôi được giao viết về các hàng quán bún măng, cháo chửi, một chủ đề dân sinh rất gần gũi. Mặc dù là một đề tài thú vị nhưng tôi cũng dè dặt lúng túng vì chưa viết báo chuyên nghiệp bao giờ. May mắn thay, các anh chị đi trước đã tận tình hướng dẫn tôi ở những bước đi đầu tiên. Đến giờ tôi vẫn lưu giữ email góp ý và biên tập hôm đó của chị như một kỷ niệm quý. Chị không chỉ đưa ra những lỗi sai tôi mắc phải mà còn động viên, khích lệ tôi rất nhiều. Đây có thể coi là một trong những động lực để tôi mạnh dạn thử sức đam mê với nghề vào thời điểm đó”, Linh Chi bồi hồi nhớ lại.

Gần 5 năm sau dấu mốc đầu tiên, nữ phóng viên trẻ Linh Chi ngày nào giờ đã trưởng thành hơn, không chỉ trong con người mà cả trong tư duy làm báo. Cô có cơ hội đặt chân đến nhiều vùng đất, gặp gỡ nhiều con người và chứng kiến không ít gam màu sáng - tối trong bức tranh đời sống xã hội. Với cô, mỗi chuyến đi là một bài học, mỗi nhân vật là một lát cắt đời thực, góp phần làm giàu vốn sống, phong

phú hành trang nghề nghiệp và nuôi dưỡng cảm xúc trong hành trình làm báo.

Tất nhiên, cơ hội luôn song hành thử thách và với nghề báo điều đó càng hiện rõ. Với phóng viên trẻ, khó khăn có thể đến từ mọi phía: áp lực về số lượng tin bài, áp lực về chất lượng sản phẩm, áp lực về kinh tế báo chí hay những lần gặp khó khăn, cản trở khi tác nghiệp... Trong những khoảnh khắc chông chênh đó, Linh Chi vẫn luôn khắc ghi lời dặn dò từ những người thầy, người đồng nghiệp đáng kính trong tòa soạn. Với cô, đó là “kim chi nam” quý giá, là điểm tựa về mặt chuyên môn và đạo đức nghề nghiệp, tiếp thêm động lực để cô không ngừng nỗ lực, sáng tạo và đổi mới trên con đường đã chọn.

Nhìn về phía trước, Linh Chi mong muốn tiếp nối thế hệ các anh chị, thực sự trở thành một “chiến sĩ trên mặt trận tư tưởng” - như cách ví von quen thuộc trong nghề báo. Cô đặt cho mình mục tiêu không ngừng rèn luyện để có “mắt sáng, lòng trong, bút sắc”; giữ vững bản lĩnh trước cám dỗ; dũng cảm đấu tranh với những biểu hiện sai trái, tiêu cực; lắng nghe hơi thở của cuộc sống... Với Linh Chi, đó là cách để cô có thể làm báo không chỉ bằng kỹ năng mà còn bằng trái tim và trách nhiệm người làm nghề.

Lời gửi gắm cho những người trẻ yêu nghề báo thời đại số

Có thể khẳng định rằng, thế hệ phóng viên trẻ đang kế thừa và tiếp nối các thế hệ đi trước, từng ngày góp sức xây dựng nên báo chí hiện đại Việt Nam. Nghề báo hôm nay, bên cạnh những giá trị cốt lõi của đạo đức nghề nghiệp, còn đòi hỏi người làm báo phải hội tụ nhiều kỹ năng đa dạng: từ kỹ năng chuyên môn báo chí đến khả năng sử dụng công nghệ, mạng xã hội, truyền thông đa phương tiện...

Trong thời đại công nghệ số phát triển mạnh mẽ, phóng viên trẻ cũng phải đối diện với áp lực cạnh tranh khốc liệt về tốc độ đưa tin. Tin bài được cập nhật theo từng phút, từng giây và chỉ cần chậm một bước, thông tin đã dễ dàng trở nên cũ kỹ giữa biển thông tin khổng lồ. Thách thức càng lớn hơn khi tin giả, thông tin sai lệch, nội dung giật gân ngày càng có đất sống mạnh mẽ trên mạng xã hội. Người làm báo trẻ không chỉ đơn thuần viết bài, mà còn phải có đủ năng lực kiểm chứng, thẩm định và phản biện thông tin. Giữa ma trận dữ liệu ấy, việc giữ vững ngòi bút trung thực, khách quan, công tâm trở thành một trong những thước đo phẩm chất phóng viên trẻ.

Dù trong bối cảnh như vậy, điểm chung của những người trẻ chọn nghề báo, dù ở thế hệ nào, vẫn luôn là đam mê cháy bỏng với sự thật và khát vọng cống hiến giá trị tích cực cho xã hội. Chính đam mê là thứ giữ chân họ ở lại với nghề, vượt qua những đêm thức trắng chỉnh sửa bài vở, vượt qua những chuyến đi thực địa khắc nghiệt, vượt qua những bình luận tiêu cực mỗi khi bài báo gây tranh luận trái chiều.

Trong sự dấn thân không ngại ngại ấy, họ trưởng thành từng ngày. Có người, như Ngọc Hương, từ một cử nhân Văn học bối ngỡ đã trở thành phóng viên dày dặn kinh nghiệm, có cái nhìn sắc sảo, luôn trăn trở với nghề. Có người, như Linh Chi, từ bài báo đầu tay 900 chữ đã vươn lên trở thành cây bút bản lĩnh, luôn nuôi dưỡng khát vọng “làm báo bằng trái tim và trách nhiệm”. Nhìn rộng hơn, thế hệ phóng viên trẻ hôm nay không chỉ đơn thuần tiếp bước những giá trị làm nghề truyền thống được hun đúc qua nhiều thế hệ, mà còn đóng vai trò như những nhân tố trung tâm trong tiến trình chuyển mình mạnh mẽ của báo chí hiện đại, bước vào kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.

Đ. TRANG - N. HƯƠNG - L. CHI

Các phóng viên trẻ cũng đã ghi dấu ấn qua các giải thưởng báo chí uy tín. Đơn cử, phóng viên Lê Thị Ngọc Hương là thành viên trong nhóm tác giả đạt Giải C Giải báo chí ‘Vì sự nghiệp Đại đoàn kết toàn dân tộc’ lần thứ XVI, năm 2023 - 2024; Giải khuyến khích, Giải báo chí về Phát triển văn hóa và xây dựng

người Hà Nội thanh lịch, văn minh lần thứ VII năm 2024. Phóng viên Nguyễn Linh Chi cũng trong nhóm tác giả đạt Giải B, Giải Báo chí Tài nguyên và Môi trường lần thứ VII năm 2024; Giải khuyến khích, Giải thưởng báo chí về khoa học và công nghệ năm 2023...

NGHỀ BÁO THỜI AI

Báo Quân giải phóng - Câu chuyện của những người làm báo thời chiến

Tờ báo trở thành một bộ phận quan trọng hợp thành mũi đầu tranh chính trị

Báo Quân giải phóng ra số đầu tiên vào ngày 1/11/1963, trùng với ngày tướng lĩnh Sài Gòn lật đổ chế độ Ngô Đình Diệm và tờ báo dừng lại vào ngày 15/10/1975, lúc non sông Việt Nam đã nối liền một dải. Theo TS. Hồ Sơn Đài chia sẻ, trong điều kiện chiến tranh tàn khốc, việc viết được một bài báo và chuyển tay bài báo ấy (xé từ cuốn sổ học trò 100 trang) về tòa soạn đã khó, việc in ấn tờ báo phát hành đến từng trung đội Quân giải phóng trên toàn miền Nam càng khó hơn.

Vậy mà trong 12 năm, đã có 338 số với đầy đủ các chuyên mục như: xã luận, bình luận, thông cáo báo chí, tin tức thời sự, phóng sự ghi chép, tường thuật, gương người tốt - việc tốt, văn nghệ, tranh, biếm họa... Các số báo phản ánh trung thực cuộc chiến đấu khắp chiến trường miền Nam. Tờ báo Quân giải phóng đã gắn liền với hình ảnh những người lính - phóng viên chiến trường, chuyên tải những chiến thắng vang dội, khích lệ tinh thần quân dân.

“Cũng như những phương tiện truyền thông khác lúc bấy giờ (như báo Giải phóng, Đài phát thanh Giải phóng), nội dung báo Quân giải phóng phản ánh, quy chiếu cuộc chiến tranh chống Mỹ trên chiến trường miền Nam từ hướng tiếp cận của những người lính - nhà báo. Gần nửa trong số họ đã ra đi trước và sau ngày 30/4/1975. Đó là lý do tôi viết cuốn sách nhỏ này, phần để góp tư liệu cho nỗ lực phục dựng lịch sử Việt Nam thời hiện đại, phần để tri ân các cựu cán bộ, phóng viên, nhân viên, những người giờ đây dù tuổi đã trên, dưới tám mươi, vẫn vẹn nguyên niềm tin yêu một thời làm báo Quân giải phóng”, Đại tá, PGS. TS Hồ Sơn Đài bộc bạch về lý do ông muốn viết một cuốn sách đầy đủ tư liệu để tri ân, hồi niệm về đồng đội, nhưng nhà báo làm nên tờ báo trong lòng địch.

Ngược dòng lịch sử, ngày những năm đầu thập niên 60 của thế kỷ 20, cùng với việc kiện toàn công tác lãnh đạo và chỉ huy các Lực lượng vũ trang giải phóng miền Nam Việt Nam (LLVT GPMN), Quân ủy, Bộ Chỉ huy các LLVT GPMN đã chú trọng công tác tuyên truyền và vận động cách mạng.

Ngày 25/3/1963, Trường ban Quân sự miền Trần Nam Trung đã ký văn bản thống nhất chủ trương thành lập Báo Quân giải phóng. Sau thời gian chuẩn bị, ngày 1/11/1963, Báo Quân giải phóng, cơ quan ngôn luận của Quân ủy và Bộ Chỉ huy các LLVT GPMN, tiếng nói của LLVT GPMN chính thức ra đời, phát hành số báo đầu tiên với 4 trang khổ A5.

Từ ngày thành lập cho đến khi hoàn thành sứ mệnh lịch sử vào ngày 15/10/1975, Báo Quân



● Đại tá PGS-TS Hồ Sơn Đài khi ra mắt cuốn sách “Báo Quân giải phóng miền Nam Việt Nam (1963-1975)” và diện mạo tờ báo Quân giải phóng (chụp lại từ sách). (Ảnh: PV)

Đại tá, PGS.TS Hồ Sơn Đài đã dành thời gian trong hai năm sưu tầm tư liệu, gặp gỡ nhân chứng qua các giai đoạn của Báo Quân giải phóng, cung cấp dữ liệu cho bạn đọc những tư liệu quý về lịch sử tờ báo này trong dòng chảy báo chí cách mạng Việt Nam. Cuốn sách Báo Quân giải phóng miền Nam Việt Nam (1963 - 1975) đã mở ra cho tôi nhiều điều lý thú về những nhà báo quả cảm của thời chiến, mang thông tin từ “chiến trường đỏ lửa” đến bạn đọc.



● Nhà báo Hồ Văn Sanh (bìa trái) tại TP Sài Gòn, tháng 5/1975.

giải phóng đã xuất bản 338 số. Tuy chỉ kéo dài trong 12 năm, nhưng đó cũng là giai đoạn quyết liệt nhất của cuộc kháng chiến chống Mỹ, cứu nước của dân tộc ta. Báo Quân giải phóng đã cùng các cơ quan truyền thông cách mạng như Đài Phát thanh giải phóng, Tạp chí Văn nghệ Quân giải phóng, Chương trình Phát thanh Quân giải phóng miền Nam... phản ánh mọi hoạt động của quân và dân miền Nam từ năm 1963 đến năm 1975.

“Đó là những bài báo quán triệt chủ trương, nhiệm vụ đấu tranh trong từng thời kỳ lịch sử cụ thể;

phổ biến các tấm gương tập thể và cá nhân điển hình, những thông tin tri thức và bài học kinh nghiệm về xây dựng lực lượng và nghệ thuật quân sự của lực lượng vũ trang, tố cáo bản chất, âm mưu, thủ đoạn của đế quốc Mỹ... Tờ báo đã thực sự trở thành một bộ phận quan trọng hợp thành mũi đầu tranh chính trị trong phương châm hai chân ba mũi ba vùng; một thứ vũ khí tin cậy và sắc bén của Quân ủy, Bộ Tư lệnh, các lực lượng vũ tranh nhân dân giải phóng miền Nam Việt Nam trên lĩnh vực chính trị, tư tưởng và văn hóa”, Đại tá Hồ Sơn Đài nhấn mạnh.

Bài ca tôi không quên

Như chia sẻ của Đại tá PGS.TS Hồ Sơn Đài ở trên, ông đã dành trọn hai năm sưu tầm tư liệu, gặp gỡ nhân chứng để từ đó cho ra đời tập sách như một công trình khoa học quý hiếm. Tập sách dày 400 trang, đây ấp tư liệu. Với 108 số báo có trong tay, tác giả Hồ Sơn Đài đã phục dựng được quá trình hình thành và phát triển của Báo Quân giải phóng một cách trung thực và sinh động.

Chương 1 tập trung vào giai đoạn 1963 - 1965 gắn liền với “Chiến tranh đặc biệt”; Chương 2: thời kỳ 1966 - 1968 nổi bật là

Trong phần Ký ức, nhà báo Nguyễn Thế Kỷ viết: “Sau khi ký Hiệp định Paris, tờ Quân giải phóng lại theo dấu chân chiến sĩ cùng toàn quân, toàn dân ta đi giữ gìn vùng giải phóng, tham gia hầu hết các cuộc trao trả tù quân sự, dân sự tại các sân bay miền Đông. Dù sinh ra và lớn lên ngay trên mảnh đất ngày đêm bom đạn, Báo Quân giải phóng không bao giờ đăng những tin giật gân “câu khách”, luôn luôn giữ lòng trung thành, kiên trinh, là tiếng nói của lực lượng vũ trang cách mạng. Gian khổ có thừa nhưng ác liệt cũng không thiếu. Chỉ trong đêm cuối tháng 12/1972, máy bay B52 đánh trùm xuống nơi tòa soạn đóng quân, một chiến sĩ hỏa tặc (người chuyên chuyển các tin tức ra bộ phận điện đài) hy sinh chỉ còn tìm thấy máu chảy lưng có chữ T trong tên. Gian khổ ác liệt thế nhưng báo bao giờ cũng ra định kỳ và phát hành tới cấp trung đội. Số cuối cùng phát hành vào cuối tháng 10/1975 tại TP HCM còn vương mùi thuốc súng”.

Nhà báo Đỗ Đình Nghiệp viết: “Khi ấy chúng tôi hầu hết ở độ tuổi 24 - 25. Thật tự hào đã có

những ngày đẹp nhất trên trận tuyến đánh quân thù trong cương vị là phóng viên Báo Quân giải phóng, là người của Cục Chính trị miền. Đó là những ngày không thể nào quên mỗi lần đi công tác nhận được sự đùm bọc, chở che của bà con cô bác kiên trung bất khuất ở vùng ven Sài Gòn, ở vùng đất miền Đông Nam Bộ bạt ngàn rừng cao su, bạt ngàn rừng chổi non gian lao mà anh dũng”.

Nhà báo Đỗ Tất Thắng viết: “Chúng tôi còn rất trẻ, nhưng tất cả đều là những phóng viên đã được “tu nghiệp” ở chiến trường Quảng Trị năm 1972, chỉ có điều đây là những phóng viên “ăn cơm Bắc, đánh giặc Nam” vì là bộ đội đi “bê” ngắn. Vào Báo Quân giải phóng miền Nam mới là đi “bê” dài. Ở báo, chúng tôi lần đầu tiên ăn Tết xa nhà. Trước khi ăn bữa cơm tất niên, mấy phóng viên trẻ ra bờ suối lau nước mắt vì nhớ nhà. Chúng tôi biết thế nào là phát nương làm rẫy, giờ giải lao lèn bụng bằng bát cháo loãng, nghe tiếng tắc kè, đếm lẻ thì nắng chẵn thì mưa...”.

cuộc Tổng tiến công và nổi dậy Tết Mậu Thân; Chương 3: 1969 - 1972 tái hiện thời kỳ chiến trường mở rộng qua Campuchia; cuối cùng là Chương 4: 1973 - 1975 với cuộc Tổng tiến công và nổi dậy mùa xuân 1975 giải phóng hoàn toàn miền Nam, thống nhất đất nước.

Để có được những tư liệu quý, chân dung của 64 người từng làm việc trực tiếp tại Báo Quân giải phóng, tác giả Hồ Sơn Đài đã dụng công sưu tầm tư liệu và hiện vật, lặn lội khắp cả nước tìm gặp các nhân chứng và từ đó đã có được danh sách của tất cả 64 người năm đó từng công tác tại Báo Quân giải phóng.

Đó là tổng biên tập của báo từ số đầu tiên như Lê Đình Lệ (Tư Trục), rồi lần lượt là Hồ Văn Sanh, Nguyễn Việt Tá...; đến các phóng viên, biên tập viên Trần Nam Hưng, Phạm Phú Bằng, Vũ Tuất Việt, Trần Phần Chấn, Mai Bá Thiện, Đặng Văn Nhung...; hay cả những phóng viên trẻ mới tốt nghiệp đã vào thẳng chiến trường như: Vũ Ngọc Xiêm, Đỗ Tất Thắng, Nguyễn Sung, Trần Đình Bá, Nguyễn Việt Ân, Vũ Đình Hưng...; và có những người đã mãi mãi nằm lại chiến trường như các nhà báo liệt sĩ Phạm Ngọc Châu, Thân Trọng Hân... Mỗi cá nhân có những nét riêng, có chuyên môn khác nhau nhưng bằng sự cống hiến vô tư, trong sáng của mình đã góp công xây dựng nên truyền thống tờ báo anh hùng.

“Và dù ở đâu, làm gì, hình ảnh những năm tháng hoạt động ở Báo Quân giải phóng luôn đọng lại, lung linh trong tâm thức mỗi cựu cán bộ, phóng viên, biên tập viên, nhân viên tòa soạn. Những hoạt động ấy không chỉ là thao tác nghiệp vụ như lấy tin, viết bài, biên tập, lên trang ấn hành... mà gồm cả cuộc sống và chiến đấu của một người lính trận. Phóng viên Thân Trọng Hân, Phạm Ngọc Châu ngã xuống trong đội hình các tiểu đoàn mũi nhọn tiến công trên địa bàn vùng ven thành phố Sài Gòn. Nhà báo Nguyễn Nghiệm, chuyên viên bản khắc gỗ Văn Nghiệp, phụ trách tư liệu và maquette Tân Nghiệm, thư ký đánh máy Mỹ Dung đã hy sinh trong khi tìm đánh biệt kích hoặc bị bom B52 rải thảm. Những trang viết của Phạm Phú Bằng, Đặng Văn Nhung, Trần Phần Chấn nhoe máu trong cuộc Tổng tiến công xuân 1968. Tính đến ngày thống nhất đất nước 30/4/1975 báo đã có 25 cán bộ, phóng viên, biên tập viên được tặng thưởng Huân chương Chiến công và danh hiệu của Nhà nước. Báo được phong tặng danh hiệu Đơn vị Anh hùng Lực lượng Vũ trang nhân dân”, Đại tá Hồ Sơn Đài bồi hồi.

Có thể khẳng định, Báo Quân giải phóng đã góp phần tạo dựng diện mạo báo chí cách mạng nước ta, nhất là ở chiến trường miền Nam, nơi thành đồng Tổ quốc.

TUẤN NGỌC

Thanh âm của sự thật

Truyện ngắn của TRẦN ĐỨC ANH

Em ơi, nghe đó... Trong đêm lạnh.
Đằm thắm bên em, một tiếng đàn!

(Tổ Hữu)

Tin đầu tiên xuất hiện trên một trang fanpage lớn: “Bé trai 10 tuổi đánh đàn dạo trước bệnh viện để xin tiền chữa ung thư cho mẹ. Người mẹ nằm trên băng ca, sắp qua đời...”

Chỉ vài tiếng sau, clip lan khắp các nền tảng. Hình ảnh cậu bé gầy gò, ôm chiếc đàn guitar lớn hơn cả người, ngồi trước cổng Bệnh viện K, ánh mắt ráo hoảnh, tay gảy những hợp âm còn vụng về... phía sau là người phụ nữ nằm thiêm thiếp trên băng ca, gối đầu bằng áo khoác, chăn phủ qua vai. Một bản nhạc buồn, gió lùa xao xác. Cảnh tượng như cắt từ phim.

Hàng triệu người chia sẻ với lời kêu gọi: “Chúng ta hãy giúp đỡ em!”. Một tài khoản TikTok kêu gọi ủng hộ, dẫn số tài khoản ngân hàng “mẹ của bé”.

Hai ngày sau, số tiền chuyển khoản lên tới hơn 650 triệu đồng. Nhưng cũng trong ngày hôm đó, một tài khoản khác tố cáo: “Cảnh quay được dàn dựng. Người mẹ không bị ung thư. Họ là hai mẹ con sống lang thang, chuyên giả vờ để xin tiền”.

Phần nộ ập tới. Người ta đào lại những clip cũ: cùng cậu bé đó, chiếc đàn đó,

nhưng lần khác là “xin tiền mua áo ấm”, lúc thì “nuôi em mồ côi”, có lúc nói mẹ bị liệt. Cộng đồng mạng phần uất: “Lừa đảo lòng tin!”, “Khóc thuê lấy tiền thật!”, “Cần truy tố!”.

Ba hôm sau, công an phường mời hai mẹ con lên làm việc. Họ xác nhận danh tính, nhưng kết luận không đủ yếu tố cấu thành lừa đảo - vì không ai ép ai chuyển tiền. Cậu bé được đưa vào trung tâm bảo trợ. Người mẹ được đưa đi khám, xác định không ung thư, chỉ viêm dạ dày mãn tính.

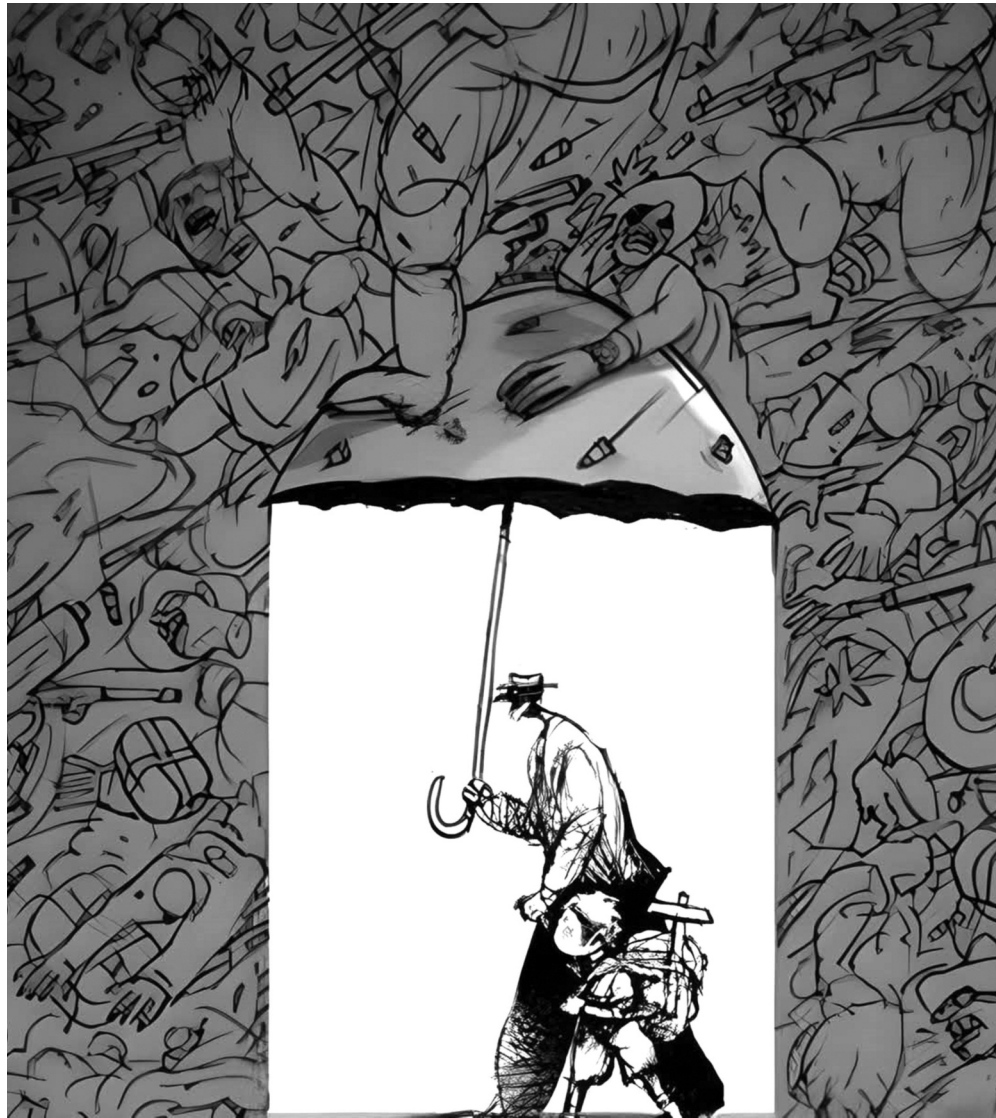
Câu chuyện tạm khép lại trong cơn thất vọng của mạng xã hội. Đám đông quay lưng nhanh như lúc từng tôn vinh. Không ai còn bận tâm đến hai mẹ con ấy nữa.

Ngoại trừ một người.

Nhà báo Nam tình cờ thấy clip trong lúc trực tin buổi tối. Anh đã làm báo hơn 15 năm, qua không biết bao vụ “người tốt bất ngờ hóa lừa đảo”. Nhưng lần này, có gì đó khiến anh do dự.

Anh nhìn đi nhìn lại khuôn mặt của cậu bé - không phải ánh mắt dối trá, mà là một nỗi ngơ ngác u uẩn mà anh từng thấy, từ chính gương mặt em trai mình năm xưa - lúc bố mẹ Nam ly hôn, để lại hai anh em sống với bà ngoại.

Nam quyết định đến trung tâm bảo trợ xã hội. Anh không đến với tư cách nhà báo. Chỉ là “anh Nam”, người tình nguyện



● Tranh minh họa. (Nguồn: ST)

trò chuyện với trẻ. Cậu bé tên là Tí. Mười tuổi, nhưng chỉ cao chưa đầy một mét ba. Tóc cắt ngắn, da nâu sạm. Lúc đầu, Tí không nói chuyện. Cậu cứ ngồi thu mình trong góc sân, ngón tay lẩn vào khe áo, ánh mắt trôi đi đâu đó.

Phải ba lần đến thăm, Nam mới nghe được những lời đầu tiên.

“Chú có đàn không?”

“Có. Chú chơi được vài bài”

“Chú đàn bài “Con cò bé bé” được không?”

Nam gật đầu. Lần thứ tư đến, anh mang theo một cây ukulele cũ. Anh đàn cho Tí nghe. Cậu bé mỉm cười. Nụ cười đầu tiên.

Từ đó, Nam bắt đầu nghe Tí kể chuyện.

Tí nói thật. Cậu không biết “lừa đảo” là gì. Mẹ cậu hay nói: “Minh nghèo, minh phải kể cho người ta nghe thì người ta mới thương”. Cứ thế, mỗi ngày hai mẹ con đi

TIẾNG LÒNG

Cha tôi và nghề báo



● Ảnh minh họa: ST

Cuộc đời họa phúc khôn lường, đôi khi ta phải cảm ơn nghịch cảnh, bởi nghịch cảnh lại là bước ngoặt để cuộc đời rẽ sang trang khác, tốt đẹp hơn. Ít nhất, đối với gia đình tôi điều này hoàn toàn đúng. Một biến cố không vui trong

sự nghiệp của cha mẹ, lại là cánh cửa để con bước đến với nghề báo.

Năm ấy, khi đang giảng dạy, mẹ tôi gặp phải sự trù dập từ cấp trên và đồng nghiệp chỉ vì đấu tranh chống tiêu cực trong vai trò của Chủ tịch Công đoàn

trường. Một giáo viên dạy giỏi cấp tỉnh bỗng dưng bị điều đi dạy xa, bị “đầu tố”, ghe lạnh...

Cha tôi khi ấy đã tìm đến các cơ quan chức năng gõ cửa “kêu cứu”. Được một người bạn văn “mách nước” rằng Báo Pháp luật Việt Nam là một tờ báo có tính chiến đấu cao, không làm ngơ với những bất công trong xã hội, cha tôi lặn lội tìm đến văn phòng đại diện Báo khi ấy tọa lạc trên đường Trần Đình Xu, quận 1, TP Hồ Chí Minh. Tiếp cha tôi khi ấy là nhà báo Nguyễn Bích Loan, sau khi nghe và xem hồ sơ vụ việc, đã cử phóng viên đến xác minh. Bài báo phản ánh sự việc bất công mà mẹ tôi đang gặp phải đã được đăng tải với thông tin chân thực, lý lẽ xác đáng. Nhờ đó, những người làm sai phải tự nhìn nhận lại, mọi thứ đã thay đổi theo hướng tốt đẹp hơn cho mẹ tôi, cho gia đình tôi.

Từ câu chuyện ấy, một cơ duyên mới đã mở ra. Cha tôi là một nhà sĩ nhưng yêu văn chương, thường làm thơ, viết văn, tham gia hội văn nghệ địa phương. Sau sự việc, cảm kích tờ báo, ông đã đặt dài hạn Báo Pháp luật Việt Nam để đọc và lan tỏa đến mọi người. Đọc báo nhiều, ông bỗng phát hiện ra rằng... mình cũng có khả năng viết báo. Cha tôi trở thành cộng tác viên của Báo Pháp luật Việt Nam, bắt đầu bằng những mẫu tin văn nghệ địa phương.

Thời điểm năm 2000, Báo Pháp luật Việt Nam lần đầu tiên đứng ra tổ chức Cuộc thi viết “Gương sáng Tư pháp” với sự chỉ đạo của Bộ Tư pháp. Cuộc thi nhằm mục đích phát hiện những tấm

gương sáng về tuân thủ pháp luật, tích cực cống hiến cho cộng đồng. Nhân vật cha tôi chọn viết là bà Lâm Hồng Nhạn, một cựu tù Côn Đảo với cuộc đời hoạt động cách mạng can trường. Thời bình, đã cao tuổi nhưng bà vẫn hoạt động mạnh mẽ tại địa phương như hiến đất làm trường học, tham gia hội khuyến học, làm Chủ tịch Hội Phụ nữ... Suốt quá trình hoạt động, bà đã giúp bao đứa trẻ được đến trường, bao chị em phụ nữ có việc làm, hòa giải và hàn gắn nhiều gia đình đang trên bờ vực đổ vỡ... Bà từng nhận nhiều Huy chương, Bằng khen, trong đó có Bằng khen của Bộ trưởng Bộ Tư pháp.

Một nhân vật nổi trội như thế lại chưa được một bài báo nào vinh danh. Tôi còn nhớ, những ngày ba tôi đi viết bài, ông dường như đã “nhập vai” thành một nhà báo đích thực. Ba sắm máy ảnh, đi thu thập thông tin, chụp ảnh. Nào phỏng vấn nhân vật, phỏng vấn lãnh đạo địa phương... Phòng mạch của ba tôi ngày ấy rất đông khách nên ông chỉ có thể viết khi đêm về. Thời ấy chưa có máy tính, còn viết tay, cứ viết một đoạn ông lại đọc lên cho cả nhà nghe. Mẹ tôi góp ý, rồi ba tôi hí hoáy chỉnh sửa, tẩy xóa... Trong kí ức của tôi, cảnh tượng ấy mới đẹp đẽ, ấm áp làm sao.

Bao nỗ lực được đáp đền xứng đáng khi ba tôi nhận được tin bài viết mang tính phát hiện của ông đã đoạt giải Nhì Cuộc thi “Gương sáng Tư pháp”. Ba tôi được ra Hà Nội nhận giải, được gặp và trò chuyện cùng Bộ trưởng Bộ Tư pháp Ưông Chu Lưu, tiếp xúc với nhiều nhà báo kì cựu, học hỏi được rất nhiều.

tới một góc khác nhau. Bệnh viện K là nơi nhiều người dễ rơi nước mắt. Mẹ bảo: “Minh không ăn cắp, không móc túi. Chỉ cần đàn, rồi người ta thương thì cho”.

Nam hỏi: “Mẹ con bắt con nói dối không?”
Tí lắc đầu: “Mẹ nói... ai hỏi gì thì con nói thật. Nhưng mà, nếu người ta không hỏi thì thôi”.

Có một khoảng lặng giữa hai người. Nam chột thấy lòng mình trùng xuống. Cậu bé đó... không dối trá. Chỉ là cậu không hiểu nổi thế giới người lớn. Nhưng rồi có một chi tiết khiến Nam giật mình. Tí kể: “Mẹ con nói: chỉ cần con đánh đúng bài hôm đó, sẽ có người cho tiền. Có người từng nói vậy với mẹ”. Nam bắt đầu nghi ngờ. Ai nói với mẹ cậu? Ai dàn xếp? Tại sao lại cần đúng bài?

Anh xem lại clip lan truyền. Ở giây thứ 12, có một bóng người phía sau Tí - đàn ông, áo khoác đen, đội mũ lưỡi trai, cầm điện thoại quay, rồi biến mất.

Nam lần theo, tìm đến một nhóm “sáng tạo nội dung xã hội” từng đăng clip. Qua nhiều ngày, anh tiếp cận được một người tên M., chủ kênh. Trong vai cộng tác viên mới, Nam gọi chuyện và được nghe M. nói: “Bọn anh không dàn dựng hoàn toàn đâu, chỉ tìm những đứa có hoàn cảnh thật, rồi hướng dẫn tụi nó “diễn lại”. Kịch bản thì đơn giản thôi. Quay xong, dựng, lồng nhạc, là triệu view”.

Nam hỏi: “Còn tiền kêu gọi?”
M. nhếch mép: “Tụi nó nghèo thiệt mà. Tụi anh chỉ giữ phần nhỏ để vận hành. Còn lại thì... mẹ con nó tự xử”.

Nam hỏi: “Ai cầm tài khoản nhận tiền?”
M. ngừng lại. Rồi nói nhỏ: “Tài khoản là của tụi anh. Mẹ nó đâu biết chứ”.

Nam chết lặng.
Bài viết của Nam xuất hiện một tuần sau đó, với tiêu đề: “Khi tiếng đàn xin lỗi cuộc đời”. Không biện hộ. Không bào chữa. Chỉ là một hành trình - từ một clip dậy sóng đến sự thật phía sau nó.

Không ai lừa ai. Chỉ là hai mẹ con bị lợi dụng. Họ chưa bao giờ hiểu được trò chơi của mạng xã hội. Điều bất ngờ xảy ra sau bài báo.

Một tổ chức thiện nguyện tìm đến trung tâm bảo trợ. Họ đề nghị nhận nuôi Tí - với điều kiện mẹ cậu phải học nghề, ổn định cuộc sống. Một trung tâm âm nhạc nhỏ hứa cấp học bổng cho Tí học đàn chính quy. Một nhóm nhạc sĩ chuyên nghiệp tặng cây đàn mới cho cậu.

Hai năm sau. Một chương trình truyền hình mời cậu bé Tí - nay 12 tuổi - lên biểu diễn trong đêm nhạc “Tiếng hát trẻ em đường phố”. Cậu mặc sơ mi trắng, tóc vuốt gọn, tay ôm cây đàn được khắc dòng chữ: “Âm nhạc là mái nhà đầu tiên của con”.

Người dẫn chương trình hỏi: “Con có điều gì muốn nói với khán giả hôm nay không?”

Tí cười hiền và đáp: “Con chỉ muốn cảm ơn một chú nhà báo đã tin rằng... con không phải là người xấu”.

Phía sau hậu trường, Nam đứng lặng. Ánh đèn chiếu lên gương mặt anh một khoảng sáng dịu dàng. Anh không cần ai biết mình là ai. Vì với một người làm báo như anh, sự thật được hiểu đúng... là phần thưởng lớn nhất.

Vài tháng sau, mạng xã hội lại rộ lên clip một nhóm người đồng giả bệnh nhân để xin tiền từ thiện tại chợ đầu mối. Một fanpage đăng lại câu chuyện về Tí, nhưng bịa thêm: “Sau khi được giúp đỡ, mẹ cậu bé trốn viện, mang tiền bỏ trốn với bạn trai”.

Nam không viết bài phản bác. Anh chỉ lặng lẽ gửi email cho từng tòa soạn, kèm bằng chứng: người phụ nữ bị vu khống ấy, hiện đang làm đầu bếp cho một bếp ăn từ thiện, mỗi ngày nấu 100 suất cơm phát miễn phí cho bệnh nhân nghèo.

Tòa soạn cũ của Nam đăng lại toàn bộ sự thật - lần này, kèm theo một dòng chữ in đậm: “Xin lỗi những người từng bị tổn thương bởi sự vội vàng của đám đông”.

Và rồi, Nam lại tiếp tục công việc quen thuộc - đọc, lắng nghe, tìm kiếm những câu chuyện nhỏ giữa biển tin giả. Anh không cần đèn sân khấu. Chỉ cần mỗi sự thật nhỏ bé ấy được giữ lại - như tiếng đàn mong manh trên mái tôn một ngày mưa. **T.Đ.A**

Đó là một điểm son đầy hãnh diện trong cuộc đời của cha tôi, một nhà sĩ vốn thành công trong nghề y nhưng lại trót yêu nghiệp viết lách. Tám Bằng khen từ cuộc thi được treo trang trọng trong phòng mạch, ngay sau chỗ ba tôi ngồi làm việc. Suốt nhiều tháng và nhiều năm sau, ba tôi vẫn kể cho bạn bè, cho bệnh nhân nghe về giải thưởng đầy vinh dự ấy. Kỷ niệm về chuyến đi Hà Nội nhận giải “Gương sáng Tư pháp” là một trong những kỷ niệm ngọt ngào nhất của ba.

Với tất cả những gì tôi từng chứng kiến trong gia đình, ngày mới lớn, trong tôi nghề báo là một điều gì đó vừa cao quý, đáng ngưỡng mộ và những mơ ước bắt đầu dẹt nên trong tâm trí cô học trò nhỏ. Đó cũng là lý do tôi chọn thi vào khoa Ngữ văn và Báo chí của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TP Hồ Chí Minh. Sau khi ra trường, mặc dù có cơ hội được làm việc với nhiều tờ báo, tôi vẫn xin về Báo Pháp luật Việt Nam.

Báo Pháp luật Việt Nam, nơi tôi được học những bài học đầu đời khi làm báo: Cách viết một cái tin đúng chuẩn, cách chụp một bức ảnh báo chí, cách viết ghi chép, phóng sự, cách phỏng vấn nhân vật, cách lắng nghe tiếng nói người dân... Năm 2010, Báo Pháp luật Việt Nam tổ chức lại Cuộc thi viết “Gương sáng Tư pháp”, tôi tham gia và tình cờ làm sao, cũng đoạt giải Nhì với bài viết về một nhân viên lập trình có nhiều sáng kiến đột phá của Sở Tư pháp tỉnh Bình Dương. Ba tôi khi ấy rất tự hào rằng “con tiếp bước cha”, ba cũng được dịp một lần nữa ôn lại những kỷ niệm hạnh phúc với tờ báo mà ba luôn đặt trong tim.

Giờ đây, ba tôi đã qua đời. Tám Bằng khen Báo trao cho ba tôi năm xưa vẫn được gia đình cất giữ cẩn thận bên cạnh những di vật quý báu của ba. Sinh thời, ba tôi yêu văn chương, đam mê viết lách, nhưng khi đứng giữa những lựa chọn, ông vẫn luôn lựa chọn công việc nhà sĩ. Đó là một lựa chọn mang tính thực tế, bởi ông muốn gia đình tôi được đủ đầy, muốn các con được lớn lên với điều kiện kinh tế tốt nhất, bởi “nghề báo tuyet vời lắm nhưng... nghèo lắm”.

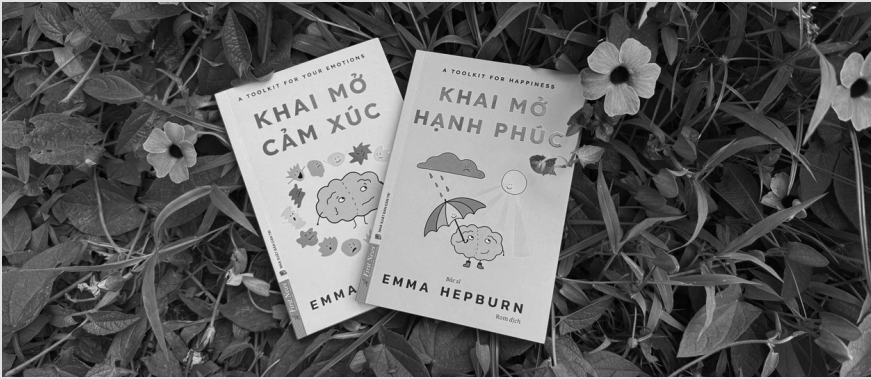
Ước mơ làm báo của cha tôi vì hoàn cảnh mà phải chôn giấu vào sâu thẳm đáy lòng, nhưng may mắn tôi đã thay cha tôi viết tiếp giấc mơ dang dở. Khi cha tôi còn sống, việc có một đứa con gái làm báo, đang công tác tại Báo Pháp luật Việt Nam luôn là một niềm tự hào lớn của ba.

Giữa cuộc đời bao la này có biết bao người giỏi giang, làm nên điều vĩ đại. Câu chuyện của hai cha con tôi chỉ như giọt nước giữa đại dương mênh mông. Thế nhưng, tôi tin rằng, câu chuyện ấy vẫn mang một ý nghĩa nào đó. Một nét màu tô điểm cho bức tranh sống động của nghề báo, một câu chuyện nhỏ thủ vị trong lịch sử hoạt động nhiều thành tựu của Báo Pháp luật Việt Nam.

... Duyên nợ là điều gì đó rất kỳ lạ, khó giải thích. Cách đây 25 năm, mỗi duyên của tôi với nghề báo được gieo nên từ một biến cố của gia đình. Đã 15 năm tôi công tác tại Báo Pháp luật Việt Nam, luôn cố gắng trau dồi nghiệp vụ, kiên tâm không để cho bất cứ cảm dỗ nào bẻ cong ngòi bút. Tôi không thể phụ nghề báo, phụ tờ báo mà cha con tôi cùng yêu thương. **NGỌC MAI**

ĐỌC SÁCH

Bộ sách giúp hiểu đúng về cảm xúc và hạnh phúc



Trong thời đại biến động như hiện nay, chúng ta được dạy nhiều kỹ năng để “bắt kịp” thế giới, nhưng dường như ít có ai dạy ta cách khai mở chính mình. Để rồi, nhiều người dần cảm thấy xa lạ với cảm xúc của bản thân, thậm chí là có những lầm tưởng sai lầm về hạnh phúc.

Trong bộ sách “Khai mở cảm xúc” (A toolkit for your emotions) và “Khai mở hạnh phúc” (A toolkit for happiness), bác sĩ tâm lý Emma Hepburn sẽ dẫn dắt ta bước vào hành trình khai mở thế giới bên trong - từ cách cảm xúc hình thành, vận hành, cho đến cách nhận diện hạnh phúc và ở lại với nỗi buồn mà không để nó nhấn chìm mình.

Bác sĩ Emma Hepburn là một nhà tâm lý học lâm sàng chuyên về tâm lý học thần kinh, có hơn 15 năm kinh nghiệm làm việc và điều trị các vấn đề về sức khỏe tâm thần. Đam mê của cô là đưa tâm lý học và thông tin sức khỏe tâm thần thực chứng vượt ra khỏi phạm vi phòng khám, đến với nhiều đối tượng hơn và khuyến khích mọi người chủ động chăm sóc sức khỏe tâm thần của mình.

Có một sự thật thú vị là chúng ta có nhiều từ để gọi các cảm xúc tiêu cực hơn cảm xúc tích cực. Nhưng dù có nhiều cách để gọi, ta lại có xu hướng ít nói về cảm xúc tiêu cực, thậm chí là tránh né hoặc đẩy chúng ra xa. Nhưng sẽ ra sao nếu có một ngày con người không còn cảm xúc tiêu cực?

Emma Hepburn cho rằng chính những cảm xúc không dễ chịu ấy lại là phần thiết yếu trong cơ chế sinh tồn của con người. Nếu không còn lo lắng, ta sẽ không cân nhắc rủi ro. Nếu không biết sợ hãi, ta sẽ không tránh khỏi nguy hiểm. Nếu không còn mệt mỏi hay buồn đau, ta sẽ chẳng biết nghỉ ngơi khi bệnh tật đến, chẳng biết xót xa khi ai đó rời xa. Một thế giới không có cảm xúc tiêu cực sẽ là một thế giới mà con người thờ ơ trước nỗi đau, không biết đồng cảm, không biết yêu thương. Và lúc này, niềm vui cũng sẽ trở nên vô nghĩa bởi vì không có gì để so sánh nên thật khó để nhận ra cảm giác dễ chịu và hài lòng.

Có thể thấy, việc thấu hiểu cảm xúc là một phần quan trọng để ta sống hạnh phúc. Nhưng có phải chỉ cần khai mở được cảm xúc thì ta sẽ mãi mãi hạnh phúc, sẽ không bao giờ cảm thấy đau khổ nữa không? Rất tiếc, câu trả lời là không. Chính Emma Hepburn đã thừa nhận rằng bản thân cô “không phải lúc nào cũng hạnh phúc” ngay từ những trang đầu tiên của “Khai mở hạnh phúc”. Cô nói: “Sẽ cực kỳ đạo đức giả nếu vờ như mình lúc nào cũng hạnh phúc. Tệ hơn nữa, việc đó sẽ cũng có thêm cho những lầm tưởng về hạnh phúc vẫn rì rầm xung quanh ta, ăn sâu vào niềm tin, suy nghĩ và hành vi của ta”.

Những lầm tưởng về hạnh phúc xuất hiện nhan nhản trong các thông điệp mà chúng ta tiếp nhận từ xã hội: từ quảng cáo, phương tiện truyền thông cho đến những câu chuyện kể, những dòng chia sẻ trên mạng xã hội... Và chính những điều này đã ảnh hưởng đến cách ta nghĩ về hạnh phúc và cách ta cố gắng để có được hạnh phúc.

Như tác giả Emma đã chỉ ra trong cuốn sách “Khai mở hạnh phúc”: “Xã hội nói: hãy mua sắm nhiều hơn, kiếm nhiều tiền hơn, được thăng chức, bận rộn, luôn luôn vui vẻ, đạt được nhiều thành tựu hơn và nhất định không bao giờ được thất bại. Nếu hiện tại bạn đã làm được tất cả những điều đó thì hãy phấn đấu nhiều hơn nữa.

Nhưng trớ trêu thay, việc phấn đấu để đạt được những điều này thường không khiến chúng ta hạnh phúc, mà ngay cả khi thật sự làm được, hầu như chúng ta cũng không bao giờ cảm thấy hạnh phúc. Nhưng những niềm tin xã hội đó vẫn thúc đẩy các quyết định, hành vi và niềm tin của chúng ta. Chúng là lý do khiến chúng ta thường tìm kiếm hạnh phúc không đúng chỗ”.

Trong “Khai mở hạnh phúc”, Emma Hepburn chọn cách mô tả hạnh phúc như một chiếc bánh kẹp mà chúng ta ăn hàng ngày. Phần đế là những điều căn bản ta thường bỏ quên như ngủ đủ giấc, ăn đủ chất, uống đủ nước, không gian an toàn để thờ... Lớp nhân là những điều mang lại niềm vui, cảm hứng, ý nghĩa sống. Mỗi người khác nhau sẽ có phần nhân khác biệt. Lớp bánh kẹp trên cùng là niềm tin của chúng ta. Lớp bánh này tuy mỏng manh nhưng chỉ phôi toàn bộ khâu vị của chiếc bánh: nếu ta tin rằng hạnh phúc là phải trọn vẹn và kéo dài mãi mãi, ta sẽ luôn thấy mình thiếu hụt; nhưng nếu ta hiểu rằng hạnh phúc là những khoảnh khắc nhỏ bé kết nối với chính mình và người khác, ta sẽ không còn mãi miết tìm kiếm nó nữa.

Với góc nhìn sâu sắc, bác sĩ Emma Hepburn không chỉ giúp ta phá vỡ những lầm tưởng về hạnh phúc mà còn cung cấp cho ta bộ công cụ thiết thực để cải thiện và xây dựng hạnh phúc từ bên trong. Thay vì tỏ vẻ một đời sống toàn màu hồng, cô cho rằng, để hiểu được trọn vẹn hạnh phúc, ta cần hiểu được nỗi buồn và tất cả những cảm xúc phức tạp khác mà cuộc sống “ném” vào mình. **MINH MINH**

Cẩn thận trước những xu hướng chữa lành tiêu cực

Cuộc sống áp lực khiến nhiều người phải sử dụng đến các phương pháp chữa lành như thiền định, đi du lịch, làm thiện nguyện, chăm sóc thú cưng,... Tuy nhiên, thay vì hướng đến một cuộc sống lành mạnh, một số người lại “ăn thùng, uống vại”, mau mắn quá độ, lên mạng Internet thuê đêm để giải tỏa căng thẳng. Thay vì chữa lành, những cách giảm stress này đang ảnh hưởng đến sức khỏe của chính họ.



● **Mỗi người cần kiên nhẫn thay đổi các thói quen xấu.** (Ảnh minh họa - Nguồn: Koi Fitness)



● **Thú vui “độc hại” thường rất khó thay đổi.** (Ảnh minh họa - Nguồn: Pinterest)



● **Do căng thẳng trong công việc, Thùy Linh rơi vào thú vui đam mê ăn uống.** (Ảnh: NVCC)

Những thú vui “độc hại”

Nguyễn Thị Thùy Linh (30 tuổi, sinh sống ở Vĩnh Phúc) cho biết, cô tăng gần 10kg sau bảy năm gia nhập thị trường lao động. Hiện tại, Thùy Linh đang làm cho một doanh nghiệp liên kết với nước ngoài, mức thu nhập hấp dẫn, công việc tương đối áp lực, khiến Linh rơi vào tình trạng căng thẳng tinh thần thường xuyên.

Linh chia sẻ, có những ngày cô làm việc thuê đêm từ 9 giờ sáng cho đến 12 giờ đêm để hoàn thành các hợp đồng, đi phiên dịch cho sếp và trả lời câu hỏi của khách hàng. Một ngày cô gắn liền với công việc, về nhà khi cơ thể mệt mỏi, buồn ngủ và đói cồn cào. Những khoảng thời gian rảnh rỗi hiếm hoi trong ngày, Thùy Linh thường đặt các bữa ăn nhanh, món ngon giàu chất dinh dưỡng, bổ béo để “tâm bổ” và giảm căng thẳng cho tinh thần.

Cô nói: “Lúc đầu, tôi chỉ ăn để nạp năng lượng cho cơ thể. Nhưng sau mỗi bữa ăn ngon ngập tràn đồ chiên rán, dầu mỡ nóng hổi, tôi cảm thấy cơ thể vui vẻ, phấn khởi, vì vậy càng ăn nhiều hơn”. Mặc dù nhận ra những tác hại của thú vui ăn uống đang ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe, nhưng Thùy Linh vẫn không thể buông bỏ thói quen thiếu lành mạnh này.

Một câu chuyện khác thuộc về Trần Anh Tú (33 tuổi, sinh sống tại Hà Nội), Tú làm trong lĩnh vực làm đẹp, nên có nhu cầu chăm sóc bản thân khá cao. Công việc anh bận rộn từ sáng cho đến tối. Thời gian nghỉ ngơi, Anh Tú đều dành ngắm nghía những món đồ đẹp trên các sàn thương mại điện tử và đặt hàng liên tục. Anh thậm chí còn là khách hàng “kim cương” trên một số sàn thương mại điện tử.

Anh Tú cho biết, việc mua sắm, ngắm nhìn và sở hữu những món đồ đẹp, thời trang giúp anh giảm bớt áp lực trong cuộc sống. Anh nói: “Có những ngày chăm sóc

hàng chục lượt khách hàng, khiến tôi vô cùng mệt mỏi. Nhưng chỉ cần diện một món đồ mới hoặc đặt mua bộ quần áo, set trang điểm mình yêu thích, ngắm nhìn đã lâu cũng đủ khiến tôi vui vẻ, hạnh phúc cả một buổi”. Vì vậy, số tiền chi tiêu cho mua sắm của Anh Tú rơi vào khoảng chục triệu mỗi tháng, chiếm gần một nửa số thu nhập của anh.

Thực tế, hiện nay, khi cuộc sống ngày càng áp lực, con người đối diện với vô vàn nỗi lo về cơm, áo, gạo, tiền, công việc, học tập, tương lai bất định. Điều này, khiến cho mọi người rơi vào tình trạng căng thẳng tinh thần. Tuy nhiên, không phải ai cũng có thời gian để nghỉ ngơi, phục hồi sau những chuỗi ngày căng thẳng làm việc, thi cử. Vì vậy, mỗi người có một “biện pháp” khác nhau để chữa lành. Lấy ví dụ như ngủ một giấc thật sâu, ăn uống, mua sắm, đọc truyện, xem phim, xem các video ngắn trên mạng,...

Tuy nhiên, chữa lành đi kèm với những tác dụng tốt cho cơ thể, chứ không phải chỉ thỏa mãn thú vui ngắn ngủi, giúp con người hưng phấn một thời gian ngắn. Để sau đó, cơ thể, tinh thần và chất lượng cuộc sống đều suy giảm. Ví như, khoa học đã chứng minh ăn đồ ngọt có thể khiến con người hạnh phúc. Bên trong món ăn chứa lượng đường lớn, giúp cơ thể ức chế sự tiết cortisol - chất gây căng thẳng, lo lắng cho con người. Tuy nhiên, đồ ngọt giúp giảm đau tạm thời có thể khiến người ăn dần dần phụ thuộc nhiều hơn vào đường và làm tăng nguy cơ béo phì cùng các bệnh liên quan.

Theo một nghiên cứu của Substance Rehabilitation - cơ quan phục hồi các chứng nghiện, phối hợp với những cơ sở cai nghiện hàng đầu châu Âu - việc mua sắm và chi tiêu có sức tàn phá khủng khiếp như chứng nghiện các chất gây nghiện khác.

Mua sắm giúp não tiết ra Dopamine và Serotonin, những chất dẫn truyền tích cực mà con người cần. Serotonin giúp điều hòa tâm trạng, giảm lo âu, căng thẳng. Dopamine cho ta tận hưởng trọn vẹn sự hưng phấn thỏa mãn khi “chốt đơn”.

Khi khách hàng cảm thấy hạnh phúc với trải nghiệm mua sắm, Dopamine sẽ giúp não ghi nhớ kỹ cảm giác khi ấy, để khuyến khích con người lặp lại lần sau. Như một liệu pháp tâm lý, não mặc định việc mua sắm sẽ giải tỏa căng thẳng. Vì vậy, dần dần mọi thứ trở thành thói quen, hiện tượng “nghiện” mua sắm đang trở nên phổ biến trong thời đại tiêu dùng nhanh như hiện nay.

Cũng tương tự như việc mua sắm, ăn uống, các thú vui khác như uống rượu bia, nghiện thuốc lá, phụ thuộc mạng xã hội đang trở thành một liệu pháp chữa lành gây “nghiện” cho rất nhiều người. Mặc dù họ được giải tỏa căng thẳng trong một khoảng thời gian nhất định, nhưng đi kèm theo đó, là những tác hại cho cơ thể như béo phì, suy giảm các chứng năng hoặc thâm hụt khoản tiền lớn trong ngân sách hàng tháng của mình.

Hình thành các thói quen tốt để duy trì bền vững lối sống lành mạnh

Gần đây nhất, hình ảnh khỏe mạnh, vui vẻ của một nữ ca sĩ Việt Nam xuất hiện trong chương trình “Em xinh say hi” được nhiều khán giả tán thưởng. Được biết, thời gian trước đây, do thói quen sinh hoạt, cô tăng cân nhanh chóng với khuôn mặt tròn trịa, thân hình nặng nề. Thời gian quan, nữ ca sĩ ghi điểm trong mắt khán giả khi xuất hiện với thân hình chắc khỏe, khuôn mặt rạng rỡ với nụ cười tự tin. Nữ ca sĩ cho biết, trong thời gian qua, cô thay đổi thói quen sinh hoạt, chú trọng việc tập gym, tennis và chế độ dinh dưỡng lành mạnh.

Thực tế, từ bỏ những thú vui độc hại, hình thành những thói quen tốt không phải là điều dễ dàng đối với tất cả mọi người, ở các lứa tuổi khác nhau. Một số nghiên cứu cũng chỉ ra, con người thường có vô vàn lý do về gen, stress, truyền thống gia đình bao biện cho việc duy trì những thói quen không lành mạnh. Vì những thói quen xấu như ăn uống thiếu lành mạnh, thức khuya, nhậu nhẹt, mua sắm,... rất hấp dẫn, dễ thực hiện và tạo niềm vui nhanh chóng cho con người.

Lấy ví dụ, việc tập thể dục, thể thao ban đầu tương đối khó khăn đối với những người ít vận động. Tuy nhiên, duy trì việc tập thể thao hàng ngày trong thời gian dài bên cạnh việc hỗ trợ cơ xương khớp dẻo dai, tăng tuổi thọ, theo nhiều nghiên cứu khoa học trên toàn thế giới chứng minh. Càng tập luyện, cơ thể con người sẽ sản sinh ra dopamine và serotonin, những chất dẫn truyền thần kinh có liên quan đến cảm giác vui vẻ, hưng phấn và thoải mái. Đây là lý do vì sao có rất nhiều người “nghiện” tập thể thao sau một thời gian luyện tập.

Nó cũng tương tự như hoạt động làm thiện nguyện, ngồi thiền, ngắm nhìn một bức tranh đẹp, chăm sóc thú cưng, hòa mình vào không gian thiên nhiên,... đều sẽ giúp con người sản sinh ra thứ hormone “hạnh phúc”. Nhưng khác với những thú vui độc hại, những thói quen lành mạnh cần phải rèn luyện, kiên nhẫn, kỷ luật để dần dần thích nghi.

Theo chuyên gia của tổ chức sức khỏe tinh thần Mindpath Health (Mỹ), Kiana Shelton, bộ não không phân biệt được thói quen tốt, xấu, do đó con người sẽ mất trung bình 30 - 60 ngày để thực sự từ bỏ một thói quen. Một số nghiên cứu chỉ ra, mọi người phải mất trung bình 66 ngày để hình thành một thói quen mới, phụ thuộc vào các yếu tố như mức độ phức tạp của hành vi. Việc bắt đầu thay đổi một thói quen có thể là một thách thức. Các chuyên gia khẳng định, không có gì lạ khi chúng ta đều sợ thất bại, điều này ngăn cản bạn bắt đầu việc từ bỏ một thói quen xấu và rồi sa lầy vào nó, tạo ra một chu kỳ bất tận. Do đó, nhận thức về bản thân là bước đầu tiên để tạo ra một kế hoạch khả thi phù hợp giúp phá vỡ thói quen.

Sau khi bản thân có ý chí mạnh mẽ để thay đổi, cần phải thực hiện dần dần, kiên nhẫn để tập những thói quen tốt. Như Charles Duhigg, tác giả cuốn sách nổi tiếng Power of Habit (tạm dịch: Sức mạnh của thói quen) chia sẻ trong tác phẩm của mình, muốn thay đổi hoàn toàn những thói quen không phải điều dễ dàng và nhanh chóng. Nếu như gượng ép bản thân, có thể phản tác dụng. Thay vào đó, con người nên coi sự thay đổi là mục tiêu lâu dài. Đôi khi, chỉ cần loại bỏ được hoàn toàn một thói quen xấu thôi thì chất lượng cuộc sống của bạn cũng đã tốt lên rất nhiều rồi. Do đó, mọi người không nên quá ép buộc bản thân mà chỉ cần quyết tâm thay đổi mỗi lần một thói quen ảnh hưởng tiêu cực đến cuộc sống của mình mà thôi.

Ví dụ như, thay vì một ngày mua sắm cả chục bộ quần áo, mọi người có thể đặt mục tiêu mỗi tháng giảm hai bộ trang phục, hoàn thành định mức đề ra trong một đến hai năm. Hay chỉ đơn giản, những người “nghiện” mạng xã hội có thể điều tiết số lượng lên trang cá nhân trong một giờ, sau vài tháng, tăng lên một ngày, hai ngày, thậm chí cả tuần chỉ “lướt mạng” trong khoảng thời gian cho phép mà cơ thể vẫn vui vẻ, thoải mái.

HƯƠNG NGỌC



Áp lực môi trường từ công nghệ AI

● Đằng sau mỗi câu trả lời từ ChatGPT là một hệ thống hạ tầng phức tạp, ngốn không ít điện năng và nước. (Ảnh trong bài: Getty Images)

Mỗi truy vấn với nền tảng trí tuệ nhân tạo (AI) tưởng chừng vô hại, lại ẩn chứa gánh nặng năng lượng và nước khổng lồ, đặt ra thách thức môi trường cấp bách. Nhưng cũng chính ngành công nghiệp AI đang dẫn hé lộ những giải pháp đột phá, từ tối ưu hóa trung tâm dữ liệu đến dự báo thiên tai chính xác hơn, mở ra hy vọng cho một tương lai công nghệ bền vững.



● UNEP kêu gọi các chính phủ đi đầu trong việc tích hợp tiêu chuẩn bền vững vào quá trình đầu tư hạ tầng số.

AI và áp lực môi trường: Mặt trái của sự tiện lợi

Đằng sau mỗi câu trả lời tức thì từ các mô hình AI như ChatGPT là một hệ thống hạ tầng phức tạp, ngốn không ít điện năng và nước. Theo tiết lộ mới đây của Sam Altman, CEO OpenAI, một truy vấn AI trung bình tiêu tốn khoảng 0,000085 gallon nước (tương đương 1/15 thìa cà phê) cho hệ thống làm mát máy chủ và 0,34 watt-giờ điện, tương đương mức điện năng mà một lò nướng dùng trong khoảng một giây hoặc một bóng đèn LED hoạt động vài phút.

Mặc dù nhìn vào từng con số riêng lẻ, mức tiêu thụ trên có vẻ không đáng kể, nhưng khi nhân lên với hàng tỷ lượt truy vấn mỗi ngày trên toàn cầu, tổng điện năng và nước cần thiết để vận hành các hệ thống AI như ChatGPT trở thành một con số khổng lồ. Altman cũng nhận định rằng, trong tương lai, chi phí vận hành AI phần lớn sẽ phụ thuộc vào giá điện, khi công nghệ tiếp tục được tối ưu hóa nhưng nhu cầu sử dụng ngày càng mở rộng.

Thực tế, phần lớn năng lượng và nước tiêu hao không chỉ đến từ bản thân mỗi truy vấn, mà còn xuất phát từ hệ thống hạ tầng trung tâm dữ liệu khổng lồ đứng sau ChatGPT. Để vận hành các mô hình AI thế hệ mới, các trung tâm dữ liệu buộc phải sử dụng hệ thống

máy chủ hiệu suất cao với khả năng xử lý dữ liệu khổng lồ suốt 24/7. Trong quá trình hoạt động liên tục, những máy chủ này sinh ra lượng nhiệt rất lớn, đòi hỏi hệ thống làm mát mạnh mẽ, chủ yếu dựa vào nước, để bảo đảm ổn định nhiệt độ và duy trì tuổi thọ thiết bị.

Tùy thuộc vào điều kiện khí hậu và cấu trúc hạ tầng tại mỗi khu vực, lượng nước tiêu thụ cho hệ thống làm mát có thể lên tới hàng triệu lít mỗi ngày. Tại các vùng vốn khan hiếm nguồn nước sạch, nhu cầu khổng lồ này càng làm gia tăng áp lực lên môi trường và hạ tầng tài nguyên địa phương. Song song với đó, hệ thống điện lưới cũng chịu sức ép không nhỏ khi phải cung cấp năng lượng liên tục cho hàng loạt trung tâm dữ liệu đang mọc lên với tốc độ chóng mặt trên toàn cầu.

Thực tế, những con số cảnh báo đã xuất hiện từ sớm. Năm 2024, The Washington Post từng dẫn nghiên cứu cho biết chỉ riêng việc tạo ra một email văn bản 100 từ bằng GPT-4 đã tiêu tốn lượng nước tương đương một chai nước nhỏ. Đặc biệt, tại những trung tâm dữ liệu đặt ở vùng nóng và khô, lượng nước làm mát cần thiết còn cao hơn đáng kể so với những khu vực có khí hậu ôn hòa.

Trước tốc độ phát triển thần tốc của ngành AI, giới chuyên gia cảnh báo nếu không kiểm soát kịp thời, tổng điện năng và

Từ năm 2019 đến nay, số người dùng Internet toàn cầu đã tăng gấp đôi, với khoảng 5,5 tỷ người trực tuyến. Theo ước tính của Cơ quan Năng lượng Quốc tế (IEA), trung tâm dữ liệu sẽ chiếm hơn 20% mức tăng trưởng nhu cầu điện toàn cầu từ nay đến năm 2030. Riêng trong năm 2020, các trung tâm dữ liệu và hệ thống truyền dẫn đã chiếm khoảng 1% lượng phát thải khí nhà kính liên quan đến năng lượng. Không chỉ tiêu tốn điện năng khổng lồ, Diễn đàn Kinh tế Thế giới ước tính, một trung tâm dữ liệu công suất 1 megawatt có thể dùng tới 25,5 triệu lít nước mỗi năm chỉ riêng cho việc làm mát, tương đương lượng nước sinh hoạt hàng ngày của 300.000 người. Điều này đặc biệt gây áp lực với những khu vực vốn đã thiếu nguồn nước sạch.

nước tiêu thụ cho vận hành AI có thể nhanh chóng vượt qua ngành công nghiệp khai thác tiền mã hóa - lĩnh vực từng gây tranh cãi gay gắt vì mức độ tiêu hao năng lượng quá lớn.

Trước áp lực ngày càng gia tăng, các tập đoàn công nghệ lớn như OpenAI, Google, Microsoft hay Amazon đều đang tìm kiếm những giải pháp công nghệ bền vững hơn nhằm cân đối giữa tăng trưởng AI và bảo vệ tài nguyên thiên nhiên. Nhiều sáng kiến như tái sử dụng nước, làm mát bằng không khí tự nhiên, sử dụng năng lượng tái tạo, hoặc thiết kế chip AI tiết kiệm điện hơn đang được đẩy mạnh nghiên cứu và thử nghiệm.

Những sáng kiến bền vững mới ra đời

Trong bối cảnh AI ngày càng len lỏi vào mọi ngóc ngách của cuộc sống hiện đại, từ giáo dục, y tế, sản xuất cho tới giải trí. Việc kiểm soát chặt chẽ bài toán năng lượng và tài nguyên sẽ trở

thành yếu tố then chốt bảo đảm sự phát triển bền vững của lĩnh vực này trong thập kỷ tới.

Chương trình Môi trường Liên hợp quốc (UNEP) vừa công bố bộ Hướng dẫn mua sắm bền vững cho trung tâm dữ liệu và máy chủ, nhằm hỗ trợ các chính phủ và cơ quan chức năng kiểm soát tốt hơn mức tiêu thụ tài nguyên trong vận hành hạ tầng số. Theo UNEP, phần lớn các quốc gia hiện vẫn thiếu các khung pháp lý toàn diện về vận hành trung tâm dữ liệu bền vững. Việc mở rộng thiếu kiểm soát này không chỉ làm gia tăng lượng phát thải khí nhà kính, mà còn đẩy nhanh tốc độ biến đổi khí hậu và làm trầm trọng thêm tình trạng khan hiếm nước sạch ở nhiều khu vực.

Để giải quyết vấn đề, UNEP kêu gọi các chính phủ đi đầu trong việc tích hợp tiêu chuẩn bền vững vào quá trình đầu tư hạ tầng số. Bộ Hướng dẫn mới cung cấp các chỉ số đánh giá cụ

thể như hiệu suất sử dụng điện (PUE), hiệu suất sử dụng nước (WUE), và tỷ lệ năng lượng tái tạo trong vận hành. Bên cạnh đó, UNEP khuyến khích các nước xây dựng hệ thống dân nhân, cơ chế khuyến khích để thúc đẩy các nhà vận hành trung tâm dữ liệu áp dụng công nghệ tiết kiệm năng lượng, giảm phát thải. Đặc biệt, tại các quốc gia đang phát triển, hạ tầng số đang mở rộng với tốc độ nhanh chóng, yêu cầu áp dụng tiêu chuẩn bền vững ngay từ đầu để tránh những hệ lụy về tài nguyên trong tương lai. Bộ hướng dẫn đã được rà soát kỹ lưỡng bởi nhiều tổ chức quốc tế, hiệp hội công nghệ và giới học thuật nhằm bảo đảm tính thực tiễn cao trong triển khai.

Ở một khía cạnh khác, sự phát triển công nghệ AI cũng đang góp phần giải quyết những bài toán khó khăn nhất về ứng phó với các cuộc khủng hoảng toàn cầu những thập kỷ gần đây. Điển hình, trong lĩnh vực biến đổi khí hậu, Google DeepMind vừa công bố một bước tiến đột phá trong lĩnh vực dự báo bão nhiệt đới. Đó là mô hình AI đầu tiên có khả năng dự đoán đồng thời đường đi và cường độ bão với độ chính xác vượt trội, giải bài toán mà các mô hình truyền thống đã loay hoay suốt hàng chục năm qua.

Cụ thể, nền tảng thử nghiệm Weather Lab của Google Deepmind có thể tạo lập 50 kịch bản bão trong vòng 15 ngày tới. Đáng chú ý, đây cũng là lần đầu tiên dự báo AI được Trung tâm Bão Quốc gia Hoa Kỳ (NHC) chính thức tích hợp vào quy trình vận hành, mở ra kỷ nguyên mới cho ngành khí tượng. Theo Liên hợp quốc, bão nhiệt đới đã gây thiệt hại kinh tế toàn cầu lên đến 1.400 tỷ USD trong 50 năm qua. Do đó, cải thiện khả năng dự báo không chỉ có ý nghĩa khoa học mà còn mang tính sống còn cho hàng triệu người dân vùng ven biển.

Mô hình AI của DeepMind xử lý đồng thời hai yếu tố: đường đi và cường độ bão, vượt trội hơn các mô hình vật lý hiện có. Trong thử nghiệm nội bộ, sai số dự báo vị trí 5 ngày của AI giảm trung bình 140km so với mô hình ENS châu Âu, đồng thời lần đầu vượt qua hệ thống HAFS của NOAA trong dự báo cường độ bão. Đặc biệt, AI cho kết quả chỉ sau 1 phút xử lý, thay vì hàng giờ như các hệ thống truyền thống. Mô hình được huấn luyện trên dữ liệu từ gần 5.000 cơn bão trong suốt 45 năm, kết hợp cùng thuật toán Functional Generative Networks (FGN) tạo ra các kịch bản dự báo đa dạng, chính xác hơn. Sự hợp tác giữa DeepMind và NHC không chỉ đánh dấu thành tựu nghiên cứu mà còn mở đường đưa AI vào ứng dụng thực tiễn, giúp tăng khả năng cảnh báo sớm, nhất là trong bối cảnh biến đổi khí hậu ngày càng gia tăng cường độ các cơn bão lớn.

DIỆU BẢO

Biến rác thải thành tài nguyên

Trong bối cảnh lo ngại ngày càng gia tăng về ô nhiễm môi trường và sự cạn kiệt tài nguyên, nhiều nhóm sinh viên, sinh viên trên toàn quốc đã và đang triển khai những sáng kiến tái chế độc đáo, biến phụ phẩm thành các sản phẩm hữu ích. Từ việc tái chế rác hữu cơ thành dung dịch tẩy rửa đến biến phụ phẩm nông nghiệp thành vật liệu xây dựng...

Xuất phát từ việc ô nhiễm môi trường từ rác thải nhựa, cùng với đó là sự khan hiếm và chi phí cao của vật liệu xây dựng, nhóm sinh viên Trường Đại học Trà Vinh đã nảy ra ý tưởng sản xuất gạch bằng nhựa tái chế. Với lợi thế vùng Đồng bằng sông Cửu Long, nhóm bạn trẻ tận dụng nguồn nguyên liệu sẵn có tại địa phương, như cát biển thay thế cát sông giúp hạn chế sạt lở; xỉ tro từ các nhà máy nhiệt điện thải ra; sử dụng tro trấu có thể làm giảm đi sự độc hại, ô nhiễm của tro bay để tạo nên gạch. Do đó, nhóm bạn đã dùng xỉ măng, tro bay, tro trấu, cát biển, đá bi bụi, bi sần và các loại nhựa trộn với nhau theo tỷ lệ phù hợp cho đến khi đạt độ nhuyễn và dẻo rồi ép thành gạch.

Nguyễn Thái Nguyên - thành viên trong nhóm chia sẻ, giá trị sản phẩm mang lại là mỗi viên gạch được sản xuất đồng nghĩa với việc một lượng rác thải nhựa được tái chế. Sản phẩm có giá thành cạnh tranh và chất lượng tốt, giúp tiết kiệm chi phí cho các dự án xây dựng, góp phần bảo vệ môi trường sống xanh, sạch, bền vững cho thế hệ tương lai. Ngoài ra, sản phẩm giúp giảm lượng nhựa thải ra môi trường, quá trình sản xuất tốn ít năng lượng hơn so với sản xuất gạch truyền thống, giảm lượng CO2 phát thải. Dự án này đạt giải 3 trong cuộc thi “Ý tưởng khởi nghiệp trong sinh viên Trường Đại học Trà Vinh năm 2024”. Hiện, sản phẩm gạch từ rác thải nhựa đã được đưa đi kiểm định chất lượng.

Với mong muốn tái tạo các loại rác hữu cơ trong mỗi gia đình trở thành sản phẩm có ích, nhóm sinh viên Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng đã lên ý tưởng thực hiện dự án “Sản xuất dung dịch enzyme tẩy rửa đa năng từ phế phẩm thực vật”. Chia sẻ cách thức chế tạo, sinh viên Nguyễn Thị Thảo cho hay, nhóm nhận thấy quá trình lên men có thể sử dụng các loại rau xanh, trái cây giàu đường và xenlulozơ. Bởi vậy, nhóm đã lựa chọn các loại nguyên liệu từ rác hữu cơ như các loại rau xanh, vỏ trái cây và mật mía làm nguyên liệu lên men và sử dụng bòn làm chất tạo bọt tự nhiên và làm sạch; dùng vỏ chanh, vỏ bưởi, tinh dầu bạc hà, tinh dầu quế tạo mùi hương; sử dụng bột bắp để tạo độ sánh và đặc.

Đưa ra mục tiêu xây dựng khuôn viên trường học xanh - sạch - đẹp, thúc đẩy văn hóa sống xanh, các sinh viên Trường Đại học FPT đã tổ chức: “Ngày

GHI CHÉP - PHÓNG SỰ

Sáng tạo xanh của thế hệ trẻ



● Các thành viên trong dự án thu gom phế liệu. (Ảnh: Kỳ Lâm)



● Sản phẩm gạch do các bạn sinh viên trường Đại học Trà Vinh sản xuất. (Ảnh: Hòa Hội)



● Các sinh viên Trường Đại học Sư phạm (Đại học Đà Nẵng) sáng chế ra sản phẩm dung dịch tẩy rửa đa năng từ rác hữu cơ. (Ảnh: TTXVN)

Từ những mô hình tái chế rác thải nhựa đến các dự án trồng cây phủ xanh thành phố, học sinh - sinh viên đang trở thành lực lượng nòng cốt trong công cuộc bảo vệ môi trường bằng sức sáng tạo, lòng nhiệt huyết và ý thức trách nhiệm với tương lai.

hội đổi rác lấy quà”, “Ngày hội đổi nhựa lấy cây”, phân loại rác tại nguồn, sử dụng năng lượng tái tạo và hạn chế rác thải nhựa, các chiến dịch làm sạch môi trường, gây quỹ bảo vệ thiên nhiên. “Chai nhựa tái sinh - Hành trình tiếp nối” là chương trình trực tiếp thu gom chai nhựa, lon đã qua sử dụng. Đồng thời, các sinh viên tạo các video với chủ đề “Bảo vệ môi trường bắt đầu từ việc xây dựng và duy trì thói quen thu gom - phân loại - gửi đi tái chế rác thải nhựa”.

Bên cạnh đó, các cuộc thi sáng tạo khởi nghiệp của các bạn sinh viên luôn có chủ đề về bảo vệ môi trường nhằm giúp sinh viên phát triển các giải pháp bền vững, ứng dụng công nghệ vào giảm thiểu rác thải, từ nâng cao nhận thức đến hành động cụ thể. Đại diện dự án “Thrift Shop” bảo vệ môi trường, nữ sinh Trịnh Trâm (Trường Đại học FPT) chia sẻ: “Ngành công nghiệp thời trang được xem là một trong những ngành gây ô nhiễm nhất thế giới, đặc biệt là thời trang nhanh. Ngày nay, nhu cầu mua sắm của giới trẻ không ngừng

gia tăng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy có nhiều người chỉ sử dụng trang phục 1 - 2 lần rồi bỏ, trong khi món đồ vẫn còn giá trị sử dụng. Điều này không chỉ gây lãng phí mà còn gây ra các vấn đề về ô nhiễm môi trường. Từ thực tế, tôi đã hình thành ý tưởng và đưa ra dự án “Thrift Shop”. Đây là một nền tảng thanh lý ký gửi quần áo, giúp kết nối người muốn “dọn tủ” với người có nhu cầu mua sắm đồ secondhand chất lượng. Khi tham gia vào dự án “Thrift Shop”, khách hàng vừa giúp giảm thiểu rác thải, bảo vệ môi trường, vừa tiết kiệm tài nguyên nước và năng lượng sản xuất.

Cách này giúp kéo dài tuổi thọ của sản phẩm thời trang, tối ưu công năng sử dụng quần áo, phụ kiện, đồng thời đưa món đồ đến với đúng người cần. Đối với cộng đồng, “Thrift Shop” không chỉ thúc đẩy thói quen tiêu dùng bền vững mà còn khuyến khích mọi người lựa chọn thời trang thông minh, ưu tiên tái sử dụng.

Bên cạnh đó, nhóm sinh viên cũng đề xuất ấn tượng mạnh mẽ với dự án “Unison” - tái chế bìa carton thành những chiếc đèn trang

trí nghệ thuật, mang đậm dấu ấn cá nhân và thân thiện với môi trường. Đại diện nhóm “Unison” chia sẻ: “Đây là dự án hướng đến việc sản xuất đèn trang trí từ vật liệu tái chế, đồng thời nâng cao nhận thức về ứng dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường vào trong đời sống. Hiện tại, sản phẩm của nhóm được nhiều re-sort, khu nghỉ dưỡng quan tâm nhờ tính thân thiện với môi trường cùng thiết kế độc đáo.

Lan tỏa lối sống bền vững

Không chỉ sinh viên, các em học sinh cũng hào hứng tham gia bảo vệ môi trường. “Lượm đây” là ngày hội được tổ chức thường niên tại Hà Nội với mục tiêu nâng cao nhận thức và tạo dựng thói quen tái chế. Tại đây, Striped Project - dự án học sinh về môi trường và tái chế trên địa bàn TP Hà Nội sẽ thu gom chai lọ cũ, sách vở, báo và các loại giấy cùng quần áo đã qua sử dụng tới nơi tập kết. Ngay sau đó, những sản phẩm thu gom sẽ được tổng hợp lại. Một phần sẽ được đưa tới nơi tập kết để xử lý đúng cách, phần còn lại sẽ được những đôi bàn tay tài hoa

của Striped Project tái chế thành những vật dụng xinh xắn để bày bán tại hội chợ tái chế Giờ Phe - sự kiện chính của dự án.

Theo Kỳ Lâm, đại diện Striped Project, lấy cảm hứng từ hai tác phẩm văn học kinh điển “Anne Of Green Gables” (L.M. Montgomery) và “The Secret Garden” (Frances Burnett), chủ đề “Lượm đây” mở ra một lát cắt mùa hè mơ mộng - nơi những điều nhỏ bé, cũ kỹ, tưởng chừng đã bị lãng quên lại bất ngờ trở thành phép màu. Ở nơi ấy, từng món đồ cũ không chỉ được tái sử dụng, mà còn được hồi sinh - như một ký ức xưa cũ vừa được đánh thức. Từ đó, “Lượm đây” trở thành cầu nối giữa con người với con người, giữa hiện tại với quá khứ, giữa đôi tay bé nhỏ và một hành tinh rộng lớn đang cần được yêu thương trở lại. Không chỉ là nơi quy tụ những món đồ cũ, “Lượm đây” còn là biểu tượng cho hành trình tái sinh: nơi thiên nhiên được gìn giữ bằng những hành động nhỏ nhất thông qua việc thu gom chai lọ, quần áo đã qua sử dụng cùng các loại sách vở, báo và các loại giấy khác đến từ mỗi cá nhân.

Chỉ qua một đợt “Lượm đây”, Striped Project đã thu về được 3,6 tấn giấy, gần 2 tấn quần áo, 655kg sách truyện cùng 83,6kg chai lọ và các vật dụng khác có thể sử dụng để tái chế. Bằng việc đem giấy vụn và những vật phẩm tương tự đến “Lượm đây”, người tham gia không chỉ có cơ hội dọn dẹp nhà cửa, mà còn góp phần vào công cuộc tái chế vì môi trường, đồng thời giúp đỡ các em nhỏ có hoàn cảnh khó khăn.

“Việc tái chế rác thải không chỉ dừng lại ở việc phân loại, mà còn là tạo ra giá trị mới. Chúng em muốn tạo ra một môi trường mà rác thải được nhìn nhận là tài nguyên. Không cần phải to tát, chỉ cần từng người thay đổi một chút trong thói quen sống, thì cả cộng đồng sẽ thay đổi. Chúng em đều có thể trở thành một hạt giống lan tỏa lối sống bền vững” - Kỳ Lâm hào hứng.

Tiến sĩ Hoàng Đức Hùng - chuyên gia phát triển bền vững, nhận định: “Các bạn trẻ hôm nay đang làm được điều mà cách đây vài năm, người lớn chúng ta còn nghĩ là viễn vọng: biến rác thành tài nguyên, biến ý tưởng thành hành động. Cộng đồng xã hội đang được truyền cảm hứng mạnh mẽ từ những hành động nhỏ nhưng ý nghĩa ấy”.

Từ các lớp học, phòng thí nghiệm, đến khu dân cư, bãi rác hay ao nuôi cá, những dấu chân xanh của học sinh, sinh viên đang ngày một lan rộng. Mỗi sáng kiến, dù lớn hay nhỏ, đều đang dệt nên một bức tranh sống động về một thế hệ trẻ không thờ ơ, không đứng ngoài mà đang hành động vì một hành tinh xanh. Những nỗ lực này không chỉ chứng minh tinh thần đổi mới và trách nhiệm của thế hệ trẻ mà còn mở ra những hướng đi mới trong việc bảo vệ môi trường.

BẢO CHÂU

Không phải nơi “ảo tưởng sức mạnh”

Ngày nay, chúng ta đang học “chung sống” với AI và trong thời đại dư thừa thông tin từ mạng xã hội, giá trị của người làm báo rất khó được công nhận. Không phải ai cũng đủ sức để sống và theo đuổi với nghề. Những năm gần đây, không ít những cây bút tên tuổi vắng bóng dần trên làng báo, họ rẽ sang những vị trí mới với thu nhập tốt hơn. Nhưng bên cạnh đó, số đông người làm báo đều âm thầm với đam mê của mình. Dù mới vào nghề, hay đã gắn bó suốt cuộc đời, mỗi người làm báo vẫn luôn là những chiếc cần ăng ten với mọi vấn đề trong cuộc sống. Mỗi nhà báo đều mang phản xạ tự nhiên của sự bền bỉ, theo đuổi đến cùng mỗi vấn đề mà họ đang làm...

Tại một khoá đào tạo báo chí quốc tế, giảng viên nước ngoài cho các nhà báo thảo luận nhóm, liệt kê ra những khó khăn mà người làm báo Việt Nam đang đối diện. Rất nhiều khó khăn được các nhóm kê ra, trong đó có một điểm chung là lương thấp, khó sống. Sau khi giải đáp danh mục thách thức và trở ngại với nghề này, đến “lương thấp, khó sống”, giảng viên nước ngoài đã tỏ ra rất ngạc nhiên vì ở đất nước của họ, hay bất kỳ quốc gia phát triển nào khác, nghề báo không phải là nghề cho thu nhập cao, thậm chí thu nhập bình quân của nghề này chỉ ở mức trung bình của xã hội. Những người muốn giàu có, sang trọng thì không bao giờ chọn nghề báo. Chọn nghề làm báo là để phụng sự xã hội. “Có những người ưu tú trong xã hội chúng tôi vẫn chọn nghề này vì lý tưởng ấy, họ chấp nhận đánh đổi và hài lòng với một cuộc sống không sung túc!”...

Khoảng mười lăm, hai mươi năm trước, khi mà internet chưa phát triển mạnh, mạng xã hội chưa, hoặc mới manh nha ra đời thì báo chí là phương tiện chính đem thông tin đến cho người đọc. Người đọc trả tiền để có được thông tin nhanh nhạy, hấp dẫn. Nhà báo, về cơ bản, sống được bằng nghề và cũng vì vậy, nhà báo được xã hội tôn trọng. Một bài báo phải đỉnh chính, một nhà báo bị xử lý kỷ luật luôn là một sự kiện gây xôn xao dư luận.

Xưa nay, nghề báo là nghề cao quý; nhà báo phải “giữ mình” để làm nghề; thì nay không ít người coi viết báo là nghề kiếm sống. Để kiếm sống, để có thu nhập ngày một cao hơn, không ít nhà báo đã bất chấp đạo đức của người cầm bút chân chính, họ làm mọi thứ để có tiền. Trong khi đó, mỗi bài báo là một thông điệp của tác giả, có khi là sự yêu thương, nhưng có lúc là sự hủy hoại. Phía sau tin tức là những số phận con người! Do đó, nếu báo chí xa rời mục đích phụng sự xã hội thì không còn ai tin báo chí nữa và sớm hay muộn cũng sẽ bị đào thải.

Có ý kiến cho rằng, không nghề nào nếm trải nhiều cung bậc và đón nhận nhiều thái độ xã hội như nghề báo. Một bước lên xe, một bước xuống ngựa... Nhưng châu chực, chờ đợi, lẫn xả đường trường ngày đêm, làm việc bất kể

Nghề báo, cứ đi rồi sẽ tới...



● Với “Bộ tứ trụ cột” làm nền tảng chiến lược, đất nước cần một đội ngũ người làm báo không chỉ giỏi nghề, thạo công nghệ, mà còn kiên định lý tưởng, dấn thân vì sự nghiệp phát triển đất nước. (Ảnh minh họa - Nguồn: most.gov.vn)

Tháng Sáu về luôn là những ngày chộn rộn với người làm báo. Dù có người do nghề nghiệp lựa chọn, có người là chạm tới khát vọng trở thành một nhà báo, thì nghề báo luôn là một sự dấn thân và đam mê khi bạn đã “mang lấy nghiệp vào thân”...



● Các nhà báo, phóng viên sẽ tác nghiệp trong bão Yaghi. (Ảnh minh họa)

Đạo đức và luật pháp không tách rời nhau

Nhà báo, nhà văn Hồ Quang Lợi, nguyên Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam: “Nhà báo là một danh xưng nghề nghiệp đáng trân trọng, là sự trao truyền thiêng liêng và quý giá. Trải qua chặng đường lịch sử 100 năm, chúng ta tự hào có một nền báo chí cách mạng, nhân văn, được xây đắp nên bởi những người làm nghề chính trực, đầy trách nhiệm và tinh thần cống hiến. Họ hằng ngày, hằng giờ âm thầm dấn thân với nghề, vì đất nước, vì Nhân dân, vì lẽ phải trên đời, góp phần xây dựng một nền báo chí vì con người và tôn trọng con người.

Một nền báo chí nhân văn, tích cực, lành mạnh sẽ có sức mạnh để bảo vệ những giá trị tốt đẹp, bảo vệ lợi ích tối cao của đất nước, quyền lợi thiết thân của người dân. Luật pháp thì bắt buộc, còn quy định đạo đức nghề nghiệp thì có sự ràng buộc về uy tín, đạo đức, tinh thần. Đạo đức và luật pháp không tách rời nhau. Tuân thủ đạo đức nghề nghiệp cũng chính là góp phần xây dựng đạo đức xã hội. Những ngời bút thiếu đạo đức thì không thể góp phần xây đắp nền tảng đạo đức, tinh thần của xã hội”.

địa hình, cặm cụi thâu đêm lại cũng thường xuyên. Vinh quang có, cay đắng có.

Thế nhưng, sự sụt giảm của nghề báo là một điều có thật. Thật đến nỗi ai làm báo cũng chạm được vào điều đó một cách đau đớn. Thực tế, nghề báo ngày càng khó sống, kinh tế báo chí suy giảm, báo giấy không có thị trường, quảng cáo thì các “đại gia” như Facebook, Google, Youtube, TikTok... chiếm tới 80% thị phần...

Nhiều người rời bỏ nghề báo vì không đủ sống. Và còn đó các nhà báo chân chính yêu nghề vẫn bám trụ lại với nghề và kiếm thêm những nghề tay trái mưu sinh nuôi nghiệp chữ. Nhà báo đi dạy, nhà báo mở cửa hàng, quán ăn và buôn bán quần áo online đã là hình ảnh không còn xa lạ. Một số chuyển sang làm PR hay làm nhân viên truyền thông, khá khảm hơn thì làm giám đốc truyền thông cho các tập đoàn, doanh nghiệp...

Song không thể phủ nhận, báo chí đích thực còn đó những nét đẹp, sức mạnh và chức năng riêng. Ngoài chức năng thông tin là một giá trị bất biến, báo chí còn có chức năng chính trị tư tưởng. Sự dẫn dắt và định hướng dư luận

xã hội của báo chí luôn là thứ không thể mất đi trong hoạt động báo chí. Cạnh đó, chức năng giáo dục, giải trí... cũng là mảnh đất để báo chí phát huy những giá trị của mình. Và báo chí vẫn là món ăn tinh thần của nhiều độc giả Việt.

Chính bởi đẹp để và vinh quang là vậy nên nghề báo có những quyền lực riêng mà người ta hay so sánh một cách... ảo tưởng, đó là quyền lực thứ 4 sau lập pháp, hành pháp và tư pháp. Thực chất thứ quyền lực này chính là quyền lực thông tin. Thứ quyền lực mềm mại mà uy lực này là thứ khiến nhiều người muốn ở lại với nghề. Nhưng nó cũng là thứ gây ra sự khó khăn cho người làm báo hiện tại. Khó khăn trong thời buổi nhiều nhà báo ảo tưởng sức mạnh để làm những điều trái đạo, trái luật khiến công chúng mất niềm tin vào báo chí.

Trái tim người làm báo không phải cỗ máy

Hiện thế giới đang ở trong thời kỳ quá tải về thông tin, nhiều chuyên gia còn dùng thuật ngữ “ngộ độc thông tin”. Thế nhưng, chính trong bối cảnh thông tin tràn

ngập như thế, công chúng rất muốn tìm đến những nguồn tin mà họ có thể tin cậy, có thể thay họ lựa chọn những nội dung quan trọng nhất, đáng đọc nhất để họ không mất quá nhiều thời gian. Và nhà báo, với trái tim nóng và cái đầu lạnh, bằng sự mẫn cảm nghề nghiệp cùng những thông tin được kiểm chứng, sẽ luôn có giá trị bất biến giữa dòng chảy “bội thực” tin thật, giả khó lường...

Hơn nữa, nhà báo vốn không chỉ là một nghề, với nhiều người, nó còn là nghiệp phải theo. Đôi khi vượt trên nỗi lo cơm áo gạo tiền của bản thân, nhà báo trở thành chỗ dựa kiếm tìm công lý cho người khác.

Đã qua thời mà nhà báo là người biết thông tin đầu tiên để đưa tin cho mọi người biết. Hiện trên thế giới có xu hướng gọi là “báo chí giải thích”. Thông tin thì độc giả có thể nắm bắt được bằng nhiều cách thức và họ mong muốn báo chí đưa ra những ý kiến mang tính chuyên gia nhằm giúp họ hiểu rõ vấn đề. Có thể nhà báo không phải là chuyên gia một lĩnh vực nào đó nhưng phải là người đưa tiếng nói của chuyên gia đến với độc giả.

Vì thế, việc gây dựng niềm tin nơi độc giả đã vượt ra khỏi ranh giới đúng sai trong thông tin của từng bài báo. Nó đòi hỏi sự liêm chính và minh bạch cao hơn của chính những người làm báo. Và nhìn nhận một cách lạc quan, đây chính là cơ hội trong cuộc đua của các tờ báo với những kênh truyền thông không chính thống.

Nếu không có lý tưởng hay hoài bão mà chỉ đơn giản chọn nghề này như một phương tiện mưu sinh, thì có lẽ ai đó đã nhầm. Không có vinh quang và hạnh phúc nào bằng khi chúng ta làm được một việc tốt, có ý nghĩa thông qua các bài báo của mình. Nó quan trọng hơn nhiều các giải thưởng báo chí mà ta gặt hái được. Mang đến niềm tin cho một cuộc đời bất hạnh, tìm được công lý cho một người oan khuất, tạo ra một sự thay đổi có ích trong một lĩnh vực nào đó hay đơn thuần chỉ là gọi nên một cảm xúc thẩm mỹ và nhân văn, giúp con người thêm một chút lạc quan về cuộc sống... đó là sứ mệnh cao cả nhất của các bài báo.

Và điều quan trọng, trái tim của người làm báo chân chính không phải là một cỗ máy! Cuối mỗi hành trình nghề nghiệp, khi nhìn lại con đường mình đi, bằng chính tác phẩm của mình, nhà báo đích thực là người đã đồng hành cùng chính bạn đọc của mình, đồng hành cùng Tổ quốc và Nhân dân để làm nên sức nặng của bài báo, góp sức mình khơi dậy những giá trị nhân văn, lòng trắc ẩn, những đúng sai, được mất, những minh bạch, sự công bằng... Nhà báo, trong sự “giữ mình” âm thầm và bền bỉ, sẽ mãi hướng tới cái đẹp, tới những lý tưởng cao đẹp bởi đã “mang nghiệp” vào thân như thế...

Nhà văn, nhà báo Nguyễn Thị Ngọc Hải ở tuổi 80 vẫn say sưa đi và viết. Bà chia sẻ, nghề báo chẳng bao giờ mà chán... Dẫu bạn đọc giờ có quá nhiều phương tiện để đọc, họ lại chỉ lướt và quét chứ ít lặn sâu vào thông tin. Họ đọc xuyên qua, suốt ngày lang thang trên mạng và rời bỏ những bài báo công phu bất cứ lúc nào. Họ còn tự làm phóng viên, tự sản xuất thông tin trên trang cá nhân, gọi là báo chí công dân. Báo chí ngày nay không chỉ là tốc độ mà còn là cuộc đua ai chỉ ra chính xác nhất chuyện gì đang xảy ra... Cách viết hôm nay cũng phải đua tranh với xu hướng của mạng xã hội, nhà báo phải biết kể chuyện, tìm ra cách viết thật “chạm” để mang đến cảm xúc lớn lao cho sự đọc. Các nhà báo thảo luận nhiều về lối ra cho kinh tế báo chí, nhưng kết luận cuối cùng vẫn là báo chí phải cạnh tranh bằng giá trị cốt lõi của mình, nội dung chất lượng cao thu hút và giữ chân độc giả trung thành. Báo chí vẫn quay về với giá trị cổ điển, cạnh tranh bằng sở trường của mình là nội dung chuyên nghiệp. Và thực tế, nhà báo chọn nghề báo vì sự tôn trọng của xã hội đặt lên vai mình, những điều lớn lao hay nhỏ bé xoáy vào tim mình, từ những phản biện xã hội chân thành và những thông điệp tốt đẹp, thiện lương...

MIỀN THẢO

Có một Tản Đà nhà báo



● Ảnh tư liệu.

Công chúng nhớ đến Tản Đà, là nhà thơ, nhà văn, nhưng với báo chí, Tản Đà lại vừa có cá tính, tài hoa, vừa ngang tàng khiến cho Hoài Thanh - Hoài Chân gọi ông là “tiên sinh”, một người có phẩm cách đi giữa đời sống gió bụi, xô bồ nhưng giữ được sự thanh thản.

Đời bay nhảy, lận đận vì báo chí

Trong cuốn Thi nhân Việt Nam, Hoài Thanh - Hoài Chân đã đưa Tản Đà mở đầu cuộc tao đàn văn chương của cuốn sách và gọi thơ ông có sự “phóng túng riêng”, “đã dạo những bản mở đầu cho một cuộc hòa nhạc tân kỳ đương sắp sửa”. Cả Hoài Thanh - Hoài Chân đã tán dương phong cách của một người đi giữa hỗn độn xã hội Việt Nam “với tấm lòng thanh thản của một người thời trước”. Cái ngang tàng không hề vay mượn của người xưa, cái buồn chán không rên rỉ mà mang chất tượng phư.

Văn chương Tản Đà là vậy, còn báo chí ra sao? Tản Đà là con trai út của một lương duyên tài tử và giai nhân này. Cha ông làm quan, cũng là một người phong lưu tài tử và kết duyên với một đào hát tài sắc vẹn toàn ở Nam Định. Chính mối tình “tài tử giai nhân” này Tản Đà đã thừa hưởng tính phong lưu từ cha mẹ.

Theo ghi chép, năm 1913, người anh cả đã nuôi Tản Đà từ ba tuổi là Nguyễn Tài Tích mất, Tản Đà về Vĩnh Phú làm nghề báo, tờ báo ông cộng tác đầu tiên là Đông Dương tạp chí của Nguyễn Văn Vĩnh, phụ trách mục “Một lối văn nôm”. Đến năm 1915, ông lấy vợ là bà Nguyễn Thị Tùng, con gái một tri huyện ở Hà Đông. Cũng năm này ông có tác phẩm hay, đăng trên Đông dương tạp chí, nhanh chóng có được tiếng vang trên văn đàn. Năm 1916, ông lấy bút danh Tản Đà là tên ghép núi

Tản, sông Đà. Cái tên Tản Đà nó đúng với phong thái và đam mê của ông “suốt đời bay nhảy”: “Nước rợn sông Đà con cá nhảy/Mây trùm non Tản cánh điều bay!”.

Và từ đây sự nghiệp báo chí, văn chương, rong chơi của ông đã trở thành huyền thoại trong đời sống văn nghệ thời đó. Cái tên Tản Đà quá nổi danh khiến các chủ báo luôn cần bài viết của ông. Phạm Quỳnh sáng lập ra Nam Phong tạp chí (1917), tên Tản Đà có trên tạp chí này từ số đầu tiên. Năm 1918, Phạm Quỳnh ca ngợi cuốn Khôi tình con I và phê phán cuốn Giác mộng con I, cả khen lẫn chê đều dùng những lời lẽ sâu cay, biến Tản Đà trở thành một hiện tượng trên văn đàn.

Tản Đà quen với một nhà tư sản, cùng nhau du lịch khắp nơi và làm chủ bút Hữu thanh tạp chí một thời gian. Năm 1922, Tản Đà thành lập Tản Đà thư điểm (sau đổi thành Tản Đà thư cục), đây là nhà xuất bản riêng đầu tiên của ông. Tại Tản Đà thư điểm đã in nhiều tác phẩm đặc sắc của ông như: Tản Đà tụng văn (tuyển cả thơ và văn xuôi, trong đó có truyện Thề Non Nước, 1922); Truyện thể gian tập I và II (1922), Trần ai tri kỷ (1924), Quốc sử huân nông (1924) và tập Thơ Tản Đà (1925).

Năm 1926, Hữu Thanh tạp chí đình bản, Tản Đà cho ra đời An Nam tạp chí số đầu tiên với tòa soạn ở phố Hàng Long. Sự ra đời của An Nam tạp chí, tờ báo mà Tản Đà dành hết tâm

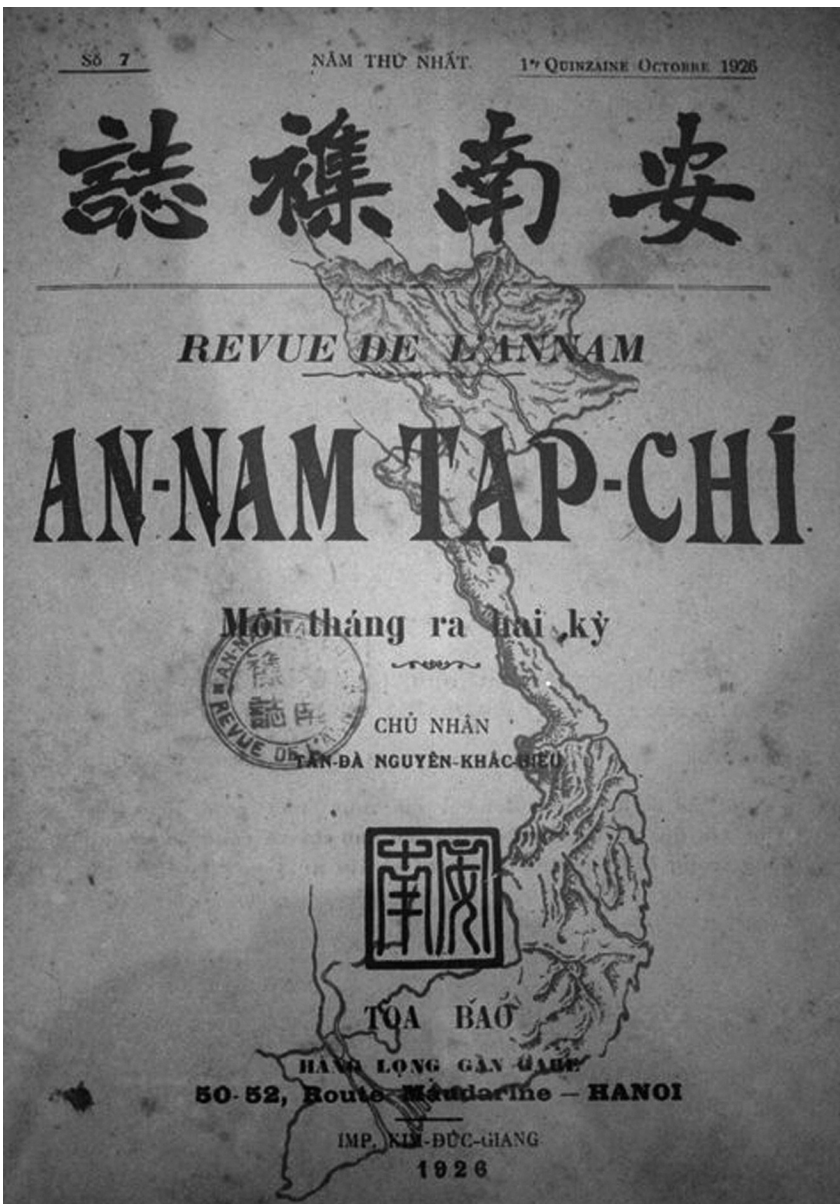
huyết, đã bắt đầu quãng đời lận đận của ông.

Thời kỳ đầu làm chủ An Nam tạp chí, Tản Đà phong lưu, thường đi thăm thú khắp nước. Ông vừa làm báo, vừa đi chơi nên tạp chí cũng ăn bản thất thường. Dần dần, ông túng quẫn, những cuộc đi là để trốn nợ hoặc giải sầu, hoặc là tìm người tài trợ cho báo. Thời kỳ này ông viết cũng nhiều, các tập Nhân tướng (bút ký triết học, 1929), Giác mộng lớn (tự truyện, 1929), Khôi tình con III (in lại thơ cũ), Thề non nước (truyện), Giác mộng con II (truyện), lần lượt ra đời.

Năm 1933, khi phong trào Thơ Mới đang nổi lên, thì An Nam tạp chí của Tản Đà chính thức đình bản sau 3 lần đình bản và 3 lần tái bản. Cuộc sống của Tản Đà xuống cấp trầm trọng, phải chạy ngược chạy xuôi kiếm sống. Tờ báo chỉ tồn tại có 48 số.

Lúc ông ở khu Bạch Mai dạy chữ Nho. Có lúc ở Hà Đông, lại thấy mấy tờ báo đăng quảng cáo: “Nhận làm thuê các thứ văn vui, buồn, thường dùng trong xã hội - Tản Đà Nguyễn Khắc Hiếu”. Năm 1938, ông còn mở cả một phòng đoán số Hà Lạc để xem bói.

“Trăm năm hai chữ Tản Đà/Còn sông, còn núi, còn là ăn chơi/Dở hay muôn sự ở đời/Mây bay nước chảy mặc người thế gian”. Mấy câu thơ ông viết về Thú ăn chơi đúng là từ con người ông mà ra “quê hương thì có, cửa nhà thì không”. Một đời phiêu dạt!



Báo chí để “bắt bệnh” xã hội

Trong cuốn 40 năm nói láo, Vũ Bằng đã nhấn mạnh sự kham khổ của “người làm báo chân chính tranh đấu không cần ai khen, không sợ ai chửi hết”: “Người làm báo chân chính chiến đấu cho dân tộc, cho tương lai, có lúc nào rảnh rang chỉ ngồi nhìn lại quá khứ tự hỏi lòng mình có xứng đáng làm chiến sĩ không và chiến sĩ mức độ nào thôi... Tôi tưởng như suốt đời viết báo, suốt đời khổ như Tản Đà, Văn Sen, Vũ Trọng Phụng, Lan Khai, Lê Văn Trương, Đinh Hùng, nay đã chết rồi mà vẫn còn cứ ôm ngòi bút viết bài nơi âm phủ”.

Cách khen ngợi của Vũ Bằng về Tản Đà tôi nghĩ là chính xác. Một “ký họa” chân dung Tản Đà thật sinh động. Báo chí hay văn chương của Tản Đà luôn nhức nhối, cái nhức nhối đó như cái gai đâm vào chân ta mà không rút ra được, thỉnh thoảng đau nhói, nếu muốn lấy nó ra phải phẫu thuật mới lành lặn, khỏe mạnh được. Đó là phải chữa trị những thói hư tật xấu của con người và xã hội.

Tôi đọc một bài rất hay của Tản Đà mà đến bây giờ tệ nạn này phát triển rất không lành mạnh ở xã hội, nhất là ở những thành phố lớn, bài hịch có tên Hịch đuổi kẻ ăn mày.Cái ăn mày đây là ăn mày ngoài đường phố, nhưng bây giờ có cả “ăn mày trên mạng xã hội”, ví như kêu gọi từ thiện rồi trục lợi, hay giả vờ nghèo đói để lấy lòng

thương thiên hạ. Bài hịch có góc nhìn rất lạ, ông cho rằng người ăn mày chẳng qua lười biếng, không chịu làm lụng. Tản Đà dẫn câu của Mạnh Tử: “Sự cho người có khi làm hại sự ân huệ”.

Nhà nghiên cứu Vương Trí Nhàn nhận định: “Khi biết rằng những điều hôm nay chúng ta bàn bạc, nhà thơ núi Tản sông Đà đã đã động tới từ hơn nửa thế kỷ trước, chúng ta càng tin không phải mình nhẩn tâm mà đang suy nghĩ đúng. Nhất là khi thói quen nhân danh sự nghèo khó vẫn đang được bọc lộ trong vô số hành động khác nhau, kể cả những việc bề ngoài chẳng dây mơ rễ má gì hết tới chuyện ăn mày”.

Vũ Bằng nói về cách Tản Đà làm báo rằng: “... làm báo mà chỉ lo chau chuốt một chữ trong thơ, cả ngày say rượu, không thêm biết một tý gì về tình hình quốc nội và quốc tế... Tôi phục Tản Đà đã đem một cái đẹp cao siêu vào mục thi ca cho làng báo”, ngoài ra Vũ Bằng còn chê “tính xấu” của Tản Đà “đó là tính tự phụ, coi thiên hạ như cỏ rác!”.

Tản Đà cũng là người có ý thức rõ rệt về việc kết hợp văn chương và báo chí. Ông chứng minh rằng nhà báo giỏi không chỉ cần kiến thức thời sự mà còn cần tâm hồn văn chương, lòng yêu nước và dũng khí phản biện. Ông cũng tôn vinh chất văn làm đẹp và làm sâu sắc ngôn ngữ báo chí. Các bài viết của Tản Đà mang tiếng nói phản biện xã hội sâu sắc. Ông nhiều lần chỉ trích chế độ thực dân, phong kiến, phơi bày bất công xã hội, lên án sự lạc hậu, mê tín, bảo thủ trong tầng lớp quan lại. Ông sử dụng báo chí như một công cụ thức tỉnh dân trí và khơi dậy lòng yêu nước... Ông cũng đề cao sự trung thực và chính trực trong ngòi bút. Tản Đà không ngại va chạm với các cây bút lớn đương thời nếu thấy điều đó là cần thiết để bảo vệ chân lý và sự thật. Điều này là bài học lớn về đạo đức nghề nghiệp.

Nói về Tản Đà, hậu thế như tôi không dám ba hoa nhiều bởi vì ông quá hay: có tài, có tình, yêu lối viết của mình đến độ “cực đoan”, nhưng sự “cực đoan” đó quá đáng yêu. Nếu không có sự “ngông” đó, sự ung dung vững vàng đó, chúng ta đâu có ngòi bút của Tản Đà trên văn đàn và báo chí. Chỉ tính từ năm 1916 - 1939, Tản Đà để lại cho đời hàng nghìn bài báo, trên 30 cuốn thơ, văn cùng những trang dịch thuật.

Xin mượn lời trong cuốn Thi nhân Việt Nam kết thúc cho bài viết này: “Có tiên sinh người ta sẽ thấy rõ chúng tôi không phải là những quái thai của thời đại, những đứa thất cước không có liên lạc gì với quá khứ của giống nòi. Có tiên sinh, trên Tao đàn còn phảng phất chút bình yên trong tin tưởng, chút thích thẳng mà từ lâu chúng tôi đã mất”.

TUẤN NGỌC



Nhiều tour du lịch đặc sắc

6 tháng đầu năm 2025, Tổng cục Du lịch Hàn Quốc tại Việt Nam (KTO Việt Nam) đã triển khai nhiều chương trình xúc tiến du lịch quy mô và hiệu quả. Nổi bật là chiến dịch “Xuân Hạ ghé Hàn, thơm hoa rộn náo”, phối hợp cùng 20 công ty du lịch tại Việt Nam nhằm quảng bá các sản phẩm du lịch mùa xuân - hè đặc sắc của Hàn Quốc, với hàng nghìn quà tặng cho du khách Việt Nam và hỗ trợ chi phí trải nghiệm du lịch Hàn Quốc lên tới 50.000won/du khách (khoảng 900 nghìn đồng).

KTO cũng tích cực tham gia các sự kiện trong nước, như Hội chợ Du lịch Quốc tế VITM 2025 tại Hà Nội, cùng các cơ quan xúc tiến địa phương đến từ Jeju, Busan, Suwon, Gyeongsangbuk..., mang đến chuỗi trải nghiệm phong phú thu hút đông đảo khách tham quan. Ngoài ra, sự kiện Korea Travel Mart 2025 đã được tổ chức thành công, quy tụ hơn 20 doanh nghiệp du lịch Hàn Quốc và hơn 100 đối tác từ Việt Nam.

Chương trình “Be the Kreator” đã tuyển chọn và kết nối với 20 nhà sáng tạo nội dung trẻ người Việt đang sinh sống và học tập tại Hàn Quốc, nhằm lan tỏa hình ảnh đất nước Hàn Quốc qua góc nhìn mới mẻ, sáng tạo và gần gũi. Thông qua các nền tảng mạng xã hội phổ biến như: Facebook, TikTok, chương trình kỳ vọng sẽ đưa hình ảnh du lịch Hàn Quốc đến gần hơn với du khách Việt Nam, đặc biệt là nhóm du khách trẻ năng động và yêu thích trải nghiệm văn hóa.

Trong 6 tháng năm 2025, KTO Việt Nam sẽ tiếp tục tăng cường hiện diện và sức lan tỏa của du lịch Hàn Quốc tại Việt Nam thông qua chuỗi sự kiện quy mô lớn. Đáng chú ý là Lễ hội Du lịch Hàn Quốc - Korea Travel Festa 2025 dự kiến tổ chức tại TP Hồ Chí Minh với quy mô tiếp cận khoảng 70.000 du khách Việt yêu mến du lịch, mang đến nhiều hoạt động giao lưu văn hóa - giải trí hấp dẫn như các trải nghiệm văn hóa, du lịch Hàn Quốc, chương trình biểu diễn của các nghệ sĩ Kpop nổi tiếng và đặc biệt là hoạt động giao lưu cùng các tuyển thủ của Giải vô địch Liên minh Huyền thoại Hàn Quốc.

Bà Park Eun Jung, Trưởng đại diện Tổng cục Du lịch Hàn Quốc tại Việt Nam chia sẻ, thông qua chuỗi hoạt động xúc tiến đa dạng, KTO đang tích cực phát triển các sản phẩm du lịch chuyên biệt như K-Culture tour, Premium tour, Sports tour, cũng như hỗ trợ các đoàn charter đến Hàn Quốc. KTO mong muốn mang đến cho du khách Việt những trải nghiệm mới mẻ, đặc sắc và đậm chất Hàn Quốc.

Tính đến hết tháng 5 năm nay, Hàn Quốc đã đón 224.000 lượt khách du lịch từ Việt Nam, tăng 11% so với cùng kỳ năm 2024. Dự kiến trong năm 2025, Hàn Quốc cũng sẽ tiếp tục đón hơn 500 nghìn lượt khách từ Việt Nam và duy trì thành quả để là

Các quốc gia đẩy mạnh thu hút du khách Việt



● Mỗi địa phương Hàn Quốc mang một sắc màu, kể một câu chuyện rất riêng. (Ảnh: KTO)

Với sự kết hợp giữa nền văn hóa đặc sắc, cảnh quan hấp dẫn, chính sách du lịch thuận lợi cùng tour đặc sắc, Hàn Quốc và Singapore đang trở thành hai điểm đến quốc tế hàng đầu của du khách Việt trong những năm gần đây.



● Singapore chào đón các gia đình và những du khách yêu trải nghiệm. (Ảnh: STB)



● Hàn Quốc luôn thu hút du khách Việt.



● Mùa lá đỏ ở Hàn Quốc. (Ảnh: KTO)

một trong những thị trường Đông Nam Á có lượng khách đến thăm Hàn Quốc cao nhất.

Trong dịp hè, Singapore chào đón các gia đình và những du khách yêu trải nghiệm, luôn giữ tinh thần tươi trẻ đến đến khám phá thế giới sáng tạo, rực rỡ sắc màu và tràn ngập niềm vui thông qua loạt triển lãm tương tác cùng các sự kiện văn hóa đại chúng. Từ triển lãm đồ chơi, không gian kể chuyện sống động đến các màn trình diễn lập kỷ lục quốc gia, tất cả hứa hẹn mang đến những khoảnh khắc vui nhộn và đáng nhớ cho du khách mọi lứa tuổi. Ví như: triển lãm tương tác “The Little Prince: The journey of stars” (tạm dịch: Hoàng Tử Bé: Hành trình của những vì sao), Đến với “Wings of art 2025” (tạm dịch: Đôi cánh nghệ thuật 2025), du khách sẽ được chiêm ngưỡng sản catwalk barbie dài nhất Singapore, lên đến 60 mét, cùng với 1.060 búp bê barbie

gắn cánh được trưng bày. Đặc biệt, sự kiện đồ chơi nghệ thuật lớn nhất châu Á Pop toy show Singapore trở lại Singapore vào tháng 8 sẽ diễn ra tại Trung tâm Hội nghị và Triển lãm Sands Expo. Sự kiện có đến hơn 150 gian hàng và trưng bày các tác phẩm ấn tượng. Khách tham quan còn cơ hội giao lưu với các nghệ sĩ, tham gia các buổi ký họa và tìm thấy các mẫu đồ chơi phiên bản giới hạn độc đáo.

Bảo tàng Peranakan Musuem hợp tác với OpenAI và studio trí tuệ nhân tạo Ask Mona của Pháp, du khách có thể trò chuyện với một số hiện vật tiêu biểu trong bảo tàng thông qua công nghệ AI. Trong số đó có lọ sứ kamcheng, một vật dụng truyền thống được chạm khắc tinh xảo, từng dùng để lưu trữ đồ đạc, cùng với các bức ảnh tư liệu quý hiếm. Kết hợp giữa kể chuyện, giáo dục văn hóa và công nghệ tương tác, trải nghiệm

được xây dựng dựa trên thiên hướng tò mò, muốn tìm hiểu của khách tham quan trong thực tế, qua đó góp phần tạo nên sự kết nối mang tính cá nhân và gần gũi hơn.

Được biết, tính đến 31/5/2025, tổng lượng khách quốc tế đến Singapore đạt 7,09 triệu, với khoảng gần 130 nghìn lượt khách đến từ Việt Nam.

Sức hấp dẫn đến từ truyền thống xen lẫn hiện đại

Hàn Quốc và Singapore là hai quốc gia châu Á có vị trí địa lý tương đối gần Việt Nam, chỉ mất từ 3 đến 6 giờ bay từ Hà Nội, TP HCM hoặc Đà Nẵng. Thời gian di chuyển ngắn cùng tần suất các chuyến bay dày đặc khiến hai quốc gia này trở thành lựa chọn hàng đầu cho các kỳ nghỉ ngắn ngày, tour gia đình hay du lịch cá nhân.

Không chỉ tiện lợi về khoảng cách, cả Hàn Quốc và Singapore

đều ghi điểm với du khách Việt nhờ sự kết hợp hài hòa giữa hiện đại và truyền thống. Ở Hàn Quốc, khách du lịch có thể dễ dàng trải nghiệm văn hóa cung đình cổ kính tại Cung Gyeongbokgung (Cảnh Phúc cung), mặc hanbok dạo chơi khu làng cổ Bukchon, đồng thời hòa mình vào nhịp sống sôi động tại phố mua sắm Myeongdong hay quận Gangnam hiện đại. Trong khi đó, Singapore đem đến hình ảnh một quốc đảo sạch đẹp, hiện đại, nhưng vẫn bảo tồn tốt các khu văn hóa như Little India, Chinatown, Kampong Glam - nơi thể hiện sự giao thoa giữa các nền văn hóa Á - Âu một cách sống động.

Nhiều người lựa chọn du lịch Hàn Quốc không chỉ chơi trượt tuyết, mà còn để được tận mắt ghé thăm bối cảnh các bộ phim truyền hình nổi tiếng hoặc tham gia tour biểu diễn K-pop, ghé qua các cửa hàng của nghệ sĩ thần tượng, thậm chí là các quán cà phê, nhà hàng mà họ thường xuất hiện trên mạng xã hội.

Trong tự, Singapore nổi lên như một trung tâm tổ chức các sự kiện âm nhạc quốc tế, lễ hội ánh sáng, công viên giải trí hiện đại như Universal Studios, Jewel Changi với thác nước trong nhà lớn nhất thế giới. Những yếu tố này thu hút đặc biệt nhóm khách trẻ tuổi, yêu thích trải nghiệm, selfie và công nghệ.

Ngoài ra, ẩm thực của hai quốc gia này cũng trở thành điểm cộng lớn. Từ món ăn đường phố như tokbokki, gimhap, gà cay Hàn Quốc đến những món đặc sản cao cấp như thịt bò nướng hanwoo hay súp sâm - ẩm thực Hàn Quốc đã quá quen thuộc với người Việt qua phim ảnh và nhà hàng trong nước. Khi sang Hàn, du khách càng hào hứng hơn vì được ăn đúng “chuẩn gốc”.

Singapore lại nổi tiếng với nền ẩm thực đa văn hóa. Chỉ cần ghé qua một trung tâm hawker (chợ ẩm thực), du khách có thể thưởng thức các món đặc trưng từ Trung Hoa, Ấn Độ, Malaysia cho đến phương Tây. Món cơm gà Hải Nam, cháo ếch, laksa hay bánh mì kaya toast được nhiều du khách Việt đánh giá là vừa hợp khẩu vị, vừa dễ tiếp cận.

Thêm vào đó, hệ thống giao thông công cộng thuận tiện, an ninh cao, sự thân thiện của người dân bản địa và môi trường sạch đẹp là những yếu tố khiến du khách Việt - đặc biệt là các gia đình có trẻ nhỏ hoặc người cao tuổi - cảm thấy yên tâm và hài lòng khi lựa chọn Hàn Quốc hoặc Singapore.

Hàn Quốc và Singapore đều đầu tư mạnh mẽ vào truyền thông, quảng bá du lịch tại Việt Nam - từ các chiến dịch truyền hình, sự kiện fan meeting nghệ sĩ Hàn, hội chợ du lịch đến việc hợp tác với các KOLs, travel blogger Việt. Việc xây dựng hình ảnh điểm đến an toàn, trẻ trung, dễ check-in và nhiều trải nghiệm “Instagrammable” đã đánh trúng tâm lý của giới trẻ Việt - nhóm khách đang chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong thị trường du lịch Việt. **BẢO CHÂU**

Du lịch Việt Nam “đón đầu” thị trường khách quốc tế tiềm năng



● Thị trường lịch Australia, Mỹ, Đài Loan (Trung Quốc),... đang tạo mối liên kết với ngành Du lịch Việt Nam. (Ảnh minh họa - Nguồn: Báo Hà Giang)

Trong những năm gần đây, thương hiệu du lịch Việt Nam đã trở thành điểm đến quen thuộc đối với các du khách quốc tế. Trên “bản đồ” du lịch thế giới, Việt Nam đang là một cái tên được nhiều thị trường du lịch lớn trên thế giới mong muốn hợp tác.

Lượng du khách nước ngoài ngày càng tăng cao

Mới gần đây nhất, trong chương trình hỏi đáp nhanh giữa hai ngôi sao Hollywood, Pedro Pascal hỏi Dakota Johnson quốc gia nào là điểm đến mà cô mơ ước nhất. Không ngần ngại, nữ diễn viên trả lời: “Việt Nam”. Câu trả lời khiến Pedro Pascal bất ngờ, vì đó cũng chính là địa điểm mà anh đang mong muốn được đặt chân tới. Dakota Johnson sau đó thậm chí còn rủ Pedro Pascal đi cùng.

Quay trở lại với du lịch Việt Nam trong thời gian qua, có thể nhận sức hấp dẫn của nước ta đối với bạn bè quốc tế. Tại Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang trong những tháng đầu năm 2025 đón hàng chục nghìn lượt khách nước ngoài. Các điểm đến du lịch hấp dẫn của Phú Quốc chiếm phần lớn là các du khách đến từ Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Ấn Độ,... Những du khách này đến để nghỉ mát, thư giãn trong các dịp nghỉ lễ. Du khách ngoại quốc đã giúp cho tỉnh Kiên Giang “bội thu” lượt khách đến ngay từ đầu năm 2025, tăng 65% so với cùng kỳ năm ngoái. Hiện tại, khi vào mùa cao điểm du lịch hè năm nay, tỉnh Kiên Giang đang trong tình trạng “quá tải” du khách cả trong và ngoài nước.

Ở Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa, một điểm đến du lịch hàng đầu của Việt Nam, đang trở thành “địa chỉ đỏ” được nhiều du khách nước ngoài ưu ái lựa chọn. Dựa theo số liệu trên nền tảng du lịch toàn cầu Agoda lượng tìm kiếm khách sạn

cho lượt nhận phòng vào tháng 6 và tháng 7, Nha Trang được xếp hạng số 1 trong số các điểm đến ở nước ngoài được du khách Hàn Quốc ưa thích lựa chọn. Bạn bè quốc tế còn ưu ái đặt cho Nha Trang cái tên “Naples của Việt Nam”, thành phố biển xinh đẹp này đã vượt qua Tokyo.

Thực tế, du lịch của Việt Nam đang trở thành một quốc gia thu hút khách nước ngoài. Với thể mạnh về bãi biển đẹp, thành phố trẻ trung, sôi động, ẩm thực hấp dẫn, nước ta có những thế mạnh trở thành một cái tên tiêu biểu trong việc phát triển du lịch tại Đông Nam Á.

Trong những năm gần đây, du lịch Việt Nam đang có những thay đổi tích cực để vươn mình sánh ngang với “bạn bè năm châu”. Lấy ví dụ như khu lưu trú ở các điểm đến du lịch ngày càng phong phú phục vụ đa dạng các tệp khách từ bình dân đến cao cấp.

Ngoài ra, sản phẩm du lịch Việt Nam liên tục đổi mới, cập nhật các xu hướng trên thế giới: Loại hình du lịch nông thôn, trải nghiệm; du lịch lễ hội; du lịch mạo hiểm; du lịch sinh thái; du lịch nghỉ dưỡng,... đều được các tỉnh, địa phương chú trọng đầu tư cả về truyền thông, chất lượng dịch vụ và nhân lực làm việc.

Một yếu tố then chốt để du lịch Việt Nam thu hút bạn bè quốc tế là nhờ chính sách thị thực. Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, ông Nguyễn Trùng Khánh nhận định, chính sách thị thực

đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc thu hút du khách quốc tế. Ngày 7/3/2025, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 44/NQ-CP về việc miễn thị thực cho công dân của 12 quốc gia gồm: Đức, Pháp, Italy, Tây Ban Nha, Liên hiệp Vương quốc Anh,... Chính sách này cho phép công dân các nước nêu trên được tạm trú 45 ngày kể từ ngày nhập cảnh, không phân biệt loại hộ chiếu và mục đích nhập cảnh. Thời gian thực hiện chính sách kéo dài ba năm, sẽ được xem xét gia hạn theo quy định của pháp luật Việt Nam.

Theo báo cáo của Cục Thống kê, chỉ trong 5 tháng đầu năm 2025, số lượng khách quốc tế đến Việt Nam tăng cao. Khách đến bằng đường hàng không đạt 7,84 triệu lượt người, chiếm gần 90% tổng lượng khách quốc tế, tăng gấp nhiều lần so với cùng kỳ năm 2024. Khách đến bằng đường bộ đạt 1,18 triệu lượt người, chiếm 12,9% tổng lượng khách, tăng nhẹ so với cùng kỳ năm trước. Khách đến bằng đường biển đạt 175,4 nghìn lượt người, chiếm 1,9% tổng lượng khách và tăng so với cùng kỳ. Một số thị trường gửi khách tiềm năng trong 5 tháng đầu năm 2025 là Trung Quốc, Hàn Quốc, Mỹ, Nhật Bản, Đài Loan (Trung Quốc), Campuchia,...

Tạo liên kết mở rộng thị trường du lịch quốc tế tiềm năng

Ngoài những thị trường khách quen thuộc, ngành Du lịch Việt Nam đang mở rộng, thu hút

du khách đến từ những nước có nguồn chi tiêu cao dành cho du lịch. Lấy ví dụ như thị trường khách du lịch Halal (du lịch Hồi giáo) chủ yếu đến từ các quốc gia có đông dân số Hồi giáo như Indonesia, Malaysia, Brunei, Ấn Độ và các nước thuộc khu vực Trung Đông.

Dân số Hồi giáo hiện đã vượt 2 tỷ người, trong đó 67% sẽ ở độ tuổi dưới 40 vào năm 2034 một nhóm khách trẻ có nhu cầu du lịch cao và mức chi tiêu lớn, mở ra tiềm năng rất lớn cho các điểm đến trên thế giới. Trong vài năm trở lại đây Halal đang là một tệp khách hàng tiềm năng, sẵn sàng bỏ ra những khoản chi phí lớn dành cho các dịch vụ du lịch. Du lịch Halal được dự báo cán mốc trên 200 tỷ USD vào năm 2025 và vượt 350 tỷ USD vào năm 2030, trở thành một trong những phân khúc tăng trưởng nhanh nhất của ngành du lịch toàn cầu.

Ngành Du lịch Việt Nam có rất nhiều tiềm năng để đón những lượt khách du lịch Halal đến tham quan nghỉ dưỡng. Thủ đô Hà Nội hiện đang đi đầu với nhiều liên kết với các nước có đông người Hồi giáo.

Chia sẻ với truyền thông, ông Trần Trung Hiếu - Phó Giám đốc Sở Du lịch Hà Nội thông tin cho biết, năm 2024, Hà Nội ghi nhận hơn 650.000 lượt khách từ các thị trường này, chiếm khoảng 15% tổng lượng khách quốc tế. Riêng thị trường Ấn Độ đạt hơn 325.000 lượt, tăng gần 40% so với năm

2023. Du lịch Hà Nội đã chủ động để xây dựng được môi trường du lịch thân thiện, đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách quốc tế, trong đó có cả các yêu cầu đặc biệt riêng trong tổ chức dịch vụ như để đón khách du lịch từ cộng đồng Hồi giáo.

Thực tế, du lịch Halal là một thị trường tiềm năng đối với ngành Du lịch Việt Nam. Tuy nhiên, đây cũng là những tệp khách hạng sang với nhu cầu khắt khe. Ví dụ như vấn đề ăn uống, nghỉ ngơi, trò chuyện,... phải phù hợp với phong tục tập quán, truyền thống của họ. Cho nên, phục vụ tệp khách này đòi hỏi ngành Du lịch Việt Nam phải đầu tư bài bản, chín chu hơn nữa để sẵn sàng đáp ứng nhu cầu của du khách Halal.

Không chỉ có thị trường du lịch Halal quan tâm đến Việt Nam, mà còn nhiều quốc gia khác đang tạo mối liên kết với các tỉnh, địa phương của nước ta. Như tỉnh Khánh Hòa vừa tổ chức Hội nghị xúc tiến du lịch tại Australia, đánh dấu bước đi chiến lược trong hành trình mở rộng thị trường quốc tế và phát triển du lịch bền vững. Được biết, lượng du khách người Australia quan tâm đến du lịch Việt Nam tương đối lớn, đặc biệt trong mùa hè, khi người ở bán cầu phía Nam đang tìm nơi tránh rét, nghỉ dưỡng.

Ngoài thị trường Australia, tại Thanh Hóa, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh đã tổ chức Hội nghị xúc tiến thị trường khách du lịch Đài Loan (Trung Quốc) với sự tham dự của hơn 40 doanh nghiệp lữ hành, cơ quan truyền thông Đài Loan (Trung Quốc) và các doanh nghiệp lữ hành của Việt Nam chuyên đón khách quốc tế. Thời gian qua, sự liên kết du lịch giữa tỉnh Thanh Hóa và Đài Loan (Trung Quốc) ngày càng phát triển và đạt được nhiều kết quả nổi bật, thị trường khách du lịch từ Đài Loan (Trung Quốc) vào Việt Nam và ngược lại ngày càng được các doanh nghiệp du lịch 2 bên quan tâm khai thác hiệu quả.

Bên cạnh việc liên kết với các đối tác quốc tế để phát triển du lịch, thì các đường bay thẳng đang trở thành một “cầu nối” giúp du khách quốc tế đến du lịch tại Việt Nam nhiều hơn. Hãng hàng không Vietnam Airlines sẽ khai trương đường bay thẳng đầu tiên giữa Việt Nam và Đan Mạch, kết nối trực tiếp Thành phố Hồ Chí Minh với Thủ đô Copenhagen từ ngày 15/12/2025. Đây là đường bay đầu tiên và duy nhất tính đến thời điểm hiện tại đưa hành khách bay thẳng giữa hai quốc gia, đánh dấu một bước đi chiến lược trong nỗ lực mở rộng mạng bay quốc tế của Hãng, đồng thời mở ra cây cầu hàng không mới giữa Đông Nam Á và Bắc Âu.

Được biết, thị trường Bắc Âu đang là một hướng phát triển du lịch tiềm năng cho Việt Nam, khi cộng đồng người Việt sinh sống tại đây lên đến khoảng 70 nghìn người. Ngoài ra, thu nhập của người dân ở khu vực Bắc Âu tương đối tốt, đây là một tệp khách chịu chi, sẵn sàng trải nghiệm đa dạng dịch vụ du lịch. **HƯƠNG NGỌC**



● Du khách nước ngoài ưa thích các trải nghiệm văn hóa tại Việt Nam. (Nguồn: PV)

“Sứ mệnh đặc biệt” của báo chí

Mỗi khi nhắc đến sứ mệnh của báo chí, người ta thường nhắc đến vai trò thông tin, tuyên truyền các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa và xã hội. Thế nhưng, bên cạnh đó, báo chí còn đảm nhiệm một sứ mệnh đặc biệt: sứ mệnh nhân đạo. Qua đó, góp phần nâng cao chất lượng chính sách an sinh xã hội và lan tỏa những điều tốt đẹp, tích cực trong đời sống.



● Báo Pháp luật Việt Nam chung tay xóa nhà tạm tại Yên Bái. (Ảnh: Đức Tuyền)



● Báo Pháp luật Việt Nam trao tặng “Mái ấm Tư pháp” cho gia đình có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn tại Hà Tĩnh. (Ảnh: Thiên Ý)



● Đội ngũ nhà báo, phóng viên, người lao động Báo Pháp luật Việt Nam đóng gói từng phần quà gửi đến đồng bào vùng lũ. (Ảnh: Lê Hanh)

Sứ mệnh nhân đạo của người cầm bút

Trong những năm qua, việc quan tâm, chăm lo cho tầng lớp yếu thế, dễ bị tổn thương và những người gặp rủi ro trong cuộc sống là chủ trương nhất quán, xuyên suốt của Đảng ta, thể hiện tính nhân văn, nhân đạo, bản chất tốt đẹp của chế độ ta. Đồng thời, kế thừa và phát huy truyền thống tương thân tương ái, “lá lành đùm lá rách”, “thương người như thể thương thân” của dân tộc Việt Nam.

Chủ trương này được thể chế hóa trong Hiến pháp và pháp luật Việt Nam qua các thời kỳ; được cụ thể hóa trong các chiến lược, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước. Gần đây nhất, tại Nghị quyết số 42-NQ/TW, ngày 24/11/2023 của Ban Chấp hành Trung ương khóa XIII “Về tiếp tục đổi mới, nâng cao chất lượng chính sách xã hội đáp ứng yêu cầu sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc trong giai đoạn mới”, Đảng ta tiếp tục khẳng định: Chính sách xã hội là chính sách đối với con người, vì con người. Đáng chú ý, Nghị quyết số 42-NQ/TW đánh dấu điểm mới rất quan trọng là mở rộng ra toàn bộ các nhóm chính sách xã hội cho tất cả các đối tượng; hướng tới năm 2045, Việt Nam nằm trong nhóm quốc gia có chỉ số phát triển con người (HDI) cao trên thế giới.

Tuy nhiên, để hiện thực hóa mục tiêu nói trên không phải là điều dễ dàng. Theo số liệu mới nhất từ các cơ quan chức năng, cả nước hiện có khoảng 1,2 triệu hộ nghèo và cận nghèo theo chuẩn nghèo đa chiều; khoảng 9,2 triệu người có công với cách mạng, trong đó hơn 1,4 triệu người đang hưởng trợ cấp ưu đãi hằng tháng. Chưa kể, quá trình già hóa dân số diễn ra nhanh chóng, biến đổi khí hậu ngày càng nghiêm trọng; thiên tai, lũ

lụt, sạt lở xảy ra thường xuyên và để lại hậu quả nặng nề... Đây đều là những thách thức, tạo ra sức ép lớn với chính sách an sinh xã hội.

Trong bối cảnh trên, việc nâng cao chất lượng chính sách an sinh xã hội không thể chỉ dựa vào nỗ lực của Nhà nước, mà cần có sự chung tay của toàn xã hội. Vai trò “nòng cốt” của Nhà nước trong việc giải quyết các vấn đề xã hội đang dần chuyển thành vai trò “chủ đạo”, đi đôi phát huy vai trò quan trọng của doanh nghiệp, thị trường, các tổ chức xã hội và ý chí tự lực, tự cường của người dân. Ở đó, báo chí là một trong những nhân tố quan trọng góp phần thúc đẩy tiến trình này.

Ngoài thực hiện tốt vai trò thông tin, tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về an sinh xã hội, báo chí còn là lực lượng tiên phong trong việc kêu gọi, tổ chức và đồng hành trong các hoạt động. Thông qua việc kịp thời lan tỏa các phong trào vận động, lời kêu gọi từ cấp ủy, chính quyền, các tổ chức và cá nhân hảo tâm, báo chí trở thành cầu nối đưa những tấm lòng thiện nguyện đến gần hơn với người nghèo khó, mảnh đời kém may mắn. Báo chí cũng phản ánh sâu sát tình hình thiên tai, dịch bệnh, các hoàn cảnh khó khăn, hoạt động đền ơn đáp nghĩa, chăm lo cho người có công với cách mạng... từ đó phát huy vai trò, trách nhiệm xã hội, huy động sự chung tay của toàn thể cộng đồng, nhất là sự tham gia của các doanh nghiệp với nguồn lực tài chính lớn.

Vậy là không biết từ bao giờ, báo chí dần gắn với sứ mệnh đặc biệt: sứ mệnh nhân đạo. Suốt thời gian qua, các phóng viên, nhà báo thâm lặng góp sức mình. Không chỉ thông tin bằng con chữ, hình ảnh hay phóng sự, họ còn trực tiếp tham

gia các hoạt động thiện nguyện. Các cơ quan báo chí trở thành địa chỉ tin cậy của những tấm lòng hảo tâm với vai trò kết nối giúp đỡ các hoàn cảnh khó khăn. Để rồi, nhiều chương trình ý nghĩa đã được lan tỏa mạnh mẽ như phong trào “Không để ai bị bỏ lại phía sau”, “Quỹ vì người nghèo”, “Đền ơn đáp nghĩa”, hay các chiến dịch vận động xóa nhà tạm, nhà dột nát... góp phần không nhỏ vào việc nâng cao chất lượng chính sách an sinh xã hội và lan tỏa những điều tốt đẹp, tích cực trong đời sống.

Báo Pháp luật Việt Nam và hành trình trao gửi yêu thương

Là một trong những cơ quan báo chí luôn tiên phong trong việc thực hiện sứ mệnh nhân đạo, thời gian qua, Báo Pháp luật Việt Nam không chỉ hoàn thành tốt nhiệm vụ thông tin, tuyên truyền trên các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội mà còn tích cực tham gia tham gia công tác kết nối, hỗ trợ những hoàn cảnh khó khăn trong xã hội. Dưới sự định hướng, lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng ủy, Ban Biên tập, Báo luôn chú trọng phát huy vai trò nhân đạo của báo chí, khuyến khích đội ngũ nhà báo, phóng viên, người lao động trở thành cầu nối giữa các nhà hảo tâm và những mảnh đời kém may mắn. Nhiều chương trình thiện nguyện thiết thực đã được tổ chức với sự góp sức trực tiếp của chính những nhà báo, phóng viên, người lao động.

Điển hình, sau cơn bão số 3 (Yagi), khi nhiều địa phương miền Bắc chịu thiệt hại nặng nề do mưa lũ, TS. Vũ Hoài Nam - Tổng Biên tập Báo Pháp luật Việt Nam đã kịp thời chỉ đạo thành lập Đoàn công tác hỗ trợ. Với sự đồng hành của các nhà hảo tâm, Đoàn công tác đã mang theo hàng trăm suất quà cùng các nhu

yếu phẩm đến tận tay bà con các tỉnh miền Bắc. Đáng trân quý, để chuẩn bị cho chuyến đi đầy ý nghĩa, đội ngũ nhà báo, phóng viên, người lao động đã miệt mài nhiều ngày, tự tay phân loại, đóng gói từng phần quà với tất cả sự tận tâm và tình cảm hướng về đồng bào vùng lũ.

Không chỉ hiện diện kịp thời trong những khoảnh khắc đồng bào cần sự sẻ chia khi gặp thiên tai, hoạn nạn, Báo Pháp luật Việt Nam còn bền bỉ thực hiện chuỗi hoạt động xã hội thường niên, mang đậm dấu ấn nhân đạo. Tiêu biểu có thể kể đến các hoạt động như: “Những chuyến đi bồi đắp tâm hồn” - tri ân tháng 7 miền Trung; chương trình “Tết quân dân” với cây cầu Pháp luật Việt Nam được khánh thành; trao nhà tình nghĩa, tặng quà Tết cho gia đình chính sách, hộ nghèo có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn; chung tay xóa nhà tạm; thăm hỏi, tri ân người có công với cách mạng; trao tặng “Thư viện sách cho em” hay chuỗi hoạt động “Chung tay xóa nghèo pháp luật” hướng về biên giới, biên đảo...

Đặc biệt, một điểm nhấn nổi bật, trở thành truyền thống tốt đẹp của Báo Pháp luật Việt Nam trong nhiều năm qua là chương trình trao tặng “Mái ấm Tư pháp”. Đây là hoạt động thiết thực, mang tính nhân văn sâu sắc, hướng tới hỗ trợ các cán bộ đặc biệt khó khăn trong ngành Tư pháp, các gia đình chính sách, hộ nghèo trên cả nước... Hàng trăm căn nhà được trao tặng không chỉ là chốn an cư vững chãi mà còn là sự quan tâm, khích lệ, động viên của Báo, góp phần chia sẻ những khó khăn, để cán bộ làm công tác tư pháp ở cơ sở thêm yên tâm gắn bó với nghề.

Gần đây, liên tục trong tháng 4, 5, 6, TS. Vũ Hoài Nam cùng Đoàn công tác của Báo đã tổ chức Lễ bàn giao nhiều căn nhà “Mái ấm Tư pháp” cho các hộ gia đình nghèo có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn tại các tỉnh trên cả nước như Hà Tĩnh, Thái Bình, Yên Bái... Những căn nhà khang trang được xây dựng từ sự chung tay góp sức của các nhà hảo tâm ngoài mang ý nghĩa vật chất còn là nguồn động viên tinh thần to lớn đối với ba gia đình vượt qua thời kỳ khó khăn, ổn định nơi an cư, sinh hoạt hàng ngày...

Phát biểu tại một buổi lễ ở Hà Tĩnh, TS. Vũ Hoài Nam nhấn mạnh, việc xây dựng những căn nhà “Mái ấm Tư pháp” không chỉ mang ý nghĩa hỗ trợ về mặt vật chất, mà còn là biểu tượng của tình người, của sự sẻ chia và yêu thương trong xã hội. “Chúng tôi tin rằng, mỗi căn nhà không chỉ mang lại chỗ ở mà còn là chỗ dựa tinh thần cho người dân. Đó là nơi để họ cảm thấy mình được quan tâm, được yêu thương, được sống trong sự đùm bọc của cả cộng đồng. “Mái ấm Tư pháp” không chỉ là một chương trình từ thiện, mà còn là lời cam kết của chúng tôi về việc tiếp tục đồng hành cùng những số phận còn gian truân, giúp họ vững vàng đứng dậy, vượt qua nghịch cảnh”, Tổng Biên tập Báo Pháp luật Việt Nam bày tỏ.

Có thể thấy, bằng những hành động cụ thể, thiết thực, Báo Pháp luật Việt Nam nói riêng và các cơ quan báo chí nói chung đã góp phần lan tỏa tinh thần nhân ái, cũng như đặt con người vào trung tâm, nghĩa tình, sự sẻ chia. Chặng đường phía trước còn nhiều thử thách nhưng với tinh thần trách nhiệm và tấm lòng vàng, báo chí Việt Nam chắc chắn sẽ tiếp tục đóng góp tích cực vào sự nghiệp nâng cao chất lượng an sinh xã hội, vì một đất nước phát triển bền vững, không ai bị bỏ lại phía sau.

LINH CHI

Chiếm gần 90% tổng giá trị hàng giả

Mặc dù Trung Quốc có một hệ thống để thực thi các quy định chống hàng giả, chẳng hạn như Văn phòng Sở hữu Trí tuệ Nhà nước tại các thành phố lớn (ví dụ: Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Đông và Thiên Tân) và luật pháp để bảo vệ chống lại dòng chảy hàng giả quốc tế, nhưng thị trường hàng giả của Trung Quốc và chuỗi cung ứng của nó quá rộng lớn đến mức hiệu quả thực thi pháp luật khó đáp ứng.

Hiện Trung Quốc là nước xuất khẩu hàng đầu thế giới, với khoảng 70% hàng xuất khẩu và hàng giả của Trung Quốc thống trị hàng giả toàn cầu, chiếm gần 90% tổng giá trị hàng giả và hàng vi phạm bản quyền bị Cơ quan Hải quan và Bảo vệ Biên giới Hoa Kỳ tịch thu vào năm 2024.

Trong biên giới Trung Quốc, hàng giả các sản phẩm thương hiệu xa xỉ phổ biến hơn bất kỳ quốc gia nào khác trên thế giới. Hầu như mọi người trên phố đều sử dụng một sản phẩm thương hiệu xa xỉ, hào nhoáng. Tuy nhiên, nhiều sản phẩm là hàng giả.

Những người mua sắm trung lưu coi trọng uy tín thương hiệu chiếm một phần khúc lớn trong thị trường hàng giả ở dạng “like auth” (hàng có chất lượng gần như hàng thật) của Trung Quốc. Họ dùng hàng giả để tỏ ra đẳng cấp hơn, gây ấn tượng với bạn bè đồng trang lứa và nâng cao địa vị xã hội. Hàng giả “like auth” cho phép những người này “tiêu thụ” các thương hiệu uy tín mà không phải bỏ ra chi phí khổng lồ để mua hàng chính hãng. Nhưng cũng có những người tiêu dùng lại cố tình mua hàng giả mặc dù họ có đủ khả năng mua một sản phẩm chính hãng, vì họ tin rằng giá cao của các sản phẩm chính hãng là không hợp lý.

Gia tăng hàng giả trên TikTok

Các nhà sản xuất Trung Quốc đã tận dụng phương tiện truyền thông xã hội như TikTok để tiếp thị trực tiếp đến người tiêu dùng. Những người bán hàng thời thượng nhất cung cấp các mặt hàng xa xỉ chỉ bằng một phần nhỏ giá bán lẻ của hãng, từ 5 đến 6 USD/sản phẩm. Những người bán hàng tuyên bố, sản phẩm của họ có nguồn gốc từ cùng một nhà máy với các thương hiệu hàng đầu như Lululemon hay Louis Vuitton và người tiêu dùng nước ngoài có thể tránh được thuế bằng cách mua trực tiếp từ các nhà cung cấp Trung Quốc.

Tuy nhiên, các chuyên gia cảnh báo rằng những tuyên bố này không đáng tin cậy. Không

TRUNG QUỐC:

Dùng công nghệ để đối phó hàng giả



● Các quan chức ở Cam Túc kiểm tra cửa hàng tiêu thụ hàng giả. (Ảnh: China Daily)

“Có một số phân khúc thị trường riêng biệt của người tiêu dùng mua hàng giả tại Trung Quốc: người mua không biết rằng họ đang mua hàng giả và những người chủ động tìm kiếm hàng giả của Trung Quốc. Hàng giả tràn lan, nhưng nhiều người tiêu dùng cũng chủ động mua hàng giả của Trung Quốc. Ngoài ra, một số cửa hàng hàng giả rất dễ nhận biết, trong khi những cửa hàng khác khó nhận biết hơn”, Daxue Consulting, công ty tư vấn chiến lược và nghiên cứu thị trường tập trung vào thị trường Trung Quốc cho biết.

có thông tin xác nhận về việc các nhà cung cấp tại Trung Quốc cho các nhãn hàng cao cấp có được công khai bán hàng hiệu trực tuyến như vậy không. Không những thế, những lời chào hàng TikTok có thể liên quan đến hàng giả chất lượng cao hoặc hàng nhái. Các thương hiệu được nhắc đến trong các video TikTok cũng đã bác bỏ tuyên bố của người bán và xác nhận rằng những nhà máy này không nằm trong danh sách nhà cung cấp của họ.

Khi các nền tảng thương mại điện tử sử dụng công cụ AI để kiểm soát trực tuyến nhằm ngăn chặn hàng giả thì những người bán hàng giả ở Trung Quốc lại có nhiều “chiêu” để “qua mặt” AI. Nhiều người bán chuyển hướng khách hàng đến các trang web bán hàng riêng biệt hoặc dán nhãn sai các mặt hàng là “thời trang cao cấp”. Người bán trên Taobao cũng sửa đổi tên thương hiệu; một người bán quần áo Zara giả sẽ liệt kê các mặt hàng của mình là ZA hoặc

Z*ra, qua đó lách luật trực tuyến do Taobao đặt ra.

Các công cụ AI của Taobao liên tục được cải tiến. Ví dụ, các công nghệ mới lọc ra các sản phẩm xa xỉ có giá dưới một mức nhất định. Tuy nhiên, những người làm hàng giả lách luật kiểm soát của AI bằng cách định giá hàng hóa của họ ở mức giá cao tương đương với các sản phẩm gốc. Khi khách hàng quan tâm sử dụng chức năng trò chuyện riêng tư của Taobao, người bán mới công bố mức giá đã giảm.

Dewu chống hàng giả tại Trung Quốc như thế nào?

Sự trỗi dậy của thị trường hàng giả tại Trung Quốc và sự lo lắng của người tiêu dùng đã tạo ra một ngành công nghiệp mới trong lĩnh vực xác thực sản phẩm.

Dewu (得物) (còn được gọi là Poizon) đã trở nên phổ biến tại Trung Quốc, cung cấp dịch vụ xác thực cho hàng xa xỉ. Nền tảng này cho phép người dùng xác minh tính xác thực của sản phẩm

thông qua phân tích của chuyên gia, giúp người tiêu dùng phát hiện hàng giả. Các mặt hàng được gửi đến trung tâm xác thực của Dewu trải qua hệ thống xác thực nhiều lớp để ngăn chặn hàng giả. Các chuyên gia xác thực chuyên nghiệp xác minh vật liệu, tay nghề thủ công và số sê-ri, trong khi nhận dạng hình ảnh hỗ trợ AI giúp phát hiện hàng giả.

Hơn nữa, Dewu duy trì chuỗi cung ứng khép kín bằng cách lấy nguồn trực tiếp từ những người bán đã được xác minh. Người mua nhận được chứng chỉ xác thực chi tiết và áp dụng hình phạt nghiêm khắc đối với những người bán cố tình gian lận. Các biện pháp này bảo đảm danh tiếng của Dewu như một thị trường đáng tin cậy cho các sản phẩm chính hãng và thúc đẩy nền tảng thương mại điện tử không có hàng giả.

Các thương hiệu lớn xây dựng rất nhiều chiến lược chống hàng giả ở Trung Quốc. Nhưng cho dù chiến lược có tinh vi đến đâu, nơi nào có cầu thì sẽ có cung. Hầu hết



● Các quầy hàng túi xách giả các nhãn hiệu nổi tiếng thế giới tại chợ Silk Alley nổi tiếng của Bắc Kinh. (Ảnh: AFP/Getty Images)

Phạt đến 2 triệu NDT nếu liên quan đến bán hàng giả

Luật Thương mại điện tử mới của Trung Quốc, có hiệu lực vào ngày 1/1/2019, nhằm mục đích ngăn chặn tình trạng sản xuất hàng giả tại Trung Quốc thông qua các khoản tiền phạt nặng hơn và quy định trách nhiệm cao hơn cho các nền tảng kỹ thuật số để loại bỏ những người bán hàng giả. Luật này cũng đề cập đến vấn đề quảng cáo sai sự thật, bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ dữ liệu và an ninh mạng.

Luật này nhắm vào ba nhóm: các nhà điều hành nền tảng thương mại điện tử như Taobao, các thương gia bán hàng trên các nền tảng thương mại điện tử và các nhà cung cấp có trang web hoặc phương tiện truyền thông xã hội riêng. Các thương gia bán hàng độc quyền trên các nền tảng truyền thông xã hội trước đây không được quản lý, nhưng hiện tại những người bán này được yêu cầu phải đăng ký doanh nghiệp của họ và nộp các loại thuế có liên quan.

Hiện tại, các nhà điều hành nền tảng thương mại điện tử và các thương nhân phải chịu trách nhiệm chung về việc bán sản phẩm giả. Các nhà điều hành nền tảng hiện có thể bị phạt tới 2 triệu nhân dân tệ (~ 274.000 USD) vì hành vi xâm phạm tài sản liên quan đến việc bán hàng giả tại Trung Quốc.

người tiêu dùng mua hàng giả ở Trung Quốc đều biết rằng chất lượng không ngang bằng với hàng thật. Trên thực tế, nhiều sản phẩm giả ở Trung Quốc có chất lượng gần như hàng thật. Do đó, việc nêu bật chất lượng kém của hàng giả không phải là chiến lược răn đe hiệu quả ở Trung Quốc. Để giảm thiểu hàng giả Trung Quốc, trước hết cần phải ngăn chặn người tiêu dùng mua hàng giả. Tuy nhiên, các chiến lược răn đe thông thường mà các thương hiệu xa xỉ đã sử dụng lại không hiệu quả ở thị trường Trung Quốc.

Vì thế, theo các chuyên gia, các thương hiệu có thể chống lại hàng giả Trung Quốc phải có các chiến lược cụ thể theo từng thương hiệu, tính đến thị trường mục tiêu của công ty, các loại hàng giả được sản xuất và cách hàng giả được sản xuất, phân phối và bán ra. Một chiến lược hiệu quả kết hợp bảo vệ sở hữu trí tuệ, kiểm soát xuất khẩu và hải quan, kiểm soát thị trường bán lẻ.

HUY ANH (Tổng hợp)