

GS.TS. TẠ NGỌC TẤN

BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG HIỆN ĐẠI

- THỰC TIỄN,
- VẤN ĐỀ,
- NHẬN ĐỊNH



NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA SỰ THẬT

Chịu trách nhiệm xuất bản
GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP
PGS.TS. PHẠM MINH TUẤN
Chịu trách nhiệm nội dung
PHÓ GIÁM ĐỐC - PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
TS. ĐỖ QUANG DŨNG

Biên tập nội dung: ThS. PHẠM THỊ KIM HUẾ
TS. HOÀNG MẠNH THẮNG
ThS. TRỊNH THỊ NGỌC QUỲNH
ThS. NGUYỄN VIỆT HÀ
Trình bày bìa: ĐƯỜNG HỒNG MAI
Chế bản vi tính: LÊ MINH ĐỨC
Đọc sách mẫu: TRỊNH THỊ NGỌC QUỲNH
VIỆT HÀ

Số đăng ký kế hoạch xuất bản: 427-2021/CXBIPH/3-365/CTQG.
Số quyết định xuất bản: 06-QĐ/NXBCTQG, ngày 18/02/2021.
Nộp lưu chiếu: tháng 04 năm 2021.
Mã ISBN: 978-604-57-6491-6.

BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG HIỆN ĐẠI

- THỰC TIỄN,
- VẤN ĐỀ,
- NHẬN ĐỊNH

Biên mục trên xuất bản phẩm của Thư viện Quốc gia Việt Nam

Tạ Ngọc Tấn

Báo chí, truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định / Tạ Ngọc Tấn. -

H. : Chính trị quốc gia, 2020. - 440tr. ; 24cm

ISBN 9786045760345

1. Báo chí 2. Truyền thông 3. Việt Nam

079.597 - dc23

CTM0405p-CIP

GS.TS. TẠ NGỌC TẤN

BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG HIỆN ĐẠI

- **THỰC TIỄN,**
- **VẤN ĐỀ,**
- **NHẬN ĐỊNH**

NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA SỰ THẬT
Hà Nội - 2020

LỜI NHÀ XUẤT BẢN

Chín mươi lăm năm ra đời và phát triển (1925-2020), nền báo chí cách mạng Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc. Từ khi báo chí cách mạng manh nha và với sự ra đời của tờ báo *Thanh niên* do Nguyễn Ái Quốc sáng lập ở Quảng Châu, Trung Quốc (năm 1925), báo chí luôn là vũ khí sắc bén để truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin vào Việt Nam, động viên tinh thần yêu nước của nhân dân cần lao và cũng là cơ quan liên lạc, tổ chức, chuẩn bị lực lượng cho sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam. Từ đó đến nay, trải qua thời kỳ đấu tranh giành độc lập, nhiều cuộc chiến tranh bảo vệ Tổ quốc và trong thời kỳ xây dựng, phát triển đất nước, báo chí không chỉ đơn thuần trở thành một trong những phương tiện quan trọng hàng đầu trong việc tuyên truyền, phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, nhận diện các nội dung thông tin sai trái, thù địch chống phá cách mạng Việt Nam; mà còn tạo ra sự kết nối xã hội, kết nối giữa mọi tầng lớp, mọi không gian, thời gian, xóa bỏ khoảng cách về địa lý, tạo ra sức mạnh to lớn trong xã hội. Những nội dung do báo chí đưa ra đều có tác động đến các cấp ủy đảng, chính quyền, những nhà hoạch định chính sách để tạo cơ chế, chính sách tốt hơn; đồng thời tạo được hiệu quả cao trong lĩnh vực giám sát và phản biện xã hội.

Bước vào kỷ nguyên số, báo chí phát triển thêm một bước mới. Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ, với sự phát triển của công nghệ truyền thông mới, báo chí chịu sự tác động mạnh mẽ. Sự tiến bộ của khoa học - công nghệ đã cung cấp cho ngành báo chí, truyền thông

hiện đại các công cụ và phương thức truyền thông tiên tiến vượt trội. Các phương tiện truyền thông mới được truyền phát thông qua mạng Internet tạo ra một không gian rộng rãi hơn cho cuộc “cách mạng” của báo chí, truyền thông hiện đại. Sự chuyển đổi từ kỷ nguyên in ấn sang thời đại số khiến hoạt động cạnh tranh của báo chí, truyền thông không chỉ bó hẹp trong phạm vi thu thập và đưa tin, mà còn thông qua việc tích hợp các sản phẩm truyền thông để nâng cao chất lượng và giá trị thông tin, rút ngắn thời gian, từ đó tạo ra sản phẩm truyền thông mới, hình thành các chuỗi sản phẩm và chuỗi giá trị trong các cơ quan báo chí, truyền thông. Cùng với lợi thế mà công nghệ truyền thông mang lại, đạo đức nghề làm báo cũng cần được đề cao.

Nhằm cung cấp thêm tài liệu cho các nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách, giảng viên, phóng viên, biên tập viên, cán bộ, nhân viên trong các cơ quan báo chí, truyền thông, học viên chuyên ngành báo chí, phát thanh - truyền hình và độc giả có nhu cầu tìm hiểu vấn đề này, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật xuất bản cuốn sách ***Báo chí, truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định*** của GS.TS. Tạ Ngọc Tấn - nguyên Ủy viên Trung ương Đảng, Phó Chủ tịch Hội đồng Lý luận Trung ương.

Cuốn sách tổng hợp các bài viết về báo chí, truyền thông từ thuở sơ khai đến hiện đại, đồng thời gắn báo chí, truyền thông với các vấn đề về kinh tế - xã hội, chính trị, đời sống xã hội; với trách nhiệm và công tác chuyên môn, nghiệp vụ của người làm báo. Cuốn sách được chia thành 5 phần với 35 bài viết: Hồ Chí Minh - Người khai sinh nền báo chí cách mạng Việt Nam; Sự phát triển báo chí, truyền thông hiện đại; Báo chí, truyền thông và chính trị; Báo chí, truyền thông và đời sống xã hội; Nhà báo và nghề nghiệp.

Xin trân trọng giới thiệu cuốn sách với bạn đọc.

Tháng 9 năm 2020

NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA SỰ THẬT

Phần một

**HỒ CHÍ MINH - NGƯỜI KHAI SINH
NỀN BÁO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM**

1

NHẬN DIỆN HOẠT ĐỘNG BÁO CHÍ CỦA HỒ CHÍ MINH*

Hồ Chí Minh là nhà tư tưởng vĩ đại, lãnh tụ thiên tài của cách mạng Việt Nam. Người đã sáng lập Đảng Cộng sản Việt Nam, lãnh đạo toàn Đảng, toàn dân ta làm nên thắng lợi vĩ đại của Cách mạng Tháng Tám năm 1945 và chiến thắng Điện Biên Phủ lừng lẫy năm châu, chấn động địa cầu, chuẩn bị các điều kiện tiền đề về tư tưởng, tinh thần và vật chất cho những bước phát triển tiếp theo của cách mạng, của dân tộc ta. Hồ Chí Minh là nhà văn lớn của dân tộc Việt Nam, nhà văn hóa lỗi lạc của nhân loại trong thế kỷ XX theo nghĩa đầy đủ nhất của những danh hiệu cao quý đó. Người còn là nhà báo cách mạng số một, người khai sinh ra nền báo chí cách mạng Việt Nam.

Nếu kể từ bài báo đầu tiên “Vấn đề dân bản xứ” đăng trên tờ *L’Humanité* ngày 02/8/1919, thì trong suốt 60 năm vừa hoạt động cách mạng vừa cầm bút, Hồ Chí Minh đã viết hàng nghìn bài báo các loại, 276 bài thơ bằng chữ Việt và chữ Hán, gần 500 trang truyện và ký¹. Không chỉ viết, Hồ Chí Minh còn là

* Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, số 3 (tháng 5+6)/2001 và số 4 (tháng 7+8)/2001.

1. Xem: Hồ Chí Minh: *Tuyển tập văn học*, ba tập, Nxb. Văn học, Hà Nội, 1999.

người sáng lập, tổ chức, điều hành hoạt động, biên tập, trình bày hàng chục tờ báo cách mạng trong những thời kỳ khác nhau. Người cũng để lại di sản tư tưởng to lớn về báo chí với những quan điểm cơ bản, toàn diện về nghề báo, nhà báo, chức năng, nhiệm vụ của báo chí, công chúng báo chí và mối quan hệ tác động qua lại giữa báo chí với đời sống chính trị - xã hội.

Toàn bộ hoạt động sáng tạo báo chí của Hồ Chí Minh trải qua 4 thời kỳ chủ yếu, phù hợp với những giai đoạn phát triển của cách mạng Việt Nam.

1. THỜI KỲ THỨ NHẤT (từ năm 1919 đến trước năm 1930)

Đây là thời kỳ người thanh niên yêu nước Nguyễn Ái Quốc đang bôn ba khắp các chân trời châu Âu, châu Mỹ, châu Phi, châu Á, quan sát, nghiên cứu, lần tìm trong những kinh nghiệm, những học thuyết đương thời một con đường cứu nước, cứu dân. Từ thực tiễn sinh động của thời đại, Người đã đi đến kết luận là: “Bây giờ học thuyết nhiều, chủ nghĩa nhiều, nhưng chủ nghĩa chân chính nhất, chắc chắn nhất, cách mệnh nhất là chủ nghĩa Lênin”¹. Từ đây bắt đầu một nỗ lực phi thường của Người nhằm truyền bá tư tưởng cách mạng của chủ nghĩa Mác - Lênin vào Việt Nam, chuẩn bị tiến tới thành lập một đảng cách mạng kiểu mới để lãnh đạo nhân dân vùng lên phá ách nô lệ, giành độc lập, tự do, hòa bình và hạnh phúc cho dân tộc, cho đất nước. Trong thời kỳ này, Người lấy tên gọi đồng thời là bút danh chính thức là Nguyễn Ái Quốc, tức là *Người yêu nước*.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội, 2011, t.2, tr.289.

Trong thời kỳ thứ nhất, hoạt động sáng tạo báo chí của Nguyễn Ái Quốc tập trung vào hai chủ đề là tố cáo, lên án sự thối nát, bất công, vô nhân đạo của chủ nghĩa thực dân Pháp và chế độ thống trị của chúng đối với các nước thuộc địa, trong đó có Việt Nam; tuyên truyền, giới thiệu tư tưởng Mác - Lênin, động viên tinh thần yêu nước, lòng tự hào dân tộc, tập hợp tổ chức lực lượng chuẩn bị cho cuộc cách mạng trong tương lai. Các tác phẩm báo chí thuộc chủ đề thứ nhất chủ yếu đã được đăng tải trên các tờ báo *Le Paria*, *L'Humanité*, *La Vie Ouvrière*, tập san *Inprekorr* và một số ấn phẩm khác trong khoảng thời gian Người hoạt động ở Pháp, Liên Xô và Trung Quốc. Tác phẩm nổi tiếng *Bản án chế độ thực dân Pháp* được viết bằng tiếng Pháp, xuất bản lần đầu tiên tại Paris năm 1925. Tác phẩm được viết dựa trên những tư liệu và bài viết của Hồ Chí Minh đã đăng trên các tờ báo *Le Paria*, *L'Humanité*, *La Vie Ouvrière*. Một số bài viết hay nhiều đoạn trong các bài viết đã đăng trên báo *Le Paria* được đưa nguyên văn vào sách. Tác phẩm *Bản án chế độ thực dân Pháp* của Nguyễn Ái Quốc thực sự là một bản cáo trạng đanh thép, vạch mặt, lên án chế độ cai trị độc ác, dã man, đẫm máu và nước mắt của thực dân Pháp tại Đông Dương. Hơn thế nữa, *Bản án chế độ thực dân Pháp* đã thể hiện nhận thức chín muồi của Người về điều kiện cần thiết và con đường cách mạng giải phóng dân tộc. Đó là sự “hợp tác” giữa lao động ở các nước thuộc địa với “giai cấp vô sản phương Tây” và liên minh giữa các dân tộc thuộc địa: “khối liên minh này sẽ là một trong những cái cánh của cách mạng vô sản”¹.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.2, tr.134.

Một cuốn sách nổi tiếng của Nguyễn Ái Quốc có ý nghĩa đặc biệt trong lịch sử cách mạng Việt Nam trong thời kỳ này là *Đường cách mệnh*. Cuốn sách này tập hợp các bài giảng của Người cho các lớp học chính trị tại Quảng Châu, Trung Quốc trong thời gian từ năm 1925 đến năm 1927. *Đường cách mệnh* là sự tiếp nối, phát triển hợp logic những tư tưởng, quan điểm của *Bản án chế độ thực dân Pháp*. Đây là những bài học về cách mạng; về vai trò lãnh đạo của Đảng, về con đường giải phóng dân tộc, con đường xây dựng đất nước đi tới độc lập, tự do, phồn vinh và hạnh phúc đã được Người diễn đạt một cách giản dị, dễ hiểu, có sức thuyết phục lòng người. *Đường cách mệnh* được Bộ Tuyên truyền của Hội Liên hiệp các dân tộc bị áp bức xuất bản thành sách vào đầu năm 1927.

Không chỉ viết báo, Hồ Chí Minh còn trực tiếp tổ chức, sáng lập các tờ báo *Le Paria* ở Pháp, *Thanh niên*, *Công nông*, *Lính cách mệnh* ở Trung Quốc, v.v.. Năm 1928, sau khi đến Thái Lan, Nguyễn Ái Quốc đổi tên tờ *Đồng thanh* thành *Thân ái* và trực tiếp chỉ đạo việc ra báo. Tờ báo này là diễn đàn của chi nhánh Việt Nam Thanh niên Cách mạng đồng chí hội ở Thái Lan. Năm 1929, Nguyễn Ái Quốc đến Hương Cảng để chuẩn bị cho việc thống nhất các tổ chức cộng sản Việt Nam. Tại đây, Người đã trực tiếp chỉ đạo tờ báo *Đỏ* - cơ quan của Chi bộ An Nam Cộng sản Đảng tại Trung Quốc. Ở những tờ báo này, Người vừa làm Tổng biên tập hay trực tiếp chỉ đạo, vừa tổ chức bài vở, in ấn, phát hành các tờ báo với mục đích rõ ràng là truyền bá những tư tưởng cách mạng vào trong nước, thổi bùng lên ngọn lửa yêu nước trong nhân dân, chuẩn bị hàng ngũ đấu tranh nhằm thực hiện lý tưởng cứu nước, cứu nhà.

Báo *Thanh niên* là tờ báo có vị trí đặc biệt trong lịch sử Việt Nam hiện đại. Nó không chỉ là điểm mốc mở đầu cho

nền báo chí cách mạng, mà còn là sản phẩm báo chí đầu tiên được sử dụng với ý nghĩa đầy đủ của phương tiện truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin vào Việt Nam, động viên tinh thần yêu nước của nhân dân cần lao và cũng là cơ quan liên lạc, tổ chức, chuẩn bị lực lượng cho sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam. Báo *Thanh niên* ra số 1 vào ngày 21/6/1925. Thời kỳ đầu, báo được in ở Quảng Châu, Trung Quốc rồi được chuyển về nước ta theo các đường dây liên lạc bí mật. Báo ra vào chủ nhật hằng tuần, thông thường có 4 trang khổ giấy 13x19 cm, mỗi số báo cũng chỉ in ra vài trăm bản. Trên mặt báo có các mục như: xã luận, bình luận, phụ nữ đàm, vấn đáp, thơ ca, phê bình, trả lời bạn đọc... Cùng tham gia viết trên báo *Thanh niên* còn có các cây bút như: Lê Hồng Sơn, Hồ Tùng Mậu, Lê Duy Điểm, Trương Văn Lĩnh...

Trong hơn 200 số báo *Thanh niên*, Nguyễn Ái Quốc trực tiếp chỉ đạo 88 số đầu, tức là trong khoảng thời gian từ tháng 6/1925 đến tháng 4/1927. Khi công xã Quảng Châu bùng nổ vào tháng 4/1925, chính quyền Tưởng Giới Thạch đàn áp phong trào, lùng bắt các nhà cách mạng Trung Quốc và cả những nhà cách mạng Việt Nam đang hoạt động tại đây, Nguyễn Ái Quốc buộc phải rời Quảng Châu đi Liên Xô và những người đồng chí, học trò của Người ở Tổng bộ Việt Nam Thanh niên Cách mạng đồng chí Hội tiếp tục xuất bản báo *Thanh niên* cho đến tháng 5/1929. Về 88 số báo *Thanh niên* do Nguyễn Ái Quốc phụ trách, Giám đốc Sở mật thám Đông Dương lúc đó là Louis Marty đã nhận xét trong một bản báo cáo gửi Bộ thuộc địa Pháp: “Những tờ *Thanh niên* đầu tiên nhấn mạnh về sự đoàn kết nội bộ, nhờ đó mà đoàn thể có sức mạnh và những cá nhân trong đoàn thể làm việc có kết quả hơn. Đồng thời, báo cũng cổ vũ tinh thần độc lập dân tộc và lòng yêu nước mà người

Việt Nam lúc bấy giờ đang háo hức chờ dịp để thi thố. Sau đó tờ báo giúp bạn đọc nhận định về tình hình thế giới, đặc biệt là những biến chuyển vừa xảy ra trong lịch sử các cường quốc... Tờ báo hướng dẫn từ từ cho mọi người hiểu rằng hiện nay trên thế giới đã có nước Nga theo chế độ Xôviết, dân ở nước Xôviết ấy sống tự do hạnh phúc. Nguyễn Ái Quốc, người chủ biên báo *Thanh niên*, tỏ ra kiên nhẫn, suốt trong 60 số báo đầu để cho bạn đọc chuẩn bị tinh thần và tình cảm rồi sau cùng mới bày tỏ công khai chủ trương của mình: chỉ có Đảng Cộng sản mới có thể đem lại hạnh phúc cho dân tộc - Việt Nam”¹.

Với việc sáng lập, tổ chức hoạt động báo *Thanh niên* và sau đó là việc xuất bản một số tờ báo cách mạng khác, Nguyễn Ái Quốc đã khai sinh ra nền báo chí cách mạng Việt Nam và đặt nền móng vững chắc cho sự phát triển mạnh mẽ của nền báo chí Việt Nam mới trong suốt tiến trình cách mạng của đất nước sau này.

2. THỜI KỲ THỨ HAI

(từ năm 1930 đến trước Cách mạng Tháng Tám năm 1945)

Đây là thời kỳ Đảng Cộng sản Việt Nam dưới sự tổ chức và chỉ đạo của Nguyễn Ái Quốc đã trực tiếp tổ chức vận động cách mạng trong nước, giương cao ngọn cờ cách mạng vô sản, lãnh đạo nhân dân tiến hành cuộc đấu tranh, vượt qua những gian nan, thoái trào, kiên quyết chống thực dân, phong kiến, giành tự do, độc lập cho dân tộc, đất nước. Đây cũng là thời kỳ hoạt động đầy gian nan và nguy hiểm của nhà cách mạng

1. Xem: Hồng Chương: *Tìm hiểu lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam*, Nxb. Sự thật, Hà Nội, 1987, tr.268.

Nguyễn Ái Quốc, trong đó có một năm từ tháng 8/1942 đến tháng 9/1943, Người bị giam cầm, đày ải trong các nhà tù của Quốc dân Đảng ở Trung Quốc.

Trong thời kỳ này, vào những năm 1936-1939 khi Mặt trận bình dân lên cầm quyền ở Pháp, không khí chính trị ở Đông Dương phần nào được cởi mở, Đảng có điều kiện tranh thủ cử cán bộ ra báo công khai. Suốt thời gian còn lại của thời kỳ này, chế độ thực dân Pháp bóp nghẹt mọi quyền tự do, dân chủ của nhân dân, đàn áp, khủng bố gắt gao mọi hoạt động của Đảng Cộng sản. Các báo của Đảng đều phải xuất bản và phát hành bí mật, tránh nguy hiểm, các tác giả không đề tên dưới các bài viết đăng trên các báo và tạp chí. Vì thế, việc xác định các bài viết của Nguyễn Ái Quốc trên các báo, tạp chí bí mật của Đảng là rất khó khăn.

Từ tháng 12/1938 đến tháng 7/1939 trên báo *Notre voix* (*Tiếng nói của chúng ta*) xuất hiện một số bài báo dưới đề mục chung: “Thư từ Trung Quốc”, ký tên là Lin. Đó chính là những bài báo của Nguyễn Ái Quốc viết dưới danh nghĩa một nhà báo Trung Quốc. Những bài báo này hình thành hai nhóm. *Nhóm thứ nhất* gồm 5 bài báo nói về những hành động dã man của quân xâm lược Nhật và tinh thần chiến đấu ngoan cường của nhân dân Trung Quốc chống lại chúng. Một trong số năm bài báo này (bài “Người Nhật Bản muốn khai hóa Trung Quốc như thế nào?”) đã được báo *Dân chúng* dịch và đăng toàn văn trong 3 số báo: 46, 47 và 48 ra vào các ngày 21, 24 và 28/01/1939 dưới đầu đề “Những sự hung tàn của đế quốc Nhật”. *Nhóm thứ hai* gồm 3 bài phản ánh tình hình hoạt động của những phần tử tởrốtxkít tại Trung Quốc.

Cuối tháng 11, đầu tháng 12 năm 1940, Nguyễn Ái Quốc viết một loạt 10 bài báo đăng trên tờ *Cứu vong nhật báo* của

Trung Quốc với bút danh Bình Sơn. Đây là những tiểu phẩm ngắn gọn, với cái nhìn sắc sảo, cách viết châm biếm về các sự kiện liên quan đến cục diện của các quốc gia đế quốc, thực dân vào thời điểm mà phát xít Đức bắt đầu phát động Chiến tranh thế giới thứ hai. Những tiểu phẩm này thể hiện phong cách nhất quán với các tiểu phẩm của Người đã viết trong thời kỳ hoạt động tại Pháp trước năm 1930 cũng như các tiểu phẩm báo chí của Người công bố sau năm 1945. Đó là cách tiếp cận các vấn đề, sự kiện một cách sắc sảo, bất ngờ, sự luận lý giản dị mà thông minh, sự châm biếm dí dỏm mà sâu cay.

Dấu ấn nổi bật trong hoạt động sáng tạo báo chí thời kỳ này của Hồ Chí Minh là việc thành lập, tổ chức hoạt động tờ báo *Việt Nam độc lập*. Sự ra đời của báo *Việt Nam độc lập* gắn liền với việc đầu năm 1941, Nguyễn Ái Quốc bí mật về nước, phát triển cơ sở cách mạng ở Cao Bằng và triệu tập Hội nghị Ban Chấp hành Trung ương Đảng vào tháng 5/1941 nhằm hoàn chỉnh đường lối cách mạng giải phóng dân tộc, thành lập Mặt trận Việt Minh, phát động phong trào cách mạng tiến tới Tổng khởi nghĩa giành chính quyền khi có thời cơ. Tại Đại hội lần thứ II của Hội Nhà báo Việt Nam, tháng 4/1959, trong câu chuyện kể về làm báo *Việt Nam độc lập*, Người nói: “Năm 1941, bí mật về nước. Theo lời dạy của Lênin là: Tờ báo là công cụ tuyên truyền, cổ động, tổ chức và lãnh đạo. Cho nên mình cố gắng ra một tờ báo ngay và phải làm rất bí mật vì luôn luôn có mật thám của Pháp, Nhật và Bảo Đại rình mò”¹. Ngày 01/8/1941, báo *Việt Nam độc lập* do Nguyễn Ái Quốc sáng lập ra số đầu tiên đánh số là 101 với ý nghĩa là sự tiếp nối của những tờ báo cách mạng trước đó. Lúc đầu, báo là cơ quan

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.170.

tuyên truyền của Ban Việt Minh tỉnh Cao Bằng. Từ sau số 186 (tức là số 086), *Việt Nam độc lập* trở thành tờ báo của Liên Tỉnh bộ Việt Minh 3 tỉnh Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn. Sau khi Nguyễn Ái Quốc lên đường đi Trung Quốc - tháng 8/1942, đồng chí Phạm Văn Đồng được phân công trực tiếp chỉ đạo tờ báo cho đến tháng 4/1945. Nguyễn Ái Quốc không chỉ tổ chức, chỉ đạo mà còn trực tiếp duyệt bài, viết bài, sửa bài, tham gia trình bày, minh họa và in, phát hành tờ báo. Ngoài những bài thông tin, chính luận, Người còn viết và đăng trên *Việt Nam độc lập* nhiều tác phẩm thơ, diễn ca, trong đó có một loạt bài theo thể lục bát, động viên cổ vũ các tầng lớp, lứa tuổi nhân dân đứng lên đoàn kết đấu tranh, cứu nước, cứu nhà.

3. THỜI KỲ THỨ BA **(từ Cách mạng Tháng Tám năm 1945** **đến chiến thắng Điện Biên Phủ năm 1954)**

Đây là thời kỳ hoạt động báo chí của Hồ Chí Minh gắn liền với cuộc kháng chiến trường kỳ và thần thánh của dân tộc ta chống thực dân Pháp xâm lược từ năm 1946 đến năm 1954. Ngay sau khi Cách mạng Tháng Tám năm 1945 thành công, đất nước lại bước vào thử thách mới. Quân đội Tàu - Tưởng tràn vào phía Bắc kéo theo bọn tay sai gây rối, phá hoại với mưu đồ giành quyền lãnh đạo. Phía Nam, quân đội Pháp núp sau quân đội Anh kéo vào gây hấn hòng thiết lập lại nền thống trị đã mất. Dưới sự lãnh đạo của Đảng và Chủ tịch Hồ Chí Minh, cả dân tộc dũng cảm một lần nữa đứng lên, bước vào cuộc kháng chiến lâu dài, gian khổ, vượt qua những khốc liệt và hy sinh để đi tới chiến thắng Điện Biên Phủ lừng lẫy năm châu, chấn động địa cầu.

Trong thời kỳ này, trước tác của Chủ tịch Hồ Chí Minh đặc biệt phong phú. Tác phẩm của Người vừa nhiều, đa dạng, nhiều loại hình, thể loại khác nhau, vừa bám sát từng ngày, từng giờ thực tế sinh động, hào hùng của cuộc kháng chiến thần thánh của dân tộc. Bắt đầu từ đầu năm 1947, năm nào Người cũng có thơ chúc Tết đồng bào, chiến sĩ cả nước. Mỗi bài thơ Tết của Người như phương châm, quyết sách của cả năm, như mệnh lệnh chiến đấu, như hồi kèn xung trận thúc giục, động viên quân và dân ta tiến lên trong sự nghiệp kháng chiến kiến quốc. Nhằm kịp thời tuyên truyền, vận động nhân dân trong đấu tranh cách mạng và lao động, sản xuất, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã viết một số tập sách như: *Sửa đổi lối làm việc* (1947), *Cần kiệm liêm chính* (1949), *Thường thức chính trị* (1953), v.v.. Những tập sách này đều được thể hiện bằng văn phong giản dị, ngắn gọn, dễ hiểu, gần gũi với nhân dân lao động.

Do trách nhiệm công tác nặng nề cũng như sự phát triển của tổ chức kháng chiến, Chủ tịch Hồ Chí Minh không trực tiếp lãnh đạo các tòa soạn báo mà chỉ viết bài đăng trên các báo: *Sự thật*, *Cứu quốc*, *Nhân dân*, *Vệ quốc quân*, *Tập san Sinh hoạt nội bộ*, v.v.. Chiếm vị trí nổi bật trong các tác phẩm báo chí thời kỳ này là hàng trăm bài báo của Người thể hiện quan điểm chỉ đạo kịp thời đối với những vấn đề thời sự, những lĩnh vực quan trọng của công cuộc kháng chiến, kiến quốc như: “Chiến lược của quân ta và của quân Pháp” (Báo *Cứu quốc*, 13/12/1946), “Người tuyên truyền và cách tuyên truyền” (Báo *Sự thật*, 26/6/1947), “Giữ bí mật” (Báo *Sự thật*, 30/7/1948), “Dân vận” (Báo *Sự thật*, 15/10/1949), “Phải tẩy sạch bệnh quan liêu” (Báo *Sự thật*, 02/9/1950), “Tự phê bình” (Báo *Nhân dân*, 20/5/1951), “Thi đua ái quốc, hiện tại và tương lai vẻ vang

của nước ta” (Báo *Nhân dân*, 05/7/1951), “Tổ quốc độc lập, tôn giáo mới tự do” (Báo *Nhân dân*, 06/12/1951), “Chống quan liêu, tham ô, lãng phí” (Báo *Nhân dân*, 31/7/1952), “Phóng tay phát động quần chúng” (Báo *Nhân dân*, 01/3/1953), “Công tác cầu đường” (Báo *Nhân dân*, 21/6/1953), “Ra sức giữ đê phòng lụt” (Báo *Nhân dân*, 16/7/1953), “Nhiệm vụ của chi bộ ở các cơ quan” (Báo *Nhân dân*, 06/4/1954), “Mấy khuyết điểm của báo chí ta” (Báo *Nhân dân*, 01/5/1954), v.v. và v.v.. Ngòi bút của Người bao quát rộng lớn những vấn đề có ý nghĩa quan trọng đang đặt ra, phân tích một cách sắc sảo, cụ thể, đánh giá rõ ràng, xác đáng, đưa ra các giải pháp thiết thực, khả thi cho việc giải quyết.

Nhiều bài báo trong số này trở thành kinh điển, có tác dụng chỉ đạo đối với những lĩnh vực công tác của Đảng, chính quyền, đoàn thể, có ý nghĩa thời sự nóng hổi ngay cả ở thời điểm hiện nay. “Dân vận” (Báo *Sự thật*, 15/10/1949) là một ví dụ tiêu biểu. Đây là một bài báo ngắn khoảng xấp xỉ 700 từ, được chia thành 4 mục rất rõ ràng, chặt chẽ về logic: I- Nước ta là nước dân chủ, II- Dân vận là gì?, III- Ai phụ trách dân vận?, IV- Dân vận phải thế nào? Tất cả những vấn đề quan trọng, căn bản, từ bản chất chế độ nhà nước, khái niệm, yêu cầu của công tác dân vận đến những người chịu trách nhiệm thực hiện công tác dân vận và thực hiện như thế nào đều được Hồ Chí Minh trình bày rõ ràng, cô đọng, dễ hiểu và đặc biệt chính xác, tiết kiệm ngôn từ. Người viết:

“I- NƯỚC TA LÀ NƯỚC DÂN CHỦ

Bao nhiêu lợi ích đều vì dân.

Bao nhiêu quyền hạn đều của dân.

Công việc đổi mới, xây dựng là *trách nhiệm của dân*.

Sự nghiệp kháng chiến, kiến quốc là *công việc của dân*.

Chính quyền từ xã đến Chính phủ trung ương *do dân cử ra*.

Đoàn thể từ Trung ương đến xã *do dân tổ chức nên*.

Nói tóm lại, quyền hành và lực lượng *đều ở nơi dân*¹.

Rõ ràng, đây là những vấn đề bản chất và mang tính nguyên tắc của nhà nước dân chủ nhân dân. Sự khẳng định rõ ràng, chắc chắn những bản chất và nguyên tắc ấy là cơ sở để Người đi tới sự kết luận cần thiết và thực chất của công tác dân vận là một lộ trình gồm tất cả các khâu: “*giải thích cho mỗi một người dân hiểu rõ ràng*”; “bàn bạc với dân, hỏi ý kiến và kinh nghiệm của dân, cùng với dân đặt kế hoạch cho thiết thực với hoàn cảnh địa phương, rồi động viên và tổ chức toàn dân ra thi hành

Trong lúc thi hành phải theo dõi, giúp đỡ, đôn đốc, khuyến khích dân”, và cuối cùng là “Khi thi hành xong phải cùng với dân kiểm thảo lại công việc, rút kinh nghiệm, phê bình, khen thưởng”².

Do tính chất đặc biệt quan trọng của công tác dân vận nên Hồ Chí Minh đòi hỏi tất cả mọi người cán bộ trong tổ chức Đảng, Nhà nước, đoàn thể đều phải làm công tác này theo tác phong “*óc nghĩ, mắt trông, tai nghe, chân đi, miệng nói, tay làm*”. Người đi đến kết luận “*Lực lượng của dân rất to. Việc dân vận rất quan trọng. Dân vận kém thì việc gì cũng kém. Dân vận khéo thì việc gì cũng thành công*”³. Thực tiễn trong những năm đổi mới xây dựng và phát triển đất nước vừa qua đã thêm một lần nữa chứng minh cho tính đúng đắn của những luận điểm trong bài báo “Dân vận”. Ở nơi nào, đội ngũ cán bộ gương mẫu, sống hòa nhập với nhân dân, làm tốt công tác dân vận, thì ở đó tình hình chính trị - xã hội ổn định, kinh tế - xã hội phát triển vững chắc. Ngược lại, ở đâu cán bộ

1, 2, 3. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.6, tr.232, 233, 234.

tiêu cực, xa dân, không động viên được sức dân, không tạo được niềm tin của dân, thì ở đó kinh tế - xã hội chậm phát triển, chính trị - xã hội bất ổn định. Vì thế, tác phẩm “Dân vận” của Chủ tịch Hồ Chí Minh vẫn giữ nguyên ý nghĩa chỉ đạo và tính chất thời sự nóng hổi của nó.

Trong khoảng thời gian từ tháng 5 đến trước Ngày toàn quốc kháng chiến 19/12/1946, với bút danh *Q. Th.*, Hồ Chí Minh cho đăng trên báo *Cứu quốc* 8 bài viết dưới đề mục chung “Bình pháp Tôn Tử” và hàng chục bài báo khác về nghệ thuật và phương pháp tiến hành các hoạt động quân sự. Nếu tập hợp những bài viết này lại sẽ thành một cuốn giáo trình quân sự với khá đầy đủ các nội dung cần thiết như: hình thức chiến tranh ngày nay, kế hoạch tác chiến, chiến lược, chiến thuật, phương pháp tác chiến, phương pháp dùng gián điệp, vấn đề quân nhu và lương thực, các thứ binh khí của lực quân, phương pháp đánh giữ và tiến thoái, địa hình, địa thế, phương pháp hành quân trên các địa hình v.v.. Với việc viết và cho đăng những bài báo này có thể thấy Hồ Chí Minh đã có dự đoán về một cuộc chiến tranh có thể xảy ra và Người đã chủ động thông qua tờ báo để bồi dưỡng những hiểu biết về quân sự cho cán bộ và nhân dân.

Mặc dù trong điều kiện kháng chiến đầy khó khăn, gian khổ, ác liệt, nhưng Hồ Chí Minh rất quan tâm đến vấn đề giáo dục đạo đức, tác phong, chống những biểu hiện tiêu cực trong đội ngũ cán bộ. Ngày 19/9/1945, tức là sau khi Cách mạng Tháng Tám thành công ở Hà Nội mới tròn một tháng, Người viết bài “Chính phủ là công bộc của dân” đăng trên báo *Cứu quốc*. Nội dung bài báo khẳng định tính chất ưu việt của Chính phủ nhân dân và các ủy ban nhân dân, chỉ ra một cách hết sức cụ thể những việc không được làm như: “tuỳ ý tiêu

tiền vào những việc xa phí như ăn uống”, “lợi dụng danh nghĩa Ủy ban để gây bè tìm cánh, đưa người “trong nhà trong họ” vào làm việc với mình”¹, v.v.. Bài báo không chỉ có ý nghĩa giáo dục đối với nhân dân, mà còn có tác dụng như một sự định hướng, cảnh báo đối với những cán bộ ở tất cả các vị trí trong bộ máy nhà nước nhân dân. Trong những năm kháng chiến sau đó, Người đã có hàng chục bài báo chống lại bệnh quan liêu như: “Phải tẩy sạch bệnh quan liêu” (Báo *Sự thật*, 02/9/1950), “Cần tẩy sạch bệnh quan liêu mệnh lệnh...” (Báo *Nhân dân*, 02/9/1951), “Chống quan liêu, tham ô, lãng phí” (Báo *Nhân dân*, 31/7/1952), “Chống bệnh quan liêu...” (Báo *Nhân dân*, 06/6/1953), v.v..

Một loạt tác phẩm, tiểu phẩm của Hồ Chí Minh cũng xuất hiện trong thời kỳ này mang tính châm biếm, mỉa mai, lên án những hành động tàn ác, những thất bại thảm hại của thực dân Pháp xâm lược và bè lũ tay sai bán nước cũng như các thế lực đế quốc phản động trên thế giới. Những tiểu phẩm báo chí của Hồ Chí Minh đều ngắn gọn, văn phong giản dị, lập luận sắc sảo và bám sát những sự kiện thời sự nóng hổi. Có thời gian, Người viết khá nhiều - năm 1952 có 28 tiểu phẩm đăng trên các báo: *Nhân dân*, *Cứu quốc*. Chỉ riêng tháng 7/1951, Người viết 8 tiểu phẩm. Có những bài viết của Người thực sự trở thành mẫu mực của thể loại tiểu phẩm báo chí. Ví dụ tiểu phẩm “Tuma đầu bò” được bắt đầu bằng một câu giao tiếp thật giản dị và gần gũi: “Nhiều bạn đọc bảo: D.X. nói chuyện chính trị nhiều rồi, hôm nay hãy nói một chuyện gì hay hay, tức cười cho bà con nghe”. Và sau đó đúng là một câu chuyện “hay hay, tức cười”. Chuyện kể về hai người lính, một là lính Nga,

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.4, tr.22.

một là lính Mỹ, cùng đứng gác ở hai bên đường phân giới Đông và Tây Béclin. Họ cùng khoe và chứng minh về sự tự do, dân chủ ở đất nước mình. Người lính Mỹ khoe rằng, anh ta có thể nói với Tổng thống Tuma rằng ông ta là “đầu bò”. Người lính Nga khoe rằng, anh ta có thể về nước nói với đồng chí Xtalin rằng: “*Tuma là đầu bò*”, mà vẫn không bị phạt. Logic phát triển của tiểu phẩm đơn giản đến bất ngờ và chính sự đơn giản đến bất ngờ ấy đã tạo nên sự dí dỏm và đặc sắc của nó. Tiểu phẩm thật ngắn gọn, cô đọng với 183 âm tiết. Cách viết tự nhiên, nhẹ nhàng, không một chút làm duyên nhưng lại tạo ra sự gần gũi, đồng cảm với người đọc, từ đó làm nên sức cuốn hút của tác phẩm. Có thể coi đây là một trong những tiểu phẩm báo chí mẫu mực của Hồ Chí Minh.

Từ đầu năm 1949, trong tiểu phẩm “Thêu gấm và cho than”, Hồ Chí Minh đã lên án thói tráo trở của nhà cầm quyền nước Mỹ trong quan hệ với chính quyền Tưởng Giới Thạch. Từ năm 1951 trở đi, Người đã viết và đăng trên báo *Nhân dân* một loạt tiểu phẩm, trực tiếp vạch mặt, châm biếm những biểu hiện xấu xa của xã hội Mỹ, những hoạt động gây chiến tranh của các thế lực phản động Mỹ, cảnh báo và lên án những âm mưu của đế quốc Mỹ chống lại cách mạng Việt Nam. Điều ấy cho thấy nhãn quan chính trị sắc bén, tinh tường, ý thức cảnh giác cách mạng cao của Người.

4. THỜI KỲ THỨ TƯ (từ cuối năm 1954 đến năm 1969)

Lịch sử thời kỳ này đặt dân tộc chúng ta trước những thử thách khắc nghiệt chưa từng thấy. Ở miền Nam, đế quốc Mỹ tiếp tay che chở cho bè lũ tay sai Ngô Đình Diệm phá hoại

Hiệp định Giơnevơ, thực hiện dã tâm chia cắt đất nước, phục vụ cho mưu đồ, tham vọng của Mỹ - biến miền Nam Việt Nam thành cứ điểm ngăn chặn dòng thác cách mạng tràn xuống phía nam bán cầu. Những màu sắc tươi mới vừa thành hình sau 10 năm xây dựng và phát triển miền Bắc thì đế quốc Mỹ dựng lên sự kiện vịnh Bắc Bộ ngày 05/8/1964, phát động cuộc chiến tranh bắn phá bằng không quân và hải quân với ý đồ mang sức mạnh vũ khí đè bẹp ý chí đấu tranh của nhân dân ta. Việt Nam trở thành nơi đối đầu lịch sử giữa cách mạng và phản cách mạng. Cả nước trở thành một chiến trường, hai miền cùng bước vào cuộc chiến đấu ác liệt một mất, một còn chống lại tên đế quốc đầu sỏ cùng một lũ lâu la tay sai theo đóm ăn tàn, tăng công quan thầy. Càng trong thử thách khốc liệt, tinh thần quật cường của dân tộc càng bùng lên sáng chói hơn bao giờ hết. Việt Nam trở thành lương tâm của nhân loại. Tinh thần chiến đấu ngoan cường của Việt Nam trở thành tấm gương cổ vũ nhân dân các dân tộc bị áp bức trên toàn thế giới đứng dậy đấu tranh giành quyền sống tự do, hòa bình.

Trong thời kỳ này, Hồ Chí Minh viết hàng trăm bài báo đăng trên các báo, tạp chí trong nước (chủ yếu là báo *Nhân dân*) và ngoài nước. Bút danh được Người sử dụng nhiều nhất là: Trần Lực, T.L, Chiến sỹ. Người chỉ ghi bút danh Hồ Chí Minh trong một số bài viết cho các báo, tạp chí nước ngoài. Văn tập trung vào hai chủ đề chính là xây dựng đất nước và đấu tranh giải phóng dân tộc, tuy nhiên ngòi bút của Người bao quát rộng lớn những vấn đề, sự kiện rất phong phú, có tính thời sự nóng hổi. Ở *chủ đề thứ nhất*, Hồ Chí Minh dành sự quan tâm đặc biệt cho những vấn đề cấp thiết trong các lĩnh vực kinh tế, xã hội. Tháng 3/1960, Người có loạt bài đăng trên báo *Nhân dân*

về phương châm phát triển sản xuất: “Nhiều” (03/3/1960), “Nhanh” (05/3/1960), “Tốt” (09/3/1960), “Rẻ” (11/3/1960).

Trong mỗi bài, Người đều giải thích nội dung thực chất và cách thức làm thế nào để thực hiện được phương châm đó. Trong bài “Tốt”, Người giải thích rất đơn giản, cụ thể mối quan hệ giữa nhiều, nhanh với tốt, rẻ và tác hại của việc không thực hiện đầy đủ, thống nhất các yêu cầu đó. Cuối cùng, Người đi đến kết luận:

*“Làm nhanh mà không tốt,
Có gì là vẻ vang?
Đã là người làm chủ,
Tính toán phải đàng hoàng:
Nhiều, nhanh, tốt, rẻ rõ ràng,
Lợi dân, lợi nước đôi đàng vẹn đôi”¹.*

Bác kết luận tác phẩm bằng thơ làm cho vấn đề trở nên nhẹ nhàng, thu hút sự quan tâm của người đọc, làm cho người đọc dễ tiếp nhận, dễ nhớ.

Chỉ riêng việc trồng cây, Hồ Chí Minh đã có 8 bài báo: “Nông dân phải trồng cây chuẩn bị làm nhà ở” (Báo *Nhân dân*, 30/5/1959), “Tết trồng cây” (Báo *Nhân dân*, 28/11/1959), “Thêm vài ý kiến về Tết trồng cây” (Báo *Nhân dân*, 23/5/1960), “Tết trồng cây” (Báo *Nhân dân*, 28/01/1961), Tết trồng cây (Báo *Nhân dân*, 30/12/1961), Tết trồng cây (Báo *Nhân dân*, 27/01/1963), “Năm mới, hãy nhiệt liệt tổ chức Tết trồng cây” (Báo *Nhân dân*, 01/01/1965), “Tết trồng cây” (Báo *Nhân dân*, 05/02/1969). Có nhiều bài viết của Người đề cập những vấn đề rất cụ thể hoặc có tính thời vụ: “Phải thi đua chống hạn, diệt sâu, để nắm chắc vụ mùa thắng lợi” (Báo *Nhân dân*, 11/10/1958),

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.513.

“Chống mủ bò bừa bãi” (Báo *Nhân dân*, 20/6/1959), “Mừng Tết Nguyên đán thế nào?” (Báo *Nhân dân*, 18/01/1960), “Cần phải tổ chức ngay đội thủy lợi” (Báo *Nhân dân*, 26/11/1963), “Phải sẵn sàng phòng, chống bão lụt” (Báo *Nhân dân*, 28/7/1965), “Chúng ta phải làm thật tốt việc sơ tán” (Báo *Nhân dân*, 10/7/1966), “Phải cấy chiêm xong trước Tết” (Báo *Nhân dân*, 15/01/1967), “Cần phải chăm sóc tốt trâu bò trong vụ rét sắp tới” (Báo *Nhân dân*, 09/10/1968), v.v.. Đó là những bài báo vừa có ý nghĩa chỉ đạo đối với cơ sở, vừa động viên nhân dân trong việc giải quyết những yêu cầu cụ thể, tổ chức thực hiện những nhiệm vụ cấp bách trong sản xuất nông nghiệp và tổ chức đời sống xã hội.

Một lĩnh vực được Hồ Chí Minh đặc biệt quan tâm là công tác xây dựng Đảng, xây dựng chính quyền nhân dân và giáo dục cán bộ, đảng viên. Một loạt bài báo của Hồ Chí Minh đề cập đến những vấn đề có tính nguyên tắc về Đảng, về chính quyền nhân dân, về yêu cầu giáo dục, rèn luyện của mỗi cán bộ, đảng viên, biểu dương những gương tốt, những biểu hiện tích cực, phê phán những sai lầm, khuyết điểm của các cơ quan, tổ chức cũng như các cá nhân. Tác phẩm “Đạo đức cách mạng” (Tập chí *Học tập*, số 12 năm 1958) có vị trí đặc biệt trong loạt bài này. Đây là một bài viết có tính tổng kết lý luận, trình bày các khía cạnh nội dung, biểu hiện của vấn đề đạo đức cách mạng một cách có hệ thống. Trong bài báo, Hồ Chí Minh khẳng định đạo đức cách mạng là yêu cầu tất yếu của người cách mạng. Không có đạo đức cách mạng, người cách mạng không thể hoàn thành được những nhiệm vụ nặng nề của “một cuộc đấu tranh rất phức tạp, lâu dài, gian khổ”. Sau khi phân tích, làm rõ nội dung và những biểu hiện của đạo đức cách mạng, chỉ ra những điều kiện, phương pháp tu dưỡng

đạo đức cách mạng của cán bộ, đảng viên, Người nhấn mạnh: “Đạo đức cách mạng không phải trên trời sa xuống. Nó do đấu tranh, rèn luyện bền bỉ hàng ngày mà phát triển và củng cố. Cũng như ngọc càng mài càng sáng, vàng càng luyện càng trong”¹. Có thể nói, đạo đức cách mạng của cán bộ, đảng viên trong điều kiện Đảng cầm quyền cũng là một vấn đề được Hồ Chí Minh đặc biệt quan tâm. Ngay từ thời kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp xâm lược, qua các bài báo của mình, Người đã cảnh báo về tệ quan liêu, tham ô, lãng phí trong đội ngũ cán bộ, coi đó là “tội ác”. Người yêu cầu “Phải tẩy sạch nó để thực hiện cần kiệm liêm chính, để đẩy mạnh thi đua sản xuất và tiết kiệm, để đưa kháng chiến đến thắng lợi, kiến quốc đến thành công, để xây dựng thuần phong mỹ tục trong toàn dân, toàn quốc”². Trong thời kỳ 1955-1969, Người tiếp tục mối quan tâm này với nhiều bài báo, trong đó yêu cầu đẩy mạnh tự phê bình và phê bình, thực hành dân chủ, coi đó là giải pháp để khắc phục tệ quan liêu, tham ô, lãng phí: “Tự phê bình, phê bình, sửa chữa” (Báo *Nhân dân*, 26/7/1956), “Phải xem trọng ý kiến của quần chúng” (Báo *Nhân dân*, 21/8/1956), “Cái “chìa khóa vạn năng””. (Báo *Nhân dân*, 25/3/1967), v.v.. Trong tác phẩm “Cái “chìa khóa vạn năng””, Hồ Chí Minh khẳng định: “... *thực hành dân chủ* là cái chìa khóa vạn năng có thể giải quyết mọi khó khăn... Quần chúng thật sự có quyền dân chủ và cán bộ, đảng viên, đoàn viên phải xung phong gương mẫu, thì chắc chắn ngăn ngừa được những tệ quan liêu, mệnh lệnh, lãng phí, tham ô...”³.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.11, tr.612.

2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.7, tr.457.

3. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.15, tr.325-326.

*Chủ đề lớn thứ hai về đấu tranh chống Mỹ, cứu nước được Hồ Chí Minh thể hiện chủ yếu bằng thể loại tiểu phẩm. Các tiểu phẩm báo chí của Chủ tịch Hồ Chí Minh thời kỳ này bám sát từng bước đi, từng thất bại của đế quốc Mỹ trên con đường tằm tối chống phá các lực lượng cách mạng dân chủ và chủ nghĩa xã hội. Ngòi bút sắc sảo, cái nhìn tinh tường của Người luôn phát hiện được những sự kiện, hiện tượng thể hiện đúng bản chất, dã tâm của kẻ thù để ra đòn với tiếng cười châm biếm, tố cáo, vạch mặt chúng. Một loạt các tiểu phẩm đặc sắc của Người được đăng tải trên các báo, chủ yếu là báo *Nhân dân* như: “Một tin tức lạ” (09/6/1956), “Trong trần ai, ai cũng ghét Ai” (20/01/1961), “Đạo đức Mỹ” (20/01/1962), “Đốp! Đốp!” (01/02/1962), “Hòa bình kiểu Mỹ tức là binh họa” (29/6/1963), “Mỹ mà không đẹp” (29/5/1964), “Taylor rồi chân cũng lo!” (20/7/1964), “Đại bọm Giôn-xơn miệng nói “hòa bình” tay vung “binh hỏa”” (14/4/1965), “Quân Mỹ chết nhăn răng, tướng Mỹ nhăn răng cười” (04/01/1966), “Tin “mừng” cho lính Mỹ” (11/3/1966), “(Đại) bại tướng Vét mỡ lợn đã cút về nước mẹ Hoa Kỳ” (13/6/1968), v.v.. Ngoài các tiểu phẩm chống kẻ thù, Người cũng viết một số tiểu phẩm phê bình những thói hư, tật xấu, những biểu hiện tiêu cực trong nội bộ nhân dân, cán bộ ta. Cũng là cái cười châm biếm, song trong các tác phẩm này, sự phê phán của Người lại mang tính bao dung, xây dựng, khuyến khích sửa chữa, khắc phục. Đó là các tác phẩm: “Làm thế nào cho lạc thêm vui?” (Báo *Nhân dân*, 14/3/1962), “Lễ cưới” (Báo *Nhân dân*, 25/3/1965), v.v.. Các tiểu phẩm của Hồ Chí Minh đều rất ngắn gọn, diễn đạt bằng văn phong dung dị, dí dỏm một cách bất ngờ trong dùng từ, chơi chữ. Hầu hết các tiểu phẩm đều được kết luận bằng mấy câu thơ, thường là thơ lục bát, càng làm cho sự giao tiếp giữa tác giả với người đọc*

thêm gần gũi, dễ chấp nhận. Có thể nói, những tiểu phẩm báo chí của Hồ Chí Minh thời kỳ này nằm trong dòng chảy chung, thể hiện một phong cách nhất quán trong cả quá trình 60 năm viết báo của một cây bút viết tiểu phẩm đặc sắc, tài hoa.

