

QUẢNG BÁ TÁC PHẨM VĂN HỌC TRÊN BÁO CHÍ QUỐC NGỮ NAM BỘ CUỐI THẾ KỶ XIX ĐẦU THẾ KỶ XX

NGUYỄN THỊ TRÚC BẠCH*

Sự ra đời và phát triển của báo chí có ý nghĩa quan trọng trong đời sống văn hóa xã hội Nam Bộ vào cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX. Các hình thức quảng bá hàng hóa, sản phẩm trên báo chí giai đoạn này đã xác lập những vị thế mới cho độc giả - người tiêu dùng trong xã hội với sự phổ biến thông tin và khuyến khích tiêu dùng xã hội. Tác phẩm văn học với tư cách là sản phẩm văn hóa, cũng được quảng bá rộng rãi trên báo chí, mở ra cuộc giao lưu giữa tác giả và công chúng, góp phần không nhỏ vào sự phát triển của văn học thời kỳ này. Trên cơ sở sử liệu, bài viết đề cập đến các hình thức quảng bá tác phẩm văn học thông dụng trên báo chí quốc ngữ Nam Bộ giai đoạn này.

Từ khóa: quảng cáo báo chí, tác phẩm văn học, báo chí quốc ngữ Nam Bộ

Nhận bài ngày: 29/8/2019; đưa vào biên tập: 1/9/2019; phản biện: 7/9/2019; duyệt đăng: 4/11/2019

1. KHÁI LƯỢC VỀ SỰ RA ĐỜI VÀ PHÁT TRIỂN CỦA BÁO CHÍ QUỐC NGỮ NAM BỘ

Trước khi báo chí quốc ngữ ra đời, từ năm 1861 - 1864 thực dân Pháp đã xuất bản ba tờ báo: *Le Bulletin officiel de l'Expédition de la Cochinchine* (Nam Kỳ Viễn chinh Công báo); *Le Bulletin des Communes* (Thôn Xã Công báo); và *Le Courrier de Saigon* (Sài Gòn Thời báo). Những tờ báo

này chủ yếu dùng để phổ biến công văn, nghị định của chính quyền thực dân Pháp với người dân thuộc địa. Sau một thời gian phát hành báo Pháp ngữ và Hán ngữ tại Nam Bộ, Pháp nhận ra báo chí chưa thu hút sự chú ý của toàn xã hội. Thời điểm này đại đa số người dân bản xứ chưa biết tiếng Pháp, báo chữ Hán chỉ phổ biến trong giới quan lại triều Nguyễn và số ít trí thức nho học. Do những trở ngại đó, thực dân Pháp quyết định cho ra đời báo quốc ngữ. Thế kỷ XIX chữ quốc ngữ chưa được dùng rộng rãi

* Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

trong xã hội, mà chủ yếu được dùng in sách truyền đạo Công giáo, phạm vi lưu hành chỉ hạn chế ở các nhà thờ.

Gia Định Báo là tờ báo quốc ngữ đầu tiên ra đời vào ngày 15/4/1865 tại Sài Gòn, do Ernest Potteau chịu trách nhiệm xuất bản và phát hành. Ngày 16/9/1869, Đô đốc Ohier ký quyết định giao quyền giám đốc tờ *Gia Định Báo* cho Trương Vĩnh Ký. Ban biên tập gồm có Huỳnh Tịnh Của, Tôn Thọ Tường, Trương Minh Ký. Ban đầu, dưới sự phụ trách của Ernest Potteau, tờ *Gia Định Báo* chủ yếu đăng công văn, nghị định của chính phủ, tin tức trong nước. Từ năm 1869 trở về sau, dưới sự điều hành của Trương Vĩnh Ký nội dung báo phong phú hơn. Tờ báo gồm 4 phần chính: Công vụ, Ngoài Công vụ, Thứ vụ và Quảng cáo. Phía dưới tên báo có mục Tóm lại như phần mục lục. Phần Công vụ chủ yếu đăng công văn, nghị định, bài diễn văn (dịch từ văn bản tiếng Pháp sang quốc ngữ) của chính phủ Pháp và thời sự trong nước. Phần Ngoài công vụ là những thông tin thời sự về vật giá như giá gạo, giá lúa, thuế đất đai, đua ngựa... Những thông tin này đôi khi được viết với tính chất dự đoán hay bình luận nhằm thu hút độc giả. Mục Thứ vụ thường đăng những sáng tác hoặc bài khảo cứu. Cuối cùng là mục Quảng cáo. *Gia Định Báo* với chủ trương ban đầu là tờ công báo, về sau được gắn thêm những sứ mệnh khác như cổ động cho lối học mới, phát triển chữ quốc ngữ, khuyến khích đại chúng học chữ quốc ngữ.

Sau *Gia Định Báo*, tháng 12 năm 1868 *Phan Yên Báo*⁽¹⁾ ra đời (Phan Yên là cổ danh thành Gia Định ngày trước) dưới sự điều hành của Diệp Văn Cương. Đây là một trong những tờ tuần báo của tư nhân đầu tiên. Về nội dung và hình thức, tờ *Phan Yên Báo* gần với *Gia Định Báo*. Đáng tiếc, báo xuất bản được khoảng bảy tám số thì bị đình bản. Theo Bằng Giang (1992: 32) đây là "tờ báo quốc ngữ đầu tiên bị cấm ở Nam Kỳ". Nguyên nhân chính bị đình bản do báo đăng loạt bài "Đòn cân Archimède" của tác giả Cuồng Sĩ mang nội dung "chỉ trích công khai chính sách thực dân Pháp" (Huỳnh Văn Tòng, 1973: 56).

