

TUYÊN TRUYỀN, GIỚI THIỆU SÁCH BÁO

BIỆN PHÁP HỮU HIỆU CHẤM HUNG VĂN HOÁ ĐỌC

ĐẶNG PHƯƠNG THẢO

Ngày nay, với sự phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin và các phương tiện nghe nhìn, văn hoá đọc đang có xu hướng bị “lấn lướt”, bị thu hẹp và mất dần sức hấp dẫn? Liệu văn hoá đọc có bị “triệt tiêu”? Câu trả lời là nỗi trăn trở lớn của những người làm công tác thư viện.

Cơn sốt xuất bản” xảy ra trong năm 2005 với sự xuất hiện của hai cuốn nhật ký chiến tranh “*Nhật ký Đặng Thuỳ Trâm*” và “*Mãi mãi tuổi 20*”, khi mà số lượng phát hành đã lên tới hàng trăm nghìn bản (một con số chỉ có được dưới thời “bao cấp”) đã chứng minh một điều: văn hoá đọc không bao giờ mất đi, nó khởi sắc hay tạm thời lu mờ phụ thuộc rất nhiều vào chất lượng ấn phẩm và cả “nghệ thuật maketing”, hay nói chính xác hơn “*nghệ thuật tuyên truyền, giới thiệu*” các ấn phẩm.

Chúng ta biết rằng, nếu không có báo chí và các phương tiện truyền thông khác như vô tuyến truyền hình, đài phát thanh, internet và các hoạt động tuyên truyền đa dạng của các thư viện... với những bài viết, những chương trình, những cuộc giao lưu cảm động, sâu sắc, hấp dẫn, những thông tin nhiều chiều... về các tác phẩm trên thì ít ai biết tới chúng và tất cả lại rơi vào quên lãng. Khi đã biết và đọc tác phẩm, người đọc thấy rõ giá trị của các tác phẩm đó nên lại tuyên truyền cho những người khác... cứ

thế tạo nên “cơn sốt đọc” của cả xã hội. Có thể khẳng định, văn hoá đọc vẫn luôn là một nét đẹp của đời sống văn hoá xã hội, góp phần xác định và tôn vinh các giá trị tinh thần, là thước đo trình độ dân trí, đồng thời là công cụ hữu hiệu để bồi đắp và nâng đỡ tâm hồn.

Hiện nay, trong cơ chế thị trường, ngành phát hành sách quốc doanh không còn độc quyền như trước nữa. Xuất hiện nhiều hình thức phát hành mới: phát hành sách tập thể, phát hành sách tư nhân, phát hành sách của chính các tác giả... Thêm vào đó còn tồn tại cả những hiện tượng in chui, in lậu sách. Mục đích xuất bản sách cũng có nhiều thay đổi. Bên cạnh mục đích chính trị, văn hoá, phổ biến kiến thức... còn có những mục đích khác như: kinh tế, lợi nhuận, quảng cáo... Để đạt được các mục đích này, khó tránh khỏi việc xuất bản các ấn phẩm giắt gân, câu khách, kém chất lượng... Chính vì vậy mà bạn đọc rất cần sự hướng dẫn, giới thiệu của thư viện, như những “hoa tiêu” giữa biển sách mênh mông và hỗn mang hiện nay. Điều này thể hiện rõ vai trò của công tác tuyên truyền giới thiệu sách báo. Đây cũng là biện pháp hữu hiệu trong việc hình thành, bồi dưỡng và kích thích nhu cầu, hứng thú đọc, giữ gìn và nâng cao văn hoá đọc.

Có rất nhiều phương pháp và hình thức tuyên truyền giới thiệu sách báo. Mỗi

phương pháp và hình thức đều có những ưu việt và cả những hạn chế nhất định.

Phương pháp tuyên truyền trực quan thông qua sự cảm thụ bằng mắt, phù hợp với quá trình nhận thức của con người (từ trực quan sinh động đến tư duy trừu tượng), giúp người đọc nhận thức nhanh và nhớ lâu, kích thích hứng thú đọc nên được các thư viện thường xuyên sử dụng.

Trung bày sách báo là hình thức tuyên truyền trực quan được áp dụng phổ biến và được thực hiện bằng cách trưng bày trực tiếp sách báo cùng những hình ảnh và lời giới thiệu ngắn thể hiện nội dung. Hình thức trưng bày giúp người đọc có điều kiện tiếp xúc trực tiếp với sách báo, tránh được tâm lý cần tài liệu nhưng ngại tìm, ngại hỏi. Việc trưng bày đơn giản, ít tốn công, không tiêu hao kinh phí. Đây cũng là hình thức trang trí, làm cho thư viện thêm sinh động và hấp dẫn.