Đặc biệt, trong thời kỳ này, Chủ tịch Hồ Chí Minh viết một số tác phẩm theo đơn đặt hàng của một số báo, tạp chí nước ngoài, chủ yếu là Liên Xô như: “Tình hữu nghị vô sản thắng lợi” (Báo *Tin tức* - Liên Xô, 07/01/1959), “Ba mươi năm hoạt động của Đảng” (Tạp chí *Những vấn đề hòa bình và chủ nghĩa xã hội*, 02/1960, nhân dịp kỷ niệm 30 năm Ngày thành lập Đảng, đăng trên báo *Nhân dân*, 09/01/1960), “Chào mừng kỷ niệm lần thứ 44 Cách mạng Tháng Mười vĩ đại” (Báo *Sự thật* - Liên Xô, 07/11/1961), “Lênin, người thầy vĩ đại của cách mạng Việt Nam” (viết cho báo *Sự thật* - Liên Xô, nhân kỷ niệm lần thứ 92 ngày sinh V.I. Lênin, đăng lại trên báo *Nhân dân*, 22/4/1962), “45 năm đấu tranh anh dũng, 45 năm thắng lợi vẻ vang” (viết cho báo *Sự thật* - Liên Xô, nhân dịp kỷ niệm 45 năm Cách mạng Tháng Mười Nga, đăng lại trên báo *Nhân dân*, 07/11/1962), “Cách mạng Tháng Mười vĩ đại mở ra con đường giải phóng cho các dân tộc” (viết cho báo *Pravda*, Liên Xô, nhân dịp kỷ niệm 50 năm Cách mạng Tháng Mười Nga, đăng lại trên báo *Nhân dân*, 07/11/1967). Đây là những bài viết có tính tổng kết, khái quát những vấn đề lý luận chung về chủ nghĩa xã hội, về con đường cách mạng giải phóng dân tộc, về công cuộc cách mạng mà Đảng ta, dân tộc ta đang tiến hành, cũng như những đánh giá quan trọng về tính chất của thời đại. Nội dung những bài viết này không chỉ thể hiện quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh, mà còn phản ánh những quan điểm, thái độ chung của Đảng và Nhà nước Việt Nam trước những vấn đề đang đặt ra.

Bài báo cuối cùng của Chủ tịch Hồ Chí Minh ký tên T.L. đăng trên báo *Nhân dân* ngày 01/6/1969 với nhan đề: “Nâng cao trách nhiệm chăm sóc và giáo dục thiếu niên, nhi đồng”. Người đánh giá cao sự phấn đấu trong học tập, lao động và tham gia chiến đấu của thiếu niên, nhi đồng. Người dành cho thế hệ trẻ của đất nước những tình cảm sâu sắc, thái độ trách nhiệm cao. Người viết: “Thiếu niên, nhi đồng là người chủ tương lai của nước nhà. Vì vậy, chăm sóc và giáo dục tốt các cháu là nhiệm vụ của toàn Đảng, toàn dân”¹.

*

Trong bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ II Hội Nhà báo Việt Nam, ngày 16/4/1959, Chủ tịch Hồ Chí Minh coi mình là người có duyên nợ với báo chí, duyên nợ ấy chính là làm báo nhằm mục đích “chống thực dân đế quốc, chống phong kiến địa chủ, tuyên truyền độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội”². Nói cách khác, Người làm báo là để làm cách mạng, đấu tranh mang lại độc lập cho đất nước, tự do cho dân tộc, hòa bình, hạnh phúc cho nhân dân. Vì thế, nhà cách mạng vĩ đại, vị Lãnh tụ kính yêu của dân tộc và nhà báo lớn Hồ Chí Minh là thống nhất, hòa quyện, gắn kết với nhau trong một nhân cách lớn - Hồ Chí Minh. Với 60 năm hoạt động sáng tạo không ngừng, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã để lại di sản báo chí vô cùng to lớn và phong phú, trong đó thể hiện sinh động những quan điểm, tư tưởng của Người về cách mạng, về thời đại, về nhân dân, về kinh tế, chính trị, văn hóa và các lĩnh vực của đời sống xã hội. Di sản đó cũng thể hiện bản lĩnh tuyệt vời của ngòi bút, tài hoa và sức sáng tạo của một nhân cách lớn, nhà báo cách mạng lớn - Hồ Chí Minh.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.15, tr.579.

2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.171.

2

QUÁN TRIỆT TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH TRONG QUẢN LÝ VÀ PHÁT TRIỂN NỀN BÁO CHÍ HIỆN NAY*

Chủ tịch Hồ Chí Minh là nhà cách mạng lỗi lạc, người yêu nước nhiệt thành, nhà văn hóa lớn, lãnh tụ vĩ đại của dân tộc ta. Người cũng chính là nhà báo cách mạng số một, người khai sinh và dìu dắt phát triển nền báo chí cách mạng Việt Nam. Sự nghiệp báo chí của Người thật đồ sộ và là bằng chứng không chỉ của tài năng mà lớn hơn là tình yêu, của ý thức sâu sắc về ngòi bút của nhà báo. Tư tưởng của Người về báo chí là di sản vô cùng quý báu, đã, đang và sẽ soi sáng con đường phát triển của nền báo chí cách mạng Việt Nam.

Trong bài viết này, chúng tôi muốn nhấn mạnh và làm rõ hơn những quan điểm cơ bản, quan trọng trong tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh về báo chí và trình bày ý nghĩa to lớn của việc quán triệt những quan điểm đó trong hoạt động báo chí hiện nay.

1. Hồ Chí Minh - nhà báo cách mạng làm báo

Trong bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ II Hội Nhà báo Việt Nam, Chủ tịch Hồ Chí Minh tự nhận: “là người có nhiều

* Báo *Nhà báo và Công luận*, số 23, ra ngày 4 đến ngày 10/6/2004 và số 24, ra ngày 11 đến ngày 17/6/2004.

duyên nợ với báo chí”. “Duyên nợ” ấy được Người giải thích là viết báo với một “đề tài” duy nhất nhằm: “chống thực dân đế quốc, chống phong kiến địa chủ, tuyên truyền độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội”¹.

Trên thực tế, Bác Hồ bắt đầu làm báo vì mục đích “nêu lên” tội ác của thực dân Pháp. Trong quá trình hoạt động cách mạng, càng ngày Người càng nhận rõ vai trò quan trọng của báo chí - như một thứ vũ khí chiến đấu chống kẻ thù, như một công cụ, phương tiện tổ chức hoạt động thực tiễn. Chính vì thế mà Người làm báo không đơn thuần là hoạt động nghề nghiệp mà với một ý thức rất rõ ràng, sâu sắc: làm báo để làm cách mạng.

Trong suốt cuộc đời hoạt động cách mạng của mình, Bác Hồ đã viết hàng nghìn bài báo các loại, trực tiếp sáng lập và tổ chức hoạt động hàng chục tờ báo như: *Le Paria*, *Thanh niên*, *Công nông*, *Lính cách mệnh*, *Đỏ*, *Đồng thanh*, *Việt Nam độc lập*, v.v.. Người để lại một di sản to lớn các trước tác liên quan đến báo chí, trong đó có hai bộ phận. Thứ nhất là các tác phẩm báo chí gồm nhiều thể loại khác nhau từ tin tức, chính luận, tản văn đến tiểu phẩm. Thứ hai là các bài viết, bài nói chuyện đề cập đến các khía cạnh khác nhau của vấn đề báo chí và người làm báo. Về cơ bản, những tư tưởng của Bác Hồ về báo chí được thể hiện trong các trước tác ở bộ phận thứ hai này, trong đó chiếm vị trí đặc biệt quan trọng là hai bài nói chuyện của Người tại Đại hội lần thứ II và Đại hội lần thứ III Hội Nhà báo Việt Nam.

Có thể nói, cơ sở phương pháp luận để hình thành tư tưởng Hồ Chí Minh chính là chủ nghĩa Mác - Lênin. Điểm mốc đầu tiên để khẳng định điều này là sự kiện Người đọc *Sơ thảo*

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.171.

lần thứ nhất những luận cương về vấn đề dân tộc và vấn đề thuộc địa của Lênin. Nhận thức từ ban đầu của Người - “Chủ nghĩa chân chính nhất, chắc chắn nhất, cách mệnh nhất là chủ nghĩa Lênin”¹ - trở thành tư tưởng nhất quán trong suốt cuộc đời hoạt động cách mạng của mình. Tuy nhiên, đối với Bác Hồ, tiếp nhận chủ nghĩa Mác - Lênin là nắm lấy cái cốt lõi của nó, là “học tập lập trường, quan điểm và phương pháp của chủ nghĩa Mác - Lênin để áp dụng lập trường, quan điểm và phương pháp ấy mà giải quyết cho tốt những vấn đề thực tế trong công tác cách mạng của chúng ta”². Thực chất, đó là thái độ, là phương pháp xuất phát từ linh hồn sống của phép biện chứng duy vật mácxít trên cơ sở đã hiểu thấu đáo đến nguồn ngọn, bản chất của nó.

Trong những quan điểm của Bác Hồ về báo chí, có thể nhận thấy rất rõ những biểu hiện, kế thừa các giá trị văn hóa tinh thần của dân tộc, cũng như của phương Đông. Điều này cũng hoàn toàn hợp lý và thống nhất với cái cốt lõi của phép biện chứng mácxít là tính thực tiễn, lịch sử, cụ thể. Biểu hiện dễ nhận thấy trong các trước tác của Người về báo chí là sự ý thức rõ ràng, thường trực về dân tộc, nhân dân và yêu cầu đòi hỏi giữ gìn, phát huy và tôn vinh những giá trị của dân tộc, của nhân dân. Đó cũng là một cơ sở để khẳng định Hồ Chí Minh là một nhà báo cách mạng lỗi lạc với tinh thần dân tộc sâu sắc và trong sáng.

2. “Chính trị phải làm chủ”

“*Nhiệm vụ của tờ báo là tuyên truyền, cổ động, huấn luyện, giáo dục, và tổ chức dân chúng, để đưa dân chúng đến*

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.2, tr.289.

2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.11, tr.95.

mục đích chung”¹. Đó là “điểm chính” số một mà Chủ tịch Hồ Chí Minh nói đến trong Thư gửi lớp học viết báo Huỳnh Thúc Kháng (tháng 6/1949). Đó cũng chính là sự phát triển cụ thể hơn quan điểm của Lênin về 3 chức năng chính yếu của báo chí là: tuyên truyền tập thể, cổ động tập thể và tổ chức tập thể. Nói cách khác, theo Bác Hồ, nhiệm vụ của báo chí chính là tác động vào nhận thức xã hội nhằm thay đổi nhận thức theo hướng tích cực để đưa quần chúng vào hoạt động thực tiễn cách mạng. Khi Người nói báo chí là làm cho dân “mở mắt, mở tai”, biết “kết đoàn gắng sức”, hay báo chí cần phải “phục vụ chủ nghĩa xã hội, phục vụ cho đấu tranh thực hiện thống nhất nước nhà, cho hòa bình thế giới” cũng là theo nghĩa đó.

Chủ tịch Hồ Chí Minh xác định nhiệm vụ của báo chí cách mạng trên cơ sở hiểu rõ vai trò vô cùng to lớn của báo chí trong đời sống xã hội. Chính sự từng trải và những kinh nghiệm sống trong quá trình bôn ba tìm đường cứu nước đã cho phép Người nhận thức rất rõ về vai trò đó. Trên cơ sở nhận thức ấy mà ngay từ Bản *Yêu sách của nhân dân An Nam*, “Lời phát biểu tại Đại hội Tua” và trong nhiều tác phẩm viết từ đầu những năm 20 của thế kỷ XX, Người đã đòi quyền tự do báo chí cho Việt Nam, yêu cầu báo *Nhân đạo* của Đảng Cộng sản Pháp phải thường xuyên có mục viết về các thuộc địa... Càng về sau, nhận thức của Bác Hồ về vai trò của báo chí càng trở nên rõ ràng, sâu sắc hơn. Trong Điện chúc mừng Hội Nhà báo Á - Phi (Báo *Nhân dân*, 24/4/1965), Người khẳng định: “Đối với những người viết báo chúng ta, cái bút là vũ khí sắc bén, bài báo là tờ lịch cách mạng để động viên quần chúng đoàn

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.6, tr.102.

kết đấu tranh, chống chủ nghĩa thực dân cũ và mới, chống chủ nghĩa đế quốc, đứng đầu là đế quốc Mỹ, vì độc lập dân tộc, tiến bộ xã hội và hòa bình thế giới”¹.

Tất nhiên yêu cầu, đòi hỏi của sự nghiệp cách mạng là một cơ sở không thể thiếu để Chủ tịch Hồ Chí Minh xác định nhiệm vụ, chức năng của báo chí. Xã hội và cùng với nó là so sánh lực lượng giữa cách mạng và phản cách mạng luôn thay đổi, đòi hỏi Đảng phải tùy thuộc hoàn cảnh, điều kiện cụ thể để đưa ra các nhiệm vụ cho báo chí cách mạng. Muốn hoàn thành những nhiệm vụ của mình, báo chí cách mạng phải có những nguyên tắc chỉ đạo nhất quán của nó. Nguyên tắc đó là gì? Trong Bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ II Hội Nhà báo Việt Nam, Bác Hồ khẳng định: “Chính trị phải làm chủ. Đường lối chính trị đúng thì những việc khác mới đúng được. Cho nên các báo chí của ta đều phải có đường lối chính trị đúng”².

Như vậy, theo Bác Hồ thì “chính trị” đúng cũng chính là nguyên tắc sống còn của báo chí, bởi vì “Chính trị phải làm chủ” và đó là cơ sở xuất phát, là điều kiện đảm bảo những việc khác có thể “đúng được”. Chính trị mà Bác Hồ nói đến ở đây không phải là cái gì khác ngoài mục đích cách mạng, lợi ích của Tổ quốc, hạnh phúc của nhân dân. Điều đó cũng chính là “chân lý” theo cách hiểu của Người, “ra sức phụng sự Tổ quốc, phục vụ nhân dân - tức là phục tùng chân lý”³. Một cách diễn đạt rất đơn giản mà bao hàm logic cốt tử của nguyên tắc hàng đầu trong hoạt động báo chí - nguyên tắc tính Đảng. Đây không chỉ là sự tiếp nhận nguyên tắc tính Đảng Mácxít - Lêninnít đơn thuần mà còn là bài học kết tinh từ sự trải nghiệm cuộc sống, từ thực tế hoạt động báo chí sinh động của

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.14, tr.540.

2, 3. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.12, tr.166, 166.

Bác Hồ. Khi bàn đến các tính chất, nguyên tắc khác của báo chí cách mạng như tính chất quần chúng và tinh thần chiến đấu, Bác Hồ đều trở về lấy nguyên tắc này làm cơ sở xuất phát.

3. “Cán bộ báo chí cũng là chiến sĩ cách mạng”

Đó là một luận điểm quan trọng trong tư tưởng của Bác Hồ về báo chí, một bài học kinh nghiệm kết tinh từ những năm tháng hoạt động cách mạng - làm báo gian nan, nguy hiểm và sôi động của Người. Luận điểm này xuất phát từ quan niệm của Bác về vai trò, nhiệm vụ của báo chí cách mạng - “Báo chí của ta thì cần phải phục vụ nhân dân lao động, phục vụ chủ nghĩa xã hội, phục vụ cho cuộc đấu tranh thực hiện thống nhất nước nhà, cho hòa bình thế giới”¹. Đây cũng là cơ sở để xác định thái độ, trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp của người làm báo cách mạng. Nói cách khác, với tư cách chiến sĩ cách mạng thì nhà báo đương nhiên phải hành nghề với ý thức đầy đủ về mục tiêu, tính chất và nhiệm vụ cách mạng, về trách nhiệm của mình trước dân tộc, nhân dân. Đồng thời, điều đó cũng có nghĩa là đạo lý của nhà báo lấy nhân dân, lấy lợi ích cách mạng làm gốc.

Điều này đương nhiên là trái ngược với quan điểm mà báo chí tư sản vẫn dựa vào để che đậy và bảo vệ cho bản chất giai cấp bảo thủ của chủ nghĩa tư bản. Từ luận điệu “Báo chí phi giai cấp, phi chính trị” logic tiếp theo là vì phi giai cấp, phi chính trị nên báo chí tư bản là tự do. Nhìn vào lịch sử, chế độ tư bản chủ nghĩa thay thế cho chế độ phong kiến là một bước tiến của xã hội. Nhưng đến lượt nó, giai cấp tư sản vì mục đích bảo vệ sự tồn tại của chế độ mình mà chống lại mọi sự vận động

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.166.

đạt tới sự tiến bộ hơn nữa của xã hội. Suốt mấy trăm năm lịch sử của mình, giai cấp tư sản đã đè bẹp mọi sự phản kháng của các giai cấp cần lao bằng nhà tù, súng đạn, bóp nghẹt báo chí dân chủ, cách mạng bằng kiểm duyệt và xiềng xích. Giờ đây, chính cuộc đấu tranh của nhân dân lao động và các dân tộc bị áp bức cùng với những điều kiện kinh tế - kỹ thuật được cải thiện buộc giới chủ tư sản phải chấp nhận những thể chế xã hội cởi mở hơn, dân chủ hơn. Tuy nhiên, về bản chất, đó vẫn là những thể chế xã hội phục vụ cho lợi ích của người giàu, kẻ mạnh. Vì nguyên tắc đó, các chính quyền đế quốc sẵn sàng chà đạp lên quyền sống, quyền tự do của các dân tộc, quyền dân chủ, tự do của thế giới báo chí tiến bộ. Người ta có thể thấy rất rõ điều đó qua những cuộc chiến do Mỹ cầm đầu trong hơn một thập kỷ qua ở Vùng Vịnh, Nam Tư và Irắc hiện nay.

Như vậy, vấn đề đặt ra cho nhà báo cách mạng là sự ý thức tự giác đầy đủ vai trò, trách nhiệm của mình trên cơ sở nhận thức rõ ràng về bản chất chế độ, bản chất nền báo chí cách mạng. Chỉ có một niềm tin vững chắc trên cơ sở đó mới giúp các nhà báo hành nghề một cách tự do. Mà tự do theo Bác Hồ thì cũng chính là quyền phục tùng chân lý. Và - “*Chân lý* là cái gì có lợi cho Tổ quốc, cho nhân dân... Ra sức phụng sự Tổ quốc, phục vụ nhân dân - tức là phục tùng chân lý”¹. Chân lý đó là rất cụ thể. Phụng sự Tổ quốc, phục vụ nhân dân là một yêu cầu rất rõ ràng, một điều kiện nhân văn không thể chối cãi để đạt đến tự do.

Khi nói về Hội Nhà báo, Bác Hồ nhấn mạnh: “Đó là một tổ chức chính trị và nghiệp vụ. Nhiệm vụ của Hội là phải làm cho hội viên đoàn kết chặt chẽ, giúp đỡ lẫn nhau để nâng trình độ

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.10, tr.378.

chính trị và nghiệp vụ. Có như thế thì Hội Nhà báo mới làm tròn nhiệm vụ của mình và những người làm báo mới phục vụ tốt nhân dân, phục vụ tốt cách mạng”¹. Đó chính là thấu tóm cô đọng chức năng, nhiệm vụ của Hội. Những chức năng, nhiệm vụ ấy cũng nhằm đến mục đích phục vụ nhân dân, phục vụ cách mạng. Cũng có thể hiểu được rằng việc nhấn mạnh đến phục vụ nhân dân, Tổ quốc là một yêu cầu nhất quán, trước sau như một của Bác Hồ.

4. “Về cách viết”

Trong Bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ III Hội Nhà báo Việt Nam, Bác Hồ nói nhiều đến “cách viết”. Thực chất là Người bàn đến những vấn đề cốt lõi nhất của phương pháp sáng tạo tác phẩm của nhà báo. Về phương diện này, Bác bàn rất kỹ kể từ khâu nhận thức phương pháp luận đến những công việc cụ thể.

Theo Bác Hồ, muốn viết báo tốt, *khâu trước hết* là phải xác định: “Viết cho ai xem? Viết để làm gì?”. Nói cách khác, đó chính là vấn đề xác định đối tượng, mục đích của tác phẩm định viết. Bởi vì chỉ có xác định đúng mục đích, đối tượng mới có cơ sở để lựa chọn chi tiết, hình thành chủ kiến, lựa chọn cách diễn đạt, ngôn ngữ và cả quy mô hợp lý của tác phẩm. Đây là khâu đầu tiên quyết định sự thành bại của tác phẩm báo chí.

Khâu thứ hai là khai thác tài liệu. Trong bài “Cách viết”, Bác đã chỉ ra toàn bộ quy trình khai thác tài liệu gồm 5 khâu công việc là: Nghe, hỏi, thấy (quan sát), xem (đọc sách báo), ghi... Tất nhiên, muốn có tài liệu phải bám sát cuộc sống,

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.166.

có mặt ở những điểm nóng sự kiện. Nói như Bác thì người làm báo “phải chịu khó”.

Khâu thứ ba là thể hiện tác phẩm. Trong tác phẩm “Sửa đổi lối làm việc”, mục “Cách chữa thói ba hoa”, Bác đưa ra 5 yêu cầu có ý nghĩa phương pháp luận cho việc nói và viết: 1- Học cách nói của quần chúng; 2- Ngôn ngữ giản dị dễ hiểu; 3- Cách trình bày chặt chẽ, dễ hiểu - “nói có sách mách có chứng”; 4- Điều tra, biết rõ mới viết; 5- Đảm bảo chắc chắn, đúng đắn. Về thể hiện tác phẩm báo chí, Bác Hồ đặc biệt quan tâm đến việc sử dụng ngôn ngữ. Cùng với yêu cầu sử dụng ngôn ngữ tối ưu nhằm đảm bảo hiệu quả của thông tin, Người luôn đòi hỏi phải giữ gìn sự trong sáng, bảo vệ và phát triển tiếng nói dân tộc. Sự quan tâm đó không chỉ đơn thuần là phương pháp nghiệp vụ mà sâu xa hơn chính là xuất phát từ một tình yêu, niềm tự hào, tự tôn dân tộc chân chính.

Khâu thứ tư là kiểm tra, đánh giá tác phẩm trước khi công bố. Có thể nói đây là yêu cầu để đảm bảo hiệu quả thực sự của tác phẩm. Theo Bác, có hai phương thức kiểm tra. *Thứ nhất* là tự mình kiểm tra bằng cách đọc đi đọc lại nhiều lần để cân nhắc, sửa chữa, hoàn chỉnh. *Thứ hai* là nhờ những người xung quanh mình đọc, nhận xét.

Nếu xét cụ thể, có thể nói Bác Hồ đã tổng kết đầy đủ, cô đọng cả quy trình sáng tạo tác phẩm báo chí. Cho đến ngày nay, phần cốt lõi, căn bản của quy trình này vẫn giữ nguyên giá trị của nó, mặc dù báo chí đã có những bước phát triển chưa từng thấy cả về hình thức và dung lượng thông tin. Vượt lên những phương pháp cụ thể ấy là một thái độ trách nhiệm với nghề nghiệp, một tinh thần dân tộc trong sáng, một tình yêu cao cả dâng hiến cho nhân dân. Đó chính là phần hồn của tư tưởng Hồ Chí Minh về nghề nghiệp làm báo mà nhờ đó các

tác phẩm của Người thấm đẫm tình yêu nhân dân, yêu Tổ quốc, sự nâng niu, trân trọng những giá trị của dân tộc, đất nước, nhưng cũng vì thế mà sắc sảo, quyết liệt và không khoan nhượng đối với kẻ thù.

5. “Học tập lập trường, quan điểm và phương pháp” Hồ Chí Minh

Đất nước ta đang trong thời kỳ hòa bình, xây dựng và phát triển. Sau khi giành được tự do, độc lập, sự nỗ lực để xóa bỏ đói nghèo, lạc hậu, mang lại ấm no, hạnh phúc cho toàn dân, đưa đất nước giàu mạnh, dân chủ, văn minh là một cuộc chiến đấu đầy cam go, thử thách và phức tạp. Thay thế cho bom đạn và chết chóc là những cám dỗ của lợi ích, tiền bạc trong cơ chế thị trường. Từ phía nước ngoài, các lực lượng thù địch đang rình rập, lợi dụng các mối quan hệ, các phương tiện và tận dụng mọi khả năng để chống phá. Hơn lúc nào hết, việc quán triệt tư tưởng Hồ Chí Minh có ý nghĩa to lớn trong quản lý, phát triển nền báo chí, nhằm làm cho báo chí ngày càng lớn mạnh, hiện đại, ngày càng phát huy vai trò tích cực, mạnh mẽ trong công cuộc xây dựng, phát triển đất nước.

Nói quán triệt tư tưởng Hồ Chí Minh là “học tập lập trường, quan điểm và phương pháp” của Bác Hồ để áp dụng vào giải quyết tốt những vấn đề mà thực tế báo chí đang đặt ra. Cũng có nghĩa là nắm lấy cái cốt lõi, đầu mối trung tâm mà từ đó quyết định những phương pháp, cách thức hành động cụ thể. Cái cốt lõi ấy trong tư tưởng của Bác trước hết chính là đạo đức cách mạng thể hiện và bắt nguồn từ lòng yêu nước, yêu dân tộc, yêu chế độ, từ lập trường cách mạng kiên định và trong sáng. Đó chính là cái gốc để có thể đạt tới những yêu cầu của đạo đức cách mạng “Cần kiệm liêm chính, chí công vô tư”.

Một cơ sở đạo đức cách mạng trong sáng chính là điều kiện để mỗi nhà báo công bằng, trách nhiệm khi viết, khi nói, để xác định được mình viết cho ai, vì ai. Đó cũng là điều kiện để mỗi nhà báo, mỗi cán bộ quản lý báo chí vượt qua những cám dỗ, thử thách nghề nghiệp, có dũng khí, có tính chiến đấu cao trước các tiêu cực, trước sự chống phá của kẻ thù.

Quán triệt tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí cũng chính là quán triệt ý thức trách nhiệm chính trị xã hội của báo chí. Làm báo thực chất là làm chính trị. Ý thức nghề nghiệp của người làm báo trước hết là ý thức chính trị. Đó là ý thức về lập trường chính trị cách mạng, là thái độ bảo vệ chế độ, bảo vệ dân tộc, bảo vệ giai cấp, kiên quyết chống lại sự phá hoại của kẻ thù. Đó là các cơ sở gốc rễ để mỗi nhà báo tự vượt lên trên những tính toán vụ lợi, cống hiến toàn tâm, toàn lực cho sự nghiệp cách mạng.

Nền báo chí nước ta đang đứng trước thời cơ, vận hội phát triển mạnh mẽ, trước trách nhiệm nặng nề đối với chế độ, nhân dân, đồng thời cũng là trước những thử thách không ít khó khăn, phức tạp. Việc học tập, quán triệt tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí không chỉ có ý nghĩa trong hình thành và hoàn thiện phương pháp sáng tạo của từng nhà báo mà ở phạm vi rộng lớn hơn, đó cũng là cơ sở để hoạch định một chiến lược phát triển, đưa ra những chính sách quản lý thích hợp nhằm phát triển toàn diện mạnh mẽ nền báo chí nước ta hiện nay.

3

NGƯỜI LÀM BÁO VIỆT NAM HỌC TẬP VÀ LÀM THEO TẤM GƯƠNG ĐẠO ĐỨC HỒ CHÍ MINH MỘT CÁCH THIẾT THỰC*

Bác Hồ là lãnh tụ cách mạng vĩ đại, là danh nhân văn hóa lớn của dân tộc ta và của thế giới. Cuộc đời và sự nghiệp của Người cũng là tấm gương đạo đức cách mạng trong sáng tuyệt vời của một con người bình thường mà vĩ đại, cần kiệm liêm chính, chí công vô tư, cống hiến tất cả vì độc lập, tự do của dân tộc, vì hạnh phúc của nhân dân, vì sự phồn vinh của đất nước. Bộ Chính trị (khóa X) đã ra Chỉ thị số 06-CT/TW ngày 07/11/2006 về tổ chức Cuộc vận động “Học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh” nhằm làm cho toàn Đảng, toàn dân thấm nhuần nhận thức và làm theo tấm gương đạo đức trong sáng của Người, xây dựng đời sống tinh thần ngày càng tốt đẹp, loại dần những hiện tượng tiêu cực, tham nhũng ra khỏi đời sống xã hội, tạo ra cơ sở và động lực xã hội tích cực cho công cuộc xây dựng, phát triển đất nước, thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ và văn minh.

Với ý thức đầy đủ về vai trò, vị trí quan trọng của báo chí trong đời sống xã hội, về trách nhiệm chính trị - xã hội nặng nề

* Tạp chí *Người làm báo*, số tháng 5/2008.

của mình, hơn ai hết, những người làm báo cần nhận thức một cách sâu sắc về sự cần thiết và ý nghĩa to lớn, thiết thực, cũng như những nội dung cần quán triệt của việc học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh. Trong bài viết này, chúng tôi xin được trao đổi một số vấn đề về sự cần thiết, ý nghĩa quan trọng của việc học tập và làm theo tấm gương đạo đức của Hồ Chí Minh, cũng như một số nội dung, biện pháp nhằm làm cho cuộc vận động mang lại những ý nghĩa, hiệu quả thực tế thiết thực đối với đội ngũ những người làm báo, góp phần làm cho báo chí nước ta phát triển vững chắc, đóng góp tích cực hơn vào công cuộc xây dựng, phát triển đất nước.

1. Tại sao người làm báo cần phải học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh?

Chủ tịch Hồ Chí Minh là lãnh tụ thiên tài của cách mạng Việt Nam, nhà văn hóa lỗi lạc của dân tộc và của nhân loại, một nhân cách vĩ đại được cả dân tộc ta tôn vinh, được bạn bè và nhân dân tiến bộ trên toàn thế giới yêu quý, ngưỡng mộ. Người cũng là nhà báo cách mạng số một của nước ta, người khai sinh ra nền báo chí cách mạng Việt Nam, Người đã có một cuộc đời làm báo tài năng, nhiệt huyết suốt 50 năm, đã sáng lập, tổ chức, phát triển nhiều cơ quan báo chí của nước ta. Người là tấm gương mẫu mực, trong sáng tuyệt vời về đạo đức của người chiến sĩ cách mạng, cần kiệm liêm chính, chí công vô tư, suốt đời phấn đấu, hy sinh, tận tâm, tận lực vì sự nghiệp đấu tranh giải phóng dân tộc, thống nhất non sông, xây dựng đất nước giàu mạnh, mang lại ấm no, hạnh phúc cho nhân dân.

Người làm báo chúng ta trước hết cũng là chiến sĩ cách mạng. Việc trau dồi, rèn luyện đạo đức là đòi hỏi tất nhiên của

người chiến sĩ cách mạng để đáp ứng yêu cầu của những nhiệm vụ công tác quan trọng, nặng nề mà Đảng, Nhà nước và nhân dân giao phó. Hơn thế nữa, người làm báo còn là người chiến sĩ trên mặt trận tư tưởng, nắm trong tay công cụ, phương tiện báo chí cực kỳ quan trọng đối với đời sống xã hội hiện đại. Vai trò, vị trí của người làm báo trong xã hội đòi hỏi nhà báo phải nhận thức đầy đủ ý nghĩa của đạo đức nghề nghiệp, về trách nhiệm chính trị - xã hội của mình, phải sống, làm việc, hành nghề phù hợp với những tiêu chuẩn đạo đức trong sáng, gương mẫu. Đó là điều kiện không thể thiếu để người làm báo có thể hoàn thành nhiệm vụ nghề nghiệp chuyên môn được giao.

Khi nói về đạo đức cách mạng, Chủ tịch Hồ Chí Minh chỉ ra rằng: “Một dân tộc, một đảng và mỗi con người, ngày hôm qua là vĩ đại, có sức hấp dẫn lớn, không nhất định hôm nay và ngày mai vẫn được mọi người yêu mến và ca ngợi, nếu lòng dạ không trong sáng nữa, nếu sa vào chủ nghĩa cá nhân”¹. Hoạt động báo chí là một nghề nghiệp nặng nhọc, năng động, phải thích nghi với những điều kiện giao tiếp xã hội luôn thay đổi, mới mẻ, luôn phải đối mặt với những hoàn cảnh, điều kiện phức tạp, những lựa chọn khó khăn. Bản thân sự vận động của xã hội cũng luôn đặt ra những yêu cầu đòi hỏi mới về chuẩn mực đạo đức xã hội nói chung và đối với những người làm báo nói riêng. Vì thế, việc học tập, rèn luyện đạo đức của người làm báo là công việc của cả cuộc đời.

Trong những năm gần đây, cùng với tiến trình phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập quốc tế, các điều kiện hoạt động, yêu cầu nhiệm vụ của những người làm báo, cũng như đòi hỏi của công chúng đã có nhiều thay đổi. Báo chí đã thích ứng nhanh

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.15, tr.672.

với tình hình mới, tự đổi mới, nâng cao trình độ nghiệp vụ, chuyên môn, có nhiều đóng góp to lớn, tích cực đối với công cuộc xây dựng và phát triển đất nước. Tuy nhiên, cũng đã xuất hiện một số hiện tượng chưa lành mạnh trong đội ngũ những người làm báo, trong hoạt động nghề nghiệp báo chí, làm hạn chế vai trò, tác động xã hội tích cực của báo chí, giảm thiểu niềm tin của nhân dân đối với báo chí. Vì thế, việc học tập và làm theo tấm gương đạo đức của Bác Hồ vừa là một việc làm có ý nghĩa lâu dài, thường xuyên đối với những người làm báo Việt Nam, vừa là một việc có ý nghĩa cấp bách trước mắt nhằm góp phần tạo dựng một môi trường hoạt động tích cực, dần dần loại bỏ những hiện tượng tiêu cực ra khỏi đời sống báo chí, làm cho hoạt động báo chí đóng góp ngày càng lớn hơn, hiệu quả hơn, tích cực hơn vào sự nghiệp xây dựng, phát triển đất nước.

Do đó, có thể khẳng định rằng, học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh là một yêu cầu khách quan, thiết thực đối với tất cả cán bộ, đảng viên nói chung, cũng như với những người làm báo Việt Nam nói riêng.

2. Người làm báo Việt Nam học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh theo những nội dung gì?

Người làm báo Việt Nam học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh là học tập, rèn luyện để trở thành người cán bộ cần kiệm liêm chính, chí công vô tư, lao động, phấn đấu vì sự nghiệp cách mạng xã hội chủ nghĩa mà Đảng, Bác Hồ và dân tộc ta lựa chọn. Chủ tịch Hồ Chí Minh đã chỉ ra và coi cần kiệm liêm chính, chí công vô tư, trung với nước, hiếu với dân là những chuẩn mực đạo đức căn bản của người cán bộ cách mạng. Đó chính là gốc rễ nguồn cội, điều kiện đầu tiên của

phẩm chất, năng lực công tác của một cán bộ cách mạng. Đạo đức tạo nên phần “hồng” trong phẩm chất chung của người cán bộ. Cho dù có “chuyên”, tức là trình độ, năng lực chuyên môn đến đâu mà không có đạo đức thì không thể gánh vác và hoàn thành được nhiệm vụ cách mạng. Người nói: “sông thì có nguồn mới có nước, không có nguồn thì sông cạn. Cây phải có gốc, không có gốc thì cây héo. Người cách mạng phải có đạo đức, không có đạo đức thì dù tài giỏi mấy cũng không lãnh đạo được nhân dân”¹.

Người làm báo học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh là quán triệt nhận thức và tu dưỡng cho mình ý thức đúng đắn về nghề nghiệp và trách nhiệm nặng nề nhưng vinh quang của người làm báo cách mạng. Theo Bác Hồ: “Cán bộ báo chí cũng là chiến sĩ cách mạng”², bởi vì làm báo là thực thi một nhiệm vụ công tác của cách mạng, và nhiệm vụ đó là “phục vụ nhân dân, phục vụ cách mạng”³. Trong Điện chúc mừng Hội Nhà báo Á - Phi năm 1965, Chủ tịch Hồ Chí Minh chỉ ra một cách rõ ràng, cụ thể hơn về ý nghĩa và trách nhiệm xã hội của báo chí. Người viết: “Đối với những người viết báo chúng ta, cái bút là vũ khí sắc bén, bài báo là tờ lịch cách mạng để động viên quần chúng đoàn kết đấu tranh, chống chủ nghĩa thực dân cũ và mới, chống chủ nghĩa đế quốc, đứng đầu là đế quốc Mỹ, vì độc lập dân tộc, tiến bộ xã hội và hòa bình thế giới”⁴. Đây chính là cơ sở để xác định thái độ, trách nhiệm, đạo lý nghề nghiệp của người làm báo. Với tư cách người chiến sĩ cách mạng, nhà báo phải ý thức đầy đủ về trách nhiệm của

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.5, tr.292.

2, 3. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.13, tr.466, 463.

4. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.14, tr.540.

mình trước nhân dân, dân tộc, phải hành nghề vì mục đích thực hiện thắng lợi những nhiệm vụ của cách mạng.

Nhận thức của Bác Hồ về trách nhiệm nghề nghiệp người làm báo hoàn toàn xa lạ với những luận điểm mà báo chí phương Tây vẫn thường rêu rao là “báo chí phi giai cấp, báo chí khách quan phi chính trị”. Trên thực tế, báo chí phương Tây hoàn toàn hành xử theo hướng bảo vệ lợi ích của quốc gia, phục vụ cho lợi ích của các tập đoàn kinh tế tư bản thao túng quyền lực nhà nước. Cho dù là tuyên bố mạnh mẽ về các nguyên tắc dân chủ, tự do, nhưng các nhà nước phương Tây vẫn sử dụng nhiều công cụ và tạo ra những áp lực về nhiều mặt để quản lý, sử dụng báo chí phục vụ cho những mục đích chính trị của mình.

Đối với người làm báo cách mạng, việc nhận thức đúng đắn, đầy đủ về nghề nghiệp và trách nhiệm của mình để tự giác phục vụ cách mạng là điều kiện để được tự do hành nghề, tự do cống hiến. Bởi vì theo Hồ Chí Minh, tự do chính là sự phục tùng chân lý, “*Chân lý là cái gì có lợi cho Tổ quốc, cho nhân dân... Ra sức phụng sự Tổ quốc, phục vụ nhân dân - tức là phục tùng chân lý*”¹.

Người làm báo học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh là học tập để nâng cao nhận thức chính trị, để cho “chính trị phải làm chủ” thực sự. Bởi vì, theo Người, “Chính trị phải làm chủ. Đường lối chính trị đúng thì những việc khác mới đúng được. Cho nên các báo chí của ta đều phải có đường lối chính trị đúng”². Như vậy, chính trị cũng chính là nguyên tắc sống còn hàng đầu của báo chí, là một trong những cơ sở nền tảng của nghề nghiệp báo chí, là điểm xuất phát của

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.10, tr.378.

2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.166.

những phương pháp hoạt động nghiệp vụ của những người làm báo.

Trong thư gửi lớp viết báo Huỳnh Thúc Kháng, Bác Hồ viết: “*Nhiệm vụ* của tờ báo là tuyên truyền, cổ động, huấn luyện, giáo dục, và tổ chức dân chúng, để đưa dân chúng đến mục đích chung”¹. Theo cách hiểu của Người, “mục đích chung” đó là lật đổ ách thống trị của thực dân, đế quốc xâm lược, giành độc lập, tự do cho dân tộc, xây dựng chủ nghĩa xã hội nhằm mang lại ấm no, hạnh phúc cho nhân dân. Nhưng để hiểu và thực hiện đúng được “mục đích chung” ấy, người làm báo phải dựa trên cơ sở là nhận thức chính trị. Chính trị ở đây trước hết phải hiểu là tính mục đích, sự đúng đắn của cách mạng và chủ trương, đường lối của Đảng cũng như những nhiệm vụ chính trị trong mỗi thời kỳ, mỗi lĩnh vực. Nhận thức ấy phải dựa trên cơ sở những hiểu biết về các quy luật vận động, phát triển của xã hội. Nhận thức chính trị là điều kiện để nhà báo tự giác lao động, cống hiến cho cách mạng, lấy mục tiêu, nhiệm vụ cách mạng làm mục đích, tôn chỉ phục vụ và phấn đấu của mình.

Người làm báo Việt Nam học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh là học tập và làm theo tấm gương tôn trọng, bảo vệ nhân dân, hết lòng phục vụ nhân dân. Đối với Hồ Chí Minh, nhà cách mạng và nhà báo chỉ là một. Cái làm nên sự thống nhất đó chính là mục đích vì dân, vì giải phóng và mang lại tự do, cơm áo, hạnh phúc cho nhân dân. Mục đích ấy trở thành một hệ quy chiếu chi phối hầu như mọi quan niệm, phương pháp về hoạt động báo chí của Bác Hồ. Người luôn yêu cầu người làm báo phải xác định “Viết cho ai xem? Viết để làm gì?”, “Vì ai mà viết? Mục đích viết làm gì?”. Cả đời hoạt

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.6, tr.102.

động làm báo của Người chỉ có một đề tài là “chống thực dân đế quốc, chống phong kiến địa chủ, tuyên truyền độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội”¹. Đó chính là “duyên nợ” của Bác Hồ với báo chí.

Khi đã khẳng định được báo chí lấy đối tượng phục vụ là nhân dân, đó sẽ là cơ sở chi phối tiếp theo tất cả những khía cạnh của nghiệp vụ báo chí. Trước hết là “Viết cái gì?”. Nhà báo buộc phải cân nhắc, lựa chọn cái gì nên viết, cái gì không nên viết. Nếu viết để “phục vụ nhân dân” thì phải chọn cái có lợi cho dân, vì lợi của nhân dân. Nói như Hồ Chí Minh là phải làm cho báo chí trở thành “tờ báo của dân chúng”. Thứ hai, viết “phục vụ nhân dân” cũng là viết để phục vụ cách mạng, vì mục đích của cách mạng cũng vì dân, cũng là để thực hiện mục tiêu mà Hồ Chí Minh ước nguyện là “dân ta ai cũng có cơm ăn, áo mặc, ai cũng được học hành”. Muốn viết “phục vụ nhân dân” thì phải tôn trọng dân, lắng nghe ý kiến, nguyện vọng của dân, học tập ở nhân dân và bảo vệ nhân dân. Đó chính là điều kiện của thành công trong làm báo. “Không riêng gì viết sách viết báo, mà công tác gì muốn làm tốt đều phải coi trọng ý kiến của nhân dân”². Thứ ba, nhà báo phải viết báo một cách giản dị, dễ hiểu, gần gũi với cách hiểu, cách nghĩ của nhân dân. Chính vì thế mà Chủ tịch Hồ Chí Minh nhắc nhở người làm báo phải “Viết sao cho giản đơn, dễ hiểu, thiết thực. Sao cho mỗi đồng bào, mỗi chiến sĩ đều đọc được, hiểu được, nhớ được, làm được”³. Và thứ tư, để có thể tiến bộ, có thể viết báo phục vụ nhân dân, người làm báo phải không ngừng học tập,

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, *Sđd*, t.12, tr.171.

2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, *Sđd*, t.15, tr.668.

3. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, *Sđd*, t.6, tr.165.

nâng cao hiểu biết, tích lũy vốn sống, phải “Học trong xã hội, học nơi công tác thực tế, học ở quần chúng”¹.

Người làm báo Việt Nam học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh là tu dưỡng, rèn luyện tính chiến đấu, thái độ trung thực, tấm lòng trong sáng, chân thành. Hồ Chí Minh coi trung thực là một tiêu chuẩn đạo đức của người làm báo. Người yêu cầu: “Không biết rõ, hiểu rõ, chớ nói, chớ viết. Khi không có gì cần nói, không có gì cần viết, chớ nói, chớ viết cần”². “Chưa điều tra, chưa nghiên cứu, chưa biết rõ, chớ nói, chớ viết”³. Đây là thái độ trách nhiệm, trung thực với người đọc, với nghề nghiệp của nhà báo.

Đối với người làm báo cách mạng, cần viết cái hay, cái tốt cho mọi người học tập, đồng thời cũng cần phải phê bình, phản ánh cái xấu để rút kinh nghiệm, làm cho quần chúng biết mà tránh đi. Tuy nhiên, “Nêu cái hay, cái tốt, thì phải có *chứng mực*, chớ phóng đại... Phê bình phải phê bình một cách *thật thà*, chân thành, đúng đắn...”⁴. Đó là một yêu cầu nghiêm khắc nhưng cũng rất nhân đạo, một thái độ trân trọng con người, phê bình hướng tới khắc phục cái xấu và làm cho “phần thiện trong con người nảy nở”.

Người làm báo Việt Nam học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh là học tập và rèn luyện để không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ làm báo. Đây chính là yêu cầu về “chuyên” để cùng với “hồng” tạo nên năng lực công tác, bản lĩnh chuyên môn nghề nghiệp của người làm báo. Chúng ta hiểu rằng, làm báo là một nghề đòi hỏi nền hiểu biết rộng, nhạy cảm với cái mới, luôn cập nhật những vấn đề

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.6, tr.163.

2, 3. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.5, tr.342, 346.

4. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.8, tr.206.

của thời cuộc. Vì thế, người làm báo phải học tập suốt đời để nâng cao hiểu biết, nhận thức chính trị - xã hội, nắm bắt và bổ sung kịp thời những kỹ năng, kỹ thuật mới mẻ, hiện đại. Chỉ có như thế, người làm báo mới có thể hoàn thành nhiệm vụ, trách nhiệm nghề nghiệp của mình. Trong bức thư thứ nhất gửi lớp viết báo Huỳnh Thúc Kháng (tháng 6/1949), Chủ tịch Hồ Chí Minh yêu cầu người làm báo “luôn luôn cố gắng học hỏi, luôn luôn cầu tiến bộ”¹. Trong bức thư thứ hai (tháng 9/1949), Người nhấn mạnh: “3 tháng này các bạn đã học cửu chương. Còn muốn giỏi các phép tính thì phải *học nữa*, phải *học mãi*”².

Trong 50 năm làm báo, Hồ Chí Minh đã nêu tấm gương sáng về ý thức cầu thị, lòng kiên trì học hỏi, về tài năng lỗi lạc, tinh tế trong nghiệp vụ báo chí. Dù là xuất thân Nho học, trải qua nhiều năm tháng hoạt động, học tập ở nhiều nước, nhưng văn phong của Người trong các tác phẩm báo chí vẫn rất trong sáng, giản dị, dễ hiểu, mang đậm tính dân tộc. Trong di sản báo chí của Bác Hồ, có nhiều tác phẩm mẫu mực về nội dung hiệu quả, phát hiện vấn đề, khai thác, xử lý thông tin, tính đặc sắc về thể loại...

Tóm lại, đối với người làm báo, học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh là học tập và rèn luyện, phấn đấu một cách toàn diện về đạo đức người cán bộ cách mạng, về đạo đức nghề nghiệp của người làm báo để mỗi người làm báo hoàn thiện cả về nhân cách, lối sống, về sự hiểu biết và kinh nghiệm sống, về năng lực chuyên môn, nghiệp vụ làm báo. Đó là điều kiện để người làm báo có thể thực hiện ngày càng tốt hơn, hiệu quả hơn nhiệm vụ cách mạng của người chiến sĩ trên mặt trận tư tưởng.

1, 2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.6, tr.103, 163.

3. Người làm báo Việt Nam học tập và làm theo tám gương đạo đức Hồ Chí Minh như thế nào để thiết thực và có hiệu quả?

Học tập và làm theo tám gương đạo đức của Bác Hồ một cách thiết thực là nâng cao nhận thức về đạo đức nghề nghiệp, xây dựng ý thức tự giác trau dồi, tu dưỡng đạo đức của người làm báo và biến những nhận thức ấy thành quan điểm, thái độ và kỹ năng thực tế, thành kế hoạch hành động cụ thể của mỗi người làm báo. Việc học tập chỉ có ý nghĩa khi nó tạo thành những chuyển biến thực sự, thực tế trong phương pháp công tác của mỗi nhà báo, trong công việc và sản phẩm của mỗi tòa soạn, mỗi cơ quan báo chí. Nó phải làm cho mỗi người làm báo nâng cao hơn nữa ý thức trách nhiệm chính trị - xã hội đối với hoạt động nghề nghiệp, thể hiện bằng chất lượng và hiệu quả xã hội của các tác phẩm. Trên cơ sở những chuyển biến trong đội ngũ những người làm báo, cuộc vận động Học tập và làm theo tám gương đạo đức Hồ Chí Minh phải góp phần nâng cao chất lượng, hiệu quả của các sản phẩm báo chí, làm cho các sản phẩm đó có sức hấp dẫn hơn, đóng góp nhiều hơn vào việc phát hiện và giải quyết các vấn đề nóng bỏng của đời sống, vào việc thực hiện thành công những nhiệm vụ chính trị của đất nước. Đồng thời phải làm cho các hiện tượng tiêu cực như đưa thông tin sai trái, thương mại hóa, sai tôn chỉ, mục đích, áp đặt thông tin oan sai cho các cá nhân, đơn vị ngày càng giảm thiểu và tiến tới bị loại bỏ khỏi đời sống báo chí của đất nước.

Để việc học tập và làm theo tám gương đạo đức Hồ Chí Minh mang lại hiệu quả thiết thực, những người làm báo chúng ta trước hết cần phải học tập thái độ, phương pháp học tập một cách thiết thực của Người, tránh những biểu hiện hình thức, rập khuôn, máy móc, bệnh thành tích. Khi bàn về

việc nghiên cứu, học tập chủ nghĩa Mác - Lênin, Chủ tịch Hồ Chí Minh yêu cầu về phương pháp là “học tập lập trường, quan điểm và phương pháp của chủ nghĩa Mác - Lênin để áp dụng lập trường, quan điểm và phương pháp ấy mà giải quyết cho tốt những vấn đề thực tế trong công tác cách mạng của chúng ta”¹. Thực chất, đó là sự trình bày giản dị, cụ thể thực chất của phương pháp luận mácxít. Căn cứ vào quan niệm về phương pháp học tập ấy, chúng ta có thể hiểu rằng cần phải nắm được bản chất, cốt lõi và những yêu cầu của đạo đức Hồ Chí Minh để vận dụng, hình thành những chuẩn mực đạo đức của người làm báo hiện nay và động viên những người làm báo phấn đấu rèn luyện theo những chuẩn mực ấy.

Để việc học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh thực sự trở thành thái độ tự giác của những người làm báo và mang lại những kết quả thực tế tích cực, tránh được những biểu hiện hình thức cần phải có sự kết hợp giữa tinh thần, thái độ tự giác của từng người làm báo với sự kiểm tra, đánh giá nghiêm túc của các tổ chức hội, các cơ quan báo chí. Đồng thời cần có các hình thức thông tin kịp thời trong mỗi cơ quan báo chí, trong cả hệ thống Hội nhằm giới thiệu những kinh nghiệm hay trong việc tổ chức thực hiện cuộc vận động và biểu dương kịp thời những tập thể, cá nhân nhà báo đã học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh một cách thiết thực, có hiệu quả cao.

Nghị quyết Trung ương 5 khóa X đặt ra cho báo chí trách nhiệm to lớn là “... tiếp tục phát huy tiềm lực và ưu điểm, khắc phục các yếu kém, khuyết điểm, nâng cao chất lượng tư tưởng, tính hấp dẫn, mở rộng đối tượng độc giả, vươn lên hiện đại về

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.11, tr.95.

mô hình tổ chức hoạt động, về cơ sở vật chất, kỹ thuật và công nghệ”. Việc thực hiện tốt cuộc vận động Học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh sẽ là điều kiện quan trọng để những người làm báo chúng ta nâng cao năng lực công tác, bản lĩnh nghề nghiệp, thực hiện được những yêu cầu, trách nhiệm mà Đảng giao cho, đóng góp tích cực nhất vào sự nghiệp đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

4

QUAN HỆ VIỆT NAM - ẤN ĐỘ QUA MỘT TÁC PHẨM BÁO CHÍ CỦA HỒ CHÍ MINH*

Hồ Chí Minh là một nhà cách mạng nổi tiếng của thế kỷ XX, đồng thời cũng là nhà báo lớn. Người tự nhận mình: “là một người có nhiều duyên nợ với báo chí”. “Duyên nợ” ấy của Người chính là viết báo theo một “đề tài”: “chống thực dân đế quốc, chống phong kiến địa chủ, tuyên truyền độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội”¹. Trong di sản to lớn với trên 2.000 tác phẩm báo chí của Hồ Chí Minh, “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” là một tác phẩm đặc biệt. Trong tác phẩm này, Hồ Chí Minh đứng tên một người khác để tường thuật và bình luận về chuyến đi thăm kéo dài 14 ngày của mình đến Ấn Độ và Myanmar. Bài viết này chỉ đề cập nội dung liên quan đến thời gian gần 10 ngày Người đi thăm Ấn Độ.