Năm 1883, Pháp cho phát hành tuần báo song ngữ Pháp - Việt *Nhật Trình Nam Kỳ*. Báo chủ yếu thông tin công văn, nghị định của nhà cầm quyền. Trong số các nước thuộc địa Pháp chỉ có ở Việt Nam mới có loại báo song ngữ. Đây cũng là trường hợp đặc biệt trong lịch sử báo chí của Việt Nam nói chung, Nam Bộ nói riêng.

Giai đoạn nửa cuối thế kỷ XIX, bên cạnh những tờ báo Pháp ngữ, Hán ngữ và song ngữ Pháp - Việt thì tại Nam Bộ chỉ có ba tờ báo quốc ngữ được phát hành là *Gia Định Báo* (1865), *Phan Yên Báo* (1868) và *Thông Loại Khóa Trình* (1888). Có thể nói, báo quốc ngữ chiếm một tỷ lệ khá khiêm tốn khoảng 1/5 so với tổng số báo Pháp ngữ xuất bản ở Nam Bộ trước thế kỷ XX.

Cuối thế kỷ XIX, báo chí Nam Bộ chịu ảnh hưởng trực tiếp của Luật tự do

báo chí, có hiệu lực tại Việt Nam từ ngày 22/9/1881. Chính phủ Pháp thừa nhận quyền tự do ấn hành sách báo ở Nam Bộ. Theo Điều 5, tất cả các loại báo sẽ phát hành không cần sự cho phép trước, không cần ký quỹ dù là báo Pháp ngữ, Hán ngữ hay quốc ngữ. Pháp tin rằng đây là bộ luật vừa cởi mở vừa an toàn về mặt pháp lý.

Thực tế, những người hoạt động báo chí có tinh thần yêu nước thời kỳ này đã dựa vào Luật tự do báo chí công khai chống đối chủ nghĩa thực dân trên diễn đàn báo chí.

Ngày 30/12/1898, chính quyền Pháp ra sắc lệnh báo chí với nội dung gần như hoàn toàn đối lập với đạo luật tự do báo chí ban hành ngày 29/7/1881. Những điều khoản của Sắc lệnh cho thấy Pháp tỏ ra cẩn trọng với nền báo chí thuộc địa và sự ra đời của nó nhằm kiểm soát, quản lý chặt hơn báo chí quốc ngữ.

Trên thực tế, trong hai thập niên đầu của thế kỷ XX, sắc lệnh báo chí thực sự là trở lực đối với nền báo chí quốc ngữ. Thực dân Pháp dựa vào đó để ngăn cản sự ra đời của báo chí quốc ngữ. Báo chí quốc ngữ giai đoạn này chủ yếu do người Pháp sáng lập, chịu trách nhiệm xuất bản và người Việt giữ vai trò chủ bút. Tiêu biểu như tờ *Nông Cổ Mìn Đàm* ra đời vào năm 1901, chủ nhân là Canavaggio (người Pháp), chủ bút là Lương Khắc Ninh tự Dù Thúc; *Lục Tỉnh Tân Văn* phát hành năm 1907, chủ nhân là F.H. Schneider (người Pháp gốc Đức), chủ bút là

Trần Nhật Thăng (tức G. Chiếu); *Công Luận Báo* xuất bản năm 1916, chủ nhân là Lucien Hérouy (người Pháp), chủ bút là Trương Duy Toàn... Với những tờ báo kể trên, người sáng lập báo chủ yếu có vai trò tài chính và pháp lý, họ không nhất thiết trực tiếp tham gia vào những hoạt động viết báo. Còn chủ bút thường là nhân vật có tiếng của làng báo, là người chịu trách nhiệm đọc và duyệt bài. Tuy nhiên, trong quá trình hoạt động, việc thay đổi người chủ bút của báo cũng thường xuyên diễn ra.

Từ năm 1920, tình hình báo chí quốc ngữ tại Nam Bộ có những chuyển biến đáng kể. A. Sarraut đề xướng việc mở rộng nền báo chí thuộc địa và quyết định báo chí để cải biến xã hội. Với ông: "một tờ báo, một ngọn bút, để còn có cái nguyên động lực nào bằng" (*Nam Nữ Giới Chung*, số 14 ngày 10/9/1930). Việc cấp giấy phép phát hành báo chí quốc ngữ được mở rộng từ thời điểm này. Những người sáng lập báo quốc ngữ giai đoạn này gồm cả người Pháp và người Việt, song chủ yếu là người Việt. Mỗi số báo trước khi phát hành đều phải thông qua Ty Kiểm duyệt. Nhà báo Nguyễn Văn Bá - chủ bút báo *Thần Chung* năm 1929 trong bài "Nhặt báo nước ta" (số 61 ngày 3/4/1929) cho biết, báo chí Nam Bộ thời này có thể chia thành ba loại chính: loại do tư bản Tây Âu làm chủ như *Impard*, *Trung Lập*, *Opinion*, *Công Luận Báo*, *Le Courrier Saigonnais*...; loại của đạo Công giáo như *Nam Kỳ Địa Phận*...;

loại thứ ba là báo Annam như *Đuốc Nhà Nam*, *Phụ Nữ Tân Văn*, *Indochinoise*, *L'Annam*... Loại thứ ba phần lớn do người Việt làm chủ nên “báo hoặc để binh vực quyền lợi Annam, hoặc để truyền bá cho dân Annam những tư tưởng mới đẹp”, còn hai loại kia chủ yếu do người nước ngoài đảm trách nên báo cốt để “binh vực quyền lợi Tây Âu”. Theo cách phân loại của Nguyễn Văn Bá, những tờ báo thuộc loại ba có: *Nam Kỳ Kinh Tế Báo* (1920), *Đông Pháp Thời Báo* (1923), *Tân Thế Kỷ* (1926), *Đuốc Nhà Nam* (1928), *Thần Chung* (1929), *Phụ Nữ Tân Văn* (1929), *Nam Nữ Giới Chung* (1930), *Long Giang Độc Lập* (1930), *Nam Kỳ Thể Thao* (1930)...

Từ 1920 đến 1930 ở Sài Gòn, trung bình mỗi năm có từ hai đến ba tờ báo quốc ngữ ra đời. Tuy nhiên, những nhà báo tâm huyết và yêu nước thời ấy cho rằng báo chí còn ít ỏi, không đủ đáp ứng nhu cầu xã hội. Chủ bút báo *Nam Nữ Giới Chung* trong bài “Tình hình báo giới ở xứ ta ngày nay” số 14 ngày 10/9/1930 viết: “Thử xem lại một nước như nước ta dân số có hơn hai mươi triệu mà về báo chương thì chỉ xơ rơ có mấy tờ báo quèn... Một nước như nước ta ngày nay, một dân tộc như dân tộc ta ngày nay, số báo chương vẫn ít ỏi như thế, thì thử hỏi thời đại sau này nước phông có cường thịnh đặng chăng”.

Theo chúng tôi, sở dĩ báo chí quốc ngữ phía Nam còn ít, lý do chính từ sự kiểm duyệt của nhà cầm quyền, nhiều tờ báo ra đời và hoạt động một

thời gian ngắn thì đình bản. Dẫu sau đó một số tờ được tục bản. Tờ *Nam Kỳ Kinh Tế Báo* số báo thứ nhất phát hành ngày 27/10/1920 kết thúc ngày 21/2/1924; tờ *Đông Pháp Thời Báo* ra đời ngày 2/5/1923 kết thúc ngày 31/12/1927; tờ *Trung Lập Báo* phát hành ngày 16/1/1924 đình bản ngày 30/5/1933. Riêng tờ *Phụ Nữ Tân Văn*, *Long Giang Độc Lập*... từng bị đình bản một thời gian rồi tục bản. Báo chí quốc ngữ thời ấy bị đình bản chủ yếu do hai nguyên nhân chính. Nguyên nhân thứ nhất là do báo quốc ngữ yếu về tài chính. Nguyên nhân thứ hai là báo bị nhà cầm quyền buộc đình bản vì lý do chính trị, đây là nguyên nhân phổ biến nhất.

So với hai thập niên đầu thế kỷ XX, số lượng báo quốc ngữ ở thập niên thứ ba tăng gấp ba lần. Báo chí giai đoạn này phát triển mạnh về số lượng lẫn chất lượng. Bên cạnh sự phát triển của báo chí, văn học quốc ngữ nói chung, tiểu thuyết nói riêng cũng từng bước phát triển. Có thể nói, giai đoạn phát triển của báo chí quốc ngữ cũng là thời kỳ đầu nở rộ của văn học quốc ngữ Nam Bộ. Chúng tôi nhận thấy số lượng tác phẩm tiểu thuyết, đoản thiên tiểu thuyết, phê bình văn học ra đời và xuất hiện trên báo tập trung nhất vào những năm 1920.

Cho đến nay, giới học thuật thừa nhận sự ra đời và phát triển của báo chí quốc ngữ Nam Bộ có tác động đa chiều đến đời sống văn hóa xã hội và có ý nghĩa đặc biệt đối với tiến trình hiện đại hóa văn học Việt Nam.

2. CÁCH THỨC QUẢNG BÁ TÁC PHẨM VĂN HỌC TRÊN BÁO CHÍ QUỐC NGŨ NAM BỘ

Cuối thế kỷ XIX đầu XX, báo chí quốc ngữ là phương tiện hiệu quả để quảng bá tác phẩm văn học. Bằng các hình thức quảng cáo, đăng tải tiểu thuyết dài kỳ, giới thiệu và bình phẩm tác phẩm mới, báo chí đã kích hoạt nhà văn sáng tác, làm dày đội ngũ nhà văn, đưa tác phẩm đến với công chúng.

2.1. Quảng bá dưới hình thức quảng cáo

Nền báo chí Việt Nam nói chung, Nam Bộ nói riêng chịu ảnh hưởng của báo chí Pháp. Từ cách tổ chức tòa soạn đến cách điều phối trang mục của những tờ báo Pháp ngữ, Hán ngữ và Việt ngữ xuất bản tại Sài Gòn giai đoạn cuối thế kỷ XIX đầu XX phần lớn mô phỏng theo báo Pháp. Trong đó, hiện tượng báo chí gắn với quảng cáo là một trong những biểu hiện mô phỏng rõ nét nhất.

Ở Pháp vào năm 1835, chủ nhân tờ *Presse* (Báo chí) là ông Emil de Giraden lần đầu tiên đưa ra khái niệm báo chí với tư cách là phương tiện thông tin đại chúng gắn liền với quảng cáo, sự gắn kết này làm tăng hiệu quả kinh tế cho tờ báo. Ông cho rằng tờ báo muốn có kinh tế vững chắc thì cần xác lập mối quan hệ giữa báo chí và kinh tế, tức quan hệ giữa báo chí và quảng cáo. Tờ *Constitutionnel* (Hiện pháp) và *Illustrationnel* (Họa báo) là những tờ báo đầu tiên của Pháp đăng quảng cáo. Ở Việt Nam vào cuối thế kỷ XIX, từ khi báo chí quốc ngữ ra đời

thì bắt đầu xuất hiện ngôn ngữ quảng cáo dưới hình thức viết sơ khai. Trước đó từ rất lâu ở Việt Nam đã có dạng ngôn ngữ quảng cáo bằng lời nói, đó là lời rao của những người bán hàng. Lời rao lúc đầu chỉ mang tính chất thông tin thuần túy (báo tin cho người tiêu dùng biết sự hiện hữu của hàng hóa), về sau lời rao mới có tính chất quảng cáo (giới thiệu sản phẩm, ưu thế, đặc điểm hàng hóa...).

Báo chí quốc ngữ Nam Bộ chọn phương thức đăng quảng cáo cho những doanh nghiệp, cá nhân có yêu cầu để tăng lợi nhuận, mở rộng số lượng phát hành. Ngay từ số báo đầu tiên của *Gia Định Báo*, *Nông Cổ Mìn Đàm*, *Lục Tỉnh Tân Văn* đã xuất hiện mục/trang quảng cáo. Vào những thập niên đầu thế kỷ XX, các doanh nghiệp lớn tại Sài Gòn thường chọn một hoặc hai tờ báo quốc ngữ để quảng bá thương hiệu: nhà thuốc Nhị Thiên Đường ban đầu chọn tờ *Nông Cổ Mìn Đàm*, sau khi *Nông Cổ Mìn Đàm* đình bản thì chuyển sang *Đông Pháp Thời Báo*; sữa trẻ em Nestlé chọn tờ *Phụ Nữ Tân Văn*... Hàng hóa quảng cáo trên báo chí quốc ngữ rất đa dạng: thuốc bổ, thuốc chữa bệnh, hiệu may, đồ trang sức, mỹ phẩm, sữa, lương thực, nhà máy xay lúa, nhà hát, nhà in, nhà xuất bản... Đặc biệt, báo chí quốc ngữ Nam Bộ quảng cáo sách, báo, truyện mới xuất bản rất nhiều.

Quảng cáo trên báo chí quốc ngữ giai đoạn đầu không chỉ phản ánh ý thức hoạt động kinh tế của báo chí, mà còn có ý nghĩa đối với sự phát triển của

các loại sản phẩm, trong đó có sản phẩm văn học. Quảng cáo báo chí góp phần không nhỏ trong quá trình hiện đại hóa văn học, thu hút và mở rộng độc giả báo chí, văn học.

Buổi đầu mục Quảng cáo trên tờ *Gia Định Báo* bằng hình thức lời rao:

"Lời rao

Nhà in bán sách mới của ông Claude và Công ty tại đường Catinat số 99 và sách Thế-Tài Trương Minh Kỳ.

Phụ bản truyện điển ca (in lần thứ hai) 0\$10

Ca từ điển ca 0\$10

Tiểu học..... 0\$20

Cổ văn chôn bửu... 0\$20" (*Gia Định Báo*, số 25 năm 1886).

Có thể nói, hình thức quảng cáo bằng "Lời rao" mang tính chất thông tin, chưa đầy đủ các chức năng của quảng cáo như ngày nay. Ngôn ngữ sử dụng chân phương, đậm chất khẩu ngữ như: "Mua mau kéo hết", "Bán buôn, bán lẻ giá nhất định", "Bán buôn, bán lẻ giá rất hạ không ngờ", "Ai chẳng mau đến mua cũng thiệt cũng hoài"... Tính khẩu ngữ của quảng cáo có ưu điểm thân thiện, gần gũi, dễ tác động đến tâm lý tiêu dùng. Phương thức quảng cáo chủ yếu nhấn mạnh đến tên sản phẩm, giá cả. Một số mẫu câu quảng cáo như: "Mua ngay kéo hết...", "Đón coi...", "Ai ai cũng nên đọc..." như những lời kêu gọi dễ hiểu, dễ nhớ, nên cũng rất thân thiện và có dấu ấn với bạn đọc.

Từ năm 1920 đến 1930, số trang quảng cáo ở mỗi tờ báo quốc ngữ dần được tăng lên. Một vài tờ báo có trang

quảng cáo chiếm gần 50% tổng số trang phát hành như *Nông Cổ Mìn Đàm* (tháng 11/1923), *Đông Pháp Thời Báo* (tháng 11/1923), *Trung Lập Báo* (tháng 1/1930)... Quảng cáo trên báo quốc ngữ, ngoài phần trang cố định dành cho những thương hiệu ký hợp đồng quảng cáo dài hạn với báo, phần trang còn lại thuộc về quảng cáo tự do. Quảng cáo tự do thường đăng Lời rao, Cáo bạch, Sách mới xuất bản... Những tác phẩm văn học mới thường được giới thiệu ở phần trang quảng cáo tự do.

Trong thời gian này, ngành in ấn, xuất bản sách báo tại Sài Gòn được nhìn nhận là một trong những hoạt động kinh tế của xã hội. Sách báo cũng là một loại sản phẩm, muốn đến với độc giả sớm, muốn được tiêu thụ nhanh thì phải cần đến quảng cáo. Điều này khác hẳn với mười thế kỷ văn học trung đại ở nước ta. Nhà báo Lê Quang Văn, một trong những phụ bút của tờ *Lục Tỉnh Tân Văn* trong bài xã luận "Ai bảo người mình không biết làm quảng cáo??" số 2782 năm 1927 trên báo này viết: "... Còn như về người mình, cho hay cách chừng mấy năm trở lại đây, nhứt là từ ngày có cuộc đế chế đồ Tàu, thị trường mở rộng, thương mại khoán trương, nhờ sự học hỏi và thấy biết được rộng nên cũng yêu cầu đến việc làm quảng cáo, vì vẫn biết rằng bước ra thương trường mà không cậy nhờ đến việc làm quảng cáo thì cũng chẳng khác gì người mặc áo gấm đi đêm, khó trông phát đạt". Phần lớn nhà văn dùng báo

chỉ làm phương tiện quảng bá cho tác phẩm mới của mình.

Quảng cáo tác phẩm văn học trên báo thường viết dưới hai cách chính: quảng cáo ngắn và quảng cáo có lời bình. Quảng cáo tác phẩm ngắn gọn, chủ yếu cung cấp những thông tin chính như: tên tác giả, tên tác phẩm, giá bán, nơi bán và thỉnh thoảng có vài dòng giới thiệu về tác giả, tác phẩm. Chẳng hạn như:

Quảng cáo cho tác phẩm *Nữ giáo Tô Huệ Nhi* (*Công Luận Báo*, số 140 ngày 11/6/1918):

"Truyện Nữ giáo Tô Huệ Nhi của M. Mộng Huệ Lầu, quyển thứ nhất đang in tại nhà in Union. Kể từ ngày 15 Mars có để bán đủ tại các nhà sách Sài Gòn, Chợ Lớn và lục tỉnh, mỗi cuốn 24 trang, giá bán 0\$10.

Ấy là bản để ngửa cơn rãnh mua vui, xin khán quan miễn nghị.

Mộng Huệ Lầu".

Quảng cáo cho tác phẩm *Ơn nước nợ nhà* (*Nông Cổ Mìn Đàm*, số 116 ngày 1/7/1924):

"Tiểu thuyết ra đời

Truyện *Ơn nước nợ nhà* của M. Cao Hải Để soạn đã xuất bản rồi, bìa màu giấy láng, sự tích ở trong *Đại Nam sử ký* rút ra. Thiệt là một quyển ái quốc tiểu thuyết.

Hãy mua đọc để cho rõ cái chí khí của ông bà buổi xưa hùng dũng là dường nào!

Mỗi quyển trọn bộ giá 0\$30.

Gởi bán khắp lục châu và Sài Gòn, tại tiệm Lê Mai.

Mua nhiều có huê hồng cao (xuất bản 5.000 cuốn).

Bồn Báo".

Về quảng cáo có lời bình, lời giới thiệu sách thường viết theo cảm nhận về tác phẩm. Những dòng cảm nhận này chủ yếu là khen tặng, ca ngợi, nhằm kích thích độc giả tìm mua tác phẩm. Một vài tác phẩm tiêu biểu cho cách quảng cáo có lời bình như:

Trên *Đông Pháp Thời Báo*, số 216 ngày 17/11/1924:

"Giới thiệu sách mới

Bồn báo có tiếp được bộ tiểu thuyết *Hoàng Nguyệt Ánh* (2 quyển) thuật sự tích một người nữ quân tử là cô Hoàng Nguyệt Ánh tâm tánh rất khác thường, đáng để làm gương cho bạn má phấn.

Tác giả là Trương Quang Tiền, cựu chủ bút *An Hà Báo*, vẫn không phải lạ lòng chi với liệt quý độc giả, nên bồn báo không cần phải nói nhiều lời. Bồn báo chỉ khen ông tả cái phong cảnh thành Hồng Kông một cách rất rõ ràng, dẫu người chưa có hân hạnh được đi đến đó hãy xem tiểu thuyết (quyển nhất) của ông cũng hình dung được mọi việc. Trong quyển thứ hai, ông có thuật một cái án mạng rất bí mật và dị kỳ, ai có xem đến rồi cũng cho rằng ông khéo sắp đặt.

Vậy bồn báo có mấy lời cảm ơn ông và xin giới thiệu tiểu thuyết ông để bạn đồng bang biết.

Bồn Báo".

Trên *Công Luận Báo*, số 145 ngày 22/7/1925:

“Biển tình chìm nổi

Bốn báo mới tiếp hai quyển tiểu thuyết *Biển tình chìm nổi* của ông Trần Ngọc Minh, tự Hồng Phi, nguyên chủ bút *Đông Pháp Thời Báo* mới in vừa rồi.

Người trong xã hội hiện nay ưa đọc tiểu thuyết tình, song người viết tiểu thuyết ít ai dè dặt ngòi bút nên thường có những lỗi tiểu thuyết là lỗi. Bốn *Biển tình chìm nổi* tránh khỏi cái bại đó, vì sự tích thiết cận hơn tình, mà cách của tác giả tả tình cũng là cao thượng. Đọc suốt hai quyển mới thấy chỗ mầu nhiệm và cách hành văn của tác giả. Cùng thời một quyển tiểu thuyết tình như vậy cũng là hữu ích. Sự tích này, trong xã hội có lắm khi thường xảy ra như vậy, song quý nhất là gái đặng tròn tiết, ba từng vẹn giữ ấy là mô phạm đạo đờn bà côi Á Đông ta.

In và bán tại nhà in J. Viêt đường d'ormay Sài Gòn, trọn bộ hai cuốn, mỗi cuốn 0\$30.

Công Luận”.

Cả hai cách quảng cáo tác phẩm mới của báo chí quốc ngữ đều nhằm mục đích giúp tác phẩm nhanh chóng đến với độc giả. Bên cạnh đó, thông qua quảng cáo tác phẩm tiểu thuyết có lời bình, ta nhận thấy báo chí quốc ngữ bắt đầu có ý hướng phê bình văn học. Dường như, với báo chí quốc ngữ Nam Bộ, khái niệm đầu tiên được hiểu về phê bình tác phẩm là lời ca tụng, khen tặng. Trên thực tế, không ít nhà văn, nhà báo Nam Bộ rất “đúng” với những lời bình phẩm có ý chê bai. Năm 1925, trên *Đông Pháp Thời Báo*

xuất hiện những bài báo viết theo lối xã luận phê bình của Trần Huy Liệu, Nguyễn Tử Thức... Báo *Lục Tỉnh Tân Văn* lập tức phản ứng lối viết này bằng loạt bài của Lê Hoàng Mưu, Nam Dương và Trần Quang Tịnh. Lê Hoàng Mưu trong bài “Ngôn hành tương phản cùng Nguyễn Tử Thức *Đông Pháp Thời Báo*” (*Lục Tỉnh Tân Văn*, số 2009 ngày 24/4/1925) bộc lộ quan điểm của mình về lối viết phê bình của Nguyễn Tử Thức rằng: “Phê bình mà chi, thổi lông tim vết mà chi. Nguyễn Tử Thức ráng viết bài thế nào cho độc giả xem cho hiểu thì viết cũng gọi là tài... Phê bình ai làm gì. Ráng làm cho tròn bổn phận cũng gọi là tài... Tôi viết theo phép học của tôi, Nguyễn Tử Thức bắt chi vậy”. Trần Quang Tịnh thì cho rằng: “Nhà phê bình cần phải tìm câu văn nào cho chải chuốt, dùng trúng nghĩa, đúng lý mà phê bình hầu sửa cho người ta...” (*Lục Tỉnh Tân Văn*, số 2062 ngày 27/6/1925).

Từ những mẫu tin quảng cáo tác phẩm văn học, báo chí quốc ngữ đã phát triển, xây dựng trang mục “Bình phẩm sách mới”. Tháng 10/1927, trong số 635 *Đông Pháp Thời Báo* chính thức ra mắt độc giả mục Bình phẩm sách mới với lời cáo bạch:

“Bình phẩm sách mới

Bốn báo định mỗi tuần lễ ngày thứ ba, trong tờ phụ trương văn chương của *Đông Pháp Thời Báo* lại mở thêm ra mục Bình phẩm sách mới. Mục này cốt để bình phẩm và giới thiệu các thứ sách quốc ngữ mới xuất bản, mà bốn

báo nghĩ rằng có quan hệ đến văn học nước nhà.

Nước nhà không sách thì nước phải nguy, sách mà không có người bình phẩm, thì có lẽ cũng hóa ra vô vị. Song ngặt vì gọi là bình phẩm, thì sao cho khỏi khen nhiều chê nặng. Đã phải khen chê, thì tất có lẽ làm phiền cho những bạn làm văn không hay suy nghĩ.

Sự khen chê chánh đáng là bổn phận người bình phẩm đối với chư độc giả, mà cũng là một cái nghĩa vụ lớn lao của bổn báo đối với các bạn làm văn.

Vậy xin các đồng nhơn hiểu cho rằng: nếu như bản sách mà bổn báo đem vào mục bình văn phẩm dầu cho phải chê một, hai phần thì chẳng qua theo ý "hiền giả trách bệ" mà chánh là cốt để giới thiệu cho độc giả, đặng giúp cho bạn làm văn.

Còn chư độc giả lại phải hiểu rằng: mục này chẳng phải là mục rao hàng, mà chánh là mục giúp cho bạn độc giả biết mà đọc, kẻo nhiều khi lầm phải lầm đồ thật là vô nghĩa lý, mà có lẽ lại hại đến tâm lý xã hội thật nhiều.

Bấy nhiêu lời thành thật, xin ai nấy xét cho. Còn ai không hiểu mà trách thì xin chịu. Chớ phận sự chúng tôi thì vẫn giữ đàng ngay lẽ thẳng chẳng bao giờ thay đổi".

2.2. Quảng bá dưới hình thức đăng tải truyện dài kỳ (feuilleton): kết hợp thu hút bạn đọc mua báo và quảng cáo tác phẩm mới

Vào thập niên 80 thế kỷ XIX, báo chí Đức và Pháp đã xuất hiện hình thức

feuilleton - tác phẩm đăng nhiều kỳ. Năm 1851, feuilleton xuất hiện lần đầu tiên trên tạp chí *Presse* (Báo Chí) của Pháp. Năm 1869, tờ *Nhà Nước Nhân Dân* - cơ quan của Đảng Dân chủ xã hội Đức khởi đăng tác phẩm của Mác - Ăngghen. Tuy nhiên, một số nhà văn Pháp đầu thế kỷ XIX, không xem truyện dài đăng báo là văn học. Họ cho rằng những tác phẩm đăng báo thường viết cầu thả, ít trau chuốt văn chương, chỉ chú ý đến cốt truyện ly kỳ, hấp dẫn. Đồng thời, họ không thừa nhận những người viết truyện đăng báo là nhà văn, nhà báo.

Ở Việt Nam đầu thế kỷ XX, tác phẩm văn học đăng dài kỳ xuất hiện thường xuyên trên báo chí quốc ngữ. Các thể loại văn học đăng tải trên báo gồm: tuồng, kịch, đoản thiên tiểu thuyết, tiểu thuyết (dịch và sáng tác). Tuy nhiên, tiểu thuyết sáng tác được báo chí quan tâm hơn cả. *Nông Cổ Mìn Đàm* là tờ báo quốc ngữ đầu tiên đăng tiểu thuyết dài kỳ. Ngay từ số đầu tiên phát hành năm 1901, báo đăng tác phẩm dịch *Tam quốc chí tục dịch* của P. Canavaggio. Những tờ báo quốc ngữ ra đời sau đó như *Lục Tỉnh Tân Văn*, *Công Luận Báo*, *Đông Pháp Thời Báo*, *Phụ Nữ Tân Văn*... đều dùng hình thức *feuilleton* để thu hút, giữ chân độc giả. Nhà báo Tế Xuyên trong chuyên khảo *Nghề viết báo* xuất bản tại Sài Gòn vào năm 1968, có cách nhìn thực tế hơn đối với những tác phẩm tiểu thuyết đăng tải trên báo. Ông cho rằng tiểu thuyết, truyện dài, truyện ngắn đăng trên nhật báo cốt để

duy trì và tăng cường số độc giả. Bộ tiểu thuyết *Châu về hiệp phố* của Phú Đức là một minh chứng. Đây là bộ truyện gây không ít sóng gió trong làng báo Sài Gòn năm 1925 - 1926. Ban đầu, khi bộ ấy đăng trên *Trung Lập Báo*, số xuất bản của báo tăng lên vùn vụt. Ít lâu sau, khi Phú Đức chuyển sang làm chủ bút tờ *Công Luận Báo*, ông mang theo *Châu về hiệp phố*. Thế là, "*Trung Lập Báo* mất gần hết độc giả và *Công Luận Báo* lại tăng số xuất bản lên rất nhiều". Chính vì thế, "nhiều báo Sài Gòn không bỏ yếu tố tiểu thuyết để thu độc giả; họ thấy rằng cạnh tranh nhau về phương diện khác: tin tức hay nghị luận, chưa chắc đã có kết quả bằng tiểu thuyết" (Té Xuyên, 1968: 110).

Những chủ tòa báo lớn do nắm bắt thị hiếu ham chuộng tiểu thuyết của bạn đọc, nên luôn chọn chủ bút là nhà tiểu thuyết nổi danh đương thời để đảm nhận trang tiểu thuyết. Những vị chủ bút kiêm nhà tiểu thuyết thường có nhiệm vụ sáng tác cho trang tiểu thuyết và đọc duyệt, chỉnh sửa tác phẩm của những nhà văn khác gửi đến trước khi đăng báo.

Bên cạnh cách dùng tiểu thuyết hay để thu hút độc giả, báo chí quốc ngữ còn phát động cuộc đố vui cho bạn đọc tiểu thuyết của báo. Trong số 677 ra ngày 2/2/1928, *Đông Pháp Thời Báo* khởi đăng tiểu thuyết *Huyết lệ hoa* của nhà văn Nguyễn Thế Phương, để kích thích độc giả theo dõi liên tục báo tổ chức cuộc thi giải đố bằng thông cáo như sau:

"? *Huyết lệ hoa* là một bộ tiểu thuyết rất ly kỳ và thú vị không ai liệu trước được. Mỗi chặng tiểu thuyết *Huyết lệ hoa*, tác giả có để dấu hỏi, nếu ai giải trúng dấu hỏi, thì sẽ được thưởng một tháng báo.

Gửi thơ cho bốn báo Tổng lý, ngoài bao nhớ viết cái dấu hỏi đăng khỏi lộn với các bài lai cáo khác.

Kể từ số báo này thì bốn báo bắt đầu đăng vào trương thứ năm".

Nhìn chung, cách đăng tải tác phẩm dài kỳ trên báo chí quốc ngữ đã tác động mạnh mẽ, trực tiếp đối với việc xuất bản, tiêu thụ báo và quảng bá tác phẩm. Thực tế lúc bấy giờ, nhà văn muốn xuất bản tác phẩm phải có kinh phí. Hơn nữa, việc phát hành sách luôn phải đối diện với những vấn đề như tiền huê hồng cho nhà bán sách, thị trường tiêu thụ... Hoạt động tuyển chọn đăng tải tiểu thuyết của báo chí quốc ngữ mang lại hai hiệu quả chính: thứ nhất, báo chí quốc ngữ gánh vác, chia sẻ những khó khăn với nhà văn trong quá trình đưa tác phẩm đến với bạn đọc; thứ hai, báo chí năng động tạo ra lượng độc giả quan tâm đến tờ báo. Phương cách tuyển chọn và đăng tải tác phẩm tiểu thuyết dài kỳ của báo chí thật sự có ý nghĩa lớn đối với quá trình hình thành và phát triển văn xuôi quốc ngữ đầu thế kỷ XX.

3. KẾT LUẬN

Sự ra đời và phát triển của báo chí quốc ngữ Nam Bộ cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX có ý nghĩa và tác động rất lớn đến các phương diện xã hội,

chính trị, kinh tế, văn hóa của vùng đất này. Báo chí quốc ngữ và hoạt động quảng bá trên báo chí đã góp phần kiến tạo phương thức mới về giới thiệu sản phẩm, kích thích tiêu dùng. Những hình thức quảng bá tác phẩm văn học trên báo chí không chỉ mang lại hiệu quả về kinh tế cho tờ báo, mà còn có ý nghĩa đối với sự phát triển văn học, văn hóa đọc ở Nam Bộ. Đây là một trong những

phương thức truyền thông mới - kết hợp giữa truyền thông, kinh tế và văn hóa xã hội. Sự kết hợp giữa báo chí và văn học đã góp phần mang lại những giá trị văn hóa xã hội mới. Sự xuất hiện của quảng cáo, quảng bá tác phẩm văn học trên báo chí quốc ngữ được đánh giá là tín hiệu mới trong văn hóa truyền thông giai đoạn đầu thế kỷ XX. □

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ Trong một số bài xã luận của Trương Vĩnh Ký, Đặng Thúc Liêng viết là *Phan An Báo*; các công trình nghiên cứu báo chí của Huỳnh Văn Tông, Hồng Chương, Đỗ Quang Hưng viết là *Phan Yên Báo*.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Bằng Giang. 1992. *Văn học quốc ngữ Nam Kỳ 1865 - 1930*. TPHCM: Nxb. Trẻ.
2. Bằng Giang. 2001. *Sài Gòn cổ sự*. Nxb. TPHCM: Nxb. Văn học.
3. Bùi Đức Tịnh. 1992. *Những bước đầu của báo chí, tiểu thuyết và thơ mới (1865 - 1932)*. TPHCM: Nxb. TPHCM.
4. *Công Luận Báo*. Số 140 ngày 11/6/1918; số 145 ngày 22/7/1925.
5. Đỗ Quang Hưng. 2000. *Lịch sử báo chí Việt Nam 1865 - 1945*. Hà Nội: Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.
6. *Đông Pháp Thời Báo*. Số 216 ngày 17/11/1924; số 635 ngày 14/10/1927; số 677 ngày 2/2/1928.
7. *Gia Định Báo*, ngày 15/4 1865.
8. Hoài Anh, Thành Nguyên, Hồ Sĩ Hiệp. 1988. *Văn học Nam Bộ từ đầu đến giữa thế kỷ XX (1900 - 1954)*. TPHCM: Nxb. TPHCM.
9. Hồng Chương. 1987. *Tìm hiểu lịch sử báo chí Việt Nam*. Hà Nội: Nxb. Giáo khoa Mác-Lênin.
10. Huỳnh Văn Tông và nhiều người. 1973. *Lịch sử báo chí Việt Nam từ khởi thủy đến năm 1930*. Sài Gòn: Trí Đăng xuất bản.
11. *Lục Tỉnh Tân Văn*. Số 2009 ngày 24/4/1925; số 2062 ngày 27/6/1925; số 2782 ngày 2/12/1927.
12. *Nam Nữ Giới Chung*. *Tình hình báo giới ở xứ ta ngày nay*. Số 14 ngày 10/9/1930.
13. *Nông Cổ Mìn Đàm*. Số 116 ngày 1/7/1924.
14. *Phan Yên Báo*, tháng 12 năm 1868.
15. Tế Xuyên. 1968. *Nghề viết báo*. Sài Gòn: Khai Trí xuất bản.
16. Thiều Sơn. 1933. *Phê bình và cáo luận*. Hà Nội: Nam Kỳ xuất bản.