Nhân những sự kiện lớn trong đời sống chính trị, văn hoá xã hội của đất nước, các thư viện thường tổ chức triển lãm sách báo. Đây thực chất cũng là hình thức trưng bày nhưng qui mô lớn hơn, số lượng tài liệu nhiều hơn, được chuẩn bị tỉ mỉ chu đáo hơn và đòi hỏi phải có kinh phí tổ chức. Sách báo của triển lãm thường được trình bày trong một không gian lớn, được bài trí hoành tráng và được tuyên truyền, quảng cáo rầm rộ bằng các panô, biểu ngữ, áp phích và đặc biệt là các phương tiện thông tin đại chúng.

Để các cuộc triển lãm sách báo sống động và hấp dẫn, các thư viện thường kết hợp việc trưng bày các ấn phẩm với việc sử dụng công nghệ thông tin và các phương tiện nghe nhìn: các cơ sở dữ liệu dữ kiện có âm thanh, hình ảnh, các băng, đĩa chuyên đề...

Có thể coi các cuộc triển lãm sách báo như một hình thức phục vụ tài liệu dưới

dạng kho mở theo chuyên đề, vì ở đây người đọc có thể đọc hoặc đặt photocopy một cách đầy đủ nhất những tài liệu về một đề tài nào đó mà thư viện có khả năng cung cấp. Vì vậy, mỗi khi thư viện mở triển lãm, lượng bạn đọc đến thư viện tăng lên rất nhiều.

Chẳng hạn, năm 2004, nhân kỷ niệm 60 năm thành lập Quân đội nhân dân Việt Nam, Thư viện Quân đội tổ chức triển lãm "Quân đội anh hùng, truyền thống vẻ vang" trong đó trưng bày có hệ thống hơn 1.000 tài liệu viết về lịch sử vẻ vang của quân đội ta. Trong số các tài liệu được mang ra triển lãm có rất nhiều tài liệu quý hiếm: đó là các tài liệu bằng giấy dó viết trong thời kỳ kháng chiến chống Pháp, các số đầu tiên của báo Vệ quốc quân, báo Quân đội nhân dân... và nhiều tờ báo khác của quân đội..., các tài liệu gốc viết về quân đội xuất bản lần đầu tiên trong suốt chiều dài lịch sử từ khi thành lập đến nay. Chưa bao giờ bạn đọc có dịp tiếp cận trực tiếp một khối lượng tài liệu lớn mang tính chuyên sâu như vậy về lịch sử quân đội. Có những tài liệu bạn đọc chỉ có thể tìm thấy ở Thư viện Quân đội. Cuộc triển lãm này không những giúp bạn đọc tìm hiểu sâu hơn, toàn diện hơn về quân đội mà còn hỗ trợ tài liệu đắc lực cho cuộc thi "60 năm Quân đội nhân dân Việt Nam" do Trung ương Đoàn phối hợp với Tổng Cục Chính trị Quân đội nhân dân Việt Nam tổ chức... Nhiều bạn đọc phát biểu: "Không có cuộc triển lãm này chúng tôi khó có thể hoàn thành tốt các bài dự thi như vậy". Nhiều giải cao có được cũng nhờ khai thác tài liệu từ triển lãm. Trong thời gian mở triển lãm, số lượng bạn đọc đến thư viện tăng gấp 4 - 5 lần so với ngày thường.

Thư viện Quân đội là một trong những cơ quan thông tin - thư viện có kinh nghiệm trong việc tổ chức các cuộc triển lãm lớn. Mỗi khi tổ chức triển lãm, các cán bộ thư viện không những tuyên truyền sâu rộng

cho người đọc của mình, mà còn trực tiếp viết tin, bài gửi tới các phương tiện thông tin đại chúng như báo, đài phát thanh, vô tuyến truyền hình... để thông tin rộng rãi cho người đọc và nhân dân trong cả nước. Chính vì vậy mà sau mỗi cuộc triển lãm, Thư viện Quân đội lại có thêm rất nhiều người đọc mới.

Ngoài tuyên truyền trực quan, các thư viện còn sử dụng một phương pháp tuyên truyền nữa cũng không kém hiệu quả, đó là tuyên truyền miệng thông qua ngôn ngữ nói.

Hội thảo, tọa đàm về sách là một hình thức tuyên truyền miệng, thường diễn ra dưới dạng một cuộc trao đổi giữa tác giả, các nhà phê bình và người đọc về một tác phẩm nào đó đang được quan tâm. Tại hội thảo, tác giả giới thiệu tác phẩm của mình, hoàn cảnh ra đời và ý đồ sáng tác... Người đọc, các nhà phê bình, các đại biểu tự do phát biểu nhận xét của mình về tác phẩm. Cán bộ thư viện tập hợp tất cả những nhận xét đó, trao đổi với các nhà phê bình để có thể đưa ra một số kết luận chung. Các ý kiến nhận xét tại hội thảo không những giúp người đọc hiểu sâu thêm về tác giả, tác phẩm và những vấn đề tác phẩm đề cập mà còn gợi mở cho tác giả những nhận thức mới, tầm nhìn mới, thậm chí một ý tưởng sáng tác mới. Một điểm rất hấp dẫn ở những cuộc hội thảo này là: ngoài tác giả, thư viện có thể mời chính những nhân vật thực ngoài đời được hóa thân vào tác phẩm đến dự. Đây là những bằng chứng rất sinh động về tính hiện thực của tác phẩm. Chính qua các cuộc hội thảo này người đọc tìm đến với tác phẩm nhiều hơn và đọc có suy ngẫm hơn, có chính kiến hơn.

Nhanh chóng nắm bắt được tác dụng tuyên truyền của các hình thức giao lưu, những năm gần đây Thư viện Quân đội đã đưa vào các hoạt động tuyên truyền sách báo của mình một hình thức mới: giao lưu

văn học. Đó là các cuộc giao lưu giữa các nhà văn, nhà thơ hoặc chính các tác giả với bạn đọc nhằm giới thiệu tác giả, tác phẩm viết về một đề tài nào đó mà xã hội hoặc quân đội đang quan tâm. Có 2 hình thức giao lưu. Đơn giản hơn cả là giao lưu trực tiếp giữa tác giả hoặc nhà văn, nhà thơ với bạn đọc. Cán bộ thư viện xác định rõ chủ đề và các tác phẩm cần tuyên truyền, sau đó mời các tác giả hoặc các nhà văn, nhà thơ có tên tuổi, am hiểu chủ đề, có khả năng diễn thuyết đến trực tiếp nói chuyện, giao lưu với bạn đọc. Ở hình thức này, các tác giả hoặc các nhà văn, nhà thơ có thể tùy hứng nói những điều mình tâm huyết về chủ đề và các tác phẩm tiêu biểu của chủ đề đó. Bạn đọc cũng có thể tự do đặt câu hỏi đối với người thuyết trình về những điều mình quan tâm trong phạm vi chủ đề. Hình thức này được Thư viện Quân đội áp dụng và tổ chức rất nhiều tại các đơn vị cơ sở. Các cuộc giao lưu được tổ chức xoay quanh 2 chủ đề chính "Hình tượng bộ đội Cụ Hồ trong thơ văn Cách mạng" và "Nhật ký chiến tranh" đã để lại những ấn tượng khó phai trong lòng những người tham gia và có tác dụng tích cực trong việc thu hút bạn đọc đến với sách báo. Hãy xem một đoạn trong bài "*Bộ đội Cụ Hồ – vẻ đẹp can trường và lãng mạn*" đăng trên báo Quân đội nhân dân ngày 30/11/2004 viết về một trong những cuộc giao lưu trên để thấy rõ tác dụng của nó: "*Có người đánh giá rằng tuổi trẻ trong quân đội hiện nay đã đánh mất thói quen đọc các tác phẩm văn học, vì vậy, vốn kiến thức về văn học, đặc biệt là văn học cách mạng của một bộ phận chiến sĩ là rất hạn chế. Thế nhưng những gì mà chúng tôi chứng kiến trong buổi giao lưu giới thiệu tác giả, tác phẩm với chủ đề "Hình tượng Bộ đội Cụ Hồ trong văn học cách mạng" do Cục Chính trị Quân khu 3 và Thư viện Quân đội phối hợp tổ chức tại Trường Quân sự Quân khu 3 đã chứng minh điều ngược lại. Các chiến sĩ trẻ say mê nghe các nhà văn,*

nhà thơ quân đội nói về vẻ đẹp của người lính trong chiến tranh cũng như trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Những câu hỏi đầy suy tư đặt ra đối với Đại tá nhà văn Chu Lai và Đại tá nhà thơ Vương Trọng chứng tỏ sự am hiểu và quan tâm sâu sắc...”

Một hình thức giao lưu khác phức tạp hơn nhưng sinh động, hấp dẫn hơn, đó là giao lưu dưới hình thức sân khấu hoá. Hình thức này đòi hỏi cán bộ thư viện phải hiểu biết sâu hơn, đầu tư công sức và kinh phí nhiều hơn, phải có kịch bản chặt chẽ, có người dẫn chương trình và có nhân vật giao lưu. Để tổ chức được những cuộc giao lưu này ngoài việc phải xác định rõ chủ đề giao lưu và các tác phẩm tiêu biểu còn phải tìm ra các nhân vật, các tình tiết làm nổi bật chủ đề. Tiếp đó phải xây dựng được kịch bản tốt - khâu then chốt quyết định sự thành bại của cuộc giao lưu. Tốt nhất là cán bộ thư viện tự xây dựng kịch bản. Trong trường hợp điều đó ngoài khả năng của cán bộ thư viện thì có thể thuê người viết. Một việc quan trọng nữa là chọn người dẫn chương trình. Buổi giao lưu có sinh động, hấp dẫn và cuốn hút người nghe hay không phụ thuộc rất nhiều vào người dẫn. Sẽ rất thuận lợi nếu cán bộ thư viện vừa là người xây dựng kịch bản tốt vừa là người dẫn chương trình hay. Tháng 4 năm 2004, Thư viện Quân đội lần đầu tiên áp dụng hình thức tuyên truyền này với cuộc giao lưu *“Điện Biên Phủ, tác giả và người đọc”* có sự tham gia của các nhà văn đã từng tham gia chiến dịch Điện Biên Phủ như Hồ Phương, Hữu Mai và các nhân chứng như nhà báo chiến tranh Lê Kim, nữ chiến sĩ văn công Điện Biên Phủ - cựu thủ thư của Thư viện quân đội - Ngọc Diệp và một nhân vật rất thú vị - nguyên mẫu của một nhân vật trong tác phẩm *“Cao điểm cuối cùng”*, một trong những tác phẩm nổi tiếng viết về đề tài Điện Biên Phủ của nhà văn Hữu Mai – thiếu tướng Dũng Chi. Buổi giao lưu đã để lại ấn tượng sâu sắc

trong lòng những người tham gia: bạn đọc và cả các cán bộ thư viện. Sau buổi giao lưu, các tác phẩm hay về Điện Biên Phủ có trong thư viện được phục vụ rất nhiều.

Hội thi tuyên truyền giới thiệu sách cũng là hình thức tuyên truyền miệng hấp dẫn được các thư viện áp dụng. Hình thức tuyên truyền này thường được tổ chức dưới dạng sân khấu hóa gồm ba màn: màn chào hỏi, màn trả lời câu hỏi kiến thức và màn tuyên truyền giới thiệu sách. Để tổ chức được hội thi này phải thành lập được các đội thi. Tiếp đó mỗi đội phải chọn được một hoặc một số cuốn sách hay theo một chủ đề nhất định để giới thiệu. Màn chào hỏi và màn tuyên truyền giới thiệu sách đòi hỏi phải có kịch bản tốt và phải được dàn dựng công phu. Muốn thành công còn phải chọn được những người am hiểu tác phẩm, có khả năng diễn thuyết, giọng nói truyền cảm để giới thiệu tác phẩm. Hình thức tuyên truyền này rất lý thú bởi nó tạo cho bạn đọc cảm giác không những đang được xem một cuộc trình diễn nghệ thuật mà còn được trực tiếp tham gia vào một cuộc chơi với phần trả lời các câu hỏi dành cho khán giả. Thêm vào đó bạn đọc còn luôn bị cuốn hút vào màn tuyên truyền trên sân khấu bởi tâm lý ủng hộ cho đội mình yêu thích. Hình thức tuyên truyền này là một sinh hoạt văn hoá lý thú và bổ ích: nó vừa là một hoạt động nghiệp vụ vừa giống một buổi văn nghệ nhẹ nhàng. Một mặt nó rèn luyện khả năng tuyên truyền cho cán bộ thư viện, giới thiệu sâu rộng những cuốn sách hay, sách tốt, nâng cao “văn hóa đọc”, mặt khác nó mang lại không khí tươi vui, phấn khởi cho cộng đồng. Nó đặc biệt phù hợp với cuộc sống tập thể và nhu cầu văn hoá của bộ đội. Chính vì vậy, Thư viện Quân đội thường xuyên phối hợp với thư viện các quân, binh chủng tổ chức các hội thi tuyên truyền giới thiệu sách báo tại các đơn vị.

Để tuyên truyền, giới thiệu sách báo hiệu

quả các thư viện còn sử dụng phương pháp tuyên truyền thông qua các cuộc thi viết và các bài viết. Cán bộ thư viện soạn ra các câu hỏi về những kiến thức có trong sách báo theo các chủ đề cần tuyên truyền rồi phát cho bạn đọc. Các bài trả lời sẽ được gửi về thư viện. Thư viện chấm và trao giải cho các bài viết hay, các câu trả lời sắc sảo. Hình thức này thu hút cùng một lúc nhiều người tham gia. Để có được các bài viết tốt, bạn đọc bắt buộc phải đọc nhiều và tìm hiểu sâu sách báo. Chính vì vậy mà các cuộc thi này kích thích mạnh mẽ nhu cầu đọc trong xã hội. Năm 2004, nhân kỷ niệm 50 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ, Thư viện Quân đội tổ chức 2 cuộc thi viết tại Quân Khu II và Quân đoàn III thu hút hàng chục nghìn người tham gia (cả bộ đội và nhân dân địa phương). Để tham gia cuộc thi, bạn đọc đã đến khai thác tư liệu tại các thư viện đơn vị và các thư viện khác trên địa bàn. Chính vì vậy mà bạn đọc của các thư viện đó tăng lên rất nhiều. Nhờ có cuộc thi này mà những kiến thức về Chiến thắng Điện Biên Phủ được phổ biến sâu rộng trong bộ đội và nhân dân.

Nói đến việc tuyên truyền sách báo ở các thư viện không thể không nhắc tới một phương pháp đặc trưng của ngành, đó là tuyên truyền thông qua các sản phẩm thông tin – thư viện: mục lục thư viện, các ấn phẩm thông tin - thư mục, các cơ sở dữ liệu... Thông qua các sản phẩm này, bạn đọc được giới thiệu một phần hoặc toàn bộ kho sách của thư viện, tự tìm cho mình các tài liệu phù hợp với nhu cầu.

Ngày nay, các phương tiện thông tin đại chúng phát triển rất mạnh và chiếm ưu thế lớn trong hoạt động tuyên truyền. Vì vậy, muốn công tác tuyên truyền sách báo có hiệu quả không thể không sử dụng phương tiện tuyệt vời này. Mục “Mỗi ngày một cuốn sách” phát trên đài truyền hình là một minh chứng sinh động về tác dụng to lớn của

phương pháp tuyên truyền thông qua các phương tiện thông tin đại chúng.

Trong tuyên truyền giới thiệu sách, vấn đề mấu chốt là phải chọn đúng các tác phẩm và đúng chủ đề, sao cho các tác phẩm được giới thiệu phải thực sự là các tác phẩm có giá trị và chủ đề được chọn phải là các chủ đề thực sự được quan tâm. Chỉ có như vậy mới thu hút được sự chú ý của bạn đọc. Điều này đòi hỏi sự nhạy bén, hiểu biết sâu rộng, lòng say mê đọc và khả năng thẩm định giá trị tác phẩm của người làm công tác tuyên truyền.

Một điều cần hết sức tránh, đó là bệnh hình thức: “làm cho có”. Phải làm sao để “làm cho hay”, “làm cho hấp dẫn”. Muốn vậy phải biết chọn các hình thức tuyên truyền phù hợp với yêu cầu tuyên truyền, nội dung tác phẩm và đối tượng tuyên truyền: để tuyên truyền khối lượng ấn phẩm lớn cho nhiều đối tượng một lúc nên sử dụng hình thức triển lãm, để tuyên truyền tác phẩm văn học cho bạn đọc đại chúng nên dùng các hình thức sân khấu hoá, còn đối với các ấn phẩm mang tính khoa học dành cho bạn đọc nghiên cứu chuyên sâu thì hình thức tọa đàm, trao đổi là rất phù hợp. Giải xuất sắc dành cho đoàn Quân đội trong hội thi “*Cán bộ thư viện giỏi toàn quốc năm 2006*” vừa qua chứng tỏ hiệu quả của việc chọn đúng tác phẩm cần tuyên truyền và chọn hình thức tuyên truyền phù hợp với tác phẩm.

Tóm lại, muốn bảo vệ và nâng cao văn hoá đọc phải biết cách làm cho người đọc biết đến sách, cảm thụ đúng cái hay, cái đẹp của các tác phẩm và đón nhận chúng một cách tự giác nhất. Xét cho cùng xây dựng và giữ gìn văn hoá đọc là trách nhiệm và bổn phận quan trọng nhất của những người làm công tác thư viện, là ý nghĩa sâu xa nhất của toàn bộ hoạt động thư viện.

Vì vậy, các thư viện cần luôn chú ý đến công tác tuyên truyền giới thiệu sách báo và
(Xem tiếp trang 28)