1. “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên”, một tác phẩm báo chí đặc biệt

Tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” được viết

* Báo cáo tại Hội thảo khoa học quốc tế “Quan hệ Việt Nam - Ấn Độ qua lăng kính triết học của Hồ Chí Minh và Găngđi”, ngày 18 - 19/3/2019 tại Hà Nội.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.12, tr.171.

dưới dạng thư của “Anh L.T.” - “một trong mấy cán bộ có vinh hạnh được đi theo Bác” trong chuyến đi thăm hữu nghị của Chủ tịch Hồ Chí Minh đến hai nước Ấn Độ và Miến Điện (tức Myanmar) gửi cho một nhân vật ở Việt Nam là “Em Hương”. Tác phẩm được đăng tải trên báo *Nhân dân* từ số 1447, ngày 26/02/1958 đến số 1474, ngày 25/3/1958.

Sự đặc biệt của tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” trước tiên chính là tính chất đặc biệt của một hoạt động ngoại giao đã tường thuật lại trong đó. Đó là chuyến thăm Ấn Độ và Miến Điện của Chủ tịch Hồ Chí Minh kéo dài đến 14 ngày, từ ngày 04/02 đến ngày 17/02, trong đó riêng thời gian lưu lại ở Ấn Độ gần 10 ngày, từ đêm 04/02 đến sáng ngày 14/02, tức là hơn 70% thời gian chuyến đi. Về dung lượng của bài báo, có đến gần 80% dành cho nội dung những sự kiện diễn ra ở Ấn Độ (39/50 trang in của toàn bộ tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” công bố trong Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội, 2011, t.11). Trong thời gian gần 10 ngày thăm Ấn Độ, Hồ Chí Minh đã có hành trình kéo dài gần 6.200 km, bằng các phương tiện ô tô, tàu hỏa và máy bay, khép kín một vòng quanh đất nước Ấn Độ rộng lớn. Hành trình đó bắt đầu từ thành phố Cancútta ở phía Đông đến Thủ đô Đêli - trung tâm đất nước, rồi lần lượt đến thành phố Nănggan thuộc bang Punggiáp ở phía Bắc, thành phố Agora nơi có đền Tagiơ Mahan - một kiệt tác kiến trúc của Ấn Độ, thành phố Mumbai ở phía Tây, thành phố Bănggalo trung tâm công nghiệp lớn ở phía Nam, và chặng dừng chân cuối cùng của Đoàn là Cancútta, cũng chính là điểm khởi đầu của chuyến thăm.

Chuyến thăm Ấn Độ và Miến Điện đầu năm 1958 diễn ra ngay trước Tết Nguyên đán. Nói chuyện với đồng bào ra tiền

ở sân bay Gia Lâm, Hồ Chí Minh nhắc “Lúc chúng tôi đi về là ngày Tết, vậy chúc đồng bào ở nhà tổ chức Tết vui vẻ, khỏe mạnh, nhưng tiết kiệm”. Mục đích chuyến đi thăm Ấn Độ và Miến Điện của Chủ tịch Hồ Chí Minh, như Người viết trong tác phẩm là: “thắt chặt thêm nữa tình anh em giữa nước ta và hai nước bạn..., do đó củng cố và phát triển thêm nữa mối đoàn kết giữa các dân tộc Á - Phi và bảo vệ hòa bình thế giới”¹. Cũng còn có một mục đích khác là cảm ơn nhân dân và chính phủ các nước đã ủng hộ, giúp đỡ Việt Nam trong cuộc kháng chiến trường kỳ chống thực dân Pháp xâm lược, giành độc lập, tự do.

“Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” là một trong số các tác phẩm đặc biệt của Hồ Chí Minh được thể hiện theo thể nhật ký hành trình, trong đó Hồ Chí Minh là tác giả nhưng ẩn danh dưới danh nghĩa một người khác để thuật lại các hoạt động, thể hiện những cảm tưởng, nhận xét về chuyến đi của chính mình “một cách khách quan”. Trước tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên”, có thể thấy một tác phẩm khác cùng loại là: “Nhật ký hành trình của Hồ Chủ tịch - Bốn tháng sang Pháp” được báo *Cứu quốc* trích đăng từ số 402, ngày 11/11/1946 đến số 439, ngày 17/12/1946 và một số mục còn lại được công bố tiếp trong Hồ Chí Minh: *Toàn tập*². Nhật ký hành trình “Bốn tháng sang Pháp” ký tên Đ.H. gửi cho “Em Xuân và em Lan”, trong đó tường thuật lại toàn bộ các hoạt động của Hồ Chí Minh trong thời gian đi thăm Pháp (năm 1946) với tư cách là thượng khách của Chính phủ Pháp.

Mặc dù rất bận với lịch làm việc dày đặc những cuộc thăm viếng, tiếp khách, hội đàm, dự mít tinh chào mừng, các bài phát biểu, các diễn văn quan trọng, nhưng Chủ tịch Hồ Chí Minh

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, *Sđd*, t.11, tr.296.

2. Xem Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, *Sđd*, t.4, tr.369-453.

vẫn dành thời gian để ghi chép, tường thuật rất cụ thể, đầy đủ về toàn bộ hành trình và các sự kiện của chuyến thăm. Người đưa ra những nhận xét rất sắc sảo về các hoạt động, tóm lược các ý kiến phát biểu quan trọng, miêu tả các hình ảnh đặc sắc về chuyến thăm mà mình chứng kiến. Trước một số sự vật, hiện tượng, Người còn dẫn giải về nguồn gốc lịch sử, đưa ra những đánh giá, nhận xét sắc sảo. Đến thăm Tagiơ Mahan, Người giải thích lịch sử hình thành công trình kiến trúc này và các đền đài, cung điện quanh đó. Cùng với việc mô tả tỉ mỉ về kiến trúc, ca ngợi đây là công trình “nổi tiếng là đẹp nhất ở Ấn Độ và trên thế giới”, Người cũng phê phán các bậc vua chúa xưa “không tiếc mồ hôi nước mắt của nhân dân” để xây dựng các cung điện, đền đài “tốn kém biết ngần nào mà kể” là “đáng trách”.

Trong tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” có một chi tiết đặc biệt, mô tả giấc mơ của tác giả trong đêm ngồi xe lửa từ Đêli đi thành phố Nanggan. Giấc mơ về cảnh tác giả cùng nhiều người trong cơ quan đi tát nước chống hạn ở ngoại thành, trong đó có “cậu Lâm và cô Hạnh” là hai người “đang tìm hiểu nhau”. Lâm và Hạnh lại được xếp “cùng tát một gầu”. Vừa tát nước, Hạnh vừa cất tiếng hát:

“Thì đưa tát nước vào đồng,

Tát bao nhiêu nước, em thương chồng bấy nhiêu”.

Và khi tác giả giật mình thức giấc, “nhìn ra cửa sổ thì trời đã rạng đông”. Có thể nói, chi tiết về giấc mơ về tình yêu trai gái chỉ xuất hiện một lần duy nhất trong các tác phẩm báo chí của Hồ Chí Minh. Trước đó, một vài bài thơ trong tập *Nhật ký trong tù*, Hồ Chí Minh có nhắc đến tình yêu trai gái nhưng đó là những liên tưởng trực tiếp, cụ thể, trong tình trạng tỉnh táo.

Ví dụ trong bài thơ “Vợ người bạn tù đến nhà lao thăm chồng”, Hồ Chí Minh cảm thông, chia sẻ với cảnh:

“Anh ở trong song sắt,
Em ở ngoài song sắt;
Gần nhau chỉ tắc gang,
Mà cách nhau trời vực”.

(Bản dịch của Nam Trân - Hoàng Trung Thông)

Hoặc nghe tiếng sáo văng vẳng trong nhà lao mà Người liên tưởng đến cảnh:

“Muôn dặm quan hà, khôn xiết nỗi,
Lên lầu ai đó ngóng trông nhau”

(Bài thơ “Người bạn tù thổi sáo”, Nam Trân dịch).

Nếu có mơ, thì đó là giấc mơ được tự do, được trở về Tổ quốc đấu tranh giành độc lập, tự do cho dân tộc, đất nước, như “Canh bốn, canh năm vừa chợp mắt,/Sao vàng năm cánh mộng hồn quanh” (Nam Trân dịch).

Vậy giấc mơ của Hồ Chí Minh trong chuyến đi thăm Ấn Độ ấy có ý nghĩa gì? Phải chăng giấc mơ đó là một ẩn ức về tình cảm, ẩn ức về cuộc sống rất con người của Hồ Chí Minh. Cái đặc biệt là tại sao ẩn ức ấy lại xuất hiện trong chuyến đi thăm Ấn Độ. Phải chăng những tình cảm tốt đẹp của nhân dân Ấn Độ đối với Việt Nam, đối với Hồ Chí Minh đã gợi mở những tình cảm trong sâu thẳm tâm hồn con người Hồ Chí Minh?

2. Hồ Chí Minh với Ấn Độ

Trong quá trình hoạt động cách mạng, Hồ Chí Minh đã có cảm tình sâu sắc với nhân dân, đất nước, nền văn hóa và các lãnh tụ cách mạng Ấn Độ. Những cảm tình ấy xuất phát từ hoàn cảnh lịch sử tương đồng của hai đất nước, hai dân tộc, cùng bị đế quốc, thực dân xâm lược, đô hộ, cùng đứng lên đấu

tranh anh dũng, nhằm lật đổ chế độ thuộc địa, thực dân áp bức, vì mục tiêu độc lập dân tộc, tự do, hạnh phúc cho nhân dân. Chính trong đấu tranh cách mạng mà Hồ Chí Minh đã tìm thấy ở các lãnh tụ cách mạng Ấn Độ sự đồng cảm, tin yêu và mến phục. Có thể chưa bao giờ gặp nhau, nhưng chính lý tưởng đấu tranh đã làm Hồ Chí Minh gần gũi, cảm thông với những người bạn, người đồng chí cùng lý tưởng, cùng chiến hào chiến đấu. Ngay trong nhà tù của Quốc dân Đảng Trung Quốc (từ tháng 8/1942 đến tháng 9/1943), giữa muôn vàn khó khăn, khổ ải, Hồ Chí Minh vẫn nhớ đến Nêru. Trong bài thơ “Gửi Nêru” (*Nhật ký trong tù*), Người viết:

*“Khi tôi phấn đấu, anh hoạt động,
Tôi phải vào lao, anh ở tù;
Muôn dặm xa vời chưa gặp mặt,
Không lời mà vẫn cảm thông nhau”.*

(Bản dịch của Hoàng Trung Thông).

Trong tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên”, Hồ Chí Minh dành cho các lãnh tụ Ấn Độ tình cảm đặc biệt, dành cho đất nước, dân tộc và nhân dân Ấn Độ những nhận xét, đánh giá rất cao và rất trân trọng. Tình cảm đặc biệt ấy trước hết dành cho Thánh Găngđi. Trong lời phát biểu với đại biểu nhân dân thành phố Bombay ngày 10/02/1958, Hồ Chí Minh nhận xét thánh Găngđi là “người đã nêu cao đạo đức yêu nước, khắc khổ, nhẫn nại, suốt đời hy sinh cho Tổ quốc, cho nhân dân, cho hòa bình”¹.

Trong khi đặt vòng hoa tưởng nhớ Thánh Găngđi ở Rajghat, nơi ông bị ám sát, Hồ Chí Minh còn nhớ lại với lòng biết ơn rằng, từ năm 1947, khi “Ấn Độ đang đấu tranh giành độc lập”,

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.11, tr.328-329.

“Thánh Găngđi đã không quên kêu gọi: “hoàn toàn đồng tình với nhân dân Việt Nam đang chiến đấu cho chính nghĩa”. Về sau, người tín đồ xuất sắc của Thánh Găngđi là Thủ tướng Nêru luôn luôn đồng tình và ủng hộ cuộc kháng chiến anh dũng của nhân dân ta”¹. Trong đáp từ tại cuộc mít tinh của nhân dân Bombay chào mừng, Hồ Chí Minh một lần nữa cảm ơn nhân dân Ấn Độ, cảm ơn Thánh Găngđi và Thủ tướng Nêru đã “đồng tình và ủng hộ” đối với cuộc kháng chiến của nhân dân Việt Nam. Riêng nói về Thủ tướng Nêru, Hồ Chí Minh dùng những từ ngữ để đánh giá hầu như cao nhất có thể: “một vị lãnh tụ lỗi lạc”.

Hồ Chí Minh khẳng định: “Nhân dân hai nước chúng ta đã có quan hệ anh em từ lâu đời... Dưới ách thống trị của thực dân, quan hệ ấy tạm bị gián đoạn trong một thời kỳ. Nhưng tình hữu nghị cổ truyền vẫn luôn luôn gắn bó hai dân tộc chúng ta”². Nhận định của Hồ Chí Minh về “quan hệ anh em từ lâu đời” giữa hai nước Việt Nam và Ấn Độ hoàn toàn dễ hiểu bởi những bằng chứng lịch sử. Quan hệ đó không chỉ do đạo Phật xuất phát từ Ấn Độ được truyền bá vào Việt Nam từ cách đây cả hơn chục thế kỷ trước. Trong bài báo “Tình hữu nghị Việt - Ấn” (Báo *Nhân dân*, 08/5/1956), Hồ Chí Minh viết: “Văn hóa Ấn Độ cùng đạo Phật truyền bá đến nước ta vào khoảng thế kỷ II, tức là gần 1.800 năm nay”. Trên thực tế, quan hệ Việt Nam với Ấn Độ còn được khẳng định bởi sự hiện diện và vai trò thực tế của cư dân người Ấn Độ ở vùng đất Nam Bộ. Theo tác giả Vương Hồng Sển, người Ấn Độ đã có mặt ở Sài Gòn (nay là Thành phố Hồ Chí Minh) từ rất sớm. Thuở đó, cư dân ở vùng đất này bao gồm: Tây (người Pháp), Nam (người

1, 2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.11, tr.302, 306.

Việt Nam), Chà (người Ấn Độ), Chệt (người Hoa). Người Ấn Độ thời ấy thường làm nghề buôn bán, quản lý nhà đất, cho vay tiền. Thậm chí có đường phố thời ấy được coi là một “tiểu Ấn Độ” do có nhiều người Ấn Độ cư ngụ, nhiều công trình đền đài uy nghi của người Ấn Độ.

Với thái độ trân trọng đối với đất nước, con người Ấn Độ, Hồ Chí Minh luôn luôn dành những lời tốt đẹp nhất để gọi tên, nhận xét và đánh giá về Ấn Độ: “Ấn Độ là một nước hùng mạnh”, “đất nước vĩ đại”, “đất nước Ấn Độ vĩ đại”, “Chính phủ và nhân dân Ấn Độ anh em”, “nước Cộng hòa Ấn Độ anh em”, “quê hương của một trong những nền văn minh lâu đời nhất trên thế giới”, “nhân dân Ấn Độ có một quá khứ vẻ vang và một tương lai càng rực rỡ”, v.v.. Trong lời phát biểu tại Cancútta, Hồ Chí Minh nói: “Chúng tôi cũng đã thấy rõ đất nước Ấn Độ, rất giàu có và tươi đẹp, nhân dân Ấn Độ rất khéo léo và cần cù, các nhà khoa học và kỹ sư Ấn Độ rất nhiều tài năng và cố gắng”¹.

Nhìn nhận vai trò, vị trí của Ấn Độ ở tầm vóc các quan hệ quốc tế đương thời, Hồ Chí Minh đánh giá cao về Ấn Độ. Người nhấn mạnh: “Ngày nay nước Cộng hòa Ấn Độ là một nước độc lập, đồng thời là một cường quốc đã có những cống hiến quý báu cho hòa bình ở châu Á và thế giới và Ấn Độ đang giữ một vai trò quan trọng trên trường quốc tế”².

Từ quan hệ tốt đẹp giữa hai nước trong lịch sử và những đánh giá cao về Ấn Độ đương thời, Hồ Chí Minh mong muốn “đưa tình nghĩa ấy vào tương lai” để xây dựng, củng cố mối quan hệ mới giữa hai nước, phục vụ cho ý nguyện chung là “xây dựng kinh tế trong nước và củng cố hòa bình trên thế giới”.

1, 2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.11, tr.343, 299.

3. Ấn Độ với Hồ Chí Minh và Việt Nam

Theo những gì được tường thuật trong tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” thì các lãnh tụ và nhân dân Ấn Độ dành cho Hồ Chí Minh và dân tộc Việt Nam tình cảm anh em nồng thắm, thân thiết và trân trọng đặc biệt. Ở bất cứ đâu trên đất nước Ấn Độ, Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng được chào đón thật nồng nhiệt.

Chính Thủ tướng Nêru đã nói trước hàng ngàn người trong cuộc mít tinh chào mừng Chủ tịch Hồ Chí Minh ở Đêli rằng: “Chúng ta đã có dịp hoan nghênh với lòng kính trọng và yêu quý nhiều vị thượng khách từ các nước đến. Nhưng vị thượng khách mà chúng tôi hoan nghênh hôm nay thật là đặc biệt. Đặc biệt không phải vì chính trị hoặc vì lẽ gì khác, nhưng vì không vị thượng khách nào giản dị như vị thượng khách này và hễ gặp mặt là người ta phải yêu mến...”¹.

Phát biểu chào mừng Chủ tịch Hồ Chí Minh đến thăm Ấn Độ, Tổng thống Praxát nói: “Chúng ta hoan nghênh Chủ tịch, một vị lãnh tụ xuất sắc đồng thời là một chiến sĩ vĩ đại cho tự do”². Trong bữa tiệc Chủ tịch Hồ Chí Minh chiêu đãi từ biệt Thủ đô Đêli lên đường đi Nănggan, Thủ tướng Nêru đã phát biểu với những ngôn từ hiếm thấy, vượt qua cả những nghi thức ngoại giao thông thường. Ông gọi Hồ Chí Minh là “một người vĩ đại, một bạn vĩ đại và một đồng chí vĩ đại”³. Thủ tướng Nêru nói: “Chúng ta đã tiếp xúc với một người mà người ấy là một bộ phận của lịch sử châu Á. Chúng ta gặp gỡ một vĩ nhân, đồng thời chúng ta gặp gỡ một đoạn lịch sử”⁴. Ông nhận xét với tình cảm xúc động, chân thành: “Thật là một sự sung sướng mà có một người vĩ đại và đáng yêu đến với chúng ta và,

1, 2, 3, 4. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, *Sđd*, t.11, tr.354, 309, 318, 317.

mặc dù những mâu thuẫn trên thế giới hiện nay, người ta vẫn cảm thấy nhân đạo, hữu nghị và tình thương yêu nó sẽ xóa được mọi mâu thuẫn”¹.

Thủ tướng Nêru đã rất xúc động khi Hồ Chí Minh nhắc lại rằng năm 1927 đã gặp bố ông tại Bruccen trong Hội nghị quốc tế chống thực dân. Ông cho rằng, với thời gian lâu như thế mà Người vẫn nhớ, “chúng tỏ một cách rõ rệt phẩm chất vĩ đại của Hồ Chủ tịch”². Ở bất cứ địa phương nào Hồ Chí Minh đến thăm, Người cũng được chào đón với tình cảm nồng hậu. Thị trưởng thành phố Bombay nói, Chủ tịch Hồ Chí Minh “là một vĩ nhân”, “một người đại cách mạng”. Thị trưởng Cancútta gọi Hồ Chí Minh là: “người chiến sĩ anh dũng trong cuộc đấu tranh cho tự do”, “người giải phóng vĩ đại của loài người”, “người chính trị vĩ đại của nhân dân”.

Không chỉ có các lãnh tụ, quan chức chính quyền, mà nhân dân Ấn Độ cũng dành cho Hồ Chí Minh những tình cảm yêu quý, cảm động. Việc Hồ Chí Minh kiên quyết không ngồi lên chiếc ghế đặc biệt “sơn son thếp vàng, bọc nhung đỏ, giống như một cái ngai vàng”³ trong một cuộc mít tinh, hay việc Người bế cháu bé mù, cháu “sờ râu sờ má Bác, rồi ôm chặt lấy Bác một cách rất âu yếm”⁴, đã để lại ấn tượng cảm động trong nhân dân. Khi Người xuống xe đi bộ trước Phủ Tổng thống, “Bà con đi đường thì rất vui mừng, họ chạy theo hoan hô Bác, như một cuộc biểu tình”⁵.

Ta hiểu rằng, lãnh tụ và nhân dân Ấn Độ dành những tình cảm tốt đẹp cho Hồ Chí Minh cũng chính là thể hiện sự yêu mến, cảm phục đối với nhân dân Việt Nam. Bởi vì Hồ Chí Minh là đại diện xứng đáng nhất cho nhân dân, cho

1, 2, 3, 4, 5. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.11, tr.317, 304, 312, 312, 313.

dân tộc mình, một dân tộc dưới sự lãnh đạo của Người đã vùng lên đấu tranh, lật đổ sự thống trị, áp bức của thực dân, phong kiến, làm nên chiến thắng Điện Biên Phủ lừng lẫy năm châu, chấn động địa cầu. Nói như ông Thị trưởng thành phố Bombay, với cuộc đấu tranh anh dũng vì độc lập, tự do, “Việt Nam đã trở thành một lịch sử phi thường đầy kiên nhẫn hy sinh và tin tưởng”¹.

*

* *

Có thể nói, sự gần gũi về địa lý, những quan hệ gắn bó về văn hóa, xã hội, tôn giáo trong suốt chiều dài lịch sử nhiều thế kỷ và cuộc đấu tranh lâu dài, gian khổ giành độc lập, tự do của hai dân tộc tương đồng về số phận, là những yếu tố quyết định làm cho nhân dân và lãnh đạo hai nước Việt Nam và Ấn Độ trở nên gần gũi, gắn bó như tình anh em. Trên cơ sở những tình cảm tốt đẹp đó, chuyến đi thăm Ấn Độ của Chủ tịch Hồ Chí Minh đầu năm 1958 đã mở đầu một thời kỳ mới trong quan hệ giữa hai nước. Đúng như Tổng thống Praxát đã khẳng định: “Tôi tin chắc rằng việc Chủ tịch đến thăm nước chúng tôi sẽ đưa lại sự hợp tác ngày càng chặt chẽ giữa nhân dân Ấn Độ và Việt Nam Dân chủ Cộng hòa”². Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng mong muốn và tin tưởng rằng cuộc đi thăm này sẽ “càng thắt chặt thêm nữa tình hữu nghị giữa nhân dân hai nước”. Sự ra đời của tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” là một biểu hiện cụ thể của sự mong muốn ấy. Đó chính là cách truyền thông để làm cho rộng rãi cán bộ và nhân dân Việt Nam nhận thức được đầy đủ hơn những điều kiện tương đồng, gần gũi giữa hai đất nước, những tình cảm chân thành,

1, 2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.11, tr.327, 310.

thân thiết mà nhân dân Ấn Độ dành cho lãnh tụ Hồ Chí Minh và nhân dân Việt Nam. Một khi mục đích truyền thông ấy đạt được, có nghĩa là các chủ trương, chính sách phát triển mối quan hệ giữa hai nước có cơ sở vững chắc để thực hiện thành công. Phải chăng đó là lý do mà Hồ Chí Minh dành thời gian và công sức để viết nên tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” như một phóng sự hành trình trường thiên đăng tải trên hàng chục số báo. Và hôm nay, đọc lại tác phẩm “Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên” ra đời từ hơn 60 năm trước, chúng ta càng cảm phục, trân trọng và biết ơn Hồ Chí Minh, người đã dày công gây dựng và vun đắp cho mối quan hệ tốt đẹp, toàn diện Việt Nam - Ấn Độ.

5

SỰ GIAO HÒA TRONG SÁNG TẠO BÁO CHÍ VÀ VĂN HỌC CỦA HỒ CHÍ MINH*

Nói về Hồ Chí Minh, người ta thường nhắc đến một lãnh tụ thiên tài, nhà tư tưởng vĩ đại, danh nhân văn hóa lỗi lạc, một nhân cách trong sáng và nhân văn đến tuyệt vời. Nhưng sẽ là rất thiếu sót nếu không nhắc đến Người với tư cách một nhà báo, một nhà văn tài năng và nhiệt huyết. Trong 50 năm kể từ bài báo đầu tiên “Vấn đề dân bản xứ” đăng trên tờ *L’Humanité* ngày 02/8/1919, Người đã viết hơn 2.000 bài báo, làm gần 300 bài thơ, viết hàng trăm truyện, ký, vở kịch bằng các thứ tiếng Việt, Pháp, Nga, Hán. Bài viết này nhằm tìm hiểu một số vấn đề về mối quan hệ trong sáng tạo báo chí và văn học của Hồ Chí Minh.

1. Khái quát hoạt động sáng tạo báo chí và văn học của Hồ Chí Minh

Có thể chia hoạt động sáng tạo báo chí và văn học của Hồ Chí Minh thành 4 thời kỳ chủ yếu, phù hợp với những giai đoạn phát triển của cách mạng Việt Nam.

* Bản thảo năm 2000 có sửa chữa, bổ sung.

Thời kỳ thứ nhất từ năm 1919 đến trước năm 1930, hoạt động sáng tạo báo chí và văn học của Hồ Chí Minh tập trung vào hai chủ đề là tố cáo, lên án chế độ thống trị của chủ nghĩa thực dân Pháp đối với các nước thuộc địa, trong đó có Việt Nam; tuyên truyền, giới thiệu tư tưởng Mác - Lênin, động viên tinh thần yêu nước, lòng tự hào dân tộc, tập hợp lực lượng cách mạng nhằm tới mục tiêu cứu nước, cứu dân. Với sự động viên, hướng dẫn và giúp đỡ của các đồng chí đảng viên Cộng sản Pháp, Hồ Chí Minh bắt đầu viết các bài báo đăng trên các báo *L'Humanité* (Nhân đạo) và *La Vie Ouvrière* (Đời sống thợ thuyền). Về sau, Người trực tiếp chủ trì từ biên tập, viết bài, tổ chức in ấn, phát hành tờ báo *Le Paria* (Người cùng khổ) - cơ quan của Hội Liên hiệp thuộc địa. Năm 1925, cuốn sách bằng tiếng Pháp nổi tiếng *Bản án chế độ thực dân Pháp* chủ yếu tập hợp các bài báo của Hồ Chí Minh lên án chế độ cai trị độc ác, dã man, đẫm máu và nước mắt của thực dân Pháp tại Đông Dương và các nước thuộc địa, đã được xuất bản lần đầu tiên tại Paris.

Đầu năm 1927, tác phẩm *Đường cách mệnh* của Hồ Chí Minh - một cuốn sách có ý nghĩa đặc biệt trong lịch sử cách mạng Việt Nam, được Bộ Tuyên truyền của Hội Liên hiệp các dân tộc bị áp bức xuất bản. Cuốn sách tập hợp các bài giảng của Người cho các lớp đào tạo cán bộ cách mạng Việt Nam tại Quảng Châu, Trung Quốc trong thời gian từ năm 1925 đến năm 1927. Tác phẩm trở thành cẩm nang cho những người cách mạng Việt Nam, kim chỉ nam cho họ trong vận động, tổ chức lực lượng, xây dựng tổ chức, thực hiện cuộc đấu tranh cách mạng. Từ Quảng Châu, Trung Quốc, Người sáng lập báo *Thanh niên*, truyền bá tư tưởng cách mạng về đất nước. Báo *Thanh niên* cũng trở thành điểm khởi đầu cho lịch sử báo chí Cách mạng Việt Nam.

Trong thời kỳ này, Người đã viết vở kịch *Con rồng tre* và một số truyện ký. Vở kịch *Con rồng tre* viết bằng tiếng Pháp nhằm châm biếm sự kiện vua Khải Định sang Pháp để tham gia Hội chợ thuộc địa Marseille và đã được nhà báo Pháp Léo Poldes (1891-1970), chủ nhiệm Câu lạc bộ Faubourg, cho công diễn tại ngoại ô Paris.

Thời kỳ thứ hai từ năm 1930, khi Đảng Cộng sản Việt Nam ra đời, đến trước Cách mạng Tháng Tám năm 1945. Đây là thời kỳ mà điều kiện hoạt động của Hồ Chí Minh trải qua nhiều thử thách vô cùng khó khăn, nguy hiểm, với 2 lần bị bỏ tù: từ tháng 6 năm 1931 đến đầu năm 1933 bị giam trong nhà tù của thực dân Anh tại Hồng Kông và có một năm từ tháng 8/1942 đến tháng 9/1943, bị đày ải trong các nhà tù của Quốc dân Đảng Trung Quốc.

Trong thời kỳ này, cuối năm 1930, Hồ Chí Minh đã sáng lập và trực tiếp tổ chức bài, in ấn tạp chí *Đỏ* - cơ quan lý luận đầu tiên của Đảng, và báo *Việt Nam độc lập* ra số đầu tiên ngày 01/8/1941 - cơ quan của Tỉnh bộ Việt Minh Cao Bằng, về sau trở thành cơ quan của Liên Tỉnh bộ Việt Minh 3 tỉnh Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn.

Cũng trong thời kỳ này, Người đã viết cuốn tiểu thuyết *Nhật ký chìm tàu*, nhưng rất tiếc là hiện nay vẫn chưa tìm thấy. Từ năm 1941, Người viết nhiều bài thơ động viên tinh thần yêu nước, tự hào dân tộc trong các tầng lớp nhân dân. Đặc biệt, đầu năm 1942, Người viết bài diễn ca thể lục bát *Lịch sử nước ta* (từ năm 2879 trước Công nguyên đến năm 1942) dài 210 câu, trong đó có dự báo thiên tài: “1945 - Việt Nam độc lập”. Dấu ấn nổi bật trong sáng tạo văn học của Hồ Chí Minh là tác phẩm *Nhật ký trong tù*, trong đó gồm 135 bài thơ

chữ Hán được Người viết trong thời gian bị giam giữ trong các nhà tù của Quốc dân Đảng Trung Quốc. Tập thơ tràn đầy tình cảm nhân đạo, tinh thần lạc quan, ý chí sắt đá của người chiến sĩ cách mạng, và cũng thật đặc sắc, tài hoa. Như nhà thơ Viên Ung (Trung Quốc) đã nhận xét khi đọc *Nhật ký trong tù*: “Chúng ta được gặp tâm hồn vĩ đại của một bậc đại trí, đại nhân, đại dũng... Tôi cảm thấy trái tim vĩ đại đó đã tỏa ra ánh sáng chói ngời trong hoàn cảnh tối tăm”.

Thời kỳ thứ ba từ năm 1946, khi thực dân Pháp quay lại xâm lược nước ta, đến chiến thắng lịch sử Điện Biên Phủ, tháng 5/1954.

Trong thời kỳ này, Hồ Chí Minh viết nhiều, đa dạng, với các loại hình, thể loại khác nhau, bám sát tình hình thời sự của cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp. Bắt đầu từ đầu năm 1947, Người đều đặn có thơ chúc Tết đồng bào, chiến sĩ cả nước. Mỗi bài thơ Tết của Người như phương châm, quyết sách hành động cho cả năm, như mệnh lệnh chiến đấu, như hồi kèn xung trận thúc giục, động viên quân và dân ta tiến lên trong sự nghiệp kháng chiến kiến quốc.

Nhằm kịp thời tuyên truyền, vận động nhân dân trong đấu tranh cách mạng và lao động, sản xuất, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã viết một số tập sách nhỏ như *Đánh du kích như đánh cờ*, *Việt Bắc anh dũng*, *Giấc ngủ mười năm*. Những tập sách này đều được thể hiện bằng văn phong giản dị, ngắn gọn, dễ hiểu, gần gũi với nhân dân lao động. Tác phẩm *Sửa đổi lối làm việc* ra đời tháng 10/1947 trở thành một tác phẩm kinh điển về lãnh đạo và xây dựng Đảng, chính quyền nhà nước. Một loạt tác phẩm, tiểu phẩm của Người cũng xuất hiện trong thời kỳ này, trong đó châm biếm, mỉa mai, lên án những hành động tàn ác, những thất bại thảm hại của thực dân xâm lược Pháp

và bè lũ tay sai bán nước. Ngay từ năm 1951, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã viết và đăng trên báo *Nhân dân* những tiểu phẩm vạch mặt, châm biếm những hành động gây chiến tranh, cảnh báo và lên án những âm mưu của đế quốc Mỹ chống lại cách mạng Việt Nam. Điều ấy cho thấy nhân quan chính trị sắc bén, tinh tường, ý thức cảnh giác cách mạng cao của Người.

Thời kỳ thứ tư từ cuối năm 1954 khi miền Bắc hoàn toàn giải phóng đến năm 1969 khi Chủ tịch Hồ Chí Minh vĩnh biệt chúng ta đi vào thế giới người hiền. Trên báo *Nhân dân* và một số tờ báo khác liên tục xuất hiện các bài báo của Người dưới những bút danh khác nhau về các vấn đề xây dựng đất nước, phát triển sản xuất, tổ chức đời sống xã hội. Người quan tâm đến những vấn đề lớn của đất nước, của chủ nghĩa xã hội, đồng thời không quên những sự kiện, những công việc, chi tiết nhưng có ý nghĩa giáo dục đối với cán bộ, đảng viên, động viên đối với các tầng lớp nhân dân. Người đặc biệt quan tâm đến việc biểu dương những gương người tốt, việc tốt trong xã hội.

Người tiếp tục viết các tiểu phẩm báo chí, bám sát từng bước đi, từng thất bại của đế quốc Mỹ và chính quyền tay sai. Ngòi bút sắc sảo, cái nhìn tinh tường của Người luôn phát hiện được những sự kiện, hiện tượng thể hiện đúng bản chất, dã tâm của kẻ thù để ra đòn với tiếng cười châm biếm, tố cáo, vạch mặt chúng. Một loạt các tiểu phẩm đặc sắc của Người được đăng tải trên các báo. Ngoài các tiểu phẩm chống kẻ thù, Người cũng viết một số tiểu phẩm phê bình những thói hư, tật xấu, những biểu hiện tiêu cực trong nội bộ nhân dân, cán bộ ta. Cũng là cái cười châm biếm, song trong các tác phẩm này, sự phê phán của Người lại mang tính bao dung, xây dựng, khuyến khích sửa chữa, khắc phục. Theo truyền thống, Người duy trì thơ xuân chúc Tết cho đến trước khi đi xa. Mỗi bài thơ

xuân của Người như một bản hiệu triệu, một bản cương lĩnh hành động chung trong cả nước trong một năm mới.

Đặc biệt, trong thời kỳ này, Chủ tịch Hồ Chí Minh viết một số tác phẩm văn xuôi như: *Vừa đi đường vừa kể chuyện* ký tên T. Lan, *Những mẩu chuyện về đời hoạt động của Hồ Chủ tịch* ký tên Trần Dân Tiên. Qua các tác phẩm này, chúng ta có thể tìm hiểu thêm về cuộc đời hoạt động cách mạng vô cùng phong phú của Người, để càng thêm kính yêu và biết ơn đối với công lao trời biển của Người.

2. Ranh giới giữa văn học và báo chí trong trước tác của Hồ Chí Minh

Trong bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ II Hội Nhà báo Việt Nam, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã kể lại kinh nghiệm viết của mình. Người nói: “Lúc ở Pari, tuy biết nhiều tội ác của thực dân Pháp, nhưng không biết làm thế nào để nêu lên được. Một đồng chí công nhân ở tòa báo *Đời sống thợ thuyền* cho Bác biết báo ấy có mục “tin tức vắn”, mỗi tin chỉ năm ba dòng thôi và bảo Bác có tin tức gì thì cứ viết, đồng chí ấy sẽ sửa lại cho. Từ đó, ngoài những giờ lao động, Bác bắt đầu viết những tin rất ngắn. Mỗi lần viết thành hai bản, một bản đưa cho báo, một bản thì giữ lại. Lần đầu tiên thấy tin được đăng thì rất sung sướng...”

Khi đã biết viết báo, mình lại muốn viết tiểu thuyết. Nhưng lại e rằng biết chữ Tây võ vẽ như mình thì viết tiểu thuyết sao được. Tình cờ đọc một truyện ngắn của Tônxtôi, thấy viết một cách rất giản dị, dễ hiểu, thì cho rằng mình cũng viết được... Từ đó mình bắt đầu viết truyện ngắn”¹.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.168.

Có thể thấy điều rõ ràng ở đây là Hồ Chí Minh ngay từ đầu đã phân biệt rạch ròi giữa văn và báo. Người đã tập viết báo với cách làm không ít công phu, bắt đầu từ viết ngắn đến viết dài. Khi đã viết được dài rồi lại tập viết ngắn trở lại. Với sự giúp đỡ của người đang làm báo, Hồ Chí Minh đã từng bước vừa làm, vừa học, vừa tiếp cận những bí quyết, vừa thử nghiệm những kỹ năng nghề nghiệp để tự khẳng định “biết viết báo”. Tuy nhiên, viết truyện ngắn lại là một chuyện khác. Vì thế, Người đã e rằng không thể viết truyện ngắn được, trước hết do trình độ tiếng Pháp hạn chế. Chính nhờ hình mẫu một truyện ngắn của Tônxtôi - nhà văn lớn người Nga mà Hồ Chí Minh đã mạnh dạn bắt tay viết các truyện ngắn. Vậy thì trên thực tế, đâu là ranh giới của hai loại hình văn học và báo chí trong hoạt động sáng tạo của Hồ Chí Minh? Chúng thể hiện như thế nào trong di sản văn học và báo chí của Người?

Có thể nói, cách thức khai thác, lựa chọn phản ánh các chất liệu cuộc sống vào các tác phẩm là ranh giới quan trọng nhất và chủ yếu để phân biệt báo chí và văn học của Hồ Chí Minh. Nhìn một cách tổng thể, những gì được khai thác, phản ánh trong các tác phẩm của Hồ Chí Minh đều là những sự kiện, hiện tượng thời sự nóng hổi có liên quan mật thiết tới đời sống chính trị - xã hội của dân tộc, đất nước trong từng thời kỳ lịch sử. Nếu coi sự xuất hiện liên tiếp của những sự kiện thời sự gắn bó chặt chẽ với vận mệnh của dân tộc là dòng chảy thời cuộc, thì hầu như tất cả những chất liệu cuộc sống được Hồ Chí Minh khai thác và phản ánh đều là những điểm sáng nổi bật trong dòng chảy ấy.

Trong các tác phẩm báo chí, đó là sự khai thác, phản ánh khách quan, trực tiếp các sự kiện, hiện tượng thời sự. Ở thời kỳ trước năm 1930, Hồ Chí Minh đặc biệt chú ý phản ánh các tội ác

của những tên thực dân cùng bộ máy cai trị và bọn tay sai của chúng tại các nước thuộc địa nhằm vạch bộ mặt thật của chúng trước công chúng Pháp, tạo lập tiếng nói ủng hộ từ các tầng lớp nhân dân Pháp đối với công cuộc đấu tranh giải phóng chính nghĩa của nhân dân ta. *Bản án chế độ thực dân Pháp* tập trung tiêu biểu cho xu hướng này. Có thể nói, đây thực chất là những bài viết của Hồ Chí Minh dưới dạng tiểu phẩm đã đăng tải trên tờ *Le Paria*, được tập hợp, biên soạn lại thành một cuốn sách hoàn chỉnh. Nói như Xích Diệu, đây là “một thiên tiểu phẩm dài hay nói đúng hơn, là một tác phẩm gồm nhiều bài tiểu phẩm được sắp xếp theo một chủ đề thống nhất”¹.

Trong *Bản án chế độ thực dân Pháp*, “chủ đề thống nhất” ấy chính là vạch mặt, tố cáo chế độ thực dân bóc lột, áp bức dã man, phi nhân đạo ở các nước thuộc địa của Pháp. Thực tế ấy được phơi bày qua 12 chương sách, trong đó phản ánh các sự kiện, hiện tượng từ ba mảng hiện thực: các chính sách thực dân phản động; bọn thực dân, quan lại, tay sai bóc lột, tham lam, độc ác, vô nhân đạo; những người dân bản xứ bị áp bức, lầm than, bị bọn thực dân coi như nô lệ, ngựa trâu. Hiện thực trong các chương sách này rất sinh động, cụ thể, với những con người, sự việc, địa danh rõ ràng, không thể chối cãi. Tác giả vạch mặt, chỉ tên đích danh những tên thực dân đang thực hiện hay phải chịu trách nhiệm về những hành vi tội ác, từ các Toàn quyền Dume, Môrixơ Lông, Bộ trưởng Bộ thuộc địa Anbe Xarô, công sứ Thái Nguyên Đắcơ đến những tên tướng, tá, quan tòa, cấm, cai đội, hiến binh,... của bộ máy thống trị thực dân Pháp. Tất cả các tội ác của chúng đều có bằng chứng rõ ràng là các sự việc, con số cụ thể, nói có sách, mách có chứng,

1. Nhiều tác giả: *Tập nghiên cứu bình luận chọn lọc về thơ văn Hồ Chủ tịch*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội, 1978, tr.290.

không thể chối cãi. Trong nhiều trường hợp, tác giả sử dụng chính lời nói của kẻ thù để làm tăng sức nặng cho những điều mình lên án, kết tội. Ví dụ, ở Chương VI - Tệ tham nhũng trong bộ máy cai trị, Hồ Chí Minh trích dẫn lời của một cựu nghị sĩ đi thăm thuộc địa về và nhận xét: “So với bọn viên chức thuộc địa thì những tên cướp đường còn là những người lương thiện!”¹. Lời thú nhận ấy có sức thuyết phục như một bằng chứng, một cứ liệu đắt giá trong tác phẩm báo chí.

Trong hàng trăm bài báo của Hồ Chí Minh đăng trên các báo *Le Paria*, *L’Humanité*, *La Vie Ouvrière*, tập san *Inprekorr...*, điều mà Hồ Chí Minh dành sự tập trung chủ yếu nhất vẫn là tố cáo, lên án chủ nghĩa thực dân Pháp và chế độ thuộc địa dã man của chúng qua những số liệu, sự việc khách quan, cụ thể. Khi lên án chế độ giáo dục ngu dân của thực dân Pháp ở các xứ thuộc địa, trong bài “Giáo dục quốc dân” (Báo *Le Paria*, số 29, tháng 9/1924), Hồ Chí Minh đã đưa ra cả một bảng thống kê so sánh về dân số, số trường học, số học sinh ở 10 xứ thuộc địa thuộc Pháp. Qua các số liệu trong bảng thống kê rất dễ dàng nhận thấy tình trạng tồi tệ của hệ thống giáo dục tại các thuộc địa của Pháp, minh chứng rõ ràng rằng thực tế thì thực dân Pháp chỉ lo cách bóc lột người bản xứ, còn những luận điệu như: “chế độ bảo hộ”, “khai hóa văn minh”... chỉ là lừa bịp, dối trá.

Hoạt động sáng tạo báo chí của Chủ tịch Hồ Chí Minh trong những thời kỳ sau này càng mang đậm tính chất một phong cách rất riêng. Đó là phát hiện, phản ánh vào tác phẩm báo chí những sự kiện nóng hổi tính thời sự với nội dung hàm súc nhất trong hình thức ngắn gọn, cô đọng nhất với những

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.2, tr.77.

liên hệ sắc sảo và bất ngờ nhất. Phong cách này thể hiện đặc biệt rõ nét trong các tiểu phẩm báo chí của Người. Một số tiểu phẩm báo chí của Người dựa trên cơ sở một câu chuyện, một sự kiện hay một số chi tiết trong một sự kiện, hiện tượng thời sự rồi phát triển các mối quan hệ để tạo ra một logic châm biếm. Thông điệp cơ sở trong các tiểu phẩm báo chí của Hồ Chí Minh nhiều khi có ý nghĩa như một tin tức sốt dẻo vẫn được sử dụng trong những bản tin thời sự đăng trên các tờ báo hay các bản tin phát thanh, truyền hình. Ví dụ, trong tiểu phẩm *Đalét phun nọc độc ở miền Nam Việt Nam*, Hồ Chí Minh bắt đầu bằng một thông tin mới: “Ngày 28/02/1955, vừa chân ướt chân ráo tới Sài Gòn, tên hiệu chiến Đalét đã thốt ra rằng: “Nước Việt Nam “tự do” sẽ được “hưởng” những quyết định của Hội nghị Băng Cốc...”¹. Có thể nói đây chính là thông điệp cơ sở và từ thông điệp này, tác giả đã đưa ra một loạt thông tin, số liệu, chứng cứ khác nhằm lột mặt nạ giả dối trong lời tuyên bố của tên trùm gián điệp Mỹ Đalét. Mặt khác, nếu so sánh thời điểm Đalét đến Sài Gòn và phát biểu những lời lừa bịp là ngày 28/02/1955 với ngày bài báo được đăng trên báo *Nhân dân* là ngày 03/3/1955, chúng ta có thể thấy rằng trong điều kiện thông tin hoàn toàn không dễ dàng như thời đó, tác giả đã đưa tin và đánh giá sự kiện thật nhanh, thật sắc sảo, như một bài bình luận thời sự thực thụ.

Một số tiểu phẩm khác của Hồ Chí Minh được hình thành chủ yếu bằng cách tổ chức, sắp xếp các chi tiết thông tin thuần túy từ các sự kiện thời sự. Sự khác nhau về quy mô, tính chất, khuynh hướng giữa các chi tiết thông tin thời sự ấy với nhau hay giữa các chi tiết thông tin thời sự ấy với môi trường xã hội,

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.9, tr.357.

với ngữ cảnh của câu chuyện đã dẫn dắt và tạo nên những mâu thuẫn bất ngờ, gây nên tiếng cười châm biếm, chế giễu kẻ thù. Ví dụ, tiểu phẩm *Tin “mừng” cho lính Mỹ* (Báo Nhân dân, 11/3/1966) được hình thành từ hai phần với hai loại chi tiết thông tin khác nhau. Phần thứ nhất phản ánh tình hình bi đát của binh lính Mỹ ở miền Nam Việt Nam với các chi tiết thông tin về trạng thái khủng hoảng tinh thần của chúng, về sự khổ sở và những cái chết bất ngờ, thê thảm lúc nào cũng treo lơ lửng trên đầu những kẻ xâm lược, về tình hình thương vong nặng nề và nguy cơ thất bại không thể tránh khỏi của quân đội Mỹ ở miền Nam Việt Nam. Phần hai của tác phẩm là thông tin về những tin “mừng” cho lính Mỹ:

“- Báo Nhật đăng tin: Mỹ mới đặt mua ở Nhật 40 vạn cái bao đựng xác chết bằng chất dẻo để dùng cho quân đội xâm lược Mỹ ở Việt Nam. Thế là tạm đủ. Đó là tin thứ nhất.

- Quốc hội Mỹ vừa quyết định: Khi những lính Hoa Kỳ trở về Mỹ, chúng sẽ được quyền ưu tiên có việc làm, có phòng ở và được cấp thuốc men khi đau ốm. Những tên lính nào đã được dùng bao bằng chất dẻo, thì thôi. Đó là tin thứ hai.

- Vợ tổng thống Philíppin là Macô phu nhân đã hứa với tổng Zoon, bà ta sẵn sàng cho cậu con trai bảy tuổi của bà sang để giúp thêm lực lượng cho quân đội xâm lược Mỹ ở Việt Nam. Đó là tin thứ ba...”¹.

Ba tin “mừng” cho lính Mỹ thật đáng giá. Chúng được dẫn lại từ báo chí nước ngoài như những chi tiết thông tin thời sự sốt dẻo. Nếu đem so sánh, đặt các tin “mừng” này sau tình trạng bi đát trên chiến trường của lính Mỹ, người ta sẽ thấy tình cảnh càng thêm trớ trêu, tạo nên tiếng cười thật hóm.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.15, tr.56.

Đối với các tác phẩm văn học của Chủ tịch Hồ Chí Minh, các sự kiện thời sự đóng vai trò như nguyên nhân, nguồn gốc xuất phát của hình tượng văn học, của logic phát triển nội dung hư cấu, cũng như sự biểu đạt cái tôi của tác giả. Và cao hơn tất cả là hoài bão lớn lao, mục đích cao cả của cả cuộc đời, nỗi niềm luôn đau đáu trong trái tim Người - làm thế nào để xóa nỗi nhục mất nước, cởi ách nô lệ, giải phóng dân tộc, giành độc lập, tự do cho đất nước, mang lại hạnh phúc cho nhân dân.

Nếu thơ là ánh sáng bùng lên, là âm hưởng vọng lại từ những cảm xúc của trái tim thì trong thơ Hồ Chí Minh, những lời thầm thì từ trái tim luôn luôn tạo thành cảm hứng không chỉ đồng hành mà còn hòa quyện hữu cơ với mục đích và tư tưởng chính trị. Những sự kiện, chi tiết trong dòng thời sự chủ lưu luôn luôn là nguyên nhân, chất xúc tác cho những cảm hứng sáng tạo thơ của Người. Đồng thời những cảm hứng sáng tạo đó bao giờ cũng hội tụ về một tiêu điểm trung tâm, đó là tính mục đích chính trị. Nói cách khác, thơ Hồ Chí Minh bắt đầu từ những cái đẹp nhỏ bé, chi tiết của những điểm sáng trong nhịp sống thường nhật để đi đến cái đẹp rộng lớn hơn, hoàn mỹ hơn, cái đẹp hài hòa, hoàn thiện của mục đích, lý tưởng cách mạng cứu nước, cứu dân.

Xúc động trước cảnh hùng vĩ của Pác Bó, Người viết:

“Non xa xa, nước xa xa,
Nào phải thênh thang mới gọi là.
Đây suối Lênin, kia núi Mác
Hai tay xây dựng một sơn hà.”¹

Cái đẹp của nước non Pác Bó gợi lên một phong cảnh hùng vĩ và chính sự hùng vĩ ấy càng thôi thúc một nỗi niềm da diết trong lòng Người - nỗi niềm về đất nước quê hương đang rên

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.3, tr.227.

xiết dưới ách thống trị của ngoại xâm. Dường như phong cảnh càng hùng vĩ bao nhiêu thì nợ nước trong lòng người càng da diết, đau đáu bấy nhiêu.

Bài thơ *Cảnh khuya* cũng có cùng một âm hưởng như thế:

“Tiếng suối trong như tiếng hát xa,
Trăng lồng cổ thụ bóng lồng hoa.
Cảnh khuya như vẽ, người chưa ngủ,
Chưa ngủ vì lo nỗi nước nhà.”¹

Chỉ với hai dòng thơ, với sự giao hòa của một thứ âm thanh và một thứ hình ảnh, Hồ Chí Minh đã khắc họa nên một khung cảnh đẹp lạ lùng. Trong cái đẹp mê hồn của cảnh ấy có một con người đang thức, đang lo “nỗi nước nhà”. Hình như cảnh đẹp càng làm nổi lo thêm trĩu nặng và nỗi lo càng làm cho cảnh đẹp cũng trầm xuống, lắng lại trong sự tĩnh lặng, huyền ảo. Cái đẹp của cảnh ở đây thực ra chỉ là nền cho sự thể hiện nỗi lòng và nó sẽ không có giá trị gì nếu như tách rời khỏi nỗi lòng. Đối với Hồ Chí Minh, những gian khổ tù đày, một chuyến đi công tác trên sông, một dịp mừng sinh nhật, một tin thắng trận báo về, những chiến công, thành tích của bộ đội và nhân dân ta... đều có thể trở thành cảm hứng sáng tạo thơ. Trên cái nền hiện thực ấy, cảm hứng về cái đẹp luôn đồng hành với tính mục đích chính trị, với lý tưởng cách mạng mà Người theo đuổi với cả cuộc đời. Những bài thơ xuân của Hồ Chí Minh càng thể hiện rõ nét hơn âm hưởng ấy. Mỗi bài thơ xuân của Người như một phương châm, mệnh lệnh chiến đấu cho một năm. Cái đẹp của thơ từ hòa quyện với ý nghĩa chính trị - xã hội của những bài thơ này nhiều khi vượt lên cả những khuôn khổ, thói quen bình thường trong nhận thức về thơ.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.5, tr.377.

Cũng là phản ánh gián tiếp hiện thực thông qua sự hư cấu, nhưng về cơ bản truyện và ký của Chủ tịch Hồ Chí Minh có động lực sáng tạo trực tiếp là dòng chảy thời cuộc mà tâm điểm của nó lúc nào cũng là cuộc đấu tranh vì độc lập, tự do của Tổ quốc. Các truyện ngắn *Lời than vãn của bà Trưng Trắc*, *Vi hành* được Hồ Chí Minh viết vào đầu những năm 20 ở Paris. Hai truyện ngắn này xuất hiện trên nền của sự kiện vua Khải Định sang thăm Pháp. Các tình tiết trong hai truyện ngắn nhằm vạch ra thực chất bù nhìn trong tay chính quyền thực dân của ông vua Khải Định cũng như cả triều đình của ông ta. Sự xuất hiện của những truyện ngắn này trên báo chí Pháp thời đó chắc chắn có ảnh hưởng không nhỏ đến dư luận xã hội, tác động không nhỏ đến cách nhìn, thái độ tiếp nhận của công chúng Pháp đối với cuộc đi thăm của Khải Định.

Các tác phẩm: *Kinh nghiệm du kích Tàu*¹, *Kinh nghiệm du kích Pháp*², *Việt Bắc anh dũng*³, lại là những truyện ký rất đặc sắc. Mục đích của những truyện ký này vừa là động viên nhân dân ta dũng cảm tham gia cuộc chiến tranh vũ trang chống thực dân xâm lược Pháp, mặt khác, vừa hướng dẫn, truyền đạt những kinh nghiệm, phương pháp đánh địch phù hợp. Trong trường hợp này, nhiệm vụ của cách mạng đặt ra yêu cầu và nội dung tác phẩm lấy chất liệu từ chính cuộc chiến đấu của nhân dân ta (*Việt Bắc anh dũng*) hay từ những kinh nghiệm đấu tranh cách mạng nóng hổi của nhân dân các nước khác (*Kinh nghiệm du kích Tàu*, *Kinh nghiệm du kích Pháp*). Những truyện ký này viết theo chương, mỗi chương rất ngắn, thường chỉ từ 400 đến 600 âm tiết, đầu mỗi chương có hai câu thơ lục bát (*Kinh nghiệm du kích Tàu*, *Kinh nghiệm du kích Pháp*)

1, 2, 3. Xem Hồ Chí Minh: *Tập tập*, *Sđd*, t.5, tr.379-395, 397-418, 421-450.

hay thành đoạn, mỗi đoạn chỉ từ 300 đến 500 âm tiết với một tí nhỏ (*Việt Bắc anh dũng*). Cách viết này dễ đọc, dễ nhớ, phù hợp với trình độ chung của đại đa số người đọc là cán bộ, nhân dân ta lúc đó.

Nếu *Vừa đi đường vừa kể chuyện* là hồi ký, việc đi chiến dịch chỉ là cái cớ để tác giả có điều kiện kể lại quãng đời hoạt động cách mạng gian nan, đầy chông gai, thử thách của Người, thì *Tình nghĩa anh em Việt - Ấn - Miên* có thể được coi là một thiên phóng sự nhiều kỳ theo hình thức những bức thư. Tác phẩm gồm 23 lá thư và một đoạn kết đề gửi cho một em bé có tên là Hương và tác giả ký tên là L.T. Thiên phóng sự nhiều kỳ đặc biệt và đặc sắc này được đăng trên báo *Nhân dân* trong khoảng thời gian từ ngày 26/02/1958 đến ngày 25/3/1958. Tính chất đặc sắc của thiên phóng sự này trước hết là ở chỗ từ vai trò là nhân vật chính của sự kiện, Hồ Chí Minh trừu tượng hóa tách mình ra và xuất hiện trong tác phẩm với vai trò người quan sát khách quan. Vai trò mới này cho phép tác giả có thể chủ động đưa ra những nhận xét, đánh giá đối với từng chi tiết, từng nội dung thông tin của sự kiện một cách tự nhiên, nhất là những chi tiết liên quan đến thái độ, tình cảm, sự trân trọng đặc biệt của bạn bè đối với Người. Mặt khác, với hình thức là những bức thư, tác phẩm mang lại cho người đọc cảm giác nhẹ nhàng, sinh động trong khi tiếp nhận những nội dung đặt ra. Những vấn đề thời sự chính trị, những luận điểm ngoại giao được thể hiện nhẹ nhàng hơn, sinh động hơn. Dòng sự kiện thời sự xuất hiện với vai trò là chất liệu chính yếu trong tác phẩm, cũng giống như bất cứ bài phóng sự báo chí nào, nhưng chúng lại được thể hiện một cách sinh động, thể hiện sự giao hòa giữa tác giả với người đọc bằng cả ba phương pháp - thuật, tả, bình.

Có thể nói, các sự kiện thời sự chính là chất liệu cuộc sống chủ yếu trong các tác phẩm báo chí cũng như văn học của Hồ Chí Minh. Cho dù là báo chí hay văn học thì tác phẩm của Người vẫn luôn luôn mang đậm hơi thở cuộc sống và nhất quán, xuyên suốt trong di sản sáng tạo của Người là hình ảnh rõ nét dòng thời sự chủ lưu, những điểm sáng nổi bật trong sự vận hành của thời cuộc. Tuy nhiên, giữa báo chí và văn học, phương pháp, cách thức phản ánh và xử lý các chất liệu đó mang tính đặc thù và có thể coi đó là tiêu chí quyết định để xác định ranh giới giữa hai loại hình sáng tạo.

3. Tính mục đích - cốt lõi của quan điểm sáng tạo

Suốt cả cuộc đời mình, từ thuở thiếu niên đến lúc từ già cuộc đời đi về chốn vĩnh hằng, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã dâng hiến tất cả, phấn đấu không mệt mỏi vì độc lập cho dân tộc, tự do, hòa bình cho đất nước, ấm no và hạnh phúc cho nhân dân. Độc lập, tự do trở thành hoài bão lớn lao nhất, trở thành mục đích tối thượng cho mọi hành động của Người. Nó quán xuyên, chi phối tất cả mọi hoạt động sáng tạo của Người, trong đó có hoạt động báo chí và văn học, trở thành cốt lõi của quan điểm sáng tạo.

Trong bài thơ *Khán “Thiên gia thi” hữu cảm* (Cảm tưởng đọc “Thiên gia thi”), Hồ Chí Minh viết:

“Hiện đại thi trung ưng hữu thiết,
Thi nhân dã yếu hội xung phong”.
(Nay ở trong thơ nên có thép,
Nhà thơ cũng phải biết xung phong).
(Nam Trân dịch).

Có thể coi đó như lời tuyên ngôn rõ ràng, dứt khoát về một quan điểm sáng tạo văn học tích cực với mục đích sáng tạo

nhằm phục vụ cho việc cải tạo hiện thực xã hội, xây dựng một chế độ xã hội mới ưu việt. Chất thép trong thơ mà Người quan niệm chính là chất lý tưởng, là mục đích mang tính cách mạng mà văn học cần hướng tới. Sự xung phong của nhà thơ chính là thái độ tích cực tham gia cuộc đấu tranh của dân tộc, của nhân dân vì độc lập, tự do. Quan điểm ấy hoàn toàn nhất quán trong sáng tạo báo chí. Trong bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ II Hội Nhà báo Việt Nam, Hồ Chí Minh nhấn mạnh rằng mình là người có duyên nợ với báo chí và duyên nợ ấy chính là: “chống thực dân đế quốc, chống phong kiến địa chủ, tuyên truyền độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội”¹.

Trong “Điện chúc mừng Hội Nhà báo Á - Phi” (Báo *Nhân dân*, 24/4/1963), ngoài một câu chào đầu tiên và một lời chúc cuối cùng, Hồ Chí Minh chỉ viết có một câu trong nội dung bức điện với sự khẳng định rõ ràng và dứt khoát: “Trong lúc các dân tộc châu Á, châu Phi, châu Mỹ Latinh đang anh dũng đấu tranh chống chủ nghĩa đế quốc thực dân, để bảo vệ độc lập dân tộc và hòa bình, các nhà báo Á - Phi đoàn kết chặt chẽ, dùng ngòi bút chính nghĩa của mình phục vụ cuộc đấu tranh cho tự do, cho chân lý, cho tương lai tươi sáng của loài người, là một nhiệm vụ cực kỳ vẻ vang”². Chân lý, theo cách hiểu của Người thật đơn giản, gần gũi: “*Chân lý* là cái gì có lợi cho Tổ quốc, cho nhân dân. Cái gì trái với lợi ích của Tổ quốc, của nhân dân tức là không phải chân lý. Ra sức phụng sự Tổ quốc, phục vụ nhân dân - tức là phục tùng chân lý”³.

Có thể nói rằng, mục đích của cả cuộc đời Hồ Chí Minh là đấu tranh, phấn đấu vì độc lập tự do của Tổ quốc, vì hòa bình,

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.171.

2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.14, tr.69.

3. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.10, tr.378.

hạnh phúc của nhân dân thể hiện một cách nhất quán trong sáng tạo báo chí và văn thơ của Người. Các tác phẩm báo chí, văn học của Hồ Chí Minh không lúc nào xa rời mục đích sống của Người. Hầu như trong mọi trường hợp, mọi tình huống, tính mục đích luôn là ánh sáng soi rọi các tác phẩm, trở thành cốt lõi của các hoạt động sáng tạo báo chí, sáng tạo văn học của Người.

Trong các tác phẩm văn học của Hồ Chí Minh, đôi khi tính mục đích thể hiện cụ thể, trực tiếp thật dung dị như là lẽ đương nhiên phải thế. Một trong các trường hợp ấy là bài thơ *Hòn đá* - bài thơ phụ đề cho tranh cổ động đăng trên báo *Việt Nam độc lập* số 123, ngày 21/4/1942. Bài thơ bắt đầu bằng hình ảnh “Hòn đá to/Hòn đá nặng” và sự so sánh logic về khả năng nhấc hòn đá đó của một người và của nhiều người. “Nhiều người nhấc/Nhấc lên nặng” - điều ấy rõ ràng như một chân lý, không ai có thể phủ nhận và đó cũng là logic thuyết phục của sự đoàn kết. Tác giả không dừng lại ở đây như sự biểu đạt một chân lý phổ quát mà đi đến một hệ quả có tính mục đích, rõ ràng, cụ thể:

“Đánh Nhật, Pháp,
Giành tự do,
Là việc khó,
Là việc to.
Nếu chúng ta,
Biết đồng lòng,
Thì việc đó,
Quyết thành công.”

Bài thơ được hình thành như một câu chuyện ngụ ngôn sinh động, rất giản dị, gần gũi với những kinh nghiệm thường ngày của nhân dân lao động. Từ một kinh nghiệm cụ thể, dễ hiểu,

tác giả dẫn người đọc đến một ý nghĩa khái quát rồi đưa ra một hệ quả thực dụng để giáo dục, cổ động quần chúng. Chính hệ quả ấy thể hiện mục đích của người kể chuyện. Câu chuyện càng cụ thể, càng sinh động thì ý nghĩa khái quát của nó càng sâu sắc, càng có sức thuyết phục và hệ quả có tính thực dụng của nó càng có lý và hấp dẫn.

Các tác phẩm: *Ca sơi chỉ*, *Nhóm lửa*, *Con cáo và tổ ong...* đều được hình thành theo mô típ trên. Mục đích muốn đạt tới của các tác phẩm này là kêu gọi thuyết phục, động viên nhân dân đoàn kết theo con đường đấu tranh cách mạng. Mục đích ấy được tuyên bố rõ ràng sau khi được minh chứng hay giải thích cụ thể bằng những thực tế hiển nhiên, không thể chối cãi.

Trong các tác phẩm văn xuôi của Hồ Chí Minh, bằng mỗi liên hệ giữa nội dung tác phẩm với bối cảnh thời cuộc, người ta dễ dàng có thể nhận ra được mục đích đấu tranh của tác giả. Đó là vạch mặt, lên án kẻ thù đế quốc, thực dân xâm lược, bọn tay sai bán nước, hay hướng dẫn, động viên quần chúng nhân dân hăng hái tham gia đấu tranh cách mạng.

Đôi khi tính mục đích lại ẩn chứa ở những tầng nấc sâu, khuất lấp bên trong các tác phẩm văn học của Hồ Chí Minh. Người làm thơ trong những hoàn cảnh khó khăn, khắc nghiệt hay lúc mừng vui, hứng khởi với cảnh đất nước, tình con người, trong những tình huống ấy, thơ của Người nồng nàn cảm hứng mà vẫn canh cánh bên trong nỗi lòng thiết tha, da diết vì độc lập, tự do cho nước, vì ấm no, hạnh phúc cho dân. Trong khắc nghiệt xiềng xích của lao tù, Hồ Chí Minh không một phút nguôi ngoai nỗi nhớ nước, thương dân. Thơ của Người cất lên tiếng vọng, hòa âm của nỗi lòng đó. Trong cả 135 bài thơ của tập thơ *Nhật ký trong tù*, người ta có thể nhận thấy nỗi bức xúc, dằn vặt của Hồ Chí Minh không phải vì những thử thách

khổ ải của lao tù mà là trước thời cuộc, trước vận mệnh của đất nước, quê hương xứ sở. Cho dù những bài thơ chỉ viết về những hoàn cảnh xung quanh, về cái gậy, buổi sáng, tiếng khóc trẻ thơ hay nỗi khổ sở, bệnh tật trong tù, nhưng tất cả những thứ đó chỉ như là “ngoại cảm” bởi cơn nóng lạnh của trời Hoa. Trực tiếp hay gián tiếp, khuất lấp phía sau hay ẩn ý trong từng câu, từng chữ là cái sự “nội thương” đất Việt cảnh lầm than. Từng ngày, từng giờ, Người tiếc cho thời gian trôi đi nhưng không phải để xót xa cho thân phận mình, mà là vì:

*“Xót mình giam hãm trong tù ngục,
Chưa được xông ra giữa trận tiền”.*

(“Việt Nam có bạo động” - Tin Xích đạo trên báo Ung Ninh 14-11, Nhật ký trong tù).

Và trong khắc nghiệt lao tù, Hồ Chí Minh vẫn tin tưởng sắt đá vào sự đổi thay tốt đẹp như một lẽ đương nhiên “hết mưa là nắng hửng lên thôi”. Đó cũng chính là niềm tin vào sự thành công của mục đích cuộc đời là giải phóng dân tộc, cứu nước, cứu dân ra khỏi cảnh lầm than, ra khỏi đời nô lệ. Niềm tin ấy, mục đích ấy mới chính là chỗ tựa vững chắc, là động lực mạnh mẽ giúp Người vượt lên những đau đớn, nhọc nhằn nơi tù ngục, ngẩng cao đầu tin tưởng lạc quan trước những khó khăn, cực khổ. Niềm tin ấy, mục đích ấy đã hun đúc nên ở Người một thứ ý chí sắt đá, một định hướng tư tưởng kiên định mà Người gọi là “tinh thần”.

*“Thân thể ở trong lao,
Tinh thần ở ngoài lao;
Muốn nên sự nghiệp lớn,
Tinh thần càng phải cao”.*
(Bài 1, Nhật ký trong tù).

Trong báo chí, tính mục đích của mỗi tác phẩm thể hiện rõ ràng, cụ thể và trực tiếp thông qua sự kiện, logic phát triển của các chi tiết, sự bình luận cũng như mối quan hệ giữa tác phẩm với hoàn cảnh ra đời của tác phẩm. Hầu hết các tác phẩm báo chí của Hồ Chí Minh đều nhằm mục đích duy nhất là chống đế quốc, phong kiến, giành độc lập, tự do cho Tổ quốc. Vì mục đích ấy, Người phát hiện, phản ánh các sự kiện thể hiện bộ mặt thật độc ác, nham hiểm, chính sách bóc lột tham lam vô độ của bọn thực dân, sự ước hèn, thối tha của bọn phong kiến, tay sai bán nước, hại dân. Trong những trường hợp khác, Người châm biếm, mỉa mai sự thất bại của kẻ thù, ngợi ca những thắng lợi của cách mạng. Vì mục đích ấy, Hồ Chí Minh viết các bài báo về nội bộ cách mạng, hướng dẫn nhân dân, cán bộ hành động đúng, phê phán những thói hư, tật xấu. Tất cả những tác phẩm báo chí ấy đều nhằm cổ vũ, động viên nhân dân, tập hợp lực lượng, tăng cường sức mạnh cho Đảng và các tổ chức cách mạng để tiến hành cuộc đấu tranh nhanh chóng đến ngày thắng lợi. Đó là điều mà Hồ Chí Minh gọi là “duyên nợ” của Người đối với báo chí.

Thời kỳ trước năm 1925, những tác phẩm báo chí của Hồ Chí Minh đăng tải trên tờ *Le Paria*, *L'Humanité*, *La Vie Ouvrière*, chủ yếu tập trung tố cáo chế độ bóc lột thuộc địa dã man của thực dân Pháp, hướng vào nhân dân để giác ngộ cách mạng, chuẩn bị lực lượng đấu tranh. Sau năm 1925 với sự ra đời của tờ *Thanh niên*, Hồ Chí Minh đặc biệt quan tâm sử dụng báo chí để truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin vào Việt Nam. Thời kỳ làm báo *Việt Nam độc lập*, các tác phẩm báo chí của Hồ Chí Minh tập trung chủ yếu vào việc tuyên truyền giác ngộ đồng bào, động viên tinh thần yêu nước của các tầng lớp

nhân dân, hướng dẫn cán bộ, nhân dân tham gia đấu tranh chống kẻ thù xâm lược.

Trong thời kỳ 2 cuộc kháng chiến thần thánh chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ, các tác phẩm báo chí của Hồ Chí Minh theo sát từng bước các diễn biến nóng hổi trên mặt trận cũng như trong lao động dựng xây cuộc sống mới. Đặc biệt, các tác phẩm của Người còn phát hiện kịp thời âm mưu can thiệp vào Việt Nam của đế quốc Mỹ, đã cảnh báo, lên án chúng khi âm mưu đó mới chỉ thể hiện một cách gián tiếp qua việc giúp thực dân Pháp trong chiến tranh. Những bài báo phê bình sự lãng phí, thói quan liêu, biểu dương các thành tích lao động sản xuất, chiến đấu của bộ đội, nhân dân ta cũng không ngoài mục đích động viên, tập trung mọi nguồn lực cho công cuộc đấu tranh vì độc lập tự do.

Có thể nói, tính mục đích thể hiện ở mức độ khác nhau, tầng nấc khác nhau trong từng loại hình thể loại nhưng nhìn một cách tổng thể, nó thực sự là một đặc điểm nổi bật, một yếu tố đặc sắc tạo thành phong cách sáng tạo văn học, báo chí Hồ Chí Minh.

4. Châm biếm - vũ khí đấu tranh và phương tiện xây dựng

Khi bàn về tiếng cười trong văn học nghệ thuật, Lunasácxki nhận xét: “Cười là một vũ khí quan trọng của kỷ luật xã hội thuộc một giai cấp nhất định hoặc là một hình thức gây áp lực của một giai cấp này đối với một giai cấp khác”¹. Trong sáng tạo báo chí, văn học của Hồ Chí Minh, tiếng cười không chỉ là như thế. Hơn thế nữa, nó còn là biểu hiện của một sức sống

1. *Các thể loại báo chí Xôviết* (Tiếng Nga), Nxb. Đại học Mátxcova, 1972, tr.355.

đang vươn lên mới mẻ và mạnh mẽ, biểu hiện của thế đứng trên đầu kẻ thù cũng như niềm tin của người chiến thắng.

Nếu thơ Hồ Chí Minh có chất trữ tình nồng ấm, mà giản dị, hồn hậu thì các truyện của Người phần lớn có giọng điệu châm biếm, mỉa mai kẻ thù. Những truyện ngắn đầu tiên của Người viết bằng tiếng Pháp như: “Động vật học”, “Lời than vãn của bà Trưng Trắc”, “Sở thích đặc biệt”, “Vi hành”, “Con rùa”... đều mang giọng điệu châm biếm, thông qua châm biếm mà tố cáo, vạch mặt kẻ thù. Những hành vi, đặc điểm của kẻ thù nhân dân được khái quát điển hình hóa trong những tình huống đặc trưng, tạo ra tiếng cười mỉa mai có sức lên án.

Trong các tác phẩm báo chí ta viết về kẻ thù, đế quốc, thực dân phong kiến, ở đâu cũng phảng phất cái cười. Lúc thì vang lên hào sảng, lúc thâm trầm như tằm tẩm ngấm ngấm, cái cười châm biếm trong các tác phẩm này có sức mạnh to lớn trong việc vạch mặt, phê phán những tên cướp nước và những kẻ bán nước hại dân. Đặc biệt, trong các tác phẩm, tiểu phẩm báo chí của Hồ Chí Minh, tính chất châm biếm mang tính đặc thù như một phong cách dí dỏm mà đặc sắc, hóm hỉnh mà tinh tế. Tác giả khai thác những chi tiết thông tin thật tài tình, lập ra các mối quan hệ rất bất ngờ, tận dụng mọi khả năng của ngôn ngữ để tạo nên cái cười rất riêng của mình.

Trong tiểu phẩm *Tuma đầu bò* đăng trên báo *Cứu quốc*, ngày 19/11/1951, Hồ Chí Minh mở đầu:

“Nhiều bạn đọc báo: Đ.X. nói chuyện chính trị nhiều rồi, hôm nay hãy nói một chuyện gì hay hay, tức cười cho bà con nghe. Vâng, thì đây!”.

Câu chuyện được bắt đầu thật gần gũi, mộc mạc như lời trao đổi quen thuộc thân mật hàng ngày giữa những người dân quê kiểng. Thế rồi, tác giả kể rằng, có một tên lính Mỹ khi

gác ở đường phân giới Đông - Tây Đức đã huênh hoang khoe với người chiến sĩ hồng quân về nền dân chủ tự do của nước Mỹ rằng, anh ta có thể về nước gặp tổng thống Mỹ Tuma và nói với ông ta:

“Ông Tuma, ông là đầu bò!”. Tuy nhiên Tổng thống cũng không phạt anh ta.

Còn người chiến sĩ hồng quân thì từ tốn nói với tên lính Mỹ rằng, ở Liên Xô cũng có tự do dân chủ thật sự. Anh ta có thể đến gặp Xtalin và nói rằng: “Thưa đồng chí! Tuma là đầu bò” và cũng không hề bị phạt.

“Thế rồi hai chiến sĩ bắt tay nhau cười”.

Thật là mỉa mai cho nền tự do dân chủ Mỹ. Đó là thứ tự do kiểu cao bồi của những kẻ bất chấp luân thường đạo lý, sẵn sàng quên đi lẽ phải để thỏa mãn ham muốn của riêng mình. Cái cười của hai người lính ở cuối tác phẩm tuy cùng xuất hiện nhưng khác nhau về chất. Với tên lính Mỹ, đó là cái cười ngớ ngẩn của sự thỏa mãn ngu dốt. Cái cười của người chiến sĩ hồng quân là cái cười mỉa mai, khinh bỉ, cái cười của người ở vào thế mạnh, thế chiến thắng, nhìn kẻ thù một cách khinh khi.

Chỉ có 14 câu với 186 âm tiết, Hồ Chí Minh đã sáng tạo nên một tiểu phẩm báo chí thật hay, thật đặc sắc. Mâu thuẫn chỉ xuất hiện ở hai cách nói của hai nhân vật và sự đặc sắc - tế nhị, dí dỏm tạo ra tiếng cười mỉa mai ở đây chính là sự nhắc lại lời của kẻ mà tác giả muốn phê phán. Tuy nhiên, việc nhắc lại diễn ra trong quan hệ với một đối tượng khác và càng chua cay cho kẻ thù khi lời nói huênh hoang của kẻ thù lại trở thành “gậy ông đập lưng ông”.

Để tạo nên khả năng châm biếm trong các tác phẩm nói chung và trong các tiểu phẩm báo chí nói riêng, Hồ Chí Minh sử dụng ngôn ngữ rất tài tình. Người sử dụng thật linh hoạt,

phong phú rất nhiều thủ pháp ngôn ngữ khác nhau từ thuật chơi chữ, từ nôm na đến cách phiên âm chuyển nghĩa, các thể thơ ca hò vè. Trong nhiều trường hợp, phương pháp sử dụng ngôn ngữ bất ngờ, hàm ý tế nhị mang lại hiệu quả biểu đạt rất cao. Ví dụ, dễ thấy nhất là trong các tiểu phẩm báo chí, Hồ Chí Minh phiên âm dịch nghĩa tên người từ tiếng nước ngoài rất tài tình và hóm hỉnh. Người phiên âm tên Tổng thống Mỹ Tờuman là Tuma (Tuma là con chó trong tiếng Nùng); tướng Oétmolen là vétmỗlợn, vétmôlên; Ha-Kin được phiên âm thành Hắcín; Mc Namara được chuyển thành Mặt nạ ra; v.v.. Người dùng những câu thành ngữ, tục ngữ, câu kiều, tập kiều hay đặt những câu thơ phá vận thật bất ngờ, sinh động để tạo nên sự châm biếm, mỉa mai với tiếng cười ở nhiều cung bậc khác nhau. Trong một số tiểu phẩm của Hồ Chí Minh có thể nhận ra tiếng cười sâu cay, nhằm trực diện kẻ thù. Ở một số tiểu phẩm khác, tiếng cười cất lên hào sảng, tự tin. Đối với các tiểu phẩm viết về nội bộ nhân dân, tiếng cười châm biếm nhẹ nhàng, mang tính xây dựng, cười để mà sửa chữa cho tốt đẹp hơn. Đôi khi, trong các tác phẩm báo chí và văn học khác, người ta vẫn thấy thấp thoáng đằng sau logic câu chuyện, có một nụ cười hóm hỉnh, lạc quan. Nụ cười ấy không nhằm châm biếm ai mà chỉ như một chất men, một chút hương vị làm cho câu chuyện thêm dư vị đậm đà hơn.

5. Từ sự giao hòa báo chí và văn học đến hiệu quả

Ngay cả khi phân tích để chỉ ra ranh giới rạch ròi giữa báo chí và văn học trong di sản sáng tạo của Hồ Chí Minh, người ta vẫn thấy rất rõ sự giao hòa giữa hai loại hình sáng tạo đó. Sự giao hòa ở đây thể hiện trước hết ở sự thống nhất như một phong cách trong các yếu tố mang tính hình thức, phương tiện

giữa các tác phẩm báo chí và các tác phẩm văn học. Mặt khác, sự giao hòa còn thể hiện ở những đặc điểm, khả năng, tính chất, khuôn khổ của cả hai loại hình được lựa chọn, sử dụng hợp lý lẫn nhau mà không làm ảnh hưởng đến chất lượng và khả năng tiếp nhận. Trong trường hợp này, hầu như có sự du nhập, hòa trộn, đưa những yếu tố của loại hình này vượt qua ranh giới để thâm nhập vào loại hình kia nhằm nâng cao hiệu quả cảm thụ của người tiếp nhận.

Trước hết, cần phải nhắc đến đó là ngôn ngữ. Trong báo chí cũng như văn học, Hồ Chí Minh đều sử dụng một thứ tiếng Việt thuần phác và giản dị, sinh động và dễ hiểu, trong sáng và khiêm tốn. Cũng có thể coi đó là những đặc điểm của phong cách ngôn ngữ Hồ Chí Minh.

Trong bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ III của Hội Nhà báo Việt Nam, Chủ tịch Hồ Chí Minh nhắc nhở các nhà báo: “Tiếng nói là thứ của cải vô cùng lâu đời và vô cùng quý báu của dân tộc. Chúng ta phải giữ gìn nó, quý trọng nó, làm cho nó phổ biến ngày càng rộng khắp”¹. Chính Người cũng là người gương mẫu, sáng suốt trong việc quý trọng, giữ gìn và phát triển tiếng Việt. Trong các tác phẩm của mình, dù là báo chí hay văn học, Người đều ý thức rõ ràng và sử dụng có hiệu quả cao vốn từ thuần Việt để biểu đạt các nội dung khái niệm hiện đại. Nhiều cụm từ, thuật ngữ được Người sáng tạo sử dụng và đã trở thành phổ biến trong cuộc sống như “người lái máy bay”, “chiến sĩ gái”... Một lớp từ nôm na, dân dã được Người đưa vào các tác phẩm báo chí, văn học, trở nên sống động về khả năng biểu cảm mà vẫn thể hiện sự thanh nhã, trong sáng. Thành ngữ, tục ngữ như những kết tinh văn hóa dân gian,

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.13, tr.465.

trở thành những điểm sáng trong các tác phẩm của Hồ Chí Minh. Người dùng thành ngữ, tục ngữ và những câu thơ ngắn một cách linh hoạt, sáng tạo và đặc địa. Nhờ đó, chúng có khả năng biểu đạt rất đặc sắc, có sức thu hút, tạo ra ấn tượng mạnh, làm cho người đọc dễ nhớ, dễ hiểu.

Chỉ riêng cách sử dụng thành ngữ, tục ngữ, cách dùng các câu thơ có ý nghĩa biểu đạt sinh động cũng cho thấy sự năng động, chất hài hước và tính hiệu quả trong ngôn từ của Hồ Chí Minh. Trong tiểu phẩm *Những lời nói phá hoại và quanh co trong những câu văn dịch vụng*, sau khi phê phán tuyên bố tráo trở của Ngô Đình Diệm chống hiệp thương thống nhất đất nước, Hồ Chí Minh kết luận:

*“Kẻ gian giả bộ người ngay,
Văn chương chữ nghĩa giả cây khó nghe”.*

(Báo Nhân dân, 20/7/1955).

Lời kết luận như một sự khẳng định đanh thép về bản chất của văn bản do những kẻ dã tâm bán nước đưa ra là một thứ lọc lừa, giả dối, bao che cho âm mưu phản động. Hơn thế, lời kết luận diễn đạt theo vần điệu, tạo ra khả năng thu hút sự chú ý và làm cho người đọc dễ nghi nhớ. Nó gần gũi với cách biểu đạt của những người dân lao động Việt Nam, phù hợp với tâm lý, văn hóa con người Việt Nam nói chung. Đó là một thủ pháp nghệ thuật thường thấy nhiều trong các tác phẩm của Hồ Chí Minh, tạo ra một nét đặc sắc có một không hai. Đặc biệt trong một số trường hợp, các câu thơ được kết hợp sử dụng với các thành phần nội dung khác trong kết cấu chung của tác phẩm, tạo thành một thứ mô típ đặc sắc. Ví dụ trường hợp các tác phẩm *Kinh nghiệm du kích Tàu*, *Kinh nghiệm du kích Pháp*, tác giả chia tác phẩm thành những đoạn ngắn, mỗi đoạn là một câu chuyện trọn vẹn về một tấm gương du

kích, một trận đánh, một cách đánh hay một địa phương có thành tích đánh du kích. Mỗi đoạn đều được mở đầu bằng 2 câu thơ lục bát. Hai câu thơ có ý nghĩa vừa như đầu đề của từng đoạn tác phẩm, vừa tóm tắt nội dung, ý nghĩa của câu chuyện sẽ xảy ra. Ví dụ 2 câu:

*“Một ông già, một sợi dây,
Làm cho điêu đứng một bầy địch nhân”¹.*

Là mở đầu cho mẫu chuyện kể về kinh nghiệm của một ông già dùng sợi dây kéo rung cái thứ đục đặc nơi hàng rào đồn địch làm cho chúng suốt đêm hoảng sợ, không ngủ được, bắn lung tung để hao phí cả vụn viên đạn.

Một đặc điểm dễ thấy trong các tác phẩm báo chí và văn học của Hồ Chí Minh là tính chất ngắn gọn dựa trên sự khiêm tốn về ngôn ngữ, sự đơn giản về logic kết cấu của tác phẩm. Các câu văn của Người bao giờ cũng ngắn gọn, phần lớn là các câu đơn, rất ít câu kép với những quan hệ điều kiện hay bắc cầu phức hợp. Theo thống kê trong các tác phẩm báo chí và văn học viết bằng tiếng Việt của Hồ Chí Minh, có đến gần 70% là các câu đơn và chỉ có hơn 30% là các câu phức hợp với sự liên kết giữa 2 hoặc nhiều mệnh đề. Đây là một tỷ lệ hiếm thấy ở các tác giả.

Kết cấu logic của các tác phẩm báo chí và văn học (văn xuôi) của Hồ Chí Minh thường đơn giản, ngắn gọn. Tuyệt đại bộ phận các tác phẩm của Người đều phát triển theo một tuyến logic kết cấu đơn nhất, các tình tiết, chi tiết thông tin xuất hiện trong các tác phẩm trong mối quan hệ một chiều liên tục và đồng thuận. Rất ít khi có sự tồn tại đồng thời của các chi tiết thông tin theo những mối quan hệ đa chiều, phức hợp.

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.5, tr.381.

Đành rằng mọi sự vật, hiện tượng đều tồn tại trong những mối quan hệ đa dạng và phức tạp, tuy nhiên việc lựa chọn, phản ánh chúng trong những mối quan hệ thuận chiều, đơn giản sẽ làm cho tác phẩm trở nên dễ hiểu. Hơn nữa, việc chọn lựa các quan hệ đơn giản, thuận chiều cũng là một nghệ thuật, chúng tỏ tác giả có ý thức cao trong việc chọn lọc, đưa ra những quan hệ điển hình, quan trọng nhất, tạo ra khả năng giúp cho tuyệt đại đa số quần chúng có thể tiếp nhận dễ dàng. Điều này thực sự làm tăng hiệu quả của các tác phẩm trong việc tác động vào xã hội do phù hợp với trình độ văn hóa chung của cư dân.

Tính sự kiện cũng là một đặc điểm nổi bật, giao hòa kết nối giữa sáng tạo báo chí và văn học của Hồ Chí Minh. Ở đây, tính sự kiện được hiểu là chất liệu hiện thực thời cuộc được phản ánh vào tác phẩm trở thành nội dung chính yếu và thể hiện ý nghĩa chính trị - xã hội một cách trực tiếp. Đối với các tác phẩm báo chí, tính sự kiện như một đặc tính hiển nhiên, xuất phát từ bản chất của báo chí là phản ánh đời sống thời sự khách quan trực tiếp thông qua các sự kiện. Đối với các tác phẩm văn học của Hồ Chí Minh, các sự kiện mang ý nghĩa thời sự hiện diện như chất liệu quan trọng chủ yếu tạo thành khung giàn cho những tình tiết sáng tạo, hư cấu. Ngay cả những truyện ngắn mang màu sắc châm biếm viết bằng tiếng Pháp của Người cũng thấy thấp thoáng bóng dáng của một sự kiện thời sự làm nền cho sự phát triển cốt truyện. Ví dụ truyện ngắn *Vì hành* chẳng hạn. Toàn bộ cuộc đối thoại của đôi trai gái ở phần đầu và câu chuyện tự sự của nhân vật ở phần sau của truyện đều như tựa vào sự kiện vua Khải Định sang thăm Pháp. Không chỉ “tựa” mà thực chất sự kiện ấy còn là nguyên nhân gốc gác cho sự phát triển logic tác phẩm.

Tóm lại, cho dù luôn muốn làm rõ về sự phân định rạch ròi giữa hai loại hình tác phẩm báo chí và văn học của Hồ Chí Minh, nhưng vẫn thấy rất rõ sự nhất quán của một số đặc điểm trong cả hai loại tác phẩm ấy, đó là tính mục đích, văn phong ngôn ngữ, tính sự kiện, v.v.. Những đặc điểm này tạo ra sự giao hòa, các mối quan hệ gần gũi, gắn kết giữa các tác phẩm báo chí và văn học của Hồ Chí Minh, làm nên tính thời sự - một trong những cơ sở rất quan trọng cho hiệu quả xã hội của các tác phẩm báo chí và văn học của Người.

Phần hai

**SỰ PHÁT TRIỂN
BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG HIỆN ĐẠI**

6

PHÁC THẢO PHÂN KỲ 80 NĂM BÁO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM*

Có thể nói báo chí cách mạng Việt Nam ra đời do nhu cầu tất yếu và cấp bách của cuộc cách mạng nhằm mục tiêu giải phóng dân tộc khỏi ách ngoại xâm và sự áp bức của đế quốc, phong kiến, mang lại tự do, hòa bình và cơm no, áo ấm cho nhân dân. Vì thế, báo chí cách mạng đã đồng hành với lịch sử dân tộc 80 năm qua, lịch sử báo chí cách mạng cũng gắn bó hữu cơ, thực sự là một bộ phận không thể tách rời của tiến trình cách mạng 80 năm qua. Từ cách nhìn như thế, có thể phân kỳ lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam thành các thời kỳ:

- Thời kỳ vận động thành lập Đảng Cộng sản Việt Nam;
- Thời kỳ 1930-1945;
- Thời kỳ kháng chiến chống Pháp 1945-1954;
- Thời kỳ xây dựng chủ nghĩa xã hội ở miền Bắc và chiến tranh chống Mỹ, cứu nước 1955-1975;
- Thời kỳ từ sau năm 1975 đến nay.

1. Báo chí cách mạng Việt Nam thời kỳ vận động thành lập Đảng 1925-1930 ra đời và hoạt động trong hoàn

* Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, số 5, (tháng 9+10)/2005.

cảnh rất khó khăn. Bọn thực dân xâm lược câu kết với bộ máy phong kiến thiết lập một hệ thống cai trị xã hội khắc nghiệt, đàn áp không thương tiếc mọi mầm mống cách mạng, đe dọa sự thống trị của chúng. Những tổ chức cách mạng ở nước ngoài đã xuất bản một loạt tờ báo như: *Thanh niên*, *Đỏ*, *Công nông*, *Lính cách mệnh*, *Đồng thanh*, *Thân ái*, v.v.. Ở trong nước, trong điều kiện vô cùng khó khăn, nguy hiểm do sự kiểm duyệt, đàn áp, bắt bớ của chính quyền thực dân và tay sai, nhiều tờ báo của các tổ chức cách mạng vẫn được xuất bản và bí mật lưu hành như: *Búa liềm*, *Cờ Cộng sản*, *Nhân loại* của Đông Dương Cộng sản Đảng, *Cờ đỏ* của An Nam Cộng sản Đảng, *Sao đỏ* ở Hải Phòng, *Mỏ than* ở Hồng Quảng, *Tia sáng* ở Nam Định, *Bôn-sê-vích* ở Trung Kỳ. Những tờ báo này không chỉ mang đến cho một bộ phận quần chúng cách mạng những hiểu biết cơ bản nhất về chủ nghĩa Mác - Lênin, về con đường giải phóng dân tộc, mà nó còn mang đến cho những người dân nô lệ một niềm tin, sự động viên to lớn để lựa chọn, dấn thân vào con đường cách mạng, con đường đấu tranh giải phóng cho mình.

Tờ báo có ý nghĩa quan trọng đặc biệt trong thời kỳ này là *Thanh niên* do Nguyễn Ái Quốc sáng lập, trực tiếp viết bài, biên tập và tổ chức in ấn. *Thanh niên* được coi là cơ quan của Việt Nam Thanh niên Cách mạng đồng chí Hội, một tổ chức cách mạng tiền thân của Đảng Cộng sản, đồng thời là tờ báo khai sinh ra nền báo chí cách mạng Việt Nam. Báo *Thanh niên* trở thành tờ báo đầu tiên của những người cách mạng, xuất bản bằng chữ quốc ngữ, truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng cách mạng giải phóng dân tộc vào Việt Nam. Báo *Thanh niên* còn đóng vai trò là một trường học, đào tạo những cán bộ cách mạng để đưa về trong nước vận động quần chúng, giáo dục, chuẩn bị lực lượng tiến tới thành lập Đảng Cộng sản.

2. Báo chí cách mạng Việt Nam thời kỳ 1930-1945

gắn bó chặt chẽ với những cao trào vận động cách mạng trong thời kỳ này: 1930-1931 - đỉnh cao là Xôviết Nghệ Tĩnh; 1936-1939 - Mặt trận Dân chủ và 1941-1945 - vận động tiến tới Tổng khởi nghĩa, giành chính quyền từ tay phát xít Nhật và thực dân Pháp, xây dựng nhà nước dân chủ nhân dân đầu tiên ở khu vực Đông Nam châu Á. Trong cao trào 1930-1931, các tổ chức của Đảng Cộng sản Đông Dương đều xuất bản báo để làm công cụ tuyên truyền vận động. Các tờ báo này đều được xuất bản dưới hình thức rất thô sơ, chủ yếu là viết tay in giấy sếp, hoặc in thạch. Nếu các sản phẩm báo chí xuất hiện trong cao trào 1930-1931 chủ yếu dưới hình thức bí mật, thì trong cao trào Mặt trận Dân chủ, Đảng đã chớp lấy thời cơ, tổ chức ra báo công khai hoặc đưa cán bộ tham gia làm các báo đã có để tranh thủ khả năng mở rộng quy mô tác động vào quần chúng nhân dân, tuyên truyền, vận động lực lượng cách mạng. Các tổ chức Đảng ở các địa phương đã trực tiếp tổ chức ra các báo: *Travaille, Avant Garde, Peuple, Dân chúng, Tin tức, Đời nay, Dân, Dân tiến, Ngày mới, Nhanh lúa*, v.v..

Đầu năm 1941, Nguyễn Ái Quốc về nước và một trong những việc làm đầu tiên của Người là ra tờ báo *Việt Nam độc lập* làm cơ quan tuyên truyền, vận động cách mạng. Theo Người, việc ra báo *Việt Nam độc lập* là làm theo lời dạy của Lênin: “Tờ báo là công cụ tuyên truyền, cổ động, tổ chức và lãnh đạo”¹. *Việt Nam độc lập* trở thành cơ quan của Mặt trận Việt Minh ba tỉnh Cao - Bắc - Lạng. Cùng với *Việt Nam độc lập* còn có Tạp chí *Cộng sản*, báo *Giải phóng, Cờ giải phóng, Cứu quốc, Lao động, Bể xiềng sắt*, v.v.. Hệ thống báo chí cách

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.12, tr.170.

mạng thời kỳ này đã truyền bá những tư tưởng của cách mạng giải phóng, cổ vũ, động viên lòng yêu nước, căm thù thực dân, đế quốc xâm lược và giai cấp phong kiến bóc lột, góp phần tổ chức quần chúng cách mạng, chuẩn bị cho Cách mạng Tháng Tám năm 1945 thắng lợi.

Ngoài hệ thống báo chí công khai hoặc bí mật, thời kỳ này còn xuất hiện các tờ báo trong tù. Hầu như ở nhà tù nào, các chiến sĩ cộng sản và những người cách mạng yêu nước cũng tìm cách để ra được báo. Các tờ báo trong các nhà tù như: *Con đường chính*, *Lao tù đỏ*, *Lao tù tạp chí* của tổ chức Đảng Cộng sản ở nhà tù Hỏa Lò; *Xiềng xích* của tù chính trị ở nhà tù Buôn Ma Thuột; *Nẻo nhà pha* của tù chính trị nhà tù Quảng Ngãi; *Người tù đỏ*, *Người tù nhân*, *Tiền phong* của tù cộng sản ở Côn Đảo; *Tiến lên* của tù chính trị ở nhà tù Quảng Trị, v.v. được chép tay với vài ba bản, thậm chí mỗi số chỉ có một bản duy nhất, được lưu hành bí mật trong điều kiện kiểm soát gắt gao, khắc nghiệt của cai ngục. Có những tờ báo trong nhà tù nhưng đã có thời gian tồn tại tương đối dài, để lại ấn tượng mạnh, có tác động tích cực đến phong trào đấu tranh như tờ *Suối reo* ở nhà tù Sơn La. Mặc dù phạm vi lưu hành hạn hẹp trong các bức tường nhà tù đế quốc, thực dân nhưng những tờ báo này có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc nâng cao nhận thức, củng cố ý chí và niềm tin, giữ vững tinh thần chiến đấu cho những cán bộ cách mạng bị tù đầy.

3. Báo chí cách mạng thời kỳ 1945-1954 là một bộ phận không thể thiếu của cuộc Tổng khởi nghĩa giành chính quyền tháng tám năm 1945, cũng như tiến trình của cuộc chiến đấu chống thực dân Pháp xâm lược và bọn can thiệp Mỹ. Với thắng lợi của cuộc Cách mạng Tháng Tám năm 1945, chính quyền

về tay nhân dân và báo chí có thời cơ phát triển mới. Chế độ mới, nền độc lập, tự do cùng những nhiệm vụ mới mẻ của cách mạng đặt ra cho báo chí những trách nhiệm mới nặng nề hơn, tầm hoạt động mới rộng lớn hơn. Sự ra đời của Đài Phát thanh và Hãng Thông tấn quốc gia đã mang lại không chỉ sự thay đổi diện mạo mà cả chất lượng hoạt động mới cho hệ thống báo chí cách mạng. Khi cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp nổ ra, cả hệ thống báo chí ấy đã lên đường đi kháng chiến, lên chiến khu Việt Bắc, vào bưng biển Đồng Tháp, tới các chiến khu, trở thành nguồn thông tin chính yếu, nguồn động viên, cổ vũ mạnh mẽ, vũ khí tổ chức thực hiện các nhiệm vụ cách mạng của Đảng, của dân tộc. Chính trong thử thách khắc nghiệt của kháng chiến, một loạt cơ quan báo chí mới đã ra đời - *Sự thật, Nhân dân, Văn nghệ, Quân đội nhân dân, Đài Tiếng nói Nam Bộ, báo Nhân dân miền Nam, Lao động, Tiền phong*, v.v..

Những người làm báo cách mạng trong kháng chiến chống Pháp đã chia sẻ khó khăn, gian khổ, hy sinh cùng nhân dân, quân đội, đã không chỉ duy trì, phát triển, đưa nguồn thông tin, tiếng nói của cách mạng, của kháng chiến đến với đồng bào, chiến sĩ trong nước và bè bạn quốc tế mà còn gùi vác, vận chuyển cả chục tấn máy in, máy phát trên vai, trực tiếp cầm súng chống càn như những người chiến sĩ. Bằng trí tuệ, tài năng, lòng yêu nước và cả máu, mồ hôi, những người làm báo kháng chiến đã hoàn thành trách nhiệm của mình, đóng góp xứng đáng vào chiến thắng chung của cả dân tộc - đánh bại thực dân xâm lược Pháp và can thiệp Mỹ, làm nên một Điện Biên Phủ lẫy lừng lấy năm châu, chấn động địa cầu.

4. Báo chí cách mạng thời kỳ 1955-1975 đã có cơ hội thuận lợi hơn để phát triển nhưng cũng phải đối mặt với

những khó khăn, thử thách vô cùng khắc nghiệt. Miền Bắc giải phóng bước vào thời kỳ xây dựng chủ nghĩa xã hội nhưng chưa hết một kế hoạch 5 năm lần thứ nhất đã phải đối mặt với cuộc chiến tranh phá hoại bằng không quân, hải quân của đế quốc Mỹ với mức độ ác liệt và dã man chưa từng thấy trong lịch sử chiến tranh. Một nửa Tổ quốc - miền Nam nằm dưới sự đô hộ của đế quốc Mỹ và bè lũ tay sai bán nước. Dưới sự lãnh đạo của Đảng, cả nước đồng thời thực hiện hai nhiệm vụ chiến lược là xây dựng, bảo vệ chủ nghĩa xã hội ở miền Bắc và đấu tranh chống đế quốc xâm lược, giải phóng miền Nam, thống nhất Tổ quốc. Ngoài một thời gian ngắn miền Bắc có hòa bình sau Hiệp định Giơnevơ, còn lại trên thực tế suốt cả thời kỳ này cả nước đều có chiến tranh.

Trong thời kỳ này, trong nước có hai bộ phận báo chí cùng hướng tới mục tiêu đấu tranh giải phóng miền Nam, thống nhất nước nhà. Đó là bộ phận báo chí cách mạng ở miền Bắc được phát triển trong điều kiện của chế độ dân chủ nhân dân, dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản và bộ phận báo chí cách mạng ở miền Nam, phát triển trong hoàn cảnh vô cùng khó khăn của chiến tranh và sự khủng bố, đàn áp của đội quân xâm lược Mỹ cùng chế độ ngụy quyền Sài Gòn. Riêng miền Bắc, vào thời điểm trước thềm Đại hội lần thứ III Hội Nhà báo Việt Nam (1962), đã có 1.500 nhà báo làm việc trong khoảng 120 cơ quan báo chí các loại. Báo chí thời kỳ này đã thực sự trở thành động lực góp phần to lớn trong việc tạo dựng và tổ chức những phong trào thi đua, những cuộc vận động rầm rộ trong toàn Đảng, toàn dân, toàn quân nhằm thực hiện các nhiệm vụ chính trị như: *Sóng Duyên Hải, Gió Đại Phong, Cờ Ba Nhất, Thanh niên ba sẵn sàng, Phụ nữ ba đảm đang, Thi đua hai tốt, Hợp tác xã 5 tấn*, v.v.. Những tấm gương điển hình trong lao động,

chiến đấu được báo chí tuyên truyền, khái quát thành những biểu tượng có sức động viên, cổ vũ mạnh mẽ.

Báo chí cách mạng ở miền Nam - như “Báo chí tiền phương” đã bám sát thực tế chiến đấu, có mặt ngay tại các chiến hào, tại các mặt trận ác liệt nhất, phản ánh sinh động, kịp thời cuộc chiến đấu anh hùng của đồng bào, chiến sĩ ta. Các nhà báo tiền phương thực sự là những chiến sĩ ra trận, vừa cầm súng, vừa cầm bút, cầm máy ảnh, máy quay phim, đóng góp xứng đáng vào chiến thắng chung của dân tộc trong chiến dịch Hồ Chí Minh lịch sử. Cùng với báo chí cách mạng hoạt động dưới sự lãnh đạo trực tiếp của Đảng, Mặt trận, lực lượng báo chí của những người yêu nước ở các đô thị miền Nam cũng đã góp tiếng nói đáng kể trong việc động viên lòng yêu nước, tự hào dân tộc, giống nòi, ủng hộ và cổ vũ cho những cuộc đấu tranh yêu nước hợp pháp của các tầng lớp nhân dân.

5. Báo chí Việt Nam từ sau năm 1975 đến nay trở thành nền báo chí duy nhất của nước Việt Nam dân chủ, tự do, dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản và sự quản lý của Nhà nước. Sau năm 1975, Tổ quốc thống nhất, non sông thu về một mối, báo chí cách mạng Việt Nam cũng được hưởng niềm vui tự do, thống nhất, có điều kiện phát triển toàn diện cũng như phân bố rộng khắp trong các vùng của cả nước. Cùng cả dân tộc vượt qua những khó khăn, thử thách của cuộc Chiến tranh biên giới Tây Nam, Chiến tranh biên giới phía Bắc và sự chống phá quyết liệt của kẻ thù, báo chí lại có mặt ở những điểm nóng nhất của công cuộc xây dựng, phát triển đất nước, trở thành bà đỡ cho những cuộc cách mạng thực sự trong đổi mới cơ chế quản lý kinh tế. Sự ra đời của cơ chế khoán 100 năm 1981 và khoán 10 năm 1987, sự đổi mới cơ chế quản lý trong các cơ sở

sản xuất công nghiệp, dịch vụ cũng như quá trình chuẩn bị cho sự ra đời của chính sách đổi mới của Đảng không thể tách rời vai trò và đóng góp vô cùng quan trọng của báo chí trong việc thông tin, phản ánh thực trạng và các sáng kiến, phát hiện các vấn đề, các nhân tố mới tích cực, những điểm sáng trong thực tiễn lao động sản xuất của nhân dân. Đến lượt nó, chính sách đổi mới của Đảng đã tạo ra điều kiện, thời cơ cho sự phát triển mạnh mẽ về kinh tế - xã hội, đồng thời mang lại cơ hội lớn cho báo chí. Chỉ trong khoảng 20 năm đổi mới, quy mô nền báo chí đất nước tăng lên cả chục lần, đã có những bước phát triển chưa từng thấy về kỹ thuật công nghệ, về quy mô ảnh hưởng cũng như trình độ tác nghiệp. Ở một số bình diện cụ thể, báo chí Việt Nam đã bắt kịp trình độ phát triển hiện đại, hội nhập với các đồng nghiệp khu vực và quốc tế.

Trên phạm vi cả nước, chúng ta đã có gần 14.000 nhà báo chuyên nghiệp cùng hàng chục nghìn cán bộ kỹ thuật, dịch vụ làm việc trong các loại hình báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử, thông tấn xã với trên 600 tên báo, tạp chí, gần 1.000 bản tin, phụ trương các loại, hệ thống đài phát thanh, truyền hình quốc gia và 64 tỉnh, thành phố, hàng trăm tờ báo mạng điện tử với gần 7% dân số sử dụng Internet. Nền báo chí ngày càng giữ vai trò to lớn, không thể thiếu trong đời sống kinh tế - văn hóa - xã hội của đất nước. Báo chí không chỉ là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước với nhân dân, tuyên truyền, giải thích vận động nhân dân thực hiện đường lối, chính sách, mà còn là trường học rộng lớn, nâng cao dân trí, mở mang quan hệ quốc tế, định hướng chính trị tư tưởng cho nhân dân trước các sự kiện, vấn đề mới mẻ trong nước cũng như quốc tế. Trong mặt trận chống tiêu cực, báo chí như những người chiến sĩ tiên phong, dũng cảm phát hiện, vạch trần nhiều vụ việc,

góp phần ngăn chặn thiệt hại cho nhà nước, nhân dân, giống lên những tiếng chuông cảnh tỉnh, giáo dục đối với xã hội. Tuy nhiên, báo chí của chúng ta hiện nay vẫn còn bộc lộ không ít những hạn chế. Đó là xu hướng chạy theo những mục đích thương mại hóa, không thực hiện nghiêm túc tôn chỉ, mục đích, còn có hiện tượng đưa tin thiếu chính xác hay lợi dụng hoạt động báo chí để thực hiện những mục đích cá nhân, đưa tin thiếu cảnh giác gây tác hại đến lợi ích của đất nước hay các đơn vị kinh tế, v.v.. Còn có những sản phẩm báo chí có chất lượng thấp, chạy theo thị hiếu tầm thường, không yên tâm thậm chí ảnh hưởng không tốt đến môi trường giáo dục thanh, thiếu niên.

*

Mỗi thời kỳ phát triển của báo chí cách mạng Việt Nam trong 80 năm qua không chỉ chịu sự chi phối, có tính phụ thuộc vào đặc điểm tình hình, vào yêu cầu của việc thực hiện các nhiệm vụ chính trị của cách mạng, mà còn là tấm gương phản chiếu trung thực, khách quan, còn trở thành một lực lượng đáng kể, một động lực phát triển quan trọng của từng sự kiện, biến cố cũng như toàn bộ tiến trình lịch sử của đất nước. Vì thế có thể nói, việc phân kỳ lịch sử báo chí cách mạng theo các giai đoạn của tiến trình lịch sử dân tộc là phương pháp phổ biến, hợp lý và dễ chấp nhận. Nó cho phép nhìn nhận, đánh giá khách quan, đúng đắn diện mạo, đặc điểm cũng như vai trò của báo chí đối với thực tiễn lịch sử.

7

SỰ PHÁT TRIỂN CỦA BÁO CHÍ DƯỚI SỨC ÉP CỦA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN*

Công nghệ thông tin ra đời và phát triển đã mang lại những thay đổi to lớn về nhiều mặt cho cả thế giới. Ngày nay chúng ta khó có thể hình dung được thế giới sẽ như thế nào nếu bỗng nhiên vắng bóng các loại thiết bị, sản phẩm cũng như tác động của công nghệ thông tin. Cũng như các lĩnh vực khác của đời sống xã hội hiện đại, công nghệ thông tin đã và đang làm đảo lộn toàn bộ lĩnh vực báo chí, từ phương pháp tiếp cận, các loại hình hoạt động, đến các công đoạn sáng tạo, các bình diện thể hiện của nó, đặc biệt là từ sau thập kỷ 80 của thế kỷ XX khi Internet ra đời. Đó cũng là thời điểm máy điện toán đã vượt qua khỏi ranh giới của bộ máy xử lý thông tin như bộ não điện tử để trở thành đồng thời là một kỹ thuật truyền thông với sức mạnh ghê gớm. Sự đảo lộn ấy được hiểu theo nghĩa sự phát triển và bành trướng quyền lực của công nghệ thông tin đã tạo ra một khuôn khổ vừa như những điều kiện hiện thực, vừa như những sức ép liên tục và mạnh mẽ thúc đẩy sự vận động và những đổi thay trong lĩnh vực hoạt động báo chí. Một cách khách quan và đương nhiên, báo chí phải chấp nhận cả

* Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, số 6, tháng (11+12)/2004.

hai mặt: tiếp nhận các điều kiện để tăng cường sức mạnh của mình và tự điều chỉnh để vượt qua sức ép và thích ứng với những khuôn khổ, hoàn cảnh mới.

1. Trước hết, công nghệ thông tin đã và đang thay đổi tập quán giao tiếp của xã hội. Trong xã hội cổ đại - con người giao tiếp với nhau trực tiếp. Từ những giao tiếp đương đại cho đến sự giao tiếp thế hệ đều được thực hiện chủ yếu bằng ngôn ngữ, lời nói. Để khắc phục những hạn chế về không gian, thời gian và dung lượng thông tin nhỏ của phương thức này, con người luôn tìm tòi, cải tiến các phương tiện, công cụ giao tiếp mới như chữ viết, thuật hùng biện, sách nhân bản thủ công. Đến thời kỳ cách mạng công nghiệp - các phương tiện thông tin đại chúng lần lượt ra đời. Cùng với nó là những cải thiện to lớn về điều kiện sống, giao thông, các kỹ thuật hiện đại khác đã không chỉ làm cho thế giới gần gũi lại mà còn tạo ra những nhân tố có tầm quan trọng to lớn trong sự phát triển của xã hội. Có thể nói, sự ra đời của mỗi công cụ, phương tiện giao tiếp như chữ viết, thuật hùng biện, sách, báo in, phát thanh, truyền hình... đều có vai trò như một cuộc cách mạng, đánh dấu một bước nhảy vọt trong tiến trình phát triển hoạt động gián tiếp của xã hội loài người. Cùng với cách tiếp cận ấy, sự ra đời, phát triển của công nghệ thông tin đang là một cuộc cách mạng lớn nhất, triệt để nhất, tạo ra sự vận động đột biến nhảy vọt nhanh nhất trong lịch sử văn minh của chúng ta.

Nếu xã hội là kết quả của sự liên kết nhiều chiều của con người thì giao tiếp là yếu tố đầu tiên, quyết định nhất của sự liên kết đó. Công nghệ thông tin ra đời không chỉ thay đổi phương thức, tập quán giao tiếp mà còn khắc phục những khoảng cách không gian, thời gian của giao tiếp, mở ra chiều rộng và chiều sâu lý tưởng cho các mối quan hệ liên kết của

con người. Và vì thế, chắc chắn công nghệ thông tin sẽ tác động mạnh mẽ vào các mối quan hệ của xã hội, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của xã hội. Về một khía cạnh nào đó như Alvin Toffler đã dự báo, công nghệ thông tin đã mở ra một làn sóng mới - kỷ nguyên mới của nhân loại.

2. Như đã nói ở trên, công nghệ thông tin phát triển tạo ra khả năng thu hút công chúng của Internet cũng rất lớn và càng ngày càng bành trướng. Vì thế sự sụt giảm số bản in đến mức báo động dẫn đến khủng hoảng của báo in ở các nước phát triển là sự thật nhỡn tiền, không trước thì sau cũng xảy ra. Trường hợp khủng hoảng báo in Pháp hiện nay không nằm ngoài chiều hướng chung này. (Theo AFP, các tờ báo lớn của Pháp đang lâm vào cuộc khủng hoảng nghiêm trọng. Lượng phát hành của các báo này đều sụt giảm như *Le monde* giảm 10,5%, *Liberation* giảm 6,6%... Điều này dẫn đến tình trạng sụt giảm nguồn thu và buộc các báo phải sa thải nhân viên. Nguyên nhân của tình trạng này chủ yếu là do sự xuất hiện và cạnh tranh mạnh mẽ của Internet).

Sức ép tiếp theo từ Internet là tính chất nhanh, động, phong phú đến ồ ạt của dòng thông tin trên đó đã buộc báo chí phải thay đổi mô hình thông tin của mình. Kiểu cung ứng thông tin độc đoán theo cái mình có, theo cái mình muốn đã thành xưa cũ, không thể tiếp tục. Muốn tồn tại, báo chí cũ buộc phải mang đến cho công chúng cái gì họ muốn và không trùng lặp với lượng thông tin mà Internet đã truyền đi. Đó là một thách thức không nhỏ và buộc nhà báo phải thay đổi nhanh chóng về phương pháp khai thác, xử lý cũng như tính chất mô hình thông tin phát đi trên các sản phẩm báo chí.

3. Ở Việt Nam, nền báo chí truyền thống cũng đang và sẽ tiếp nhận những điều kiện tích cực thuận lợi, cũng như đối

mặt với những sức ép và khuôn khổ do công nghệ thông tin mang lại. Chỉ có điều, mọi chuyện sẽ chậm hơn so với các nước công nghiệp phát triển trên thế giới.

Về phương tiện kỹ thuật, các loại hình phát triển thông tin báo chí Việt Nam đang gần như ở giai đoạn đầu của cuộc cách mạng số hóa (nhìn một cách tổng thể). Các loại phương tiện cũ vẫn còn được dùng trong tác nghiệp báo chí, thậm chí được dùng khá phổ biến ở một số cơ quan báo chí đơn lẻ. Việc ứng dụng công nghệ thông tin, hiện đại hóa các phương tiện kỹ thuật nghiệp vụ báo chí đòi hỏi không ít tiền của cũng như yêu cầu việc đồng loạt đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, chuyển giao công nghệ.

Có thể các tờ báo Việt Nam chưa phải đối mặt với cuộc cạnh tranh mạnh mẽ của Internet do hình thức truyền thông này chưa đạt đến độ phát triển cao ở trong nước. Tuy nhiên, không khó gì để nhận biết nguy cơ này khi Internet Việt Nam đang tăng trưởng với tốc độ ngựa phi. Nếu năm 1997, trang web đầu tiên của Việt Nam mới chính thức xuất hiện trên mạng Internet, thì chưa đầy 7 năm sau, tính đến ngày 30/8/2004 Việt Nam đã có 1.472.111 thuê bao với 5.437.208 người sử dụng Internet (chiếm khoảng 6,75% dân số, hơi nhỉnh hơn tỷ lệ trung bình của châu Á - 6,39%).

Mặt khác, tính chất trực tuyến của thông tin trên mạng Internet đang thúc đẩy các phương tiện báo chí truyền thông phải sớm thích ứng nếu muốn tồn tại thực sự trong tầm chấp nhận của công chúng.

Những người dùng Internet ở Việt Nam đang quen dần việc tiếp xúc trực tiếp các nguồn tin trên mạng. Ví dụ, tuyển sinh đại học, cao đẳng chẳng hạn, một sự kiện diễn ra hàng năm và thu hút sự quan tâm đặc biệt của cả xã hội. Những người

dùng Internet đã có thể theo dõi diễn biến và tiếp cận trực tiếp kết quả thi của từng trường đại học, cao đẳng được phổ biến trên mạng. Trong trường hợp này, liệu có cần vai trò trung gian truyền tin của báo chí truyền thông? Nếu cần thì thế nào? Đó là câu hỏi mà các tờ báo đã phải tính đến ngay từ bây giờ.

Chưa kể trên phạm vi xã hội, những thông tin trực tuyến tiêu cực bất lợi hoàn toàn có thể tạo ra dư luận phức tạp, gây ra những rắc rối, nan giải cho xã hội về mặt đạo đức cũng như giáo dục, chính trị, văn hóa.

Cho dù có những sức ép, những điều rắc rối thì phát triển Internet vẫn như một vấn đề có tính quy luật và đang là điều kiện của sự phát triển xã hội, hội nhập quốc tế. Báo chí truyền thống buộc phải chấp nhận cuộc chơi này dù muốn hay không. Có điều đây là cuộc sống chung mà mỗi báo phải chọn ra ưu thế nổi trội nào đó của mình làm đảm bảo cho sự tồn tại và phát triển. Mặt khác, trên phạm vi vĩ mô, việc lường trước được những sức ép mà báo chí truyền thống sẽ gặp phải khi công nghệ thông tin phát triển mạnh mẽ cũng là một đòi hỏi, một điều kiện để hoạch định chính sách hợp lý và tìm ra con đường phát triển đúng đắn cho hệ thống báo chí của đất nước.

8

PHÁT TRIỂN BÁO CHÍ TRƯỚC NHỮNG YÊU CẦU MỚI CỦA ĐẤT NƯỚC*

Sau gần 20 năm thực hiện đường lối đổi mới của Đảng, thế và lực của đất nước ta đã lớn mạnh lên nhiều. Song trong bối cảnh quốc tế phức tạp, sự chống phá của các thế lực thù địch tiếp tục gay gắt, nhiệm vụ xây dựng và phát triển đất nước trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa và hiện đại hóa cũng gặp rất nhiều khó khăn và không ít thử thách. Tình hình đó tạo ra cho báo chí những vận hội lớn và cũng đặt ra cho báo chí những trách nhiệm nặng nề.

1. Công cuộc xây dựng, phát triển đất nước theo đường lối đổi mới của Đảng trong những năm qua đã mang lại sự cải thiện rõ rệt về đời sống tinh thần và vật chất của nhân dân. Trong điều kiện của một quốc gia chậm phát triển, khó có nước nào đạt được những thành tích to lớn, đầy ấn tượng về giáo dục, về dân số, về xóa đói, giảm nghèo, v.v. như nước ta. Nền kinh tế đất nước đã vượt qua thời kỳ suy giảm, thực sự khởi sắc với tốc độ tăng trưởng ổn định, cao và toàn diện; nguồn vốn đầu tư nước ngoài và trong nước ngày càng lớn, hạ tầng kinh tế - kỹ thuật được cải thiện không ngừng; trong đó có những lĩnh vực đã theo kịp với sự phát triển chung của khu vực.

* Tạp chí Cộng sản, số 738 (15), tháng 8/2005.

Cùng với sự phát triển kinh tế, đời sống chính trị - xã hội trong nước ổn định, an ninh - quốc phòng được bảo đảm, môi trường hòa bình được giữ vững, uy tín và vị thế của đất nước trong khu vực và trên trường quốc tế cũng ngày càng tăng lên. Trên cơ sở chính sách đối ngoại độc lập, tự chủ, đa phương hóa, đa dạng hóa các mối quan hệ, chúng ta cũng từng bước thực hiện hội nhập quốc tế, mở rộng quan hệ giao lưu, hợp tác với các quốc gia, các khu vực, tranh thủ tiếp cận những thành tựu kỹ thuật công nghệ hiện đại, chia sẻ những kinh nghiệm tốt, tăng cường hiểu biết lẫn nhau...

Trong sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước theo mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ và văn minh, Đảng và Nhà nước ta đánh giá cao vai trò, vị trí, tầm quan trọng của báo chí, coi báo chí không chỉ là hệ thống thông tin xã hội, các sản phẩm văn hóa thông thường, mà quan trọng hơn là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước với nhân dân, là đội quân hàng đầu trên mặt trận công tác tư tưởng, văn hóa, là công cụ tổ chức, giám sát, quản lý xã hội, nâng cao đời sống tinh thần cho nhân dân. Đảng và Nhà nước ta cũng tạo ra những điều kiện thuận lợi, từng bước hoạch định chính sách, chiến lược phát triển, hoàn chỉnh hệ thống pháp luật và hệ thống các văn bản dưới luật, tăng cường đầu tư các nguồn lực cho sự mở rộng và nâng cao năng lực chuyên môn của toàn bộ hệ thống báo chí.

Sự phát triển của đất nước và chính sách của Đảng, Nhà nước về báo chí tạo cơ hội tốt cho sự phát triển báo chí. Đời sống tinh thần, vật chất của xã hội nâng lên dẫn đến nhu cầu về thông tin báo chí, khả năng mua sắm các trang thiết bị kỹ thuật tiếp nhận thông tin báo chí của nhân dân cũng tăng lên. Báo chí ngày càng có điều kiện thuận lợi để mở rộng quy mô

ảnh hưởng, tăng cường tính chất phong phú đa dạng về thông tin, đáp ứng tích cực hơn nhu cầu thông tin báo chí của nhân dân, phục vụ có hiệu quả hơn việc thực hiện các nhiệm vụ chính trị trong thời kỳ mới.

Mặt khác, với sự phát triển ngày càng hoàn thiện và hiện đại hệ thống hạ tầng kỹ thuật, điều kiện hoạt động của báo chí cũng được cải thiện, ngày càng thuận lợi, hiệu quả hơn từ khâu thông tin liên lạc, khai thác, tích lũy tư liệu, đến các khâu sản xuất, phát hành, đánh giá hiệu quả các sản phẩm thông tin báo chí.

2. Trên thế giới, cuộc cách mạng khoa học - công nghệ và quá trình toàn cầu hóa đang tạo ra những thay đổi to lớn về mọi mặt, đảo lộn nếp sống cũ, tạo nên những biến đổi có tính cách mạng trong phương pháp, kỹ năng hoạt động nghề nghiệp của những người làm báo cũng như cả hệ thống báo chí.

Từ một phương tiện truyền thông đặc thù, ảnh hưởng trong phạm vi của các đô thị, trong từng quốc gia riêng rẽ, báo chí đã trở thành một phần tất yếu của xã hội loài người hiện đại, một hệ thống các loại hình phương tiện truyền thông có sức mạnh to lớn, chi phối và làm thay đổi hành vi sống của cả nhân loại: Cùng với báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử ra đời, hình thành một hệ thống cung cấp thông tin và các dịch vụ đa dạng, mở ra nhiều phương thức giao tiếp xã hội khác nhau của con người.

Ở nước ta, chỉ trong vòng chục năm gần đây, hầu hết các chỉ số báo chí đã tăng lên không dưới 2 lần. Từ con số không đã có gần 7% dân cư sử dụng Internet. Từ vài ba kênh phát sóng truyền hình, đến nay, cư dân các đô thị lớn nước ta đã có thể tiếp nhận vài chục kênh truyền hình trong nước và nước ngoài. Tin tức từ các sự kiện thời sự trên thế giới được cập nhật

nhANH chóng, thậm chí theo kịp với hệ thống truyền thông các quốc gia phát triển phương Tây.

Sự phát triển bùng nổ của báo chí truyền thông ở những thập niên cuối thế kỷ XX cũng gắn liền với quá trình toàn cầu hóa ngày càng mạnh mẽ của lĩnh vực này. Một dòng thác thông tin tràn ngập trên phạm vi toàn cầu qua các phương tiện như cáp quang, vệ tinh, mạng Internet và các phương tiện kết nối không dây, tạo thành hệ thống xa lộ thông tin ảo khổng lồ. Với dòng thác thông tin hiện nay, hàng rào cứng giữa các quốc gia đã dần dần mất khả năng ngăn cản, chọn lọc theo cả hai chiều: ra và vào. Thực tế đang nhanh chóng dẫn đến việc chỉ còn lại hàng rào mềm - ý thức chính trị, tình cảm, tâm lý và những thói quen còn có khả năng cảnh giác, lựa chọn trong dòng lũ xô bồ thông tin hằng ngày. Trong điều kiện ấy, tất cả các quốc gia, các dân tộc đều được hưởng lợi. Người ta có khả năng tiếp nhận nhanh chóng và tự do các kinh nghiệm, các tiến bộ kỹ thuật công nghệ, các loại hình dịch vụ hiện đại. Người ta có thể mở rộng tầm hiểu biết, giao lưu, học hỏi, tự làm giàu mình với các giá trị văn hóa của nhân loại. Tuy nhiên, cùng với các thông tin tích cực thì những rác rưởi, độc hại cũng cuốn theo dòng thác thông tin, tràn vào tất cả các quốc gia, gõ cửa từng gia đình. Đó là những sex, bạo lực, là những trò chơi phi giáo dục đối với trẻ em, đó là những âm nhạc, những hành vi giao tiếp, phép ứng xử, lối sống, những giá trị xa lạ với nền văn hóa bản sắc dân tộc, đó cũng còn là những thông tin xuyên tạc, phá hoại về chính trị, về kinh tế, văn hóa, xã hội v.v..

Báo chí càng phát triển thì vai trò của nó đối với xã hội cũng ngày càng to lớn hơn, quan trọng hơn. Nó càng thực sự trở thành động lực mạnh mẽ cho sự phát triển xã hội. Tuy nhiên, dòng thông tin báo chí càng phát triển mạnh mẽ, ồ ạt,

phức tạp và tác động của nó vào xã hội càng nhiều, càng mở rộng cũng sẽ dẫn tới một hệ quả tất yếu là môi trường sống xã hội của con người cũng trở nên phức tạp hơn, mất an toàn hơn. Trong điều kiện ấy, người ta không thể tránh khỏi những hệ lụy do báo chí hiện đại mang lại mà buộc phải tìm ra những khả năng, giải pháp tương ứng, hợp lý để quản lý và ứng xử với báo chí nhằm phát huy những yếu tố tích cực, hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực của nó.

Đối với nhà báo và các cơ quan báo chí, tiến bộ kỹ thuật công nghệ cùng môi trường thông tin hiện đại vừa là cơ hội tuyệt vời để phát huy tài năng và hành nghề, vừa dẫn tới những sức ép, sự phiền toái không nhỏ. Nguồn tin tràn ngập, việc khai thác và truyền thông tin thuận lợi, việc giao tiếp với các nguồn tin trở nên dễ dàng do giao thông và liên lạc viễn thông thuận lợi, v.v. giúp các nhà báo có điều kiện làm việc dễ dàng, nhưng cũng có thể đẩy họ vào hoàn cảnh khó khăn tìm ra sự lựa chọn đúng đắn và sự cạnh tranh thông tin khắc nghiệt. Các phương tiện kỹ thuật hiện đại mang lại hiệu quả tuyệt vời trong hành nghề, trong giao tiếp và trong sản xuất, quảng bá các sản phẩm báo chí, đồng thời cũng đẩy các nhà báo, đặc biệt là những người lớn tuổi vào thế khó khăn khi phải liên tục học tập để có khả năng sử dụng các phương tiện kỹ thuật mới, đẩy các cơ quan báo chí vào cuộc chạy đua thay đổi công nghệ, phương tiện kỹ thuật. Do việc tiếp cận nguồn thông tin trực tiếp trên mạng Internet ngày càng trở nên phổ biến, nhanh chóng, thuận lợi và đáng tin cậy hơn nên các loại hình báo chí cổ điển cũng ngày càng bị cạnh tranh, chia sẻ về công chúng. Muốn tồn tại, các cơ quan báo chí buộc phải thay đổi sách lược, tăng cường khả năng tiếp cận, chiếm lĩnh những nguồn thông tin mới và đắt, thay đổi phương pháp đưa tin theo hướng thỏa mãn

những nhu cầu của công chúng mà phương pháp thông tin trực tuyến không thể đáp ứng. Đó là chưa kể những khó khăn trong bảo vệ bản quyền tác giả, trong mớ rắc rối những cám dỗ của môi trường kinh tế thị trường, v.v..

3. Công cuộc xây dựng, phát triển đất nước ta đang trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Dưới sự lãnh đạo của Đảng và đường lối đổi mới, chúng ta đã thu được những thành tựu to lớn, đầy ấn tượng, tuy nhiên, những khó khăn, thử thách cũng không nhỏ. Những nguy cơ mà Đảng đã chỉ ra vẫn chưa thể khắc phục hoàn toàn, thậm chí có vấn đề còn phức tạp hơn. Việc tụt hậu về kinh tế so với các nước trong khu vực và trên thế giới vẫn là một nguy cơ lớn. Nước ta vẫn trong tình trạng của một nước kém phát triển. Nạn tham nhũng, lãng phí và một số hiện tượng tiêu cực trong xã hội vẫn còn nhức nhối, chưa thể giải quyết trong ngày một, ngày hai. Môi trường chính trị quốc tế cũng diễn biến vô cùng phức tạp. Phong trào cộng sản và công nhân quốc tế ở vào thế không thuận lợi, trong khi cuộc đấu tranh về tư tưởng còn phức tạp, khó khăn. Kẻ thù và các thế lực phản động chống phá chủ nghĩa xã hội vẫn lợi dụng các điều kiện có thể, nhất là thông qua báo chí, truyền thông để thúc đẩy thực hiện âm mưu diễn biến hòa bình. Những thông tin chống phá cách mạng, xuyên tạc, bôi nhọ chế độ, nói xấu lãnh tụ, xuyên tạc đường lối của Đảng và chính sách của Nhà nước, nhất là các vấn đề liên quan đến tự do báo chí và tự do tôn giáo vẫn hằng ngày, hằng giờ tác động vào xã hội nước ta.

Công cuộc xây dựng, phát triển đất nước trong thời kỳ mới đang đặt ra những yêu cầu đòi hỏi ngày càng rộng lớn, nặng nề hơn đối với báo chí. Nghị quyết Đại hội lần thứ IX của Đảng đã khẳng định: “Báo chí, xuất bản... làm tốt chức

năng tuyên truyền thực hiện đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước; phát hiện những nhân tố mới, cái hay, cái đẹp trong xã hội, giới thiệu gương người tốt việc tốt, những điển hình tiên tiến, phê phán các hiện tượng tiêu cực, uốn nắn những nhận thức lệch lạc, đấu tranh với những quan điểm sai trái; coi trọng nâng cao tính chân thật, tính giáo dục và tính chiến đấu của thông tin... Khắc phục khuynh hướng “thương mại hóa” trong hoạt động báo chí, xuất bản. Nâng cao bản lĩnh chính trị, tư tưởng, ý thức trách nhiệm, trình độ văn hóa và nghề nghiệp, phẩm chất đạo đức của đội ngũ báo chí, xuất bản”¹.

Chỉ thị số 22-CT/TW ngày 17/10/1997 của Bộ Chính trị về tiếp tục đổi mới, tăng cường sự lãnh đạo, quản lý công tác báo chí, xuất bản nhấn mạnh ba quan điểm và định hướng lớn:

- Báo chí, xuất bản đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước và hoạt động trong khuôn khổ của pháp luật, là tiếng nói của Đảng, của Nhà nước, của các tổ chức chính trị - xã hội và là diễn đàn của nhân dân, luôn luôn đi đầu trong bảo vệ chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối của Đảng và chính sách của Nhà nước.

- Phải đảm bảo tính tư tưởng, tính chân thật, tính nhân dân, tính chiến đấu và tính đa dạng, có trách nhiệm hình thành dư luận xã hội lành mạnh góp phần tăng cường sự đoàn kết - nhất trí về tư tưởng, chính trị và tinh thần cho nhân dân.

- Tiếp tục phát triển sự nghiệp báo chí, xuất bản đi đôi với quản lý tốt. Không ngừng nâng cao chất lượng chính trị, văn hóa, khoa học, công nghệ, nghề nghiệp, từng bước hiện đại hóa.

1. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX*, Nxb. Chính trị quốc gia, Sự thật, Hà Nội, 2001, tr.116.

Những yêu cầu và quan điểm chỉ đạo đó còn nguyên tính thời sự và việc quán triệt, thực hiện những yêu cầu, quan điểm đó vừa là thể hiện trách nhiệm chính trị xã hội của báo chí trước Đảng, nhân dân và dân tộc, vừa là điều kiện cho báo chí nước ta tiếp tục phát triển, đóng góp tích cực vào sự nghiệp xây dựng, phát triển đất nước.

4. Để báo chí có thể phát huy vai trò, sức mạnh to lớn của mình, thực hiện tốt các nhiệm vụ và yêu cầu của Đảng trong điều kiện mới, góp phần tích cực vào công cuộc đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, những vấn đề gì đang được đặt ra đối với báo chí?

Trước hết, có thể nói, việc *tiếp tục phát triển hệ thống báo chí là một yêu cầu khách quan đương nhiên*. Chừng nào xã hội còn phát triển, đời sống nhân dân được cải thiện thì nhu cầu thông tin báo chí vẫn còn tăng lên. Trên thực tế, các chỉ số tiêu dùng báo chí của nước ta còn rất thấp so với các nước phát triển. Trong khi đó sự phát triển báo chí lại chưa đều, phần lớn tập trung vào các đô thị, khu vực đông dân cư. Trang bị kỹ thuật hành nghề và sản xuất báo chí cũng như năng lực tác nghiệp nói chung của chúng ta còn thua kém so với khu vực và thế giới. Chính vì thế, rõ ràng nền báo chí của ta cần được phát triển, mở rộng quy mô ảnh hưởng, đa dạng hóa để đáp ứng các nhu cầu thông tin phong phú, ngày càng mở rộng của nhân dân.

Việc phát triển báo chí bao gồm cả quy mô và chất lượng, trong đó chất lượng cần phải được quan tâm đặc biệt. Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX, Chỉ thị số 08-CT/TW ngày 31/3/1992 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo và quản lý nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác báo chí, xuất bản và Chỉ thị số 22-CT/TW ngày 17/10/1997 của

Bộ Chính trị về tiếp tục đổi mới, tăng cường lãnh đạo, quản lý công tác báo chí, xuất bản đều nhấn mạnh, coi trọng yêu cầu chất lượng của báo chí. Nói đến chất lượng báo chí là nói đến một hệ thống báo chí cân đối, phân bổ hợp lý về loại hình và khu vực, có khả năng đáp ứng tốt nhu cầu thông tin phong phú của xã hội, đóng góp tích cực nhất cho sự phát triển của mỗi người dân cũng như của cả đất nước.

Chất lượng báo chí cũng thể hiện ở tính chiến đấu cao của nó, sự sắc sảo trong vạch mặt chống lại những âm mưu thù địch của kẻ thù, dũng cảm và công bằng trong đấu tranh chống các hiện tượng tiêu cực trong nội bộ xã hội. Đương nhiên, nền báo chí chất lượng cũng là nền báo chí được bảo đảm bằng các phương tiện kỹ thuật, công nghệ hiện đại, hệ thống dịch vụ thuận lợi cho việc hành nghề của người làm báo. Nền báo chí chất lượng cũng là nền báo chí có khả năng phản ánh trung thực, kịp thời tiếng nói của nhân dân, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho nhân dân có thể phát biểu ý kiến, tâm tư, nguyện vọng chính đáng của mình.

Vấn đề phát triển không tách rời yêu cầu quản lý báo chí. Nghị quyết Đại hội VIII, Đại hội IX của Đảng đều đặt ra yêu cầu phát triển đi đôi với quản lý báo chí. Quản lý báo chí cách mạng, trước hết là thể hiện vai trò lãnh đạo của Đảng đối với báo chí - một nguyên tắc bất di bất dịch bảo đảm cho sự phát triển hợp lý, sự hoạt động hiệu quả, tích cực của báo chí. Từ phương diện cụ thể, quản lý bao gồm hệ thống tổ chức, quản lý, bộ máy nhân sự, cơ chế hoạt động và một hành lang pháp lý đầy đủ, bảo đảm cho hệ thống báo chí vận hành thuận lợi. Việc quản lý báo chí chỉ có thể hiệu quả khi cả hai mặt trên được hoàn thiện hợp lý trong mối quan hệ hữu cơ. Có thể nói, vấn đề cấp thiết hiện nay là cần củng cố, tăng cường bộ máy quản lý

báo chí thống nhất từ Trung ương đến các địa phương, hoàn chỉnh hệ thống văn bản luật và dưới luật để có thể điều chỉnh kịp thời những khía cạnh mới nảy sinh trong báo chí hiện đại, tăng cường tính nghiêm minh trong kiểm tra, đánh giá và xử lý các vụ việc.

Vấn đề có ý nghĩa quyết định, chi phối chất lượng, hiệu quả và yêu cầu quản lý báo chí chính là vấn đề cán bộ, bao gồm từ khâu đào tạo, bồi dưỡng đến bố trí, sử dụng; yêu cầu, đòi hỏi đối với cán bộ báo chí hiện nay ngày càng cao. Người làm báo cách mạng ngày nay phải trung thành với chế độ, với dân tộc, có hệ thống tri thức văn hóa rộng, có khả năng thích ứng với công nghệ tiên tiến và sự năng động trong phương pháp hoạt động nghề nghiệp. Muốn có mẫu cán bộ báo chí như thế, rõ ràng là phải có sự đầu tư mạnh hơn nữa trong công tác đào tạo, bồi dưỡng. Phải có chính sách bồi dưỡng, đào tạo lại và có cơ chế kiểm tra, đánh giá để sử dụng đúng cán bộ cũng như giúp cán bộ thích ứng kịp với những đổi mới trong hoạt động nghề nghiệp.

Nền báo chí cách mạng nước ta đã ra đời, phát triển và góp phần xứng đáng vào những biến cố dữ dội, những thay đổi sâu sắc, những thành tựu to lớn của đất nước trong đấu tranh cách mạng và xây dựng chủ nghĩa xã hội. Kế thừa bản chất tốt đẹp và những truyền thống vẻ vang, nhận thức rõ những điều kiện trong nước và quốc tế cũng như trách nhiệm nặng nề trước Đảng, chế độ và nhân dân là cơ sở cho việc tiếp tục phát triển nền báo chí một cách toàn diện, đóng góp tích cực nhất vào công cuộc đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, xây dựng và phát triển đất nước, thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ và văn minh.

9

NHỮNG BÀI HỌC CỦA MỘT NỀN BÁO CHÍ CHIẾN ĐẤU*

Trong suốt 80 năm qua, lịch sử báo chí cách mạng là một bộ phận cấu thành hữu cơ của lịch sử dân tộc, của công cuộc cách mạng giải phóng và xây dựng đất nước theo con đường xã hội chủ nghĩa. Báo chí đã thực sự giữ vai trò là người tuyên truyền, cổ động, người tổ chức tập thể, một trong những động lực của phong trào cách mạng, đội quân tiên phong trên mặt trận tư tưởng - văn hóa của Đảng. Hơn 400 nhà báo - chiến sĩ đã ngã xuống trong các cuộc chiến tranh, chưa kể những người cộng sản đồng thời là những nhà báo của Đảng đã bị đế quốc thực dân sát hại trong nhà tù, trên bãi bắn. Từ lịch sử của nền báo chí ấy, có thể đúc kết và minh chứng những bài học kinh nghiệm sâu sắc.

1. Nhận thức đầy đủ, đúng đắn vai trò, vị trí, tầm quan trọng và sự cần thiết của báo chí trong sự nghiệp cách mạng là bài học đầu tiên, có ý nghĩa như là điều kiện cho việc xây dựng, sử dụng và phát huy sức mạnh của báo chí để giải quyết các nhiệm vụ chính trị. Chính trên cơ sở nhận thức ấy mà Bác Hồ đã suốt đời gắn bó với báo chí, đã viết báo *Người cùng khổ*,

* Tạp chí Cộng sản điện tử, số 85-2005.

sáng lập ra báo *Thanh niên, Công nông, Lính cách mệnh, Đồng thanh, Thân ái* và sau này là báo *Việt Nam độc lập*. Sau thắng lợi của Cách mạng Tháng Tám năm 1945, Người trực tiếp chỉ thị và chỉ đạo việc thành lập *Thông tấn xã Việt Nam, Đài Phát thanh Tiếng nói Việt Nam*. Mặc dù trong điều kiện công việc vô cùng bận rộn, Người vẫn quan tâm, theo dõi chặt chẽ tình hình báo chí và thường xuyên viết bài cho các báo.

Đối với Đảng ta, ngay từ trong những nghị quyết đầu tiên khi mới thành lập, Đảng đã dành sự quan tâm lớn cho báo chí. “Án nghị quyết của Trung ương toàn thể Đại hội nói về tình hình hiện tại ở Đông Dương và nhiệm vụ cần kíp của Đảng”, tháng 10/1930 đã nhấn mạnh việc Đảng phải mở rộng tuyên truyền, cổ động, ra báo, sách, truyền đơn... để làm cho “quần chúng biết mục đích của Đảng và ý kiến của Đảng đối với các việc quan trọng xảy ra”¹. Từ nhận thức đúng về tầm quan trọng và sự cần thiết của báo chí mà trong thời kỳ đấu tranh giành độc lập, giải phóng dân tộc, hầu hết các đồng chí lãnh đạo và cán bộ chủ chốt của ta đều đã tham gia trực tiếp làm báo hay tổ chức, lãnh đạo các tờ báo của Đảng. Suốt trong tiến trình cách mạng sau này, Đảng và Nhà nước đều nhất quán đánh giá cao vai trò, vị trí quan trọng của báo, coi báo chí là lực lượng tiên phong trên mặt trận tư tưởng văn hóa, là vũ khí tổ chức của Đảng, là trường học rộng lớn để nâng cao dân trí của nhân dân, là cầu nối giữa Đảng với dân.

2. Trên cơ sở nhận thức đầy đủ, đúng đắn về vai trò, vị trí, tầm quan trọng của báo chí mà *khẳng định và không ngừng tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với báo chí* là một bài học hàng đầu của báo chí cách mạng Việt Nam. Chính từ thực tiễn

1. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đảng toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2005, t.2, tr.116.

lịch sử đấu tranh cách mạng cho thấy sự lãnh đạo của Đảng đối với báo chí có ý nghĩa như một trong những đảm bảo cho sự thắng lợi trên mặt trận tư tưởng - văn hóa. Mặt khác, đảm bảo sự lãnh đạo đối với báo chí là Đảng đã nắm lấy và sử dụng một công cụ vô cùng mạnh mẽ, đã tổ chức và vận động phong trào cách mạng để xây dựng lực lượng, giáo dục, định hướng quần chúng vào mục tiêu chính của cách mạng.

Nếu trong chiến tranh cách mạng, việc lãnh đạo báo chí đã khó khăn thì trong hòa bình xây dựng, vấn đề còn phức tạp hơn nữa. Xử lý mối quan hệ lãnh đạo đối với báo chí là một nghệ thuật, đòi hỏi Đảng không chỉ áp dụng những biện pháp đã có, mà còn phải luôn tự đổi mới mình về nhận thức, đổi mới về phương pháp, cách thức, vừa mở ra hướng phát triển hiện đại, vừa đảm bảo định hướng chính trị - tư tưởng và phát huy mạnh mẽ vai trò của báo chí trong việc tham gia giải quyết các nhiệm vụ chính trị của cách mạng.

3. Kiên định lập trường chính trị, trung thành với lý tưởng cách mạng, ý thức đầy đủ về trách nhiệm chính trị - xã hội vừa là bài học thành công, vừa là điều kiện cho sự trưởng thành, phát triển và phát huy vai trò của báo chí cách mạng trong đấu tranh cách mạng. Yêu cầu về sự kiên định lập trường chính trị xuất phát từ bản chất của hoạt động báo chí, một loại hình hoạt động chính trị - xã hội. Báo chí bao giờ cũng có tính giai cấp, phản ánh lợi ích và bảo vệ cho lợi ích của những giai cấp, những lực lượng chính trị - xã hội cụ thể. Trong xã hội còn phân chia giai cấp, còn có sự mâu thuẫn về lợi ích của những giai cấp, những lực lượng chính trị khác nhau thì không thể có một thứ báo chí khách quan, phi chính trị. Báo chí cách mạng là nền báo chí vô sản, đại diện cho lợi ích của giai cấp công nhân, nhân dân lao động, phù hợp với lợi ích chung của

dân tộc. Chính vì thế, nó phải thấm nhuần tư tưởng chính trị cách mạng xã hội chủ nghĩa, trung thành với con đường cách mạng mà Đảng Cộng sản và Bác Hồ cùng dân tộc ta đã lựa chọn. Trong bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ II, Hội Nhà báo Việt Nam, Chủ tịch Hồ Chí Minh nhấn mạnh: “Báo chí của ta thì cần phải phục vụ nhân dân lao động, phục vụ chủ nghĩa xã hội, phục vụ cho đấu tranh thực thống nhất nước nhà, cho hòa bình thế giới. Chính vì thế cho nên, tất cả những người làm báo (người viết, người in, người sửa bài, người phát hành, v.v.) phải có *lập trường chính trị vững chắc*. Chính trị phải làm chủ. Đường lối chính trị đúng thì những việc khác mới đúng được”¹.

Trong đấu tranh giải phóng dân tộc, báo chí cách mạng đã thể hiện lòng trung thành tuyệt đối với lý tưởng cách mạng, nhiều nhà báo sẵn sàng chấp nhận tù đầy và cả sự nguy hiểm, hy sinh để viết báo, tổ chức ra báo phục vụ cho các nhiệm vụ cách mạng. Trong hòa bình xây dựng, sự kiên định lập trường chính trị, lòng trung thành với chế độ, ý thức trách nhiệm chính trị - xã hội có ý nghĩa như hòn đá thử vàng đối với người làm báo. Nó là điều kiện để mỗi nhà báo sáng tạo, cống hiến cho đất nước, vượt qua những thử thách của những cám dỗ, những vụ lợi cá nhân. Sự sa ngã của một số người làm báo trước những hiện tượng tiêu cực gần đây có thể vừa là minh chứng, vừa là sự cảnh tỉnh cho những nhà báo chưa ý thức đầy đủ về thái độ, trách nhiệm chính trị - xã hội nặng nề của báo chí cách mạng.

4. Gần bó với nhân dân, bám sát thực tiễn cách mạng, lấy nhân dân làm mục đích phục vụ vừa là thể hiện tính chất

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.12, tr.166.

nhân dân của nền báo chí cách mạng, vừa là nguồn sáng tạo vô tận cho mỗi nhà báo, mỗi cơ quan báo chí. Chính hoạt động thực tế của nhân dân dưới sự lãnh đạo của Đảng đã tạo nên dòng chảy các sự kiện thời sự chủ lưu, có ý nghĩa quyết định đến nội dung báo chí cách mạng. Cũng chính nhân dân là đối tượng tiếp nhận thông tin báo chí. Mặt khác, phục vụ nhân dân, vì sự phát triển tiến bộ của nhân dân là mục đích cao cả của cách mạng xã hội chủ nghĩa cũng đồng thời là mục đích của báo chí cách mạng. Tại Đại hội lần thứ III của Hội Nhà báo Việt Nam, đồng chí Trường Chinh đã chỉ rõ: Ai thấm nhuần chủ nghĩa Mác - Lênin, thấu suốt đường lối, chính sách của Đảng, lại ở mũi nhọn của phong trào quần chúng, trái tim đập một nhịp với trái tim của hàng triệu quần chúng, thở hút được không khí hăng say và sôi nổi của phong trào quần chúng, thì người ấy nắm được những vấn đề trung tâm và nóng hổi của thời cuộc và bắt mạch được phong trào quần chúng một cách dễ dàng, do đó khi viết ra dễ xúc động được lòng người và bài báo dễ có sức truyền cảm mạnh mẽ. Xa phong trào quần chúng thì không thể viết hay được.

Trong chiến tranh giải phóng dân tộc, nhân dân là người che chở, bảo vệ báo chí cách mạng, đóng góp các sáng kiến và lực lượng cho sự phát triển của báo chí cách mạng. Trong hòa bình xây dựng, nhân dân không chỉ là nguồn tin chủ yếu mà còn là người thẩm định, định giá đối với báo chí qua thái độ tiếp nhận của mình. Vì thế, gắn bó với nhân dân, bám sát thực tiễn cách mạng phong phú, sinh động là điều kiện tồn tại, phát triển, là nguồn nhựa sống cho sáng tạo báo chí và cũng là sứ mệnh của báo chí cách mạng.

5. Báo chí cách mạng Việt Nam là một nền báo chí chiến đấu - chiến đấu chống kẻ thù giai cấp, kẻ thù xâm lược;

chiến đấu chống những âm mưu phá hoại của kẻ thù trên mặt trận tư tưởng - văn hóa - xã hội; chiến đấu chống lại những biểu hiện tiêu cực trong nội bộ. Tính chiến đấu của nền báo chí cách mạng Việt Nam trong lịch sử 80 năm qua cũng đồng thời thể hiện ở thái độ yêu quý, trân trọng, dám bảo vệ những giá trị tốt đẹp, những nhân tố tích cực cho dù còn mới mẻ, mới chỉ là những đường nét đơn sơ. Nếu cuộc chiến đấu chống kẻ thù giai cấp đòi hỏi sự quyết liệt, sắc sảo và cảnh giác thì cuộc chiến đấu chống những tiêu cực nội bộ lại đòi hỏi một thái độ không khoan nhượng, một phương pháp minh bạch, rõ ràng. Ngay cả việc bảo vệ những nhân tố tích cực, mới mẻ cũng đòi hỏi sự dũng cảm, trí tuệ và lòng trung thực.

Lịch sử 80 năm qua đã chứng minh rằng, tính chiến đấu cao vừa là yêu cầu, cũng là tính chất của nền báo chí cách mạng. Nó là điều kiện để báo chí có thể hoàn thành những nhiệm vụ chính trị được Đảng giao phó, đồng thời cũng là điều kiện để nhân dân tin yêu, đón nhận và góp phần xây dựng, phát triển báo chí cách mạng.

6. *Tuyên truyền các nhân tố tích cực, điển hình* là một phương pháp hiệu quả, một phương hướng quan trọng của báo chí cách mạng Việt Nam. Về bản chất, tuyên truyền nhân tố tích cực điển hình là việc phát hiện cái mới trong phong trào cách mạng để nuôi dưỡng, phát huy và gây dựng, mở rộng để tạo ra các phong trào vận động lớn, thúc đẩy việc thực hiện thắng lợi những nhiệm vụ chính trị. Đó cũng chính là cách thức tuyên truyền, hướng dẫn việc thực hiện các đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước thông qua việc xây dựng các mô hình điển hình. Các mô hình điển hình ấy sẽ trở thành các hình mẫu, tấm gương có sức thuyết phục, giúp các địa phương,

đơn vị khác học tập, ứng dụng để giải quyết các vấn đề của mình.

Những phong trào vận động rộng lớn, mang lại hiệu quả chính trị - xã hội to lớn trong lịch sử đấu tranh và xây dựng đất nước như: *Hũ gạo nuôi quân, Thi đua diệt dốt, Sóng Duyên Hải, Cờ Ba Nhất, Gió Đại Phong, Thanh niên ba sẵn sàng, Phụ nữ ba đảm đang, Chiếc gậy Trường Sơn, Khoán sản phẩm trong nông nghiệp*, v.v.. Những tấm gương trong lao động sản xuất và chiến đấu như: chiến sĩ thi đua nông nghiệp Hoàng Hanh, anh hùng Nguyễn Viết Xuân, Lê Mã Lương, Trần Hanh, v.v. đã thực sự có sức động viên, cổ vũ mạnh mẽ, góp phần tạo nên những thắng lợi to lớn của dân tộc. Báo chí đã góp phần phát hiện và tuyên truyền, mở rộng tầm vóc, ảnh hưởng xã hội của những sự việc, con người điển hình ấy, góp phần nhân những điển hình ấy thành phong trào cách mạng rộng lớn để thực hiện các nhiệm vụ chính trị của mỗi giai đoạn cách mạng. Đó thực sự là một hoạt động có hiệu quả xã hội lớn của báo chí.

7. Công tác cán bộ là khâu then chốt, quyết định định hướng chính trị, hiệu quả và chất lượng toàn diện của báo chí cách mạng. Bài học này trước hết xuất phát từ vị trí, vai trò quan trọng của báo chí trong đời sống xã hội hiện đại, từ tính chất của hoạt động báo chí chính là hoạt động chính trị - xã hội. Đảng ta đã nhiều lần khẳng định vai trò, vị trí vô cùng to lớn, quan trọng của báo chí. Trên cơ sở đánh giá ấy, những người làm báo được coi là chiến sĩ tiên phong trên mặt trận tư tưởng của Đảng, công tác cán bộ báo chí được Đảng rất quan tâm. Ngay từ khi báo *Thanh niên* mới ra đời, Bác Hồ đã chú ý đến việc rèn luyện, hướng dẫn nghiệp vụ làm báo cho các cán bộ trẻ. Nhiều đồng chí có trọng trách trong Đảng đều đã trực tiếp

làm báo, đã là người phụ trách, tổ chức hoạt động của những cơ quan báo chí cách mạng. Ngay trong kháng chiến chống thực dân Pháp khó khăn, ác liệt, năm 1949 - một lớp học viết báo mang tên Huỳnh Thúc Kháng đã được tổ chức ở chiến khu Việt Bắc.

Do tầm quan trọng của công tác cán bộ báo chí, Đảng ta trực tiếp lãnh đạo công tác này từ các khâu đào tạo, bồi dưỡng đến việc bố trí, sử dụng. Việc làm tốt công tác cán bộ là cơ sở quyết định, là khâu then chốt cho hiệu quả của việc lãnh đạo, quản lý báo chí, đảm bảo cho báo chí luôn trung thành với sự nghiệp chính trị, có định hướng tư tưởng đúng đắn, hướng dẫn được dư luận xã hội tích cực và trở thành động lực thực hiện các nhiệm vụ chính trị của Đảng và Nhà nước.

Việc tổng kết, đánh giá, đúc kết các bài học kinh nghiệm của lịch sử 80 năm báo chí cách mạng có ý nghĩa rất quan trọng. Nó sẽ trở thành cơ sở khoa học cho việc hoạch định chính sách phát triển báo chí trong giai đoạn mới, cơ sở cho việc xây dựng, hoàn thiện phương pháp quản lý, chỉ đạo, phát huy sức mạnh của báo chí trong đời sống xã hội hiện đại. Những bài học kinh nghiệm ấy cũng là cơ sở cho việc tổ chức đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ báo chí, những người sẽ kế tục xứng đáng các thế hệ nhà báo cha anh, xây dựng, phát triển nền báo chí cách mạng ngày càng lớn mạnh, hiện đại hơn, ngang tầm với những yêu cầu và nhiệm vụ của công cuộc xây dựng, phát triển đất nước trong giai đoạn mới.

10

MỘT SỐ VẤN ĐỀ

VỀ PHÁT TRIỂN BÁO CHÍ NƯỚC TA HIỆN NAY*

Do những tác động qua lại với các yếu tố kinh tế, xã hội trong và ngoài nước, cũng như những ảnh hưởng mạnh mẽ từ sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông trong môi trường toàn cầu hóa mà báo chí Việt Nam hiện nay đã có những biến đổi cả về lượng và chất, cả về nội dung thông tin và phương pháp hành xử, cả về tiềm lực được tích lũy cũng như khả năng tác động vào đời sống xã hội. Việc nhận thức một cách đầy đủ, thực chất sự phát triển cũng như những đặc điểm phát triển của nền báo chí hiện nay là một điều kiện đặc biệt quan trọng, cần thiết để dự đoán xu hướng vận động tiếp theo, hình thành những giải pháp, những phương tiện tác động, đặc biệt là tác động về mặt quản lý, nhằm phát huy tích cực nhất vai trò, sức mạnh của nền báo chí truyền thông đối với công cuộc xây dựng và phát triển đất nước.

1. Sự phát triển mạnh mẽ hệ thống báo chí theo khuynh hướng đa phương tiện

Sau 20 năm thực hiện chính sách đổi mới, nếu như nền

* *Tạp chí Cộng sản*, số 5/2007.

kinh tế Việt Nam đã có sự phát triển mạnh mẽ, đạt được những thành tựu to lớn, thì lĩnh vực báo chí truyền thông của đất nước cũng đã có những thay đổi chưa từng thấy. Hiện nay trong cả nước đã có tới 600 tờ báo in với 750 ấn phẩm, có đài phát thanh quốc gia, đài truyền hình quốc gia, tất cả các tỉnh, thành đều có đài phát thanh, đài truyền hình của tỉnh, thành và hơn 600 đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện. Ngoài ra còn có hơn 50 tờ báo điện tử và 250 trang tin điện tử.

Sự tăng trưởng của báo chí Việt Nam trong hơn 20 năm qua đã gắn bó chặt chẽ với *sự phát triển về loại hình*. Trước hết, phải kể đến sự phát triển phong phú các loại hình báo in. Ngoài các ấn phẩm định kỳ vốn có như: nhật báo, tuần báo, báo thưa kỳ, tạp chí, bản tin..., đã xuất hiện những tờ tạp chí (magazine) với nội dung thiên về giải trí và mục đích rõ ràng là tập trung thu hút quảng cáo. Điều ấy cũng có nghĩa là đã xuất hiện một loại sản phẩm báo chí có mục đích thương mại rõ ràng. Mặt khác, nếu vào thời điểm năm 1986, cả nước mới chỉ có 5 tờ nhật báo thì hiện nay, số lượng nhật báo đã lên đến trên 20 tờ. Một số tờ báo của ngành, đoàn thể ở Trung ương hay các thành phố lớn cũng đã ra báo hằng ngày.

Nổi bật nhất là *sự tăng trưởng với tốc độ lớn về số lượng người sử dụng Internet* và các tờ báo, trang thông tin trên mạng. Tính đến tháng 11/2006 đã có đến 13,7 triệu người sử dụng Internet, chiếm khoảng 16,5% dân số Việt Nam. Trong khi đó, con số này ở Thái Lan chỉ có 7,08 triệu người, tức là hơn 10% dân số. Số liệu tương tự năm 2003 của Việt Nam là 5,3 triệu người, 6,7% dân số¹. Tức là, ở Việt Nam trong 3 năm qua, số lượng người sử dụng Internet tăng bình quân 30-40% mỗi năm.

1. <http://asiatimes.com>, ngày 28/11/2006.

Nên nhớ rằng, việc chính thức đưa vào sử dụng Internet ở Việt Nam chỉ mới bắt đầu từ năm 1997.

Đồng thời với sự gia tăng của các sản phẩm báo chí là sự *phát triển đội ngũ người làm báo*, bao gồm các nhà báo và những người đảm nhiệm những công việc chuyên môn khác nhau trong toàn bộ quy trình làm ra và đưa các sản phẩm báo chí đến công chúng xã hội. Nếu năm 1991 có gần 7.000 nhà báo, thì hiện nay cả nước đã có hơn 15.000 nhà báo được phát thẻ. Tức là số lượng nhà báo chuyên nghiệp đã tăng gấp 2 lần trong vòng 15 năm. Đó là chưa kể hàng chục nghìn người đang làm việc tại hơn 600 đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện, ở các bản tin định kỳ ở các cơ quan, doanh nghiệp, hoặc làm những công việc dịch vụ, kỹ thuật trong các cơ quan báo chí bảo đảm cho quá trình tác nghiệp của các nhà báo, v.v..

Sự phát triển nhanh chóng Internet và các loại hình báo in tạo ra sức ép, làm cho người ta buộc phải tìm ra phương hướng phát triển thích hợp, nếu như muốn sản phẩm báo chí được công chúng tiếp nhận. Phương hướng ấy được thể hiện khá rõ ở sự đa dạng hóa về loại hình và phương tiện ở các cơ quan báo chí lớn. Hầu như tất cả các cơ quan báo chí đáng kể đều có website song hành với loại hình báo chí truyền thống. Một số tờ báo đơn nhất đã thực sự trở thành những cơ quan báo chí đa phương tiện với việc xuất bản đồng thời nhiều loại hình sản phẩm báo chí khác nhau như: nhật báo, tuần báo, nguyệt san, chuyên san, báo buổi chiều, báo mạng điện tử... Sự tồn tại đồng thời các loại hình sản phẩm báo chí truyền thông khác nhau cho phép các cơ quan báo chí có thể mở rộng phạm vi ảnh hưởng, tạo điều kiện cho các loại hình sản phẩm hỗ trợ lẫn nhau về mặt tài chính, quảng bá thương hiệu, cũng như tận dụng các khả năng khai thác thông tin, tư liệu.

2. Đa dạng hóa thông tin đồng thời với chuyên biệt hóa đối tượng

Sự phát triển để trở thành đa dạng hóa thông tin đồng thời với chuyên biệt hóa đối tượng tiếp nhận thông tin vừa là kết quả có tính logic của việc tăng nhanh số lượng, chủng loại sản phẩm báo chí truyền thông, vừa là hệ quả tất yếu của những tác động từ các yếu tố kinh tế, chính trị, xã hội và kỹ thuật - công nghệ trong quá trình thực hiện chính sách đổi mới ở Việt Nam.

Trước hết là *sự mở rộng mạnh mẽ các nguồn tin trong nước và ngoài nước*. Ở trong nước, trình độ dân trí nói chung được nâng cao hơn. Điều đó làm cho người dân quan tâm hơn đến báo chí, trở thành nguồn thông tin ngày càng rộng lớn, tích cực của báo chí. Mặt khác, những chính sách mở rộng và phát huy dân chủ đã thực sự tạo ra không khí cởi mở trong xã hội, tạo ra cho người dân ngày càng nhiều khả năng và điều kiện thực tế để tham gia nhiều hơn vào việc thảo luận, phát biểu ý kiến về các vấn đề chung của cộng đồng, của đất nước.

Sự ra đời của Luật Báo chí năm 1989 (có hiệu lực từ ngày 02/01/1990) và đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam “phát triển đi đôi với quản lý báo chí” đã tạo ra hành lang pháp lý cùng một không gian tự do rộng lớn cho sự phát triển mở rộng phạm vi và năng lực thông tin của hệ thống báo chí truyền thông quốc gia. Đến lượt nó, chính sự phát triển báo chí lại đặt ra yêu cầu, khuyến khích và thúc đẩy việc mở rộng nguồn thông tin - một điều kiện vô cùng quan trọng trong tác nghiệp của người làm báo.

Trên phạm vi quốc tế, sự mở rộng các quan hệ kinh tế, chính trị, ngoại giao nhà nước cũng như nhân dân kéo theo việc mở rộng khai thác, trao đổi thông tin báo chí dưới nhiều

hình thức khác nhau như: thông qua trao đổi tin tức thông tấn, mở thêm mạng lưới phóng viên thường trú nước ngoài, trao đổi các đoàn nhà báo đi tham quan, nghiên cứu, trao đổi các sản phẩm báo chí, các chương trình phát thanh, truyền hình, v.v..

Sự mở rộng *nguồn tin* tất yếu dẫn đến sự *đa dạng hóa thông tin* chuyển tải trên hệ thống báo chí. Trên các trang báo, tạp chí, trong các chương trình phát thanh, truyền hình, các trang thông tin điện tử, lượng thông tin bao quát toàn diện kể từ không gian địa lý, các lĩnh vực đời sống xã hội, đến các chiều hướng, tính chất, các tầng nấc ý nghĩa chính trị - xã hội.

Đối với từng sản phẩm cụ thể, chiều hướng phát triển chung là ngày càng *chuyên biệt hóa*, thích ứng với nhu cầu, thị hiếu của từng loại đối tượng cụ thể. Việc phân biệt các loại đối tượng vẫn theo những tiêu chí chung như: lứa tuổi, nghề nghiệp, địa lý, trình độ văn hóa, đặc điểm thị hiếu, tuy nhiên được tính tới những yếu tố, điều kiện, yêu cầu, mục đích tác động thông tin. Theo chiều hướng đó, ở mức độ nhất định đã xuất hiện hiện tượng cạnh tranh và trên thực tế đã có nhiều sản phẩm báo chí đã tự điều chỉnh mô hình thông tin để tìm kiếm khai thác công chúng, tạo cơ sở cho sự tồn tại, phát triển.

3. Tăng cường vai trò và sức mạnh tác động xã hội

Theo một số nghiên cứu gần đây cho biết, hệ thống báo chí cung cấp khoảng 70% lượng thông tin chung cho người dân. Ở một số lĩnh vực như: thời sự chính trị - xã hội, dự báo biến đổi khí hậu, thời tiết và thiên tai..., báo chí giữ ưu thế tuyệt đối. Nói cách khác, tuyệt đại bộ phận thông tin về những lĩnh vực này, người dân đều tiếp nhận được từ báo chí. Một số lĩnh vực khác như: thể thao, giải trí..., ưu thế cũng dần dần

chuyển về phía báo chí. Vào thời điểm hiện nay, số lượng công chúng đến các nhà hát, rạp chiếu phim đã được hồi phục một phần, nhưng còn kém xa thời kỳ mà truyền hình chưa phát triển. Thực ra thì, nhà hát, rạp chiếu phim và cả sân vận động đều đã trở thành quá nhỏ bé và yếu ớt trước người khổng lồ - Truyền hình.

Hệ thống báo chí tác động, tạo ra ảnh hưởng to lớn về văn hóa, lối sống xã hội. Nhiều hình ảnh, kiểu mốt, ngôn từ và cách hành xử thể hiện trong các chương trình truyền hình, các trang báo đã nhanh chóng xâm nhập vào cuộc sống. Tầng lớp thanh niên trở thành bộ phận nhạy cảm nhất trong xã hội, phản ánh rõ nét nhất những ảnh hưởng về văn hóa, lối sống từ thông tin báo chí. Người ta có thể dễ dàng nhận thấy ở các thanh niên, học sinh, sinh viên những kiểu tóc, màu tóc, mốt quần áo của các cầu thủ bóng đá, các ca sĩ, diễn viên điện ảnh nổi tiếng, các nhân vật trong các chương trình phim truyền hình nước ngoài.

Trong những năm gần đây, báo chí có ảnh hưởng ngày càng to lớn trong việc thúc đẩy tiến trình các sự kiện. Nói cách khác, báo chí không chỉ đơn thuần là người đưa tin, phản ánh thụ động các sự kiện. Hơn thế nữa, nó còn đóng vai trò ngày càng tích cực, tham gia trực tiếp vào các sự kiện như là một trong những yếu tố, những điều kiện thúc đẩy và quy định chiều hướng vận động của các sự kiện. Bản chất của vai trò đó chính là áp lực của dư luận xã hội do báo chí tạo ra. Có thể nhận biết tác động này một cách rõ ràng trong các vụ án lớn về tiêu cực, tham nhũng, lãng phí trong thời gian vừa qua như vụ Năm Cam, vụ đất đai ở Đồ Sơn - Hải Phòng, vụ PMU 18...

Không thể không kể đến ảnh hưởng của báo chí trong quá trình hoạch định các chính sách kinh tế - xã hội của đất nước.

Vai trò này của báo chí thể hiện dưới nhiều hình thức khác nhau như: tổng kết thực tiễn, đưa ra những cơ sở cho việc xây dựng các chính sách mới; phát hiện và tạo dư luận xã hội về yêu cầu, đòi hỏi có quyết định quản lý mới; phát hiện những khiếm khuyết, hạn chế hoặc lỗi thời, bất hợp lý của các chính sách hiện hành; bày tỏ nguyện vọng, góp ý bàn thảo để hoàn thiện các chính sách, chế độ mà Nhà nước chuẩn bị ban hành. Trên thực tế, một số dự thảo luật, chế độ quy định đã có những thay đổi quan trọng, thậm chí đã không được ban hành sau khi được đưa ra thảo luận trên báo chí.

Ngoài những tác động xã hội tích cực, báo chí cũng là nguyên nhân của không ít hệ quả xã hội phức tạp, không dễ xóa bỏ, nhất là những ảnh hưởng tiêu cực về tâm lý xã hội, những băn khoăn, lo lắng, thậm chí sụt giảm niềm tin của người dân về sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước trước tình hình tham nhũng, lãng phí. Trên thực tế, không thể phủ nhận rằng tình trạng tham nhũng, lãng phí khá phổ biến ở các cấp, các ngành, ở một bộ phận cán bộ, đảng viên sa sút, suy thoái đạo đức. Tuy nhiên, những thành tựu kinh tế và các lĩnh vực khác trong đời sống xã hội của 20 năm đổi mới là rất to lớn và có ý nghĩa lịch sử. Đại đa số cán bộ, đảng viên, đoàn viên, thanh niên vẫn là những công dân tích cực, những cán bộ gương mẫu, lao động sáng tạo và đầy trách nhiệm, đóng góp cho sự nghiệp xây dựng, phát triển đất nước, vấn đề là báo chí đã đưa ra cho xã hội một mô hình thông tin với gam màu xám không phản ánh đúng tình hình thực chất của xã hội. Những thông tin tích cực, những thành tựu to lớn, những nhân tố mới đã không được phản ánh đúng với hàm lượng thực tế.

Hệ quả xã hội thứ hai là những thông tin sai, thái độ thiếu trách nhiệm của một số cơ quan báo chí đã làm tổn thương

nặng nề đối với cá nhân một số người dân, phá hoại uy tín, thậm chí làm cho một số doanh nghiệp đổ vỡ.

Hệ quả thứ ba là những di hại về văn hóa, xã hội đối với người dân, nhất là đối với thanh niên, thiếu niên và trẻ nhỏ. Đó là kết quả sự tác động từ ngày này qua ngày khác kiểu mưa dầm thấm lâu của những thông tin báo chí có nội dung thiếu tính giáo dục như bạo lực, kích dục, xa lạ với truyền thống văn hóa dân tộc. Không phải ngẫu nhiên mà các quốc gia như Pháp, Italy, Hàn Quốc đang hạn chế tỷ lệ phim ảnh nước ngoài trên các kênh truyền hình (kể cả truyền hình tư nhân) không vượt quá 30-40%. Trên nhiều trang báo in hay các chương trình phát thanh, truyền hình, ngôn ngữ tiếng Việt đang bị xúc phạm, làm cho xấu và nghèo đi bởi những từ ngữ và cách diễn đạt pha tạp tiếng nước ngoài, v.v..

4. Hội nhập và mở rộng quan hệ, hợp tác quốc tế

Trước hết, chính sách đối ngoại cởi mở, hội nhập quốc tế theo phương châm “làm bạn với tất cả” không chỉ mang lại cơ hội cho việc mở mang các quan hệ kinh tế, chính trị, mà còn tạo ra các điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng quan hệ, hợp tác quốc tế của hệ thống báo chí. Mặt khác, công nghệ thông tin và mạng Internet đã mang đến cho báo chí Việt Nam phương tiện tuyệt vời để mở ra các hình thức quan hệ, hội nhập với hệ thống báo chí toàn cầu, trực tiếp tham dự vào quá trình toàn cầu hóa truyền thông. Bản thân việc hiện diện ngày càng nhiều các đại diện của những cơ quan thông tấn báo chí nước ngoài và hoạt động tác nghiệp của họ cũng có ý nghĩa như chất xúc tác thúc đẩy quá trình hội nhập quốc tế của báo chí Việt Nam.

Việc mở rộng quan hệ và hợp tác quốc tế của báo chí thể hiện trước hết ở sự nhận nhịp trong trao đổi thông tin và các sản phẩm báo chí truyền thông. Hoạt động này nổi bật nhất ở khu vực truyền hình và truyền hình cáp với việc mua và sử dụng các chương trình phim, truyền hình của nước ngoài. Gần đây, một số công ty truyền thông nước ngoài đã thiết lập các cơ quan đại diện có nhiệm vụ quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm truyền thông tại thị trường Việt Nam. Hoạt động này càng có điều kiện mở rộng, bởi vì hiện nay ở Việt Nam không có những điều luật quy định về tỷ lệ thời lượng các chương trình truyền hình nước ngoài sử dụng ở các đài truyền hình trong nước. Mặt khác, tình hình sản xuất các chương trình truyền hình trong nước cũng còn ở mức độ quá khiêm tốn, chỉ đáp ứng một phần nhỏ nhu cầu xã hội.

Thể hiện thứ hai là việc tăng cường trao đổi và giao lưu quốc tế của các nhà báo dưới nhiều hình thức như: gửi nhà báo đi công tác nước ngoài nhằm đưa tin về những sự kiện lớn; trao đổi với nước ngoài các đoàn nhà báo đi tham quan, nghiên cứu, học hỏi kinh nghiệm nghề nghiệp; trao đổi các sản phẩm định kỳ, các thông tin, tư liệu...

Không thể bỏ qua việc báo chí mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho các nhà báo. Ngay từ những năm 1992-1993, Hội Nhà báo Việt Nam đã hợp tác với trường Đại học báo chí Lille dưới sự tài trợ của Bộ Ngoại giao Pháp để tổ chức các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí ngắn hạn. Từ năm 1997, một dự án lớn có tên “Đào tạo nâng cao báo chí Việt Nam” do Bộ Văn hóa - Thông tin chủ trì với sự tài trợ của Tổ chức SIDA Thụy Điển đã được triển khai thực hiện. Trong khuôn khổ những dự án này và phần truyền thông của một số dự án kinh tế - xã hội khác, mỗi năm đều có một số

nhà báo được cử đi học tập, bồi dưỡng ở nước ngoài. Hàng trăm khóa học ngắn hạn có giảng viên nước ngoài đã được tổ chức, tạo ra cơ hội cho hàng nghìn nhà báo Việt Nam được tiếp cận với những kinh nghiệm, phương pháp hoạt động nghề nghiệp báo chí ở những quốc gia có nền báo chí phát triển.

5. Khuynh hướng tự chủ tài chính và sự hình thành nền kinh tế báo chí

Về khía cạnh kinh tế, có thể nói những chuyển động trong khu vực báo chí diễn ra chậm hơn nhiều so với các khu vực kinh doanh, sản xuất của xã hội. Vào đầu những năm 90 của thế kỷ trước, khi quan hệ thị trường đã được khẳng định rõ ràng và trở thành đòi hỏi trong quản lý, phát triển của các doanh nghiệp cũng như toàn bộ nền kinh tế, thì hầu như các cơ quan báo chí còn quá lạ lẫm với vấn đề tự chủ tài chính. Tuy nhiên, vào thời điểm hiện nay đã có hàng trăm cơ quan báo chí đã hoàn toàn tự chủ về tài chính, tự đảm bảo được nguồn lực kinh tế - kỹ thuật cho các hoạt động nghiệp vụ cũng như khả năng mở rộng quy mô sản phẩm.

Nhìn một cách tổng thể, có thể thấy trong xã hội đang hình thành một nền kinh tế báo chí. Hai chỗ dựa quyết định cho nền kinh tế báo chí là sản phẩm hàng hóa báo chí truyền thông và dịch vụ quảng cáo. Xã hội càng phát triển thì yêu cầu thông tin báo chí càng tăng lên, do đó nhu cầu về sản phẩm hàng hóa báo chí cũng tăng lên. Nền kinh tế tăng trưởng nhanh dẫn đến nhu cầu ngày càng lớn về quảng cáo nhằm đưa hàng hóa, dịch vụ đến người tiêu dùng. Như vậy, nền kinh tế báo chí Việt Nam đang có cơ hội thuận lợi cho sự phát triển. Theo số liệu không chính thức, cơ quan báo chí có nguồn thu vào loại lớn nhất hiện nay đã đạt đến xấp xỉ 1.000 tỷ đồng/năm.

Sự phát triển kinh tế báo chí dẫn đến sự tác động có tính hai mặt vào đời sống báo chí truyền thông. *Mặt thứ nhất*, nó mang lại nguồn lực tài chính quan trọng, đảm bảo cho sự tiếp tục phát triển, tăng cường cơ sở vật chất, đổi mới thiết bị kỹ thuật công nghệ, mở mang thêm các nguồn thông tin, tài liệu, cũng như công tác đào tạo, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ những người làm báo. Nói tóm lại, kinh tế báo chí trở thành động lực phát triển cho báo chí.

Xét từ *mặt thứ hai* của vấn đề, sự phát triển kinh tế báo chí dẫn tới hiện tượng thương mại hóa báo chí, hay là sự xuất hiện những sản phẩm báo chí thuần túy hàng hóa, chỉ quan tâm thu lợi nhuận, không quan tâm đến chức năng thông tin, tuyên truyền hoặc coi chức năng thông tin, tuyên truyền như vỏ bọc cho hoạt động kinh tế.

Một vấn đề không thể bỏ qua là vấn đề *hình thành các tập đoàn báo chí* (hay tập đoàn truyền thông). Ở các nước tư bản chủ nghĩa, các tập đoàn báo chí hình thành trên cơ sở tích tụ tư bản, cá lớn nuốt cá bé hay các công ty truyền thông tự nguyện liên kết lại bằng hình thức mua bán hoặc hợp nhất với nhau nhằm tăng nguồn lực, tạo ra sức mạnh đủ khả năng cạnh tranh để tồn tại và phát triển. Cũng có thể, các quá trình trên diễn ra giữa những tập đoàn kinh tế công nghiệp, thương mại, dịch vụ với cơ quan hoặc các công ty báo chí nhằm mở rộng lĩnh vực kinh doanh, tạo ra lợi thế xã hội trong phát triển. Vì thế, thực chất của việc hình thành các tập đoàn báo chí là một quá trình thuần túy kinh tế, nhằm mục đích kinh tế. Những yếu tố liên quan đến khuynh hướng, tác động chính trị của chúng, thực ra cũng là nhằm tìm đến lợi nhuận và bị lợi nhuận chi phối.

Tại một vài quốc gia khác (như Trung Quốc, Malaysia...), đảng chính trị cầm quyền và nhà nước chủ động tạo ra các nguồn lực và điều kiện kinh tế - xã hội - kỹ thuật - công nghệ để xây dựng các tập đoàn báo chí nhằm mục đích tạo ra sức mạnh truyền thông chi phối dư luận xã hội, phục vụ cho các yêu cầu, nhiệm vụ chính trị. Tuy nhiên khi đã trưởng thành, các tập đoàn báo chí đó không chỉ trở thành thế lực truyền thông chính trị, mà còn trở thành thế lực kinh tế và chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các quy luật kinh tế trong quá trình tồn tại, phát triển.

Thực tế và những kinh nghiệm trên buộc chúng ta phải cân nhắc kỹ khi đặt ra và bắt tay vào việc xây dựng các tập đoàn báo chí của Việt Nam. Bởi vì, một khi các tập đoàn báo chí ra đời, phát triển theo cơ chế tự chủ tài chính, cũng có nghĩa là chúng không thể tránh khỏi sự chi phối của các quy luật kinh tế thị trường như các doanh nghiệp kinh tế khác. Vấn đề đặt ra là phải có cơ chế như thế nào để chi phối, định hướng chính trị đối với những thế lực kinh tế, thế lực truyền thông chính trị ấy phục vụ cho mục đích xây dựng chủ nghĩa xã hội.

6. Những vấn đề hạn chế về quản lý báo chí

Trong thời kỳ 20 năm thực hiện chính sách đổi mới, hai văn bản có ý nghĩa như quan điểm, định hướng cơ bản của Đảng trong việc lãnh đạo, quản lý và phát triển báo chí là Chỉ thị số 08-CT/TW ngày 31/3/1992 của Ban Bí thư về việc tăng cường sự lãnh đạo và quản lý nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác báo chí, xuất bản và Chỉ thị số 22-CT/TW ngày 17/10/1997 của Bộ Chính trị về tiếp tục đổi mới và tăng cường lãnh đạo, quản lý công tác báo chí, xuất bản. Những nguyên tắc quan trọng nhất được khẳng định trong hai văn bản

này là vai trò lãnh đạo của Đảng và việc phát triển phải đi đôi, gắn liền với quản lý báo chí.

Có thể nói, hoạt động quản lý báo chí đã và đang được hoàn thiện cả về hành lang pháp lý, tổ chức, bộ máy và cơ chế điều hành. Đó là điều kiện quan trọng, không thể thiếu, góp phần thúc đẩy sự phát triển nhanh chóng của hệ thống báo chí đất nước. Tuy nhiên, cũng có thể nhận thấy một số vấn đề còn bất cập hoặc chưa đáp ứng kịp yêu cầu, đòi hỏi của xã hội.

Thứ nhất, có thể nhận thấy rằng, trong xã hội và nhất là trong hệ thống chính trị chưa có sự nhận thức thật sự thống nhất về vai trò, chức năng xã hội của hệ thống báo chí nói riêng và hệ thống truyền thông đại chúng nói chung, sự cần thiết và yêu cầu, mức độ quản lý hệ thống đó nhằm phục vụ cho mục tiêu phát triển xã hội. Tình hình này trở nên phức tạp hơn khi Đảng ta thực hiện chính sách đổi mới, đời sống kinh tế - xã hội ngày càng phát triển theo hướng cải thiện, mở rộng dân chủ, giao lưu quốc tế ngày càng tăng cường, hội nhập toàn diện. Mặt khác, những yếu tố từ bên ngoài tác động ngày càng nhiều vào xã hội nước ta, trong đó có những sức ép, sự can thiệp, thúc đẩy về tự do báo chí, sự kích động về dân chủ, nhân quyền... Sự không thống nhất trong nhận thức về vấn đề này ảnh hưởng đến các khâu trong quá trình quản lý báo chí, từ hoạch định chính sách, chế độ, việc tổ chức hệ thống, hình thành cơ chế làm việc, đến việc thực thi các biện pháp, vận hành các loại công cụ quản lý.

Thứ hai, mức độ cụ thể hóa trong hệ thống luật định về báo chí chưa đủ để giải quyết nhiều tình huống đặt ra trong thực tế hoạt động báo chí, nhất là đối với những vấn đề như: văn hóa, đạo đức, quan hệ xã hội... Còn thiếu những chế tài, giải pháp để quản lý một số yếu tố của hệ thống báo chí, nhất là quản lý

về trách nhiệm của các cơ quan chủ quản, trách nhiệm, nghĩa vụ xã hội của những người làm báo. Một số chế độ không còn thích ứng với thực tế nhưng chậm được thay đổi; một số chế tài không đủ mạnh để răn đe, ngăn chặn những hành vi, sự vụ vi phạm pháp luật, chế định của Nhà nước, đường lối, chủ trương của Đảng. Ví dụ, chưa có những điều luật bảo vệ công dân trong quá trình điều tra và xét xử các vụ án? (khi họ chưa phải là tội phạm và chưa bị kết án), không có những chế định đủ mạnh để bảo vệ nhân phẩm công dân trong thông tin báo chí khi họ liên quan đến một số hành vi có tính đạo đức hay tệ nạn xã hội như mại dâm, ma túy...

Thứ ba, bộ máy quản lý chưa xác định rõ chức năng, nhiệm vụ, cơ chế hoạt động; quy mô và các nguồn lực chưa tương xứng với khối lượng và tính chất công việc, vấn đề rõ nhất là chưa phân định rõ trách nhiệm, chức năng giữa cơ quan chỉ đạo, lãnh đạo của Đảng với cơ quan quản lý nhà nước về báo chí, cũng như chưa có sự phân định chức năng và xây dựng tổ chức bộ máy hợp lý giữa cơ quan quản lý nhà nước và cơ quan tư pháp chịu trách nhiệm xét xử những vi phạm của báo chí theo luật định. Trách nhiệm của cơ quan chủ quản báo chí cũng không bị ràng buộc chặt chẽ về pháp lý với cơ quan báo chí.

Thứ tư, chưa giáo dục đầy đủ và hiệu quả cho những người làm báo về luật pháp, đạo đức và trách nhiệm công dân của nhà báo. Hệ thống đào tạo không được quan tâm đầy đủ, bị chi phối quá nặng nề bởi một hệ thống chế định, chế độ không hợp lý và nhiều khi vô lý. Chưa có cơ chế, chế độ và các điều kiện cần thiết để đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ quản lý báo chí các cấp.

*

* *

Những phác thảo về vấn đề phát triển của báo chí Việt Nam sau 20 năm đổi mới cho thấy khuynh hướng tiến bộ, hiện đại và dân chủ đã quán xuyên và chi phối tất cả các bình diện của nền báo chí Việt Nam. Những đặc điểm phát triển ấy là logic tất yếu của một chính sách báo chí nhất quán của Đảng và Nhà nước Việt Nam trong việc tôn trọng và bảo vệ quyền tự do báo chí, ngôn luận một cách rộng rãi nhất, tích cực nhất cho nhân dân lao động, phát huy một cách có hiệu quả nhất vai trò và sức mạnh của báo chí và các phương tiện truyền thông đại chúng trong công cuộc xây dựng, phát triển đất nước theo mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ và văn minh. Những đặc điểm phát triển của báo chí ấy cũng là hệ quả của sự phát triển kinh tế, xã hội, văn hóa của đất nước, không tách rời những ảnh hưởng to lớn của quá trình toàn cầu hóa và sự phát triển khoa học, công nghệ của thời đại, nhất là công nghệ thông tin và mạng Internet.

Sẽ là phiến diện nếu không chỉ ra rằng, trong tiến trình phát triển của báo chí Việt Nam cũng đã xuất hiện và đang tồn tại một số vấn đề bất cập hoặc chậm xử lý làm hạn chế vai trò, động lực phát triển của báo chí. Việc đặt ra và giải quyết những vấn đề đó, trước hết là những vấn đề liên quan đến hành lang pháp lý, cơ chế quản lý, giáo dục đạo đức nghề nghiệp chuyên nghiệp, v.v. là yêu cầu, điều kiện không thể thiếu cho việc phát huy những tính chất ưu việt, tăng cường hội nhập quốc tế, xây dựng nền báo chí Việt Nam hiện đại, ngang tầm với những yêu cầu, đòi hỏi của nhiệm vụ xây dựng, phát triển đất nước trong thời kỳ mới.

11

CÁC TẬP ĐOÀN BÁO CHÍ PHƯƠNG TÂY: THỰC CHẤT VÀ QUYỀN LỰC*

1. Thực chất của các tập đoàn báo chí trên thế giới

Thực chất, tập đoàn báo chí chính là tập đoàn kinh tế mà báo chí, truyền thông đại chúng là lĩnh vực sản xuất kinh doanh chính, chủ yếu hoặc là một bộ phận tạo thành có ý nghĩa quan trọng, có vai trò độc lập tương đối. Trên thực tế, rất hiếm thấy tập đoàn truyền thông hay báo chí nào không có hoạt động sản xuất kinh doanh ngoài lĩnh vực báo chí, truyền thông đại chúng.

Tập đoàn kinh tế có thể hiểu là tổ hợp các công ty hoạt động trong một ngành hay những ngành khác nhau trong phạm vi một nước hay nhiều nước, trong đó có một “công ty mẹ” nắm quyền lãnh đạo, chi phối hoạt động của các “công ty con” về mặt tài chính và chiến lược phát triển. Tập đoàn là một cơ cấu có chức năng liên kết kinh tế nhằm tăng cường tích tụ, tập trung, tăng khả năng cạnh tranh và tối đa hóa lợi nhuận. Về mặt tổ chức, với hình thức liên kết của nhiều công ty hoạt động trong cùng một ngành, hay những ngành khác nhau trong một nước hay nhiều nước, thông qua sự điều hành chung.

* Tạp chí *Người làm báo*, số tháng 7/2007.

Vì là tập đoàn kinh tế nên nói chung, sự hình thành của các tập đoàn báo chí cũng xuất phát từ chính những nguyên nhân đã hình thành các tập đoàn kinh tế.

Thứ nhất, do sự phát triển của lực lượng sản xuất, trước hết là dưới tác động của cuộc cách mạng khoa học, kỹ thuật và công nghệ, cho phép hình thành việc tổ chức sản xuất mới trên cơ sở vừa chuyên môn hóa, vừa tăng cường liên kết giữa các nhà máy, doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế.

Thứ hai, sự cạnh tranh tất yếu dẫn đến việc liên kết dưới nhiều hình thức khác nhau để tạo ra sức mạnh to lớn hơn, các nguồn lực mạnh mẽ hơn cho các doanh nghiệp, tạo nên khả năng cạnh tranh lớn hơn và tránh rủi ro.

Thứ ba, do sự phát triển và tính chất của nền kinh tế thị trường đòi hỏi phải có sự đầu tư lớn vào nghiên cứu, dự báo, hoạch định chính sách phát triển để đảm bảo sản xuất kinh doanh có hiệu quả. Công việc này đòi hỏi nguồn lực to lớn mà chỉ có những đơn vị kinh tế có quy mô lớn mới có khả năng thực hiện.

Tùy theo các loại hình hoạt động có thể phân chia các tập đoàn báo chí thành 3 nhóm sau:

Một là, nhóm những tập đoàn chỉ hoạt động trong lĩnh vực báo chí truyền thông. Có thể thấy điển hình là các tập đoàn báo chí truyền thông như: Gannett, Bertelsmann... Tháng 7/1995 hãng Gannett Co., Inc (Mỹ) chi 1,7 tỷ USD để mua công ty Malitmedia và trở thành một trong những vị trí hàng đầu của các tập đoàn báo chí ở Mỹ. Tập đoàn Bertelsmann (Đức) tích tụ đi lên từ lĩnh vực báo in, dần dần khống chế toàn bộ lĩnh vực nghe nhìn ở châu Âu sau khi nắm quyền kiểm soát Tập đoàn RTL (Radio Tele Luxembourg) ngày 05/02/2001.

Tập đoàn Đức này có mặt tại 56 nước với các ngành hoạt động chính: âm nhạc, truyền hình, phát thanh, xuất bản, báo chí và Internet.

Hai là, nhóm các tập đoàn hoạt động chính trong lĩnh vực báo chí, trên cơ sở đó mở rộng sang một số lĩnh vực khác. Có thể lấy ví dụ Thomson là tập đoàn báo chí - xuất bản đa quốc gia lớn nhất, gồm các công ty xuất bản và phát thanh, truyền hình hoạt động tại Canada, Mỹ, Anh và một loạt các nước tại châu Á, châu Phi. Tập đoàn này còn nắm các doanh nghiệp dầu mỏ và khí đốt, giao thông, thương mại, bảo hiểm, các công ty du lịch, dịch vụ. Nhưng lợi nhuận lớn nhất vẫn từ các phương tiện thông tin đại chúng. Nhà xuất bản Thomson xuất bản gần 200 tờ báo và hơn 100 tạp chí, kể cả tại Anh và Mỹ.

Ba là, nhóm các tập đoàn hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau, trong đó báo chí, truyền thông chỉ là một thành phần, một công ty thành viên. Thu nhập từ các hoạt động khác đem lại nhiều lợi nhuận hơn, hoạt động báo chí ở đây chỉ mang tính hỗ trợ. Ví dụ như công ty báo chí Newspaper Group và Evening Standard là tập đoàn có nguồn thu nhập lớn từ việc khai thác dầu mỏ tại biển Bắc, đầu tư vào kinh doanh nhà hàng, là chủ sở hữu lớn về đất đai.

2. Con đường hình thành và phát triển của các tập đoàn báo chí tại các nước tư bản

Về cơ bản, các tập đoàn báo chí ở các nước tư bản hình thành trên cơ sở cạnh tranh, tích tụ tư bản, cá lớn nuốt cá bé hoặc các công ty báo chí, truyền thông tự nguyện liên kết lại bằng hình thức mua bán hay sáp nhập với nhau nhằm tăng nguồn lực, tạo ra sức mạnh đủ khả năng cạnh tranh để tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.

Cũng có thể, các quá trình trên diễn ra giữa những tập đoàn kinh tế công nghiệp, thương mại, dịch vụ với các công ty báo chí truyền thông nhằm mở rộng lĩnh vực kinh doanh, tạo ra lợi thế xã hội trong phát triển.

Trong nửa đầu thế kỷ XX, phát thanh và truyền hình chỉ mới ở trình độ sơ khai, báo in là loại hình truyền thông đại chúng quan trọng nhất, giữ vai trò chi phối dư luận xã hội cũng như thị trường báo chí phương Tây. Do các điều kiện kinh tế - xã hội lúc đó cũng như mức độ thu lợi hạn chế mà việc phát triển các tập đoàn báo chí chỉ mới dừng lại mức độ những bước đi đầu tiên. Cho tới nửa sau thế kỷ XX, khi phát thanh và truyền hình phát triển mạnh mẽ, đồng thời với sự tăng trưởng kinh tế nhảy vọt ở các nước công nghiệp phát triển, các phương tiện truyền thông đại chúng dần dần được coi là những doanh nghiệp có khả năng sinh lợi lớn từ việc bán sản phẩm, dịch vụ và hoạt động quảng cáo. Mặt khác, các phương tiện truyền thông đại chúng ngày càng mở rộng phạm vi ảnh hưởng, tăng cường sức mạnh tác động vào xã hội, có khả năng to lớn trong việc tạo ra những ưu thế về chính trị, kinh tế. Đây cũng là những điều kiện thúc đẩy quá trình tập trung hóa các phương tiện thông tin đại chúng, phát triển quy mô, sức mạnh các tập đoàn báo chí đa quốc gia.

Trong xu hướng tích tụ và tập trung tư bản ngày nay, các công ty báo chí truyền thông ngày càng bành trướng mạnh mẽ bằng cách mua lại, sáp nhập, thôn tính các công ty nhỏ hơn không đủ sức cạnh tranh. Với việc bỏ ra hàng tỷ đôla, các ông chủ này đã đẩy nhanh những tập hợp mới trong lĩnh vực báo chí, truyền thông đại chúng, tạo ra quy mô hoạt động, sức mạnh ảnh hưởng vượt ra ngoài biên giới quốc gia, phạm vi khu vực. Theo số liệu của Công ty nghiên cứu thị trường Dialogic,

trong 5 tháng đầu năm 2007, trên toàn thế giới đã ghi nhận 372 bản hợp đồng sáp nhập, mua lại giữa các công ty, tập đoàn báo chí, truyền thông với tổng giá trị lên đến 93,8 tỷ USD. Đáng chú ý nhất là hợp đồng sáp nhập giữa Google và Double Click trị giá 3,1 tỷ USD hồi tháng 4/2007; hợp đồng sáp nhập giữa Yahoo với Right Media trị giá 680 triệu USD.

Có thể thấy các tập đoàn báo chí ngày nay phát triển theo hai xu hướng chủ đạo sau:

Xu hướng thứ nhất là phát triển theo chiều dọc. Đó là sự phát triển nhằm đảm bảo sự bao quát đầy đủ các công đoạn sản xuất một loại hình sản phẩm truyền thông (lập chương trình, sản xuất, phát hành hoặc phân phối), hoặc sự bành trướng, liên kết trong “nội bộ” các loại hình báo chí, truyền thông nhằm tăng cường ưu thế, sức mạnh trong cạnh tranh. Ví dụ như BBC chỉ tập trung vào phát triển tất cả các công đoạn của 3 loại hình dịch vụ chính của mình là phát thanh, truyền hình và trang web trên khắp toàn cầu. Ở Mỹ, có thể nói Gannett Co., Inc là tập đoàn báo chí, truyền thông có số lượng đầu báo lớn nhất. Tập đoàn này đang sở hữu 90 tờ nhật báo (trong đó có *USD Today* - một trong hai tờ có quy mô toàn quốc và *Wall Street Journal* - tờ báo hàng đầu về tài chính, kinh tế ở Mỹ), 36 tờ báo định kỳ khác, kiểm soát 10 đài truyền hình, 16 đài phát thanh và một công ty quảng cáo lớn nhất nước Mỹ.

Hãng Turner Broadcasting System do Robert Edward Turner sáng lập năm 1963 lại thành công và nổi tiếng chủ yếu do sự nổi tiếng và phát đạt của kênh truyền hình CNN. Được thành lập và đi vào hoạt động từ ngày 01/6/1980, đến nay CNN đã phủ sóng toàn cầu thông qua vệ tinh, cung cấp dịch vụ tin tức truyền hình cho hơn 55 triệu gia đình ở Mỹ và hàng tỷ dân của 92 nước trên thế giới. Năm 1995, CNN đã

sáp nhập vào Tập đoàn Time Warner - một đế chế truyền thông có tài sản trị giá 18 tỷ USD.

Xu hướng thứ hai là liên kết và bành trướng theo hàng ngang, đầu tư vào những ngành khác nhau, tạo sự liên kết những ngành báo chí, truyền thông, công nghiệp, tài chính, dịch vụ rất xa để hỗ trợ lẫn nhau, hạn chế rủi ro, tăng cường sức mạnh. Theo xu hướng đó, năm 1986, Công ty General Electric đã mua mạng truyền hình Mỹ NBC; Công ty Viễn thông khổng lồ Mỹ AT&T năm 1999 đã nắm quyền kiểm soát hệ thống truyền hình “cáp” TCI, rồi đến năm 2004 thôn tính tiếp mạng MediaOne. Từ năm 1995, Tập đoàn Viacom đã thôn tính Công ty điện ảnh Paramount và Hãng truyền hình CBS. Năm 2000, Tập đoàn AOL tuyên bố hợp nhất với Time Warner. Còn Vivendi và Canal Plus, một tập đoàn tư bản Pháp đã hợp nhất với Seagram, hay việc Rupert Murdoch đã len chân vào ngành truyền hình phải trả tiền theo yêu cầu tại Italy, Đức và đang chuẩn bị thực hiện hợp đồng sáp nhập với Tập đoàn NewsCorp có trị giá vài tỷ đôla.

Một nghiên cứu của Giáo sư Peter Phillips, trường Đại học Sonoma cho thấy 118 người là thành viên hội đồng quản trị của 10 tập đoàn báo chí lớn nhất nước Mỹ cũng đồng thời có mặt ở hội đồng quản trị của 288 tập đoàn kinh tế khác. Trong khi các tập đoàn The Tribune, New York Times và Gannett đều có thành viên ở hội đồng quản trị của tập đoàn Pepsi, thì Coca Cola và J.P. Morgan lại có đại diện chia sẻ ghế hội đồng quản trị của cả NBC và Washington Post. Thực tế này cho thấy sự liên kết rất chặt chẽ giữa các tập đoàn báo chí với các tập đoàn kinh tế.

Cả hai xu hướng phát triển theo chiều dọc và liên kết, bành trướng theo chiều ngang của các tập đoàn báo chí đều

dẫn tới một kết cục chung là tình trạng tập trung, độc quyền ngày càng tăng. Nếu như vào năm 1892, “chuỗi mắt xích” đầu tiên ra đời ở Mỹ với sự góp mặt của 5 tờ báo, thì ngày nay, 50 tập đoàn lớn đang kiểm soát hầu hết các phương tiện truyền thông đại chúng của nước Mỹ. Theo một nghiên cứu của tờ *The Washington Post*, trong những năm tới, chắc chắn toàn bộ báo chí Mỹ sẽ tập trung trong 12 tập đoàn lớn nhất. Ở các nước châu Âu, tình trạng cũng diễn ra tương tự. Nhiều tờ báo nhỏ hoặc là đóng cửa, hoặc là trở thành bộ phận của các công ty lớn. Nhiều tờ báo nổi tiếng cũng không thể tồn tại độc lập mà đã phải bán lại cho các tập đoàn xuyên quốc gia.

3. Vai trò chính trị - xã hội của tập đoàn báo chí

Việc hình thành các tập đoàn báo chí ở các nước tư bản là một quá trình thuần túy kinh tế, nhằm mục đích kinh tế. Những yếu tố liên quan đến khuynh hướng, tác động chính trị của chúng, thực ra cũng là nhằm tìm đến lợi nhuận và bị lợi nhuận chi phối. Việc các tờ báo, đài phát thanh, truyền hình ở phương Tây ủng hộ hay phản đối một đảng chính trị, một ứng cử viên trong bầu cử hoặc một chính sách kinh tế, xã hội, an ninh, quốc phòng nào đó, bao giờ cũng có nguồn gốc xuất phát từ quyền lợi của các nhà tư bản, của các ông chủ.

Ngay tại một vài quốc gia mà ở đó khá thống nhất về chính trị như Trung Quốc, Malaysia..., thì đảng chính trị cầm quyền và nhà nước vẫn chủ động tạo ra các nguồn lực và điều kiện kinh tế - xã hội - kỹ thuật - công nghệ để xây dựng các tập đoàn báo chí nhằm mục đích tạo ra sức mạnh truyền thông chi phối dư luận xã hội, phục vụ cho các yêu cầu, nhiệm vụ chính trị. Tuy nhiên khi đã trưởng thành, các tập đoàn báo chí đó không chỉ trở thành thế lực truyền thông chính trị, mà còn trở

thành thế lực kinh tế và chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các quy luật kinh tế trong quá trình tồn tại, phát triển.

Nguồn lợi mà các tập đoàn báo chí mang lại cho giới chủ thông qua hai dạng thức chủ yếu: trực tiếp và gián tiếp. *Nguồn lợi trực tiếp* thu được qua việc bán các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ báo chí, truyền thông và hoạt động quảng cáo. Ở các nước công nghiệp phát triển, nguồn thu từ quảng cáo ngày càng lớn, chiếm phần chủ yếu trong doanh thu trực tiếp của các tờ báo, các đài phát thanh, truyền hình. Còn có những tờ báo phát không, có nghĩa là các hợp đồng quảng cáo trở thành nguồn thu duy nhất. *Nguồn lợi gián tiếp* mà các tập đoàn báo chí, truyền thông thu được thông qua việc tạo ra những ảnh hưởng chính trị, làm thay đổi các chính sách của nhà nước, hình thành những điều kiện đầu tư thuận lợi, những đơn đặt hàng béo bở. Về sâu xa thì đây mới là nguồn lợi to lớn hơn mà các nhà tư bản hướng tới, là lý do quan trọng nhất để dẫn tới sự liên kết giữa báo chí, truyền thông với công nghiệp, tài chính, dịch vụ để hình thành những tập đoàn độc quyền khổng lồ. Điều ấy cũng giải thích tại sao các tập đoàn công nghiệp, tài chính khổng lồ ở Mỹ và các nước phương Tây luôn đóng vai trò to lớn và tích cực trong các cuộc bầu cử.

Quá trình toàn cầu hóa kinh tế trở thành tiền đề và động lực cho toàn cầu hóa truyền thông đại chúng. Sự bành trướng ảnh hưởng của các tập đoàn báo chí phương Tây ra phạm vi toàn thế giới kéo theo không ít phiền toái cho các nước thuộc thế giới thứ ba, nhất là khi bộ máy chính trị của các cường quốc nhúng “bàn tay ma thuật” vào dòng chảy thông tin báo chí. Và tất nhiên, sau đó là sự truyền bá các giá trị văn hóa, lối sống phương Tây, sự dàn dựng dư luận cho những hoạt động vụ lợi, những màn kịch lừa gạt công luận nhằm chuẩn bị cho

những cuộc phiêu lưu quân sự và những can thiệp vào nội tình chính trị của các nước không cùng hội, cùng thuyền.

Trên thế giới, do phạm vi ảnh hưởng và sức mạnh tác động to lớn của mình, các tập đoàn báo chí đã trở thành một thế lực hay một thứ quyền lực toàn cầu. Nó tác động vào dư luận xã hội, một cách tự nhiên vạch ra hướng đi cho nhận thức, thúc đẩy việc hình thành thái độ, quan điểm chính trị - xã hội. Bằng cách ấy, nó đã tạo ra các điều kiện thuận lợi hoặc bất lợi cho những hành động chính trị, kinh tế cụ thể nào đó. Nói như nhà báo Mỹ Giôdép Phitchơ khi nhận xét về kênh truyền hình toàn cầu CNN, “người ta nhận thấy rõ ràng CNN - và cùng với nó là việc đưa tin dồn dập của toàn thế giới báo chí mà CNN đã kích thích - bắt đầu ảnh hưởng đến chiều hướng diễn biến của các sự kiện”¹. Điều ấy cũng có nghĩa là cái gọi là “khách quan, vô tư, phi chính trị” trong hoạt động của các tập đoàn báo chí phương Tây tự nó vẫn chỉ là cái bánh vẽ giả dối không hơn, không kém. Chính các chính phủ ở phương Tây đóng vai trò ngày càng lớn trong định hướng và thao túng các phương tiện truyền thông đại chúng nhằm phục vụ cho những mục đích chính trị.

1. Xem Tạp chí *Người đưa tin UNESCO*, tháng 9/1990.

12

VỀ VẤN ĐỀ PHÁT TRIỂN TẬP ĐOÀN BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM*

Theo xu hướng phát triển chung, nhất là trong điều kiện đất nước ta đang xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, đồng thời với việc bắt đầu một tiến trình hội nhập toàn diện và sâu sắc vào nền kinh tế thế giới, sự ra đời của các tập đoàn báo chí là một dự báo hiện thực. Nói cách khác, sự hình thành các tập đoàn báo chí là xu hướng phát triển tất yếu. Tính tất yếu của xu hướng phát triển đó có thể xét dưới 3 góc độ sau:

Thứ nhất, nhìn một cách tổng thể, có thể thấy ở Việt Nam đang hình thành một nền kinh tế báo chí. Hai chỗ dựa căn bản, quyết định cho nền kinh tế báo chí là sản phẩm hàng hóa báo chí, truyền thông và dịch vụ quảng cáo. Xã hội càng phát triển thì yêu cầu thông tin báo chí càng tăng lên, do đó nhu cầu về sản phẩm hàng hóa báo chí cũng tăng lên. Nền kinh tế tăng trưởng nhanh dẫn đến nhu cầu ngày càng lớn về quảng cáo nhằm đưa hàng hóa, dịch vụ đến tay người tiêu dùng. Như vậy, nền kinh tế báo chí Việt Nam đang có cơ hội thuận lợi cho sự phát triển. Và đương nhiên, dù ở mức độ nào đó thì sự

* Tạp chí *Người làm báo*, số tháng 8/2007.

cạnh tranh là không thể tránh khỏi. Nên quy mô lớn, nguồn lực mạnh là một trong những điều kiện cho các cơ quan báo chí tồn tại, phát triển và cũng là xu hướng phát triển khách quan của hệ thống báo chí.

Thứ hai, việc phát triển tập đoàn sẽ mang lại nguồn lực tài chính quan trọng, bảo đảm cho sự tiếp tục phát triển, tăng cường cơ sở vật chất, đổi mới thiết bị kỹ thuật - công nghệ, mở mang thêm các nguồn thông tin, tài liệu, cũng như công tác đào tạo, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ những người làm báo. Nó cũng tạo điều kiện cho hệ thống báo chí thoát khỏi cơ chế bao cấp, giảm thiểu gánh nặng cho Ngân sách nhà nước. Nói tóm lại, kinh tế báo chí trở thành một trong những động lực phát triển cho báo chí.

Thứ ba, công cuộc xây dựng và phát triển đất nước ta dưới sự lãnh đạo của Đảng đang bắt đầu thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập toàn diện, sâu sắc vào nền kinh tế thế giới. Thực tế ấy đang đặt ra trước chúng ta những thời cơ, vận hội to lớn, cùng với những khó khăn, thách thức nghiệt ngã. Việc thống nhất nhận thức, giữ vững ổn định chính trị - xã hội càng trở thành một đòi hỏi sống còn của chế độ, một trong những bảo đảm cho sự thành công của công cuộc xây dựng, phát triển đất nước. Việc xây dựng được những tập đoàn báo chí lớn, có tiềm lực mạnh, có sức ảnh hưởng xã hội rộng rãi và mạnh mẽ sẽ trở thành công cụ nòng cốt trong công tác tư tưởng, trong việc chủ động điều hòa, định hướng dư luận xã hội. Mặt khác, trong xu thế toàn cầu hóa hiện nay, những cạnh tranh trên lĩnh vực kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội tất yếu dẫn đến cuộc chiến về thông tin. Để bảo đảm lợi ích quốc gia, không bị nhiễu loạn về thông tin ngay trên “sân nhà”

thì sự ra đời các tập đoàn báo chí hùng mạnh tại Việt Nam là hết sức cần thiết. Nó sẽ giúp chúng ta có thể giành quyền chủ động thông tin về những vấn đề, sự kiện của chính chúng ta cho nhân dân trong nước và bạn bè trên thế giới, chống lại sự bóp méo thông tin vì những động cơ xấu.

Tuy nhiên, sự ra đời của các tập đoàn báo chí ở nước ta cũng sẽ dẫn tới không ít những điều phiền toái, những tác động phức tạp đối với chính hệ thống báo chí, cũng như đối với đời sống xã hội. *Trước hết*, nó sẽ làm cho mối quan hệ giữa nhiệm vụ chính trị và mục đích kinh tế của hoạt động báo chí trở nên phức tạp hơn, sẽ ra đời những sản phẩm báo chí thuần túy hàng hóa, chỉ quan tâm thu lợi nhuận. Nói cách khác, đã là tập đoàn báo chí thì đương nhiên là tập đoàn kinh tế và hoạt động theo những quy luật kinh tế, những phương pháp kinh doanh thu lợi nhuận. Do đó, buộc phải thay đổi phương thức lãnh đạo, quản lý các tập đoàn báo chí. Hơn thế nữa, buộc phải thay đổi hoặc phải có cách tiếp cận mới ngay cả đối với những quan niệm, nguyên tắc về hoạt động báo chí mà lâu nay chúng ta vẫn tuân thủ, vẫn bảo vệ như: nguyên tắc Đảng lãnh đạo, nguyên tắc tính nhân dân, không có báo chí tư nhân, v.v..

Hai là, sự ra đời và tồn tại của nhiều tập đoàn báo chí đương nhiên dẫn đến sự cạnh tranh, giành giật công chúng. Người dân sẽ phải tự lựa chọn cho mình những sản phẩm báo chí ưa thích, hợp túi tiền. Báo chí truyền thông dưới hình thức các tập đoàn mạnh, với những khuynh hướng tư tưởng không đồng nhất sẽ có thể lôi kéo, giành giật công chúng, đẩy tới sự chia rẽ tư tưởng trong nhân dân. Đó sẽ là lực cản đường của sự thống nhất nhận thức xã hội.

Ba là, khi các tập đoàn báo chí hoạt động theo nguyên tắc của tập đoàn kinh tế, vì mục đích tìm kiếm lợi nhuận thì việc

giải quyết phúc lợi của nhân dân về lĩnh vực báo chí, truyền thông sẽ khó khăn hơn. Để khắc phục tình trạng đó, Nhà nước vẫn phải xây dựng một hệ thống báo chí công ích. Hệ thống này lại buộc phải cạnh tranh với các tập đoàn báo chí khác để tồn tại trong điều kiện không phải lúc nào cũng có được lợi thế.

Cuối cùng, một khi các thể lực chính trị nước ngoài tác động vào các tập đoàn báo chí thông qua cơ chế kinh tế, rõ ràng sẽ là những thách thức đối với sự tồn vong của chế độ. Xong việc xóa bỏ chúng không đơn giản. Thể chế dân chủ, những sức ép chính trị, kinh tế từ trong nước và ngoài nước, tác động của giới báo chí, truyền thông cùng dư luận xã hội sẽ tạo ra khuôn khổ có sức mạnh nhất định, và đôi khi có thể là sức mạnh khó cưỡng lại, để bảo vệ chúng và chống lại những chính sách của Nhà nước.

Nói tóm lại, khi nói đến việc xây dựng, phát triển các tập đoàn báo chí ở nước ta, cần phải tính toán đầy đủ các yếu tố tác động, các điều kiện chi phối cũng như những vấn đề sẽ nảy sinh cần phải giải quyết. Việc đó cho phép chúng ta tìm ra những bước đi khoa học, những giải pháp hợp lý cũng như tạo ra các điều kiện cần và đủ cho sự vận hành có hiệu quả của các tập đoàn báo chí trong tương lai. Việc học hỏi kinh nghiệm của các nước khác trên thế giới là điều cần thiết, song không thể áp dụng rập khuôn máy móc theo những mô hình có sẵn. Bởi vì, mỗi nước đều có những điều kiện, hoàn cảnh, văn hóa và thể chế chính trị đặc thù, không giống nhau. Mặt khác, việc sáp nhập các cơ quan, đơn vị báo chí để tăng quy mô cũng chỉ là thực hiện phép cộng mà thôi. Vấn đề là phải tạo ra được một bộ máy tổ chức, một cơ chế hoạt động thích ứng, đảm bảo mang lại hiệu quả cao hơn hẳn về kinh tế, về ảnh hưởng

xã hội của tổ chức báo chí mới so với tất cả các đơn vị báo chí tạo thành nó.

Hiện nay, ở nước ta đã xuất hiện một số cơ quan báo chí đa sản phẩm. Có thể coi đó như những mầm mống sơ khai và tự phát của những tập đoàn báo chí tương lai. Tuy nhiên, nếu chỉ trông chờ vào sự phát triển tự phát, đơn độc của những cơ quan báo chí đa sản phẩm thì chưa biết đến bao giờ chúng ta mới có được những tập đoàn báo chí lớn về quy mô, lớn về ảnh hưởng xã hội, mạnh mẽ về tiềm lực kinh tế. Vậy phải làm gì và làm thế nào để xây dựng những tập đoàn báo chí đầu tiên ở nước ta? Từ tổng kết những kinh nghiệm lịch sử phát triển tập đoàn báo chí trên thế giới, có thể gợi ý một số vấn đề sau:

Thứ nhất, cần chuẩn bị và sớm bắt tay vào việc xây dựng những cơ sở pháp lý ban đầu và định hướng cơ bản, cần thiết, đặc biệt là xác định cơ chế lãnh đạo, quản lý, vận hành phát triển của các tập đoàn báo chí.

Thứ hai, cần nghiên cứu, lựa chọn một mô hình tập đoàn báo chí, truyền thông tương đối phù hợp với yêu cầu và điều kiện của nước ta.

Thứ ba, Đảng và Nhà nước lựa chọn một số đơn vị báo chí theo yêu cầu và chủ động tác động như sáp nhập, hỗ trợ nguồn lực ban đầu cần thiết để tiến hành xây dựng thành tập đoàn báo chí.

Thứ tư, mỗi bước đi trong quá trình xây dựng các tập đoàn báo chí cần tổng kết, kịp thời rút kinh nghiệm, đánh giá hiệu quả và xử lý những hạn chế, bất hợp lý.

Thực tế và những kinh nghiệm về sự hình thành, phát triển của các tập đoàn báo chí trên thế giới buộc chúng ta phải cân nhắc kỹ khi đặt ra và bắt tay vào việc xây dựng các tập đoàn báo chí của Việt Nam. Bởi vì, một khi các tập đoàn

báo chí ra đời, phát triển theo cơ chế tự chủ tài chính, trở thành thế lực mạnh và kép cả về kinh tế và về báo chí, cũng có nghĩa là chúng không thể tránh khỏi sự chi phối của các quy luật kinh tế thị trường như các doanh nghiệp kinh tế khác. Vấn đề đặt ra phải có cơ chế như thế nào để chi phối, định hướng chính trị đối với những thế lực kinh tế, thế lực truyền thông chính trị ấy phục vụ cho mục đích xây dựng chủ nghĩa xã hội.

13

NHẬN DIỆN VỀ KINH TẾ TRUYỀN THÔNG*

Trước những năm đầu thế kỷ XXI, khái niệm kinh tế báo chí vẫn còn bị xem nhẹ, chỉ được coi như hoạt động tạo thêm nguồn thu, hỗ trợ tăng thêm ngân sách cho cơ quan báo chí. Cùng với quá trình đổi mới, dần dần những giá trị thật, rất đời sống các hoạt động kinh tế truyền thông trong đời sống xã hội đang được định hình, phát triển. Chúng tôi đã có cuộc phỏng vấn GS.TS. Tạ Ngọc Tấn về sự phát triển của kinh tế truyền thông ở nước ta.

Phóng viên: Trong báo cáo hoạt động của rất nhiều cơ quan truyền thông, bên cạnh những thành tích về nhiệm vụ chính trị - xã hội thì đã dần xuất hiện cả những số liệu kinh tế như: doanh thu, chi phí, thị trường... Phải chăng đã đến lúc kinh tế truyền thông bắt đầu lộ diện?

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Theo quá trình thực hiện chính sách đổi mới những năm qua, cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa đã được hình thành, khẳng định chỗ đứng trong đời sống xã hội nước ta. Nó cũng ảnh hưởng đến lĩnh vực truyền thông đại chúng. Bản thân hoạt động truyền

* Tạp chí *Lý luận chính trị và truyền thông*, số 6/2011.

thông đại chúng cũng phải thích ứng với cơ chế thị trường để tồn tại và phát triển. Cùng với việc thực thi những trách nhiệm về chính trị - xã hội, cùng với nguồn kinh phí do Nhà nước bao cấp, truyền thông đại chúng cũng phải lo kiếm được tiền để trang trải các khoản chi, để đổi mới kỹ thuật, công nghệ, nâng cao chất lượng nguồn thông tin... Có thể coi đó là quá trình hình thành một nền kinh tế truyền thông, tất nhiên là còn non trẻ, của nước ta.

Ở Việt Nam cũng đã có một số người nói về kinh tế truyền thông, nhưng hầu như chưa thấy ai nói thật kỹ càng, sâu sắc. Bản thân tôi cũng chỉ có chút ít hiểu biết về vấn đề này thông qua việc nghiên cứu các tài liệu, sách vở của nước ngoài, qua tìm hiểu, quan sát từ những lần đi công tác nước ngoài hoặc từ những trải nghiệm thực tế của mình trong quá trình nghiên cứu, giảng dạy hay quản lý hoạt động của một cơ quan truyền thông đại chúng cụ thể. Theo tôi, nhiều hoạt động trong xã hội cũng có thể có yếu tố kinh tế, có khả năng để trở thành hoạt động kinh tế. Hoạt động truyền thông trên thế giới và ở nước ta cũng như vậy. Trên thế giới, người ta đã nói nhiều về kinh tế truyền thông, đã phân biệt rất rõ truyền thông công cộng và truyền thông thương mại.

Hoạt động truyền thông đại chúng vốn rất sinh động, không chỉ có báo chí, truyền hình mà còn có cả phim ảnh, hoạt động biểu diễn, hoạt động quảng cáo, hoạt động truyền thông qua mạng Internet. Cũng có những hoạt động truyền thông không nhằm mang lại giá trị kinh tế, mà chỉ nhằm phục vụ cho nhiệm vụ chính trị - xã hội. Cũng có những hoạt động truyền thông đại chúng chỉ nhằm mục tiêu là lợi nhuận. Lại có những hoạt động truyền thông đại chúng kết hợp cả hai mục đích trên để tồn tại, phát triển và gánh vác những sứ

mệnh xã hội cụ thể. Dù là mục đích gì thì tất cả các loại sản phẩm truyền thông đại chúng bao giờ cũng phải gắn với cuộc sống thường nhật. Yếu tố kinh tế nhiều khi lại trở thành chất kích thích, làm cho các sản phẩm truyền thông đại chúng gần gũi với công chúng hơn, đáp ứng tốt hơn các nhu cầu của công chúng và do đó mang lại những giá trị đích thực của truyền thông là tác động đến công chúng. Tất nhiên, sự tác động đó là tích cực hay không đối với xã hội còn tùy thuộc vào cách mà các nhà truyền thông chọn lọc và cung cấp thông tin cho công chúng. Nếu báo chí, truyền thông chỉ dựa vào nguồn kinh phí bao cấp rất có thể dẫn đến triệt tiêu động lực phát triển, xa rời yêu cầu phong phú, sinh động của công chúng và logic tiếp theo là giảm hiệu quả tác động xã hội của sản phẩm truyền thông đại chúng.

Phóng viên: *Trong hệ thống lý luận truyền thông đại chúng của chúng ta chưa từng đưa ra định nghĩa về kinh tế truyền thông. Có thể định nghĩa khái niệm này thế nào?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Có thể hiểu một cách đơn giản, “Kinh tế truyền thông” hay nói đầy đủ là “Kinh tế truyền thông đại chúng” là cách mà người ta vận hành các hoạt động truyền thông đại chúng nhằm mang lại lợi nhuận.

Phóng viên: *Hoạt động kinh tế truyền thông định hình cùng với sự ra đời của “thị trường truyền thông”, có gì khác biệt giữa thị trường truyền thông với các thị trường đa lĩnh vực khác?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Thị trường truyền thông có những tính chất rất đặc thù của nó. Nếu nhìn từ mỗi quốc gia thì đã

có sự khác biệt về truyền thống, thể hệ, địa lý, các ảnh hưởng về văn hóa... Nếu xét từ khía cạnh kinh tế, đây là hoạt động sản xuất một loại hàng hóa đặc biệt, đáp ứng nhu cầu đời sống tinh thần của con người. Kiểu tiêu dùng các sản phẩm truyền thông đại chúng cũng rất khác biệt. Mỗi loại hình sản phẩm truyền thông đại chúng cũng có kiểu tiêu dùng khác nhau. Nói chung, sản phẩm truyền thông đại chúng không thuộc loại nhu yếu phẩm thiết yếu. Không có gạo thì người ta chết đói, nhưng không có báo in, không có truyền hình người ta chỉ gặp khó khăn trong cuộc sống nhưng không chết. Vấn đề là nhà sản xuất phải luôn tìm cách để hiểu công chúng đang thiếu gì, đang có mong muốn điều gì nhằm đưa ra những sản phẩm truyền thông hấp dẫn được công chúng. Những nhu yếu phẩm như thuốc chữa bệnh, cơm gạo, thịt, cá, rau xanh chẳng hạn, nhiều người đều có thể dùng như nhau, nhưng sản phẩm truyền thông thì khác; nó cá thể hóa đến mức độ ghê gớm, phải phục vụ đến từng nhóm, từng lớp đối tượng khác nhau. Do vậy, để bán được sản phẩm truyền thông, nhà sản xuất phải phân loại thị trường, vạch ra giới hạn xem mình phục vụ đến đâu, tiếp cận đến mức độ nào, để có chiến lược phù hợp với đối tượng phục vụ đó.

Phóng viên: *Như vậy cách thức kinh doanh, cách thức tạo nguồn thu trên thị trường kinh tế truyền thông cũng có nhiều điểm khác biệt?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Từ trước đến nay người ta nói đến kinh tế truyền thông với những cấp độ khác nhau. Cấp độ thứ nhất, gần gũi nhất với quan niệm kinh tế cổ điển được gọi là truyền thông thương mại - tức là khi các phương tiện truyền thông trực tiếp mang lại nguồn lợi, thu được nguồn lợi

thông qua việc bán các sản phẩm hàng hóa truyền thông. Ví dụ như: bán phim qua rạp chiếu bóng, truyền hình bán theo kênh truyền hình thu tiền, báo bán theo các kênh phát hành.

Cấp độ thứ hai, thông qua một loại dịch vụ bán hàng, đó là đăng tải quảng cáo hàng hóa để thu được tiền từ các nhà quảng cáo. Người ta vẫn thường gọi đây là phương thức kinh doanh siêu lợi nhuận. Ở một số nước phát triển, thu từ quảng cáo chiếm 70-90% tổng thu tòa soạn. Thậm chí ở nhiều nước phương Tây, có những sản phẩm truyền thông đại chúng có 100% nguồn thu của tòa soạn là từ quảng cáo. Người ta không có bất cứ nguồn thu nào khác ngoài quảng cáo. Đó là trường hợp những tờ báo phát không 100%, chỉ dựa vào nguồn thu từ quảng cáo để trang trải các chi phí sản xuất và mang lại lợi nhuận.

Cấp độ thứ ba của kinh tế truyền thông là những hoạt động mang lại lợi ích kinh tế một cách gián tiếp, thậm chí là gián tiếp của gián tiếp. Ví dụ như những hoạt động truyền thông tạo dựng nên thương hiệu, sức sống, mang lại “giá trị” lớn hơn cho doanh nghiệp, sản phẩm hàng hóa hay dịch vụ nào đó. Điều này giải thích tại sao các tập đoàn kinh tế lớn trên thế giới có xu hướng tìm cách sở hữu hoặc chi phối đối với một cơ quan truyền thông đại chúng như tờ báo, kênh phát thanh, truyền hình nào đó. Chính là các ông chủ nhìn thấy sức mạnh to lớn của phương tiện truyền thông đại chúng trong việc đánh bóng thương hiệu, bảo vệ lợi ích của họ trước dư luận xã hội.

Ngoài những hoạt động kinh tế truyền thông có tính chất trong sáng, cũng có những hoạt động truyền thông nhằm những mục tiêu không trong sáng, để đạt được những lợi ích kinh tế không trong sáng. Ví dụ việc thông qua thông tin,

tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông đại chúng để tác động đến giá cổ phiếu, cổ động cho những sản phẩm hàng hóa, dịch vụ hay cả một xu hướng tiêu dùng nào đó.

Phóng viên: *Nhìn lại khoảng 10 năm trước, kinh tế truyền thông mới chỉ nhìn nhận như hoạt động bên lề của các cơ quan báo chí nhằm tăng thêm nguồn thu. Liệu bây giờ đã có đủ cơ sở để đánh giá hoạt động này không chỉ làm gia tăng “sản nghiệp báo chí” mà còn là lĩnh vực kinh tế tiềm năng?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Có thể lấy ngay ví dụ về các đài truyền hình - lĩnh vực có nguồn thu thương mại lớn nhất. Đài Truyền hình Việt Nam năm ngoái đạt doanh thu khoảng 2.500 tỷ đồng, Đài Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh cũng xấp xỉ như thế. Một số đài phát thanh - truyền hình các tỉnh, thành phố khác như Đài Phát thanh - Truyền hình Hà Nội, Đài Phát thanh - Truyền hình Bình Dương cũng đạt hàng trăm tỷ đồng. Một doanh nghiệp lớn cũng chưa chắc đã đạt được nguồn thu như thế. Trên thực tế, truyền thông đang là mảnh đất màu mỡ để người ta khai thác, thậm chí là đang và sẽ có cạnh tranh gắt gao. Theo quan điểm phát triển kinh tế theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, Nhà nước ta có vai trò quản lý, điều hòa để làm sao sự cạnh tranh đó phải lành mạnh, mang lại tác động tích cực đối với xã hội, trở thành động lực thúc đẩy sự phát triển của truyền thông đại chúng nước nhà. Theo tôi, chúng ta nên ủng hộ cạnh tranh lành mạnh. Cạnh tranh lành mạnh bao giờ cũng có lợi cho người tiêu dùng. Nhưng Nhà nước phải sớm đưa ra một hành lang pháp lý rõ ràng, chặt chẽ để quản lý và bảo đảm cho sự cạnh tranh ấy là lành mạnh.

Phóng viên: *Vậy đã đến lúc phải trao cho cơ quan báo chí, truyền thông cái cơ chế như một “doanh nghiệp tự chủ” thực sự chưa?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Theo tôi, vấn đề cơ quan báo chí trở thành doanh nghiệp không quan trọng. Quan trọng là có cơ chế trong hoạt động, cơ chế bảo đảm thuận lợi nhất, phù hợp nhất cho hoạt động của truyền thông đại chúng. Xem xét việc biến cơ quan báo chí, truyền thông đại chúng thành một doanh nghiệp cần phải nhìn nhận thật toàn diện. Khi một cơ quan truyền thông đại chúng là cơ quan sự nghiệp của Đảng, Nhà nước mà được coi như một doanh nghiệp, chỉ nhằm thực hiện mục tiêu thu lợi nhuận thì tính chất phục vụ của nó ở đâu? Nhưng nếu chỉ nhấn mạnh tính chất phục vụ mà không tính đến yêu cầu tiếp cận cơ chế thị trường, không quan tâm đến hiệu quả kinh tế thì cũng có thể dẫn đến nguy cơ hạn chế khả năng phục vụ, hạn chế chất lượng thông tin, không khai thác được những nguồn lực cần thiết để phát triển. Vì thế nên chăng, không đặt vấn đề phải quy định doanh nghiệp loại thể này, loại thể kia, mà vấn đề là tạo nên những cơ chế hợp lý, xây dựng một môi trường - thị trường tốt cho hoạt động truyền thông đại chúng.

Phóng viên: *Khi kinh tế truyền thông phát triển thì cũng lộ diện hàng loạt hiện tượng “trăm hoa đua nở”, “tư nhân hóa”, hoạt động “mua bán” kênh trái phép hay quảng cáo sai quy định. Liệu đó là sự phát triển tất yếu của tự nhiên hay có điều gì đáng ngại?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Đấy chẳng qua là tiếng gọi của đồng tiền. Hay nói một cách văn hoa thì đó là vận hành của

cơ chế thị trường, cái gì có nguồn lợi lớn thì người ta đổ xô vào kinh doanh, kiếm lời. Có cơ quan doanh nghiệp tìm đến hoạt động truyền thông không phải vì muốn được phục vụ công chúng mà quan trọng với họ là “nguồn lợi vô hình”. Ví dụ như Tập đoàn ABC nào đó có một kênh truyền hình thì chính kênh truyền hình ấy sẽ từng giây, từng phút là vật quảng bá cho thương hiệu, quảng cáo cho sản phẩm hàng hóa, dịch vụ của Tập đoàn ABC ấy. Có khả năng khác là nhằm vào “nguồn lợi hữu hình”. Đó là khi các cơ quan, doanh nghiệp xin giấy phép, xây dựng và tung ra thị trường những sản phẩm truyền thông như báo, tạp chí, chương trình truyền hình cáp... để thu tiền qua quảng cáo. Kinh tế càng phát triển, thị trường càng phong phú, nhu cầu bán hàng, mua hàng càng lớn, tất nhiên nhu cầu quảng cáo cũng càng tăng lên. Đây là mảnh đất màu mỡ, đầy hấp dẫn đối với những người muốn kinh doanh bằng truyền thông đại chúng.

Phóng viên: *Trong quá trình phát triển kinh tế truyền thông đang nảy sinh những tranh chấp về “độc quyền”, vai trò của cơ quan quản lý nhà nước ở đây phải xác định thế nào?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Cách tiếp cận tốt nhất là phải chấp nhận sự quản lý trên cơ sở vận hành của cơ chế thị trường có sự điều tiết của Nhà nước. Cơ chế thị trường điều chỉnh phần cơ bản, thúc đẩy sự cạnh tranh lành mạnh. Nhà nước xây dựng những chính sách, pháp luật để bảo vệ và phát huy năng lực các cơ quan truyền thông đại chúng thực hiện chức năng, nhiệm vụ chính trị; đồng thời mở ra cơ chế cạnh tranh lành mạnh, ngăn chặn nguy cơ dẫn đến khủng hoảng, gây tác hại cho xã hội. Nếu chúng ta xây dựng được một cơ chế cạnh tranh lành mạnh sẽ mang lại lợi ích cho xã hội. Vì sự cạnh tranh sẽ

dẫn tới có nhiều sản phẩm được cung cấp, xã hội có nhiều sự lựa chọn. Hơn nữa, việc vận hành theo cơ chế thị trường buộc các nhà sản xuất phải cạnh tranh, cạnh tranh gắt gao để đưa ra hàng hóa giá rẻ, hàng tốt, phù hợp hơn cho xã hội tiêu dùng. Để đạt hai cái lợi ấy thì tốt nhất là chấp nhận cạnh tranh đến mức độ nhất định và sự quản lý Nhà nước chỉ can thiệp để bảo đảm cho quá trình cạnh tranh ấy là quá trình cạnh tranh lành mạnh. Chính Nhà nước phải bảo vệ sự cạnh tranh lành mạnh, trong sáng của thị trường truyền thông nói riêng và thị trường kinh tế nói chung.

***Phóng viên:** Xin được phân tích một hiện tượng mới trong thị trường truyền thông, đó là việc Công ty AVG được phép kinh doanh hạ tầng truyền dẫn phát sóng truyền hình - điều mà trước đây chỉ có các đài truyền hình mới được phép thực hiện. Một doanh nghiệp tư nhân lại quản lý hệ thống phát sóng, điều này có gì đáng ngại?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Chẳng có gì nguy hiểm cả, bởi vì đó là doanh nghiệp tư nhân nhưng làm việc cho Nhà nước này, phải tuân thủ luật pháp của đất nước này, gánh chịu một phần trách nhiệm chi phí đầu tư cho Nhà nước này. Chúng ta có hệ thống pháp luật, có các cơ quan công quyền để quản lý. Nếu doanh nghiệp xây dựng và sử dụng cơ sở truyền dẫn phát sóng truyền hình sai mục đích, sai yêu cầu, ta có thể dừng lại bất cứ lúc nào. Nếu doanh nghiệp đó xây dựng được một cơ sở hạ tầng truyền dẫn phát sóng truyền hình hiện đại, kỹ thuật tiên tiến, sử dụng nó vào việc phát sóng những chương trình tốt, được Nhà nước cho phép thì đất nước cũng có lợi và người dân cũng được hưởng lợi.

Tôi được biết, ở nhiều nước trên thế giới, người ta còn cho tư nhân thuê kết cấu hạ tầng điện để kinh doanh. Nguyên tắc là, nhà nước đầu tư và thống nhất quản lý cơ sở hạ tầng ngành điện. Doanh nghiệp tư nhân nào bán điện thì phải thuê và trả tiền thuê sử dụng kết cấu hạ tầng đó. Tiền thuê kết cấu hạ tầng ấy lại được nhà nước lấy để đầu tư vào việc bảo trì, bảo dưỡng, phát triển hệ thống hạ tầng. Tôi nghĩ, đó là một mô hình hay, ta có thể học được.

Phóng viên: Có rất nhiều cơ quan truyền thông đang phát triển theo hình thức khác nhau như: Kiểu “mở rộng chiều ngang”, kiểu mở rộng doanh nghiệp trên chính lĩnh vực mà nó đang tiến hành việc kinh doanh của mình, tăng thị phần của doanh nghiệp nhờ vào việc mở rộng sản xuất hay mở rộng sở hữu các doanh nghiệp cùng loại hình kinh doanh. Kiểu “phát triển chiều dọc” khi gắn liền với việc mở rộng sản xuất trên những giai đoạn khác nhau để làm ra một sản phẩm. Hoặc theo kiểu “liên kết” - đó là sự hợp nhất các đơn vị truyền thông không sản xuất những mặt hàng giống nhau và không tham gia vào quá trình sản xuất chung. Liệu đây có phải là tiền đề để hình thành các Tập đoàn báo chí?

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Chúng ta nên bình tĩnh xem xét lại cái gọi là “tập đoàn báo chí”. Bản chất tập đoàn báo chí là gì? Đó thực chất là tập đoàn kinh tế hoạt động dựa trên phương tiện truyền thông đại chúng. Ở các nước phương Tây, các tập đoàn báo chí hay tập đoàn truyền thông được hình thành từ một quá trình, trên cơ sở sự sáp nhập tự nguyện, hay sự thu hút các doanh nghiệp nhỏ vào các doanh nghiệp lớn, hay cạnh tranh để loại dần các đối thủ nhằm mục đích tăng cường sức

manh, tăng cường năng lực và hiệu quả kinh doanh. Hình thức tồn tại của những tập đoàn này rất khác nhau, “thiên hình, vạn trạng”. Nói cách khác, các tập đoàn đó hình thành theo quy luật, dưới sự tác động của cơ chế thị trường tư bản chủ nghĩa.

Bây giờ, nếu ta thành lập tập đoàn báo chí theo kiểu cộng tất cả các sản phẩm lại, cung cấp tiền cho nó phình ra, nó sẽ như một người khổng lồ chân đất sét. Tập đoàn báo chí là tập đoàn kinh tế. Cho dù dưới hình thức gì thì nó về cơ bản vẫn là tập đoàn kinh tế. Gần đây rộ lên “phong trào tập đoàn báo chí”. Người ta nói đến tập đoàn báo chí ở các cuộc hội thảo, các cuộc họp bàn phát triển báo chí, truyền thông, thậm chí cả trên các bàn nhậu. Nhiều cơ quan, địa phương không chỉ bàn mà đã bắt tay vào xây dựng tập đoàn báo chí. Vậy bây giờ ta phải xây dựng tập đoàn báo chí để làm gì, theo kiểu nào? Nếu đặt ra câu chuyện tập đoàn kinh tế mà không có cơ sở lý luận, không có cơ sở thực tiễn, không có sự lượng định, cân nhắc đến góc gác của vấn đề, không có cách thức tổ chức bài bản thì e rằng sẽ đưa đến những tập đoàn truyền thông, báo chí không đúng như mong muốn, không mang lại hiệu quả cần thiết.

Tôi nghĩ rằng, ở nước ta đang dần dần hình thành những tập đoàn báo chí, thậm chí đã có những tập đoàn báo chí rồi. Chính một vài cơ quan không cần tuyên bố gì, nhưng họ đã thực sự trở thành một tập đoàn báo chí. Tuy mới chỉ là những tập đoàn còn nhỏ bé về quy mô, còn hạn chế về tầm ảnh hưởng, nhưng đã có những cơ sở thực tế của một tập đoàn truyền thông, hoạt động trên một số loại hình báo chí khác nhau, đồng thời xuất bản nhiều sản phẩm báo chí. Hãy cứ để các cơ quan báo chí này tiếp tục phát triển, hãy ủng hộ để nó phát

triển lên... Từ đó, chúng ta sẽ có những tập đoàn truyền thông lớn hơn, uy tín hơn, vươn tầm đến khu vực và thế giới.

Phóng viên: Trong phần đầu cuộc phỏng vấn, Giáo sư đã nhắc đến khái niệm “cá thể hóa” trong kinh doanh, điều này có liên hệ gì trong sự phát triển của truyền thông hiện đại?

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Xu hướng phát triển của truyền thông bây giờ đang là đan xen giữa hai xu hướng: đại chúng hóa và cá thể hóa. Có thể hiểu cá thể hóa tức là việc công chúng ngày càng chọn lọc, phân nhóm sâu sắc hơn, theo khẩu vị, nhu cầu riêng. Sở thích cá nhân ngày càng phân chia nhỏ một cách kinh khủng. Thậm chí, truyền thông bây giờ đang tiếp cận đến từng cá thể một, phân loại đến từng cá nhân thông qua mạng Internet. Tiếp cận đến việc giải quyết nhu cầu truyền thông của từng cá nhân thể hiện ở chỗ, anh muốn gì thì có thể yêu cầu. Yêu cầu của anh đạt được không phải chỉ do cơ quan truyền thông to, nhỏ khác nhau đáp ứng. Yêu cầu ấy có thể được thỏa mãn bởi những cá nhân khác cung cấp, hoặc mỗi cá nhân được tiếp nhận những khả năng cụ thể để thỏa mãn nhu cầu ấy. Có thể ví dụ hình thức này là các blog trên mạng, facebook... nơi từng cá nhân được gặp gỡ trao đổi với nhau.

Xu hướng đại chúng hóa là gì, đang phát triển thế nào? Đó là xu hướng mà hoạt động báo chí không còn là đặc quyền của nhà báo chuyên nghiệp. Thế giới đang chứng kiến xu thế là toàn dân, bất cứ ai cũng có thể trở thành một nhà báo, bất cứ ai cũng có thể tham gia diễn đàn của một tờ báo, một cơ quan truyền thông. Hơn nữa, mạng Internet đang là cơ sở trung gian kết nối tất cả các cá nhân ấy. Mỗi công dân trong xã hội

hiện đại có thể vừa là một công chúng tiếp nhận thông tin truyền thông, đồng thời vừa là tác giả, một nhà báo cung cấp thông tin cho xã hội.

Xin trân trọng cảm ơn GS.TS. Tạ Ngọc Tấn về cuộc phỏng vấn!

Bùi Chí Trung (thực hiện)

14

XUẤT BẢN BÁO, TẠP CHÍ TRÊN MẠNG - XU THẾ KHÔNG THỂ KHÁC*

Ngày 31/12/2012, tạp chí *Newsweek* (ở Việt Nam thường dịch là *Tuần tin tức*) đã xuất bản số tạp chí trên giấy cuối cùng và tuyên bố chuyển hẳn sang xuất bản trên mạng Internet sau 80 năm làm mưa làm gió trong làng báo chí, truyền thông của nước Mỹ và cả thế giới. Tạp chí *Newsweek* ra đời năm 1933 theo sáng kiến của Averell Harriman, Thống đốc bang New York, có trụ sở tại số 444, đại lộ Madison, thành phố New York và 29 văn phòng đại diện trên khắp các châu lục. Năm 1961, *Newsweek* được bán cho Tập đoàn báo chí Washington Post. Là tờ tạp chí in trên giấy màu xám nhạt truyền thống, *Newsweek* nổi tiếng khắp thế giới, chỉ chịu đứng sau tờ *Time*, tờ tạp chí ra đời trước nó 10 năm. Thời hoàng kim, *Newsweek* xuất bản bằng 12 thứ tiếng, phát hành 4 triệu bản mỗi số, trong đó riêng châu Âu là 50 vạn bản. *Newsweek* tự hào về phong cách làm việc chuyên nghiệp, có những bài phân tích sắc sảo, những dự báo nhanh, tin cậy, những bài phỏng vấn các chính trị gia nổi tiếng.

Vào thời điểm tuyên bố chấm dứt xuất bản trên giấy, *Newsweek* vẫn phát hành 1,5 triệu bản tạp chí in mỗi số, trong

* Tạp chí *Lý luận chính trị và truyền thông*, số tháng 4/2020.

đó có đến 1,4 triệu bản dành cho khách hàng đặt mua thường xuyên. Trong khi đó, chỉ mới có 24.000 khách hàng thường xuyên của tạp chí xuất bản trên mạng Internet. Không ít người đổ lỗi cho vị Tổng Biên tập Tina Brawner đã đẩy *Newsweek* đến “bước đường cùng” do những sai lầm trong quản lý, điều hành. Nhưng công bằng mà nói, việc *Newsweek* đoạn tuyệt với bản in trên giấy chuyển sang xuất bản trên môi trường mạng là đi theo một xu hướng không thể khác.

Trước hết, nếu so sánh số liệu năm 2012 với năm 2005, chỉ số phát hành của tạp chí *Newsweek* chỉ còn bằng một nửa, số quảng cáo trên tạp chí in chỉ còn khoảng 20%, làm cho khoản thu không đủ bù đắp cho các khoản chi phí xuất bản, phát hành tạp chí in. Đây là kết quả không thể tránh khỏi từ tình trạng chung của cả thế giới là số người đọc các sản phẩm in định kỳ ngày càng giảm đi. Theo nhiều nghiên cứu trên thế giới, hầu như tốc độ phát triển của Internet, gắn liền với nó là số lượng người sử dụng Internet tăng lên bao nhiêu thì số người đọc báo, tạp chí in cũng giảm đi bấy nhiêu. Đối với *Newsweek*, tình trạng ấy đã quá rõ. Chỉ trong 7 năm, từ năm 2005 đến năm 2012, nó đã mất đi 50% độc giả của tạp chí giấy. Như vậy phải chăng, bước chuyển của *Newsweek* không phải do quản lý tồi hay bước đường cùng của một sản phẩm báo chí mà là một cuộc đổi mới tất yếu, có tính quy luật, mở đầu cho một xu thế không thể đảo ngược của báo chí thế giới.

Ở Việt Nam, *Gia Định báo* ra đời năm 1865, là tờ báo chữ quốc ngữ đầu tiên; *Thông loại khóa trình* ra đời năm 1888, là tờ tạp chí phổ biến khoa học, văn hóa bằng chữ quốc ngữ đầu tiên. Cả hai ấn phẩm định kỳ trên đều liên quan đến Trương Vĩnh Ký, người đã cộng tác viết bài cho *Gia Định báo* từ khi nó mới ra đời và trực tiếp là Chánh Tổng tài (Tổng Biên tập) từ

năm 1869 đến năm 1872, người vừa là chủ đầu tư, vừa là tổng biên tập của tờ *Thông loại khóa trình*. Trải qua hơn 100 năm lịch sử, đến thời gian từ năm 2000 đến năm 2010 có thể coi là thời kỳ hoàng kim của các báo, tạp chí in. Số lượng các cơ quan báo và tạp chí tăng lên nhanh chóng. Ở nhiều tờ báo, tạp chí in, chỉ số phát hành đạt đến đỉnh cao nhất. Sự phát triển của báo chí in thời kỳ này bắt nguồn từ điều kiện thực tế, khi mà nền kinh tế đất nước phát triển nhanh chóng, nước ta mở cửa hội nhập ngày càng sâu, rộng với thế giới, nhu cầu thông tin của người dân tăng lên, các điều kiện về chính sách, cơ sở vật chất và kỹ thuật - công nghệ có nhiều thuận lợi. Trong khi đó, Internet mới chính thức vào Việt Nam từ năm 1997, số người sử dụng Internet ở nước ta chưa nhiều và việc tiếp nhận thông tin qua mạng Internet chưa trở thành một lối sống phổ biến trong xã hội nên sức cạnh tranh của nó chưa đủ sức lấn át báo chí in.

Tuy nhiên, tình hình hiện nay đã có nhiều thay đổi. Một mặt, sự phát triển kinh tế, mở cửa hội nhập quốc tế ngày càng mang lại nhiều điều kiện để cải thiện đời sống vật chất, tinh thần, mở mang hiểu biết, tăng cường giao tiếp của người dân và làm cho nhu cầu thông tin của nhân dân ngày càng đa dạng, phong phú, nhiều hình, nhiều vẻ. Mặt khác, Internet ở Việt Nam phát triển với tốc độ rất rất nhanh và ngày càng thuận tiện về sử dụng. Phương tiện truy cập Internet ngày càng nhiều, rẻ, hiện đại, đa dạng chủng loại và dễ dàng cho việc tiếp nhận thông tin của người dân. Theo số liệu thống kê năm 2019, ở Việt Nam đang có 64 triệu người sử dụng Internet, chiếm 66% dân số, 94% người sử dụng Internet ở Việt Nam sử dụng hằng ngày và thời gian trung bình dành cho các hoạt động liên quan đến Internet là 6 giờ 42 phút mỗi ngày. Với dân

số gần 97 triệu dân nhưng Việt Nam có đến 143,3 triệu thuê bao điện thoại, bằng 148% dân số, trong đó phần lớn người dân sử dụng điện thoại thông minh, loại phương tiện có thể truy cập Internet mọi nơi, mọi lúc trên lãnh thổ Việt Nam. Do sự phát triển của hạ tầng công nghệ thông tin nên độ phủ rộng và tốc độ truy cập Internet cũng tăng lên hàng năm. Cụ thể, tốc độ truy cập Internet trung bình ở điện thoại là 21,56 MBPS (tăng 6,1% so với năm 2018) và ở máy tính là 27,18 MBPS (tăng 9,7%). Sự tiện lợi, phong phú và đa dụng của mạng Internet như cục nam châm cực mạnh, hút người đọc từ phía báo, tạp chí giấy.

Mặt khác, việc tiếp nhận thông tin qua Internet đã trở thành thói quen, lối sống ngày càng lớn của bộ phận dân cư trong xã hội, nhất là đối với lớp người trẻ tuổi. Có một thực tế, các thế hệ người càng trẻ thì nhu cầu đọc báo, tạp chí in càng ít đi. Ở Việt Nam, lớp người dưới 30 tuổi hầu như không có thói quen đọc báo, tạp chí hàng ngày, trừ những người phải làm việc đó vì lý do công việc hay nghề nghiệp chuyên môn riêng biệt. Chỉ số phát hành báo, tạp chí giấy ở Việt Nam giảm đi nhanh chóng là minh chứng không thể chối cãi cho tình trạng ấy. Có những tờ nhật báo cách đây 15-20 năm phát hành hơn 30 vạn bản mỗi số, nay còn hơn 3 vạn bản, tức là chỉ bằng một phần mười. Không ít tờ tạp chí ở Việt Nam bây giờ chủ yếu “sống” trên mạng, tức là bạn đọc và quảng cáo đều phụ thuộc vào trang mạng, còn lại bản giấy chỉ in như tượng trưng mà thôi vì in càng nhiều, càng lỗ. Và viễn cảnh không còn một ai quan tâm đọc báo, tạp chí giấy nữa chắc chắn sẽ đến, thậm chí sẽ đến sớm hơn chúng ta tưởng, cho dù nhiều người không chờ đợi.

Trong tình hình ấy, việc xuất bản các báo, tạp chí trên mạng Internet là chuyện không có gì phải bàn cãi, vấn đề chỉ là thời gian và cách thức. Về thời gian, chắc chắn hình thức xuất bản trên giấy của báo và tạp chí chưa thể biến mất trong ngày một, ngày hai, thậm chí nó còn song hành tồn tại cùng xuất bản trên mạng trong một thời gian khá lâu dài nữa. Lý do của tình trạng này không nằm ở thói quen hay sự luyến tiếc việc cầm tờ báo, tờ tạp chí trên tay để đọc. Theo thời gian, cùng với sự tiếp nối của các thế hệ cư dân mới, những thứ có tính chất cảm tính ấy sẽ phai nhạt dần và biến mất. Lý do của nó sẽ nằm ở những nhu cầu mang tính chuyên môn, phục vụ cho các mục đích khoa học, lưu trữ đặc thù nào đó.

Tình trạng hiện nay của phần lớn các báo, tạp chí của nước ta là duy trì cả hai hình thức xuất bản trên giấy và trên mạng. Tùy theo chức năng, nhiệm vụ, đặc trưng của lĩnh vực thông tin, hai hình thức xuất bản có thể hỗ trợ lẫn nhau hoặc độc lập tương đối với nhau. Cũng còn không ít báo, tạp chí vẫn chỉ xuất bản trên giấy do vấn đề liên quan đến tài chính hoặc chưa có nhu cầu cấp thiết phải lên mạng. Thực tế đó phản ánh tình trạng nói chung của báo chí nước ta là phát triển chậm hơn so với báo chí của các quốc gia phát triển trên thế giới và trong khu vực. Tuy nhiên, căn cứ vào tốc độ giảm thiểu chỉ số phát hành của các báo, tạp chí in và các số liệu điều tra về công chúng báo chí gần đây, có thể dự báo, trong khoảng 20 năm nữa, các báo, tạp chí sẽ chuyển mạnh sang xuất bản trên mạng, trong đó nhiều báo, tạp chí sẽ không còn bản in trên giấy.

Để bàn về vấn đề cách thức xuất bản trên mạng, trước hết xin được bắt đầu từ sự so sánh giữa báo và tạp chí in. Sự phân biệt giữa báo và tạp chí in cơ bản dựa trên các tiêu chí:

tính chất thông tin, mục đích thông tin, ngôn ngữ, công chúng, định kỳ, hình thức xuất bản.

Về *mục đích và tính chất thông tin*, trong khi *báo in* chủ yếu nhằm cung cấp những thông tin mới nhất, nhanh nhất, đáp ứng nhu cầu, mong muốn hằng ngày, hằng giờ của người đọc, thì *tạp chí* chủ yếu nhằm tới những thông tin chuyên sâu về một lĩnh vực cụ thể; những nội dung đã được nghiên cứu, phân tích, tổng kết mang tầm khái quát; những nhận định, dự báo, đánh giá có tính khái quát về các vấn đề, sự kiện, sự vật, hiện tượng; những kết quả nghiên cứu, ứng dụng khoa học, kỹ thuật và công nghệ, v.v.. Xét về tính chất thông tin được phân định theo tầng nhận thức từ *biết*, *hiểu* đến *hiểu sâu sắc*, thông tin của báo in chủ yếu ở tầng *biết* và một phần ở tầng *hiểu*. Nghĩa là nó cho thấy được những yếu tố có tính hình thức về thời gian, vị trí, số lượng, quy mô, màu sắc, v.v. và những tính chất, đặc điểm cụ thể của sự kiện, sự vật, hiện tượng, giúp người đọc biết được sự tồn tại và bắt đầu hiểu được những tính chất ban đầu, cơ bản của sự vật, sự kiện, hiện tượng ấy. Khác với báo in, *thông tin của tạp chí in* là phần chủ yếu nằm trong khoảng từ tầng *hiểu* đến tầng *hiểu sâu sắc* vấn đề, sự kiện, hiện tượng. Có nghĩa là, nó giúp cho người đọc hiểu được nội dung, tính chất các đặc điểm để đi đến tầng nấc cao nhất của nhận thức là nắm được *bản chất* của sự kiện, sự vật, hiện tượng.

Phù hợp với tính chất thông tin của báo in, ngôn ngữ của nó mang đặc trưng *ngôn ngữ sự kiện* rõ nhất. Có nghĩa là, đó là thứ ngôn ngữ ngắn gọn, chính xác, xác định cụ thể các yếu tố hình thức, tính chất của sự kiện. Trong nhiều trường hợp, ngôn ngữ trong báo in còn mang tính chất mô thức, khuôn mẫu. Ví dụ rõ nhất là trong các thể tin tức, các chi tiết thông tin về

thời gian (when), địa điểm xảy ra sự kiện (where), tên sự kiện (what), chủ thể sự kiện (who), nguyên do của sự kiện (why), gần như trở thành một công thức không đổi, kéo theo thói quen tiếp thu thông tin của người đọc. Đối với tạp chí, ngôn ngữ đặc trưng mang *tính logic*, thể hiện ở những mối quan hệ triu tượng, những chứng cứ chặt chẽ, những nhận định, đánh giá mang tầm khái quát.

Nếu báo in về cơ bản là hướng tới *công chúng rộng rãi* trong xã hội nhằm đáp ứng yêu cầu thông tin phổ biến chung của họ, thì *công chúng của tạp chí* thường hẹp hơn, có ranh giới rõ ràng hơn và hướng tới các nhóm công chúng cụ thể hơn, nhất là các tạp chí thông tin khoa học. Tuy vậy, sự phân biệt về công chúng giữa báo in và tạp chí in cũng chỉ mang ý nghĩa tương đối, dựa trên tính chất chung, khái quát nhất. Thực tế ở các nước phương Tây, nhiều tạp chí giải trí có chỉ số phát hành ngang ngửa với các nhật báo hàng đầu. Ngay cả một số tạp chí về các vấn đề chính trị - xã hội cũng có lượng người đọc rất đông đảo, như tờ *Time* có trụ sở tại New York, Mỹ, thời hoàng kim nó phát hành trên 4 triệu bản ở khắp các châu lục.

Định kỳ xuất bản của báo chủ yếu là hằng ngày (nhật báo), hằng tuần (tuần báo) hoặc báo thưa kỳ (tức là 2 - 3 số mỗi tuần). Do yêu cầu thông tin thời sự nên hiếm khi có báo xuất bản với định kỳ dài hơn 1 tuần. Với tạp chí, định kỳ xuất bản có thể là 1 tuần, nửa tháng, 1 tháng, 2 tháng, 1 quý, thậm chí có tạp chí khoa học xuất bản 6 tháng một kỳ. Thông thường, định kỳ 1 tuần chủ yếu thuộc về các tạp chí về chính trị - xã hội hay giải trí.

Về *hình thức*, có hai khổ báo phổ biến nhất là khổ lớn (khoảng 600 x 400 mm) và khổ nhỏ (khoảng 400 x 300 mm), bằng một nửa báo khổ lớn. Trên thực tế do phụ thuộc vào kích

thước của cuộn giấy sản xuất và tùy theo văn hóa của mỗi nước, quan điểm của mỗi tòa soạn, kích thước khổ báo có thể xê xích đi ít nhiều. Đặc biệt, tờ *USA Today* của Mỹ có khổ báo không giống ai, với chiều dọc bằng khoảng gần 2 lần chiều ngang. Các báo khổ lớn của Việt Nam như: *Nhân dân*, *Quân đội nhân dân*, *Hà Nội mới*, *Sài Gòn giải phóng*, *Công an nhân dân*... có kích thước xấp xỉ 580 x 420 mm, các báo khổ nhỏ như: *Văn nghệ*, *Lao động*, *Thanh niên*, *Phụ nữ Việt Nam*, *Tuổi trẻ*... có kích thước xấp xỉ 420 x 280 mm. Các tạp chí bao giờ cũng có khổ nhỏ, tương tự như khổ sách, nghĩa là chiều ngang khoảng từ 130 đến 190 mm, chiều dọc từ 190 đến 270 mm, hiếm thấy có tạp chí nào có kích thước vượt ra ngoài khoảng đó.

Các báo được trình bày theo những quy tắc, quy chuẩn được rút ra từ những kinh nghiệm hoặc những kết quả nghiên cứu về ý thích, thói quen tiếp nhận của người đọc. Mục đích quan trọng nhất của việc trình bày là làm sao cho người đọc dễ thấy, dễ đọc, dễ hiểu, dễ nhớ những thông tin quan trọng nhất của số báo. Để đạt mục đích ấy, người ta sử dụng nhiều cách thức khác nhau như: đưa toàn bộ hoặc một phần các tin, bài quan trọng, đầu đề các bài cần quan tâm lên trang nhất; sử dụng cỡ chữ, màu sắc, đường kẻ để tạo ấn tượng; sử dụng ảnh, hình vẽ, sơ đồ để minh họa, tăng tính biểu đạt của thông tin, v.v.. Đối với các tạp chí, cách trình bày tùy thuộc vào tính chất, yêu cầu thông tin. Các tạp chí khoa học, chính trị - xã hội thường được trình bày đơn giản, chủ yếu nhằm giúp người đọc thuận lợi trong việc tiếp thu và nhận thức nội dung vấn đề. Đối với các tạp chí giải trí, phong cách trình bày thường rất cầu kỳ, sử dụng tối đa màu sắc, các hình ảnh minh họa bắt mắt để thu hút sự chú ý của người đọc.

Khi được xuất bản trên mạng, những tính chất cơ bản của báo và tạp chí in như: *mục đích, tính chất của thông tin, ngôn ngữ, công chúng*, nói chung vẫn được lưu giữ, không bị thay đổi. Đó là những vấn đề có tính nguyên tắc bảo đảm mối liên hệ giữa cơ quan, tổ chức báo, tạp chí với công chúng, cho dù chúng được in trên giấy hay được phát đi trên môi trường mạng. Tất nhiên, do những đặc điểm kỹ thuật - công nghệ và tính chất của môi trường mạng mà sản phẩm của báo, tạp chí trên mạng có không ít thay đổi về các yếu tố hình thức và ít nhiều cả nội dung. Đối với báo, nhất là nhật báo, những thay đổi rõ nhất là: cập nhật thông tin liên tục (không phụ thuộc định kỳ), sử dụng các video clip, mở rộng khả năng tìm hiểu, mở rộng về tri thức, tra cứu thông tin, tư liệu, thiết lập các liên kết với cơ quan truyền thông khác, v.v.. Cái khó của các báo chính là gây được *sự chú ý* và tạo được *sự tin cậy* của người đọc trong điều kiện thông tin trực tuyến trên mạng quá nhiều, cùng với đó là quá nhiều những chiêu trò để thu hút công chúng. Không làm được điều đó thì khó mà giải quyết những vấn đề tiếp theo, nhất là bài toán về quảng cáo và nguồn thu. Từ thực tế hoạt động, tờ *The Sydney Morning Herald* của Australia đã tổng kết và đưa ra 4 nguyên tắc nghiệp vụ để hướng tới sự *quan tâm, tin cậy* của công chúng: 1) Nội dung thông tin phải mang lại sự hứng thú cho công chúng; 2) Cách viết và trình bày rõ ràng, dễ hiểu; 3) Thông tin phải phù hợp với nhu cầu của công chúng; 4) Coi công chúng như người trong cuộc của các sự kiện. Theo những nguyên tắc đó, tờ báo đặc biệt chú ý đến việc điều tra, thăm dò ý kiến của công chúng, kiên quyết loại bỏ những tin tức vô bổ, không đưa tin từ những nguồn tin trên mạng. Báo cũng kiểm soát rất chặt chẽ, không để lọt những thông tin không chính

xác, buộc thôi việc bất cứ phóng viên nào nhiều lần vi phạm tính chính xác khi đưa tin.

Với phần lớn các tạp chí của các nước có nền báo chí phát triển trên thế giới, khi chuyển hẳn sang xuất bản trên mạng hoặc xuất bản mạng song song với bản giấy, những yếu tố cơ bản và tính chất đặc thù của báo, tạp chí giấy vẫn được duy trì ở môi trường mạng. Đó là: mục tiêu, tính chất thông tin, công chúng, ngôn ngữ... và thậm chí cả định kỳ với tính tương đối. Nói “tính tương đối” bởi định kỳ chủ yếu chỉ áp dụng đối với phần nội dung bài vở chính yếu, quan trọng nhất, còn hàng ngày vẫn cập nhật những thông tin sâu, nhận xét, bình luận hoặc các ý kiến tranh luận về các vấn đề đặt ra. Ví dụ, *Nature* là tờ tạp chí nổi tiếng về khoa học tự nhiên, trong nhóm các tạp chí khoa học được trích dẫn nhiều nhất với hệ số ảnh hưởng (IF) năm 2018 là 40,070. Các bài báo chính (article), có ý nghĩa sống còn của tạp chí, chủ yếu chỉ được cập nhật vào thứ tư hàng tuần, mỗi lần từ hơn chục bài đến khoảng 20 bài. Cũng có thể có những bài báo chính xuất hiện ở các ngày khác trong tuần, tuy nhiên số lượng rất ít. Trong khi đó, đối với những mục khác như: thời sự, tin tức và bình luận, phê bình và phân tích, nghiên cứu mới nhất, sưu tầm, sự kiện và việc làm, thì thông tin vẫn được cập nhật hàng ngày. Song các thông tin cập nhật đều tập trung vào các chủ đề mục tiêu của tạp chí, ngay cả các vấn đề thời sự cũng được đưa tin, phân tích, bình luận từ góc độ khoa học. Đặc biệt, chất lượng hay giá trị của bài báo được đánh giá từ chính nội dung của nó mà không phân biệt là nó được đăng tải trong bản giấy hay bản điện tử.

Một ví dụ khác, tờ tạp chí *Newsweek*, xuất bản hàng tuần trên bản in, từ năm 2012 bắt đầu chỉ xuất bản trên mạng. Về cơ bản, *Newsweek* vẫn giữ được tính chất là một tờ tạp chí

chuyên sâu về chính trị - xã hội. Cho dù các tin bài được cập nhật hằng ngày, song nó vẫn tập trung chủ yếu cho các bài viết, phỏng vấn, bình luận, phân tích, tổng hợp, nhận định, dự báo về các vấn đề chính trị, kinh tế, xã hội quan trọng ở trung tâm của thời cuộc. Hầu như không thấy bóng dáng các tin, bài lật vạt, chạy theo thị hiếu đơn giản của người đọc. Đặc biệt, *Newsweek* vẫn có đưa tin hằng ngày, hằng giờ, nhưng số lượng tin cũng rất ít, tập trung vào vấn đề thời sự nhất và bao giờ cũng liên kết trực tiếp tin đó với hệ thống các tin tức tư liệu về cùng vấn đề, giúp người đọc có cái nhìn toàn diện hơn, có thể hiểu sâu sắc hơn về vấn đề, sự kiện. Ví dụ, *Newsweek* ngày 04/4/2020 đưa tin “Hơn 100 bác sĩ, nhân viên y tế trên toàn thế giới đã tử vong trong cuộc chiến chống virus corona”. Mặc dù tin trên chỉ có 4 câu với chưa đến 200 từ tiếng Anh, song cùng với nó là hệ thống tư liệu với gần 5.000 từ, bao gồm tình hình công việc, những khó khăn, nguy hiểm mà các bác sĩ, nhân viên y tế trên khắp thế giới phải đương đầu, danh sách 150 bác sĩ, y sĩ, y tá, điều dưỡng viên của các nước đã tử vong trong cuộc chiến chống đại dịch COVID-19. Có thể nói, tin đó mang lại cho người đọc một hệ thống thông tin, tư liệu chuyên đề mà bản in giấy không bao giờ có thể làm được.

Ở nước ta, như đã nói ở trên, số tạp chí có bản xuất bản mạng chưa nhiều. Theo số liệu của Bộ Thông tin và Truyền thông, trong tổng số gần 700 tạp chí các loại, mới có khoảng 100 tạp chí có xuất bản trên mạng song song với bản in giấy và 4 tờ tạp chí chuyên xuất bản trên mạng, không có bản in giấy. Quan sát các tạp chí của nước ta xuất bản trên mạng, có thể thấy phần lớn đã bám sát tôn chỉ, mục đích, cung cấp một cách có hệ thống các tri thức, kinh nghiệm về chuyên môn, nghiệp vụ của các ngành, các lĩnh vực nghề nghiệp; thông tin chuyên

sâu về các chuyên ngành khoa học, các lĩnh vực đời sống chính trị, kinh tế, xã hội, v.v.. Nhiều tạp chí đã thực sự thu hút người đọc, đáp ứng nhu cầu ngày càng lớn, càng đa dạng của công chúng, thể hiện qua số lượng truy cập khá lớn.

Tuy nhiên, cùng với những điểm sáng, sự hữu ích, ý nghĩa tích cực của các tạp chí điện tử, cũng có thể thấy nổi lên một số vấn đề. *Thứ nhất*, phần lớn các tạp chí điện tử chưa xây dựng được hệ thống thông tin, tư liệu đủ sâu, đủ rộng và đủ sức đáp ứng được nhu cầu của người đọc. Các tin, bài của các tạp chí đưa lên mạng chủ yếu là trong tình trạng cô lập, thiếu sự liên kết một cách hệ thống chặt chẽ với các thông tin, tư liệu có cùng chủ đề, đề tài. Tình trạng này có nguyên nhân từ sự hạn chế về tài chính, thiếu đầu tư nhân lực và cũng có thể do sự hạn chế ngay trong thiết kế phần mềm. *Thứ hai*, ở một số tạp chí đang duy trì song hành cả hai hình thức xuất bản trên giấy và trên mạng, còn có hiện tượng coi nhẹ chất lượng bài viết trên mạng. Thậm chí, bài vở đưa lên mạng được coi là “loại hai”. Tình trạng không quan tâm, không đầu tư cho chất lượng thông tin dẫn tới hệ quả tất yếu là những tạp chí ấy thiếu sức sống trên mạng, không được người đọc quan tâm. *Thứ ba*, trong một số tạp chí điện tử có hiện tượng “báo hóa”, mô hình thông tin thiếu sự tập trung nhất quán theo tôn chỉ, mục đích. Đáng lẽ cần phải cập nhật nhanh các vấn đề mới về chuyên môn, nghiệp vụ, tập trung làm sâu sắc, phong phú hơn các nội dung chuyên sâu, đặc thù của ngành, lĩnh vực của mình, một số tạp chí điện tử đi theo hướng ngược lại, mở rộng vô nguyên tắc phạm vi thông tin, tung lên tạp chí điện tử những thông tin có xu hướng “câu view”, chạy theo những thị hiếu không lành mạnh nhằm lôi kéo người đọc. Có tạp chí về một lĩnh vực chuyên môn, kỹ thuật rất nghiêm túc song trên

giao diện chính thấy đầy rẫy những tin, ảnh về các “hot girl”, giới showbiz trong và ngoài nước, về những vụ cưới xin, ly hôn đình đám, về xe cộ và những thú ăn chơi đắt tiền trên khắp thế giới. Rõ ràng, cách làm ấy đang làm cho tạp chí xa rời khỏi đối tượng chính mà nó phải phục vụ, đẩy nó đi theo hướng “lá cải hóa” và sẽ đến chỗ dừng chân nếu không thay đổi. *Thứ tư*, trong một số trường hợp, các tổ chức khoa học, nghề nghiệp không chấp nhận các bài đăng tải trên tạp chí điện tử trong quá trình xem xét về chất lượng và các thể thức liên quan đến quy chuẩn chuyên môn, nghề nghiệp. Tình trạng này, một mặt phụ thuộc vào chính chất lượng các bài báo trong các tạp chí điện tử, nhưng mặt khác, đó cũng là cách đi ngược chiều với xu hướng phát triển hiện nay.

Tóm lại, nếu chúng ta coi việc các báo, tạp chí xuất bản trên mạng là xu thế không thể khác thì vấn đề đặt ra là phải nhận thức đầy đủ, có chiến lược, chính sách đúng đắn, tạo ra các điều kiện tích cực để chủ động kích hoạt và thúc đẩy việc thực hiện trên thực tế. Về vấn đề này, ta đang chậm cả hơn chục năm so với các nước phát triển trên thế giới.

Phần ba

**BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG
VÀ CHÍNH TRỊ**

15

70 NĂM ĐẢNG LÃNH ĐẠO BÁO CHÍ VỚI NHỮNG VẤN ĐỀ NÓNG HỔI TÍNH THỜI SỰ*

Lịch sử dân tộc ta trong suốt 70 năm qua (1930-2000) gắn bó hữu cơ, hòa quyện không tách rời lịch sử của Đảng Cộng sản Việt Nam. Trong 70 năm ấy, mọi thắng lợi của cách mạng Việt Nam, mọi sự phát triển của đất nước Việt Nam đều là logic tất yếu của sự lãnh đạo đúng đắn, kiên định và sáng suốt của Đảng. Đồng thời, mỗi bước đi lên của cách mạng, mỗi thành tựu về các bình diện khác nhau của đất nước đều trở thành động lực giúp Đảng trưởng thành, đều trở thành điều kiện nâng tầm cao trí tuệ và khả năng lãnh đạo vững vàng của Đảng.

70 năm lịch sử oanh liệt và hào hùng vừa qua của dân tộc ta cũng là 70 năm liên tục phát triển và trưởng thành của nền báo chí cách mạng Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Đảng quang vinh. Trong suốt 70 năm ấy, dưới ánh sáng chỉ dẫn của Đảng và Bác Hồ, nền báo chí cách mạng luôn luôn là đội quân xung kích, đi đầu trên mặt trận công tác tư tưởng, góp phần to lớn vào mỗi chiến công của cách mạng, vào từng bước biến chuyển đi lên của đất nước. Nền báo chí cách mạng Việt Nam cũng tự

* Tạp chí Cộng sản, số 12, tháng 6/2000.

hào đã đứng vững trên lập trường cách mạng, kiên định trước mọi thử thách khắc nghiệt, đấu tranh có hiệu quả với kẻ thù giai cấp, kẻ thù dân tộc, trung thành sắt son với lý tưởng cách mạng, xứng đáng với sự tin cậy của Đảng, với sự tin yêu của nhân dân và chiến sĩ cả nước.

Từ thực tiễn 70 năm Đảng lãnh đạo, phát triển nên báo chí lớn mạnh nhằm thực hiện từng bước thắng lợi cương lĩnh cách mạng, có thể rút ra những vấn đề cốt tử có ý nghĩa không chỉ như sự đúc kết, đánh giá những kinh nghiệm trong quá khứ mà còn có giá trị như những cơ sở thực tế cho việc hoạch định chính sách, tổ chức, phát triển hệ thống báo chí trong tương lai sắp tới.

1. Có thể nói rằng vấn đề đầu tiên là bài học về sự *nhận thức đúng đắn vai trò, tầm quan trọng của báo chí trong đời sống xã hội nói chung cũng như trong việc thực hiện các nhiệm vụ cách mạng nói riêng*. Việc đánh giá đúng vai trò, tầm quan trọng to lớn của báo chí là một nhận thức nhất quán từ khi thành lập Đảng đến các kỳ đại hội Đảng, từ Chủ tịch Hồ Chí Minh - lãnh tụ kính yêu của toàn Đảng, toàn dân đến đội ngũ các đồng chí có trách nhiệm cao trong cơ quan lãnh đạo của Đảng. Nhận thức này xuất phát từ thực tế lịch sử đấu tranh chính trị của thế giới thời kỳ cận đại và hiện đại, nhất là cuộc đấu tranh của giai cấp vô sản và các dân tộc thuộc địa bị áp bức bóc lột. Trong cuộc đấu tranh đó, báo chí luôn luôn là một thứ vũ khí, phương tiện vô cùng lợi hại trong việc truyền bá tư tưởng, tập hợp lực lượng, động viên, cổ vũ nhân dân tham gia đấu tranh. Những kẻ thù giai cấp, những kẻ phản động, thống trị xã hội luôn tìm cách nắm lấy độc quyền báo chí, khống chế và ngăn chặn không cho các lực lượng cách mạng sử dụng báo chí. Cũng chính vì thế, cuộc đấu tranh giai cấp, cách mạng giải

phóng của các nước thuộc địa bao giờ cũng gắn liền với cuộc đấu tranh đòi tự do báo chí.

Trong tác phẩm *Bắt đầu từ đâu?* V.I.Lênin đã tổng kết và chỉ ra rằng: “vai trò của tờ báo không phải chỉ đóng khung ở chỗ phổ biến tư tưởng, giáo dục chính trị và thu hút những bạn đồng minh chính trị. Tờ báo không những chỉ là người tuyên truyền tập thể và cổ động tập thể, mà còn là người tổ chức tập thể... Nhờ có tờ báo và gắn liền với tờ báo, một tổ chức cố định tự nó sẽ thành hình, nó không những chỉ làm các công tác địa phương mà còn làm cả công tác chung thường xuyên nữa, nó giúp cho những nhân viên của nó quen việc theo dõi chăm chú những biến cố chính trị, đánh giá ý nghĩa của những biến cố ấy và ảnh hưởng của những biến cố ấy đến các tầng lớp khác nhau trong nhân dân, và vạch ra cho đảng cách mạng những phương pháp hợp lý để tác động đến những biến cố ấy”¹.

Nhận thức về vai trò to lớn và tầm quan trọng của báo chí cũng xuất phát từ chính thực tiễn cách mạng Việt Nam. Ngay từ Hội nghị Trung ương Đảng tháng 10/1930, Đảng đã nhận định: “Bây giờ phong trào cộng sản trong Đông Dương đã bắt đầu bành trướng, nhưng mục đích của Đảng chưa phổ thông trong quần đại quần chúng. Đảng phải làm cho càng ngày càng đông quần chúng biết mục đích của Đảng,...”². Để thực hiện nhiệm vụ ấy, thì báo chí, truyền đơn, tài liệu in ấn là phương tiện cần thiết và có hiệu quả nhất.

Trong những thời kỳ cách mạng về sau, Đảng luôn coi báo chí là phương tiện tiến hành công tác chính trị, tư tưởng; vũ khí sắc bén trong đấu tranh giai cấp, đấu tranh giải phóng

1. V.I.Lênin: *Toàn tập*, Nxb. Tiến bộ, Mátxcơva, 1975, t.5, tr.12-13.

2. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đảng toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2005, t.2, tr.116.

dân tộc, là nhịp cầu nối giữa Đảng và quần chúng nhân dân. Mặt khác, trong nội bộ nhân dân, nội bộ đất nước ta, báo chí cũng chính là vũ khí để thực hiện tự phê bình và phê bình, là công cụ giám sát xã hội, phát huy vai trò, sức mạnh cộng đồng dân tộc trong chiến đấu cũng như xây dựng.

Nhận thức nhất quán ấy thực sự là cơ sở cho việc xây dựng và phát triển nền báo chí cách mạng năng động, sáng tạo và phát huy hiệu quả sức mạnh của nền báo chí trong việc thực hiện các nhiệm vụ chính trị. Điểm khởi đầu của nền báo chí đó chính là tờ *Thanh niên* do Chủ tịch Hồ Chí Minh sáng lập và tổ chức xuất bản nhằm truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin, giáo dục, cổ vũ lòng yêu nước, tổ chức nhân dân đứng vào đội ngũ cách mạng. Ngày nay chúng ta đã có cả một đội quân báo chí cách mạng hùng hậu với gần chục nghìn nhà báo, hơn 600 ấn phẩm báo chí các loại, có hệ thống phát thanh, truyền hình vươn tầm ra thế giới với các phương tiện thiết bị ngày càng hiện đại.

Nhận thức nhất quán ấy cũng chính là điểm xuất phát, là tiền đề cho những bài học khác về 70 năm Đảng lãnh đạo báo chí.

2. Đảng nắm vững quyền lãnh đạo báo chí là bài học xương máu rút ra từ lịch sử đồng thời là nguyên tắc “bất di bất dịch”, là vấn đề sống còn cho không chỉ đối với lịch sử và hiện tại. Chính lý do đầu tiên để dẫn tới bài học sống còn này là nhận thức về vai trò to lớn của báo chí trong đời sống hiện đại. Xã hội càng phát triển thì thông tin báo chí càng quan trọng. Nó trở thành một hiện thực thứ hai thúc đẩy, lôi kéo và dẫn dắt hiện thực thứ nhất - đời sống xã hội. Vì thế, nắm lấy báo chí cũng là làm chủ tình thế, là nắm quyền dẫn dắt xã hội theo phương hướng đã định. Logic ấy thể hiện không phải ở thời

điểm hiện nay, mà ngay từ đầu thế kỷ XX, khi mà V.I.Lênin đã yêu cầu: “Báo chí phải là những cơ quan của các tổ chức khác nhau của Đảng...”¹ và coi đó là một trong những điều kiện để tiến hành thắng lợi cách mạng vô sản.

Tuy nhiên còn một lý do thứ hai có ý nghĩa quyết định hơn, nhân văn hơn và tiến bộ hơn. Lý do ấy nằm ở trong chính bản chất của nền báo chí cách mạng Việt Nam - đó là nền báo chí tiến bộ, phấn đấu vì mục đích cao cả là giành lại độc lập, tự do cho Tổ quốc, xây dựng đất nước phồn vinh, mang lại hạnh phúc cho nhân dân, văn minh cho xã hội. Đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản là một bảo đảm chắc chắn cho nền báo chí đó có thể phát triển và thực hiện sứ mạng cao cả của mình. Bởi vì, chính Đảng Cộng sản và Bác Hồ đã lựa chọn con đường cách mạng nhằm đưa dân tộc, đất nước đi lên xây dựng chủ nghĩa xã hội. Mặt khác, Đảng lãnh đạo báo chí là nhằm phát triển nền báo chí cách mạng ngày càng lớn mạnh, hiện đại góp phần thực hiện các nhiệm vụ cách mạng chân chính.

Thực tế 70 năm lịch sử của Đảng chứng minh rằng, sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản đối với báo chí là một nguyên tắc hàng đầu và quyết định. Nó thể hiện trên các mặt: định hướng nội dung, hoạch định chủ trương và chính sách phát triển; kiểm tra, đánh giá, xử lý kịp thời các vấn đề nảy sinh; lựa chọn, sử dụng, đào tạo, bồi dưỡng và kiểm tra hoạt động của đội ngũ cán bộ. Sự lãnh đạo của Đảng đối với báo chí đã tạo điều kiện cho báo chí phát triển và cống hiến nhiều nhất cho nhân dân, cho đất nước. Đồng thời, điều đó cũng cho phép Đảng kịp thời phát hiện, khắc phục những thiếu sót của báo chí, ngăn chặn những âm mưu nham hiểm của kẻ thù nhằm lợi dụng báo chí

1. V.I.Lênin: *Về vấn đề báo chí*, Nxb. Sự thật, Hà Nội, 1970, tr.114.

để phá hoại cách mạng, phá hoại sự nghiệp xây dựng hòa bình của nhân dân ta.

Chúng ta đã có cả thực tế 70 năm để chứng minh cho sự đúng đắn và cần thiết của nguyên tắc Đảng lãnh đạo báo chí. Điều đó lại càng đúng đắn khi chúng ta mở rộng tầm nhìn ra các biến cố của các quốc gia, khu vực và trên thế giới. Sự buông lỏng vai trò lãnh đạo báo chí hay ngây thơ trao quyền đó vào tay kẻ thù hoặc những kẻ cơ hội đã là một trong những nguyên nhân quan trọng dẫn đến sự sụp đổ của không ít những cuộc cách mạng, những sự nghiệp xây dựng công phu và đã tồn tại tưởng như vững chắc. Đó chính là các biến cố ở Chi Lê, ở Liên Xô và Đông Âu, Trung Âu, v.v.. Chính những biến cố này cũng đã trở thành bài học xương máu cho những ai chưa thấm thía sâu sắc bài học lịch sử Đảng phải nắm chắc quyền lãnh đạo báo chí. Những biến cố này một lần nữa thức tỉnh những ai còn chủ quan, mất cảnh giác trước những luận điệu phá hoại xảo quyệt của kẻ thù. Trong khi tìm mọi cách bảo vệ và bành trướng quyền lực thông tin báo chí, sử dụng thông tin báo chí can thiệp vào đời sống chính trị - xã hội của các quốc gia khác nhằm những mục đích vụ lợi, các thế lực đế quốc phương Tây vẫn lớn tiếng đòi các nước xã hội chủ nghĩa và các nước đang phát triển phải “dân chủ hóa” xã hội, xuyên tạc vai trò lãnh đạo báo chí của các Đảng Cộng sản. Bất cứ một bước lùi nào của những người Cộng sản về vai trò lãnh đạo các lĩnh vực của xã hội đều ngay lập tức được chúng lợi dụng để lấn tới và tạo ra một bước tiến mới của mình trên con đường thực hiện âm mưu phá hoại cách mạng xã hội chủ nghĩa.

Do nắm vững vai trò lãnh đạo đối với thông tin báo chí mà Đảng đã chủ động phát triển hệ thống báo chí cách mạng lớn mạnh, huy động sức mạnh to lớn của nó vào việc thực hiện các

nhiệm vụ chính trị trong từng thời kỳ; kịp thời định hướng lực lượng báo chí vào việc giáo dục, nâng cao trình độ dân trí, định hướng chính trị - xã hội, hướng dẫn nhân dân nhận thức đúng đắn các vấn đề, biến cố chính trị - xã hội trong và ngoài nước. Nhờ có vai trò lãnh đạo đối với báo chí mà Đảng đã thông qua hoạt động của báo chí để huy động tài năng, trí tuệ phong phú của nhân dân vào việc hoạch định và tổ chức thắng lợi các chủ trương, chính sách. Nhờ nắm vững vai trò lãnh đạo của báo chí mà Đảng đã kịp thời ngăn chặn và vạch mặt những âm mưu, thủ đoạn phá hoại về tư tưởng - văn hóa của kẻ thù, thông qua báo chí để giáo dục tinh thần yêu nước, xây dựng khối đoàn kết toàn Đảng, toàn dân vững chắc trong chiến tranh cách mạng cũng như trong công cuộc xây dựng, phát triển đất nước theo con đường xã hội chủ nghĩa.

3. Đảng luôn xác định đúng đắn tính chất của nền báo chí để phát triển và phát huy vai trò tích cực của nó trong sự nghiệp cách mạng. Nền báo chí của chúng ta là nền báo chí cách mạng, nền báo chí nhân dân, mang đậm tính dân tộc, đồng thời hướng tới sự hiện đại, hội nhập bình đẳng với báo chí thế giới. Dưới sự lãnh đạo của Đảng, nền báo chí ấy được xây dựng, phát triển nhằm thực hiện các mục tiêu cao cả của cách mạng giải phóng dân tộc và cách mạng xã hội chủ nghĩa. Vì thế, nền báo chí ấy gắn liền với số phận nhân dân, hoạt động vì nhân dân.

Tính chất của nền báo chí ấy được quy định bởi Cương lĩnh của Đảng, bởi mục tiêu của cuộc cách mạng mà Đảng lãnh đạo, tổ chức thực hiện. Tính chất đó được Đảng ta tổng kết khái quát: báo chí “vừa là tiếng nói của Đảng, của Nhà nước, của các đoàn thể, vừa là diễn đàn của nhân dân”¹. Nói cách

1. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đảng toàn tập*, Sđd, t.53, tr.629.

khác, báo chí là cầu nối giữa Đảng với dân, là kênh liên hệ giữa dân với Đảng, nó không chỉ là phương tiện của Đảng để tiến hành tuyên truyền, vận động, tổ chức thực hiện các chủ trương, chính sách mà còn thể hiện tâm tư, nguyện vọng cũng như trí tuệ của nhân dân tham gia quản lý xã hội. Tính chất này thể hiện một cách nhất quán trong tư tưởng chỉ đạo của Đảng. Ngay từ năm 1931, trong Nghị quyết Hội nghị Trung ương lần thứ 2 (tháng 3/1931) Đảng đã khẳng định: “Các báo của Đảng là những cơ quan liên lạc của Đảng và quần chúng lao khổ”¹.

Tính chất nhân dân, dân tộc và hiện đại của nền báo chí nước ta thể hiện trên tất cả các bình diện, từ nội dung đến hình thức, từ quy mô phát triển đến phương thức phát hành. Đó là một nền báo chí phục vụ nhân dân, phục vụ các nhiệm vụ cách mạng cao cả. Nó chưa bao giờ là một loại sản phẩm hàng hóa đơn thuần nhằm mục đích kiếm tiền như báo chí của các ông chủ, các nhà tư sản dưới chế độ tư bản, đế quốc ở phương Tây. Những biểu hiện đi chệch tính chất đã xác định đều được Đảng kiểm tra, phát hiện và uốn nắn kịp thời. Trong Chỉ thị số 08-CT/TW ngày 31/3/1992 của Ban Bí thư và Nghị quyết số 22-CT/TW ngày 17/10/1977 của Bộ Chính trị, Đảng đã kiên quyết phê bình khuynh hướng thương mại hóa báo chí, lên án hiện tượng báo chí chạy theo thị hiếu tầm thường mà xa rời tôn chỉ, mục đích, làm hoen ố đạo đức nghề nghiệp, gây ảnh hưởng tiêu cực cho xã hội.

Nhờ xác định rõ ràng, đúng đắn tính chất của nền báo chí và Đảng lãnh đạo phát triển một cách nhất quán theo tính chất ấy mà nền báo chí của chúng ta phát triển vững chắc,

1. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đảng toàn tập*, Sđd, t.3, tr.127.

phát huy cao độ vai trò của mình trong quá trình thực hiện các mục tiêu cách mạng, được nhân dân yêu quý và tin tưởng. Trong thời kỳ chiến tranh, một tờ báo, tờ tạp chí cách mạng lọt vào vùng tạm bị chiếm qua hàng rào kiểm soát của kẻ thù cũng đủ để sưởi ấm niềm tin của các cán bộ, người dân đang hướng về Đảng, về Bác Hồ. Trong hòa bình và xây dựng, nhiều tờ báo, chương trình phát thanh truyền hình trở thành người bạn đường của nhân dân, được nhân dân tin yêu và làm theo.

4. Một vấn đề then chốt là *bài học về công tác cán bộ*. Có thể nói rằng chính sự lãnh đạo của Đảng và tính chất của nền báo chí thể hiện trước hết ở công tác cán bộ. Bởi vì, nói cho cùng sau khi có chủ trương, đường lối đúng thì cán bộ là khâu có ý nghĩa quyết định trong hoạt động báo chí cũng như các lĩnh vực, công tác khác của đời sống xã hội. Cán bộ có năng lực luôn là điều kiện đầu tiên để giải quyết các nhiệm vụ chuyên môn. Chủ tịch Hồ Chí Minh đã diễn đạt thật giản dị và sinh động vai trò công tác cán bộ: Cán bộ là dây chuyền của bộ máy tổ chức, nếu dây chuyền không tốt, không chạy thì động cơ dù tốt đến mấy cũng bị tê liệt. Trong lĩnh vực báo chí, cán bộ còn là vấn đề chính trị và gắn liền với chính trị. Bởi vì, báo chí là hoạt động chính trị - xã hội. Dù ý thức hay không ý thức được điều đó thì các sản phẩm báo chí vẫn cứ tác động và can dự theo những mức độ khác nhau vào các quan hệ chính trị - xã hội, tham góp vào việc xác định hay thúc đẩy khuynh hướng vận động của tiến trình thời đại. Và việc tạo ra sản phẩm báo chí đạt chất lượng ra sao hoàn toàn phụ thuộc vào người cán bộ làm báo.

Nói đến công tác cán bộ trong lĩnh vực báo chí là nói đến tất cả các khâu, từ việc lựa chọn, thu hút nhân tài, sắp xếp, sử dụng cho tới kiểm tra, đánh giá và đào tạo, bồi dưỡng thường

xuyên cho đội ngũ cán bộ. Các khâu ấy gắn bó chặt chẽ, làm tiền đề cho nhau và sự hạn chế từ khâu cụ thể có thể dẫn đến những ảnh hưởng tiêu cực đối với các khâu còn lại và đặc biệt là sẽ thể hiện ngay trên các sản phẩm báo chí. Chính vì thế, trong suốt 70 năm qua, Đảng Cộng sản đặc biệt quan tâm đến công tác cán bộ báo chí.

Ngay từ khi mới chuẩn bị cho sự ra đời của các tổ chức tiền thân của Đảng, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã lựa chọn, bồi dưỡng, hướng dẫn công việc làm báo cho một số thanh niên yêu nước. Nghị quyết Hội nghị Trung ương lần thứ hai (tháng 3/1931) của Đảng về công tác cổ động tuyên truyền đã nhấn mạnh: "... đào tạo ra các phóng viên công nông cho các báo của Đảng và của quần chúng. Trong công tác hằng ngày, Đảng phải hết sức lựa chọn những người có năng lực làm việc ấy và luyện tập cho họ quen làm việc. Không có phóng viên công nông cho Đảng thì các báo không có tính chất quần chúng và rất ít ảnh hưởng trong quần chúng"¹. Như vậy có thể khẳng định rằng, ngay từ những ngày đầu khi mới ra đời, quan điểm về công tác cán bộ báo chí của Đảng đã rất rõ ràng, đúng đắn. Quan điểm ấy được giữ vững và phát triển kiên trì trong các nghị quyết, các chỉ thị của Đảng và được tổ chức thực hiện nghiêm túc trong suốt các thời kỳ cách mạng. Thậm chí, ngay trong điều kiện khó khăn, phức tạp thời kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp xâm lược, năm 1949 Trung ương Đảng vẫn mở lớp học viết báo Huỳnh Thúc Kháng. Chủ tịch Hồ Chí Minh đã hai lần viết thư cho lớp học đó, nhắc nhở các học viên cố gắng học tập để xứng đáng là "người tiên phong trên mặt trận báo chí".

Nhờ xác định đúng tầm quan trọng và làm tốt công tác cán bộ, Đảng ta đã lựa chọn, bồi dưỡng được một đội ngũ cán bộ

1. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đảng toàn tập*, Sđd, t.3, tr.128.

báo chí trung thành với chế độ, với sự nghiệp cách mạng của Đảng. Đó cũng là nguyên nhân khiến nền báo chí của chúng ta vũng vằng trước những thử thách, khó khăn, thể hiện đúng quan điểm, đường lối của Đảng, có thái độ đấu tranh kiên quyết và dứt khoát đối với các âm mưu, luận điểm phản tuyên truyền của kẻ thù. Mỗi một sự cố, một khuyết điểm nào đó trong công tác báo chí đều được các tổ chức Đảng xem xét, rút kinh nghiệm ngay từ công tác cán bộ.

Mặt khác, việc làm tốt công tác cán bộ không chỉ tạo điều kiện cho Đảng huy động cao độ năng lực của hệ thống báo chí trong tiến trình thực hiện cương lĩnh cách mạng, đồng thời còn mở ra khả năng rộng lớn cho các cán bộ báo chí có thể phát huy tài năng sáng tạo của mình trong hoạt động nghề nghiệp.

Trên ngưỡng cửa của thế kỷ XXI, hướng về tương lai có thể dễ nhận thấy những dự báo khả quan cho sự phát triển tốt đẹp, rạng rỡ của dân tộc, của đất nước. Những truyền thống đấu tranh cách mạng kiên cường, dũng cảm, những phẩm chất tốt đẹp trong lao động, học tập, tinh thần yêu nước và tự cường... là những điều kiện nền tảng cho sự phát triển của dân tộc. Sự lãnh đạo vững vàng của Đảng và những thành tựu kinh tế - xã hội quan trọng đã mở ra những triển vọng tươi sáng cho công cuộc xây dựng nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa to đẹp, đàng hoàng. Việc mở rộng hợp tác, hội nhập quốc tế và những chuyển biến tích cực trong quan hệ giữa các quốc gia, các dân tộc trong tình hình mới đang tạo ra những điều kiện thuận lợi cho sự nghiệp xây dựng kinh tế, củng cố quốc phòng, bảo vệ vững chắc chế độ xã hội chủ nghĩa.

Tuy nhiên, có một thực tế thứ hai đang tạo ra những nguy cơ, thách thức cho sự nghiệp cách mạng dưới sự lãnh đạo của Đảng và đặt ra những đòi hỏi, yêu cầu mới đối với hệ thống

thông tin báo chí của đất nước. Hiện thực đó bao gồm cả những hạn chế, thiếu sót trong nước và những phức tạp, rắc rối trong quan hệ quốc tế. Ở trong nước cùng với những thành tựu to lớn về kinh tế - xã hội, đất nước ta đang đứng trước những nguy cơ xuất phát ngay từ trong nội bộ xã hội như: tình trạng tham nhũng, tiêu cực, sự yếu kém về quản lý kinh tế, sức ép về sự tụt hậu... Trong quan hệ quốc tế sau thời kỳ “chiến tranh lạnh” những biến động phức tạp đẩy tới những khó khăn, thách thức, đặc biệt đối với các nước nghèo, các nước đang phát triển. Cuộc chiến vùng Vịnh chống lại Iraq và đặc biệt là NATO dưới sự cầm đầu của Mỹ ngang nhiên đánh phá Nam Tư - một nước có chủ quyền độc lập là thành viên Liên hợp quốc đã phủ màu ảm đạm lên những dự báo tương lai của nhân loại, tạo ra một tiền lệ xấu trong quan hệ quốc tế. Từ sau sự kiện Nam Tư, bức màn màu mè về “hợp tác phát triển sau chiến tranh lạnh” của các thế lực đế quốc phản động bị xé toang để lộ nguyên hình những âm mưu, tham vọng bá chủ thế giới, dùng vũ lực để can thiệp vào các quốc gia bất đồng chính kiến. Hơn thế nữa, thế giới đang hình thành một không gian thông tin báo chí toàn cầu và các thế lực phản động không từ một thủ đoạn nào trong việc tận dụng lợi thế về sức mạnh báo chí để can thiệp vào nội tình các quốc gia hòng trục lợi và thực hiện những mưu đồ chính trị.

Từ một góc nhìn khác có thể thấy, quá trình toàn cầu hóa càng gia tăng, quan hệ quốc tế càng phức tạp thì vai trò thông tin báo chí càng to lớn và quan trọng. Các thế lực thù địch đang sử dụng những thủ đoạn xảo quyệt được che đậy dưới những chiêu bài màu mè để thực hiện chiến lược diễn biến hòa bình. Trong các phương tiện mà kẻ thù sử dụng để chống lại công cuộc hòa bình xây dựng của chúng ta, báo chí là phương

tiện lợi hại nhất. Từ thực tiễn sự đổ vỡ của Liên Xô (cũ), Vichto Aphanaxep, nguyên ủy viên Trung ương Đảng Cộng sản Liên Xô, Tổng biên tập báo *Pravda* đã nhận xét: “Theo danh mục, đó (tức là báo chí - TNT) là quyền lực thứ 4, còn xét về ý nghĩa, tầm quan trọng, về tác động đến khối óc và trái tim con người thì rất có thể là thứ nhất. Quyền lực đó như thần thông biến hóa, có thể “khai sáng” con người và ngược lại, cũng có thể làm mờ mịt đầu óc tỉnh táo nhất”¹. Và vì thế, một khi kẻ thù của chúng ta nắm được báo chí, sử dụng báo chí như một công cụ để thực hiện những mưu đồ đen tối thì hậu quả sẽ tác hại đến nhường nào. Bởi vì nắm được báo chí thì quản lý được dư luận xã hội và vì thế cũng có nghĩa là nắm được quyền quản lý xã hội - logic ấy không phải là duy nhất quyết định nhưng hoàn toàn đúng đắn. Cho nên, một nền báo chí nhân dân hiện đại, đặt dưới sự lãnh đạo toàn diện của Đảng sẽ là điều kiện cho việc giữ gìn ổn định chính trị - xã hội, lành mạnh hóa đời sống văn hóa - tư tưởng, góp phần tích cực vào công cuộc xây dựng và phát triển đất nước.

Thực tế đặt ra và đòi hỏi chúng ta phải cảnh giác và suy nghĩ nghiêm túc về những vấn đề quan trọng được rút ra như những bài học từ gần một thế kỷ phát triển của báo chí cách mạng Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản. Những bài học của ngày hôm qua ấy vẫn còn nguyên giá trị, thậm chí càng cần thiết, quan trọng hơn đối với hôm nay và cả sắp tới.

1. Vichto Aphanaxep: *Quyền lực thứ tư và bốn đời tổng bí thư*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1995, tr.195.

16

BÁO CHÍ CÁCH MẠNG PHẢI ĐẶT LỢI ÍCH QUỐC GIA, DÂN TỘC LÊN TRÊN HẾT*

Sứ mệnh cao cả hàng đầu của báo chí cách mạng là góp phần thúc đẩy xã hội phát triển lành mạnh, tiến bộ nhằm cùng cả dân tộc thực hiện thắng lợi mục tiêu: “Dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”. Muốn hoàn thành sứ mệnh ấy, báo chí cách mạng phải đặt lợi ích dân tộc, quốc gia lên trên hết. Để làm sáng tỏ thêm vấn đề này, Báo *Quân đội nhân dân* đã có cuộc trao đổi với GS.TS. Tạ Ngọc Tấn, Ủy viên Trung ương Đảng, Giám đốc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Phó Chủ tịch Hội đồng Lý luận Trung ương.

Phóng viên: *Xin Giáo sư cho biết một vài thành tựu nổi bật nhất mà báo chí cách mạng Việt Nam đã đóng góp vào sự nghiệp kháng chiến giải phóng dân tộc, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc trong 90 năm qua?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Có thể nói nền báo chí cách mạng Việt Nam do Chủ tịch Hồ Chí Minh khai sinh với sự mở đầu là tờ báo *Thanh niên* đã có những đóng góp vô cùng to lớn cho sự nghiệp đấu tranh giành độc lập dân tộc, cũng như công

* Báo *Quân đội nhân dân* số ra ngày 21/6/2015.

cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc trong suốt 90 năm qua. Ngay sau khi ra đời, báo chí cách mạng Việt Nam đã trở thành một phương tiện hữu hiệu trong việc truyền bá các tư tưởng về con đường giải phóng dân tộc, về cách mạng xã hội chủ nghĩa, tuyên truyền, động viên tinh thần yêu nước, vận động các tầng lớp nhân dân, xây dựng lực lượng kháng chiến trong toàn dân, xây dựng mặt trận đoàn kết các lực lượng của cả dân tộc để đánh đuổi các thế lực thực dân, đế quốc xâm lược, thu non sông về một mối. Báo chí của chúng ta còn là một trường học, nơi đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao nhận thức, trang bị kiến thức cho cán bộ, đảng viên và người dân, tham gia tích cực vào việc xây dựng nền văn hóa mới, xây dựng những con người mới.

Trong suốt tiến trình lịch sử vừa qua, báo chí cách mạng Việt Nam thực sự là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước với nhân dân, trở thành diễn đàn để nhân dân thể hiện tiếng nói, tâm tư, tình cảm của mình, tham góp ý kiến đối với mọi vấn đề của đất nước. Đồng thời báo chí cũng trở thành một cầu nối giữa dân tộc ta với các dân tộc, các quốc gia trên thế giới, kết nối giữa văn hóa của chúng ta với văn hóa của nhân loại, giúp cho chúng ta truyền bá những giá trị văn hóa của đất nước chúng ta đến với các dân tộc khác trên thế giới và lựa chọn, tiếp nhận những giá trị văn hóa rất phong phú của các dân tộc trên thế giới, góp phần làm giàu cho cuộc sống, thúc đẩy công cuộc xây dựng, phát triển của đất nước ta... Chính trong tiến trình lịch sử của dân tộc, báo chí cách mạng Việt Nam cũng ngày càng phát triển, hiện đại hóa, trở thành một phương tiện công tác tư tưởng có sức mạnh rất to lớn, có vai trò rất quan trọng của Đảng và Nhà nước.

Phóng viên: *Thưa Giáo sư, thời gian qua Internet phát triển mạnh mẽ, nhiều trang mạng xã hội, blog cá nhân ra đời đã ít nhiều làm thay đổi quan niệm về vai trò của báo chí truyền thống. Theo Giáo sư điều này nên mừng hay nên lo?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Sự phát triển mạnh mẽ của Internet bắt đầu từ thập niên 80 của thế kỷ XX đã thay đổi cả lối sống, cả văn hóa sống cùng nhiều khía cạnh của cuộc sống, xã hội và con người hiện đại. Đương nhiên, nó cũng dẫn đến những thay đổi to lớn về tính chất, quy mô, phương thức tác động và sức mạnh của báo chí, truyền thông đại chúng. Mạng Internet toàn cầu mang lại sức mạnh và những tiện ích tuyệt vời cho con người, nhưng tiếc thay, nó cũng kéo theo không ít phiền toái, trong đó có những ảnh hưởng tiêu cực từ thông tin độc hại, thiếu trách nhiệm của một số trang mạng, blog cá nhân.

Vấn đề ở đây không phải là mừng hay lo mà phải làm sao để thích ứng với Internet, để sống chung với Internet, để khai thác, tận dụng được sức mạnh, các tiện ích và hạn chế đến mức thấp nhất những ảnh hưởng tiêu cực của Internet. Muốn vậy, một mặt chúng ta phải chủ động phát triển lực lượng để có thể làm chủ được không gian mạng một cách cơ bản; nhanh chóng xây dựng hệ thống pháp lý, phân định rõ ràng quyền và trách nhiệm của công dân khi tham gia mạng; đặc biệt là làm rõ và có chế tài thích đáng đối với những thông tin nào ảnh hưởng xấu đến thuần phong, mỹ tục, đến văn hóa dân tộc, đến an ninh chính trị của đất nước, không được phép tung lên mạng. Đồng thời phải có các giải pháp kỹ thuật để phát hiện và xử lý những vi phạm. Mặt khác, cần nhanh chóng thực hiện việc tuyên truyền, giáo dục trong nhân dân, hình thành trong nhận thức của những người tham gia mạng một thái độ đúng

đắn, có trách nhiệm, cảnh giác và cùng đấu tranh, phê phán đối với những thông tin tiêu cực trên mạng.

Phóng viên: *Thưa Giáo sư, trong xã hội thông tin bùng nổ, báo chí cách mạng làm thế nào để thực hiện được nhiệm vụ định hướng dư luận xã hội, hạn chế những thông tin sai trái, độc hại, góp phần ổn định an ninh thông tin - truyền thông vào bảo vệ lợi ích quốc gia, dân tộc, thúc đẩy sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước?*

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Như chúng ta đều biết, sự phát triển bùng nổ của báo chí nói riêng, truyền thông đại chúng nói chung là một xu hướng khách quan, tất yếu của xã hội hiện đại. Thông tin, báo chí càng bùng nổ thì vai trò, trách nhiệm và yêu cầu đặt ra với báo chí cách mạng trong việc định hướng dư luận xã hội, hạn chế những thông tin sai trái, độc hại, giữ an ninh thông tin - truyền thông vào bảo vệ lợi ích quốc gia, dân tộc càng to lớn, càng nặng nề và phức tạp.

Muốn hoàn thành tốt sứ mệnh, trách nhiệm ấy, trước hết ta phải xây dựng, phát triển được một hệ thống báo chí - truyền thông đại chúng quốc gia mạnh về lực lượng, hợp lý về cơ cấu, chủng loại, hiện đại về công nghệ và kỹ năng nghề nghiệp. Đảng, Nhà nước phải đào tạo cơ bản, bồi dưỡng thường xuyên đội ngũ những người làm báo, những người được giao quản lý hệ thống truyền thông đại chúng, để họ thực sự trở thành những người chiến sĩ *vừa hồng, vừa chuyên* trên mặt trận tư tưởng, những người luôn ý thức đầy đủ về trách nhiệm của mình đối với nghề nghiệp và đối với lợi ích của dân tộc, của chế độ. Cả hệ thống báo chí - truyền thông của chúng ta phải chủ động cung cấp thông tin cho xã hội một cách nhanh nhất, đầy đủ nhất; đồng thời kịp thời phân tích, hướng dẫn nhân

dân nhận thức đúng về những vấn đề, sự kiện, hiện tượng mới, vạch trần và đấu tranh kiên quyết với những thông tin sai trái, độc hại. Nói cách khác, cả nền báo chí - truyền thông đại chúng và mỗi người làm báo, mỗi cán bộ truyền thông đại chúng phải đặt lợi ích dân tộc, lợi ích quốc gia lên trên hết.

Phóng viên: Theo Giáo sư, mỗi nhà báo cần trang bị cho mình những gì để vừa kế thừa, phát huy những giá trị truyền thống tốt đẹp của báo chí cách mạng, vừa có thể tiếp thu, làm chủ công nghệ làm báo hiện đại để hoàn thành tốt vai trò là người chiến sĩ xung kích trên mặt trận tư tưởng của Đảng?

GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Tôi còn nhớ, trong bài nói chuyện tại Đại hội lần thứ III của Hội Nhà báo Việt Nam, Bác Hồ có nhấn mạnh rằng: “Cán bộ báo chí cũng là chiến sĩ cách mạng”, và để làm tròn nhiệm vụ vẻ vang đó thì trước hết người làm báo phải “tu dưỡng đạo đức cách mạng”. Tôi nghĩ, điều dạy của Bác Hồ vẫn đang có ý nghĩa thời sự với chúng ta hôm nay. Đối với người làm báo, đạo đức cách mạng chính là biểu hiện sinh động, cụ thể của lòng yêu nước, yêu chế độ; ý thức trách nhiệm trước dân tộc, nhân dân; sự yêu thương, trân trọng đối với mỗi số phận con người; sự trung thực, công bằng trong thông tin và tinh thần thẳng thắn, dũng cảm trong đấu tranh chống tiêu cực, chống những âm mưu, luận điệu có hại đối với dân tộc và chế độ.

Cùng với đạo đức cách mạng, yêu cầu về chuyên môn, nghiệp vụ là cơ bản và sống còn đối với người làm báo, người làm truyền thông đại chúng. Nói đến chuyên môn, nghiệp vụ của người làm báo là nói đến nhận thức đúng đắn về nghề làm báo, năng lực hành nghề một cách chuyên nghiệp, khả năng sử dụng các phương tiện kỹ thuật, công nghệ hiện đại phục

vụ cho hành nghề, nói đến đạo đức nghề nghiệp và vốn kiến thức văn hóa rộng, kinh nghiệm thực tế phong phú... Tóm lại, người làm báo muốn làm tròn nhiệm vụ “người chiến sĩ trên mặt trận tư tưởng của Đảng” thì phải thường xuyên học tập, rèn luyện để trở thành người cán bộ *vừa hồng, vừa chuyên* mà Bác Hồ đã nhiều lần nhấn mạnh.

17

LẠI BÀN VỀ TỰ DO BÁO CHÍ*

Ngay từ khi báo chí ra đời, vấn đề tự do báo chí đã xuất hiện. Và trong suốt lịch sử tồn tại, phát triển của báo chí, vấn đề tự do báo chí luôn luôn đồng hành như hình với bóng, trở thành chủ đề trung tâm của những cuộc tranh luận nảy lửa, không bao giờ dứt, thậm chí là nguyên nhân của không biết bao nhiêu vụ việc rắc rối, phức tạp, kể cả tù đày và đổ máu.

Vậy tự do báo chí là gì? Vấn đề tự do báo chí được giải quyết như thế nào ở thế giới và Việt Nam, trong lịch sử cũng như hiện tại? Thực chất của những luận điệu xuyên tạc, bôi nhọ tình hình tự do báo chí của nước ta là gì? Trong loạt bài này, chúng tôi xin được thêm một lần nữa trao đổi, ngõ hầu góp phần làm rõ phần nào những câu hỏi đó.

1. Lịch sử vấn đề tự do báo chí

Sự ra đời của báo chí là kết quả của quá trình phát triển văn hóa của nhân loại, trong đó đặc biệt là những thành tựu về kỹ thuật in ấn. Nhưng chính bối cảnh của cuộc cách mạng tư sản ở phương Tây và cùng với tiến trình công nghiệp hóa, mở rộng thị trường mới là điều kiện, là mảnh đất màu mỡ cho sự phát triển và thể hiện sức mạnh của báo chí với tính chất

* *Tạp chí Cộng sản*, số tháng 6 và số tháng 7/2019.

là một phương tiện truyền thông mới. Trong cuộc đấu tranh một mất, một còn, giữa một bên là các thế lực phong kiến, quý tộc bảo thủ và nhiều khi là cả sự sát cánh của các tầng lớp, với một bên là giai cấp tư sản đang lên cùng với nhu cầu phát triển nền kinh tế hàng hóa, báo chí ngay lập tức trở thành một quyền lực xã hội đầy hấp dẫn. Tuy nhiên, các nhà nước quân chủ lúc đó đã giành lấy báo chí, giữ lấy nó như một thứ vũ khí mạnh mẽ để bảo vệ quyền lực của mình. Tự do báo chí ra đời trong bối cảnh đó và tất nhiên do chính giai cấp tư sản phát động. Ban đầu, tự do báo chí được hiểu là quyền tự do in ấn và xuất bản các tờ báo mà giai cấp tư sản lúc đó đòi được chia sẻ công bằng với nhà nước phong kiến bảo thủ đang nắm giữ độc quyền.

Một số nhà tư tưởng tư sản từng giải thích về tự do báo chí như tự do hàng hóa. Người ta có thể tự do sản xuất các hàng hóa để đưa ra thị trường tiêu thụ thì cũng có thể tự do in ấn, xuất bản các tờ báo để bán cho người đọc. Người dân đã biết chọn cho mình thứ hàng hóa tốt thì cũng có thể chọn cho mình những ý kiến hay, những tư tưởng tốt trong báo chí tự do (Giôn Minton 1608-1674, Giôn Xtuat Min 1806-1873). Tuy nhiên, giới phong kiến quý tộc và các nhà nước bảo thủ không hiểu như thế. Họ tìm mọi cách nắm lấy báo chí và biến báo chí thành một thứ công cụ sắc bén, một thứ quyền lực mạnh mẽ để bảo vệ vị thế xã hội và các lợi ích của mình. Trong khi nhà nước phong kiến sử dụng pháp luật và cả bạo lực để ngăn cản quyền tự do báo chí của giai cấp tư sản và nhân dân lao động thì một bộ phận tôn giáo cũng đứng về phía chính quyền, hòa giọng vào “dàn đồng ca” lên án tự do báo chí, tự do ngôn luận. Trong Thông điệp Mirarivót ngày 15/8/1832, Giáo hoàng Gregôriô XVI đã lên án mạnh mẽ và hoàn toàn loại bỏ tự do

ngôn luận, tự do báo chí ra ngoài vòng pháp luật của xã hội. Thông điệp viết: Cái châm ngôn sai lầm và phi lý, hay nói cho đúng, sự rõ đại: tự do tín ngưỡng, tự do báo chí, cái tự do ghê tởm nhất, tai hại nhất, mà bao giờ người ta cũng ghê sợ.

Khi giành được chính quyền, giai cấp tư sản lại đi theo vết xe đổ của nhà nước phong kiến quý tộc, giành lấy cho riêng mình độc quyền về báo chí, ngăn cản tự do báo chí ở chính quốc và đàn áp báo chí tự do ở các quốc gia, lãnh thổ thuộc địa. Cuộc đấu tranh giành tự do báo chí của giai cấp công nhân và các dân tộc bị áp bức ở các nước thuộc địa đã phải trả giá cả bằng xương máu và nước mắt. Phải đến giữa thế kỷ XX, với kết quả của cuộc đấu tranh kiên trì, quyết liệt của công nhân và nhân dân lao động toàn thế giới cùng với những tiến bộ văn hóa, văn minh nhân loại, quyền tự do báo chí và cùng với nó là quyền tự do ngôn luận mới được khẳng định và trở thành một giá trị chuẩn mực quốc tế. Điều 19, *Tuyên ngôn thế giới về quyền con người* của Liên hợp quốc, được Đại Hội đồng Liên hợp quốc thông qua và công bố theo Nghị quyết số 217A (III) ngày 10/12/1948, nêu rõ: Mọi người đều có quyền tự do ngôn luận và bày tỏ quan điểm; kể cả tự do bảo lưu ý kiến mà không phụ thuộc vào bất cứ sự can thiệp nào; cũng như tự do tìm kiếm, thu nhận, truyền bá thông tin và ý kiến bằng bất cứ phương tiện thông tin đại chúng nào và không giới hạn về biên giới (Điều 19).

Ngày nay, quyền tự do báo chí không đơn thuần chỉ là quyền tự do in ấn, xuất bản các sản phẩm báo chí mà còn được mở rộng một cách toàn diện, bao gồm quyền tự do hoạt động nghề nghiệp của người làm báo; quyền tự do ra báo, thành lập các cơ quan truyền thông đại chúng; quyền tự do tiếp cận thông tin báo chí; quyền tự do truyền phát thông tin, biểu đạt

quan điểm và quyền được bảo vệ và đối xử công bằng trên các phương tiện truyền thông đại chúng. Cần phải nói rằng, lâu nay rất nhiều người vì mục đích nào đó mà thường chỉ nhấn mạnh các quyền tự do làm báo, tự do ra báo chí, tự do ngôn luận trên báo chí mà quên đi quyền được bảo vệ một cách công bằng, đạo đức trên báo báo chí, truyền thông. Hơn thế nữa, người ta cũng vô tình hay hữu ý mà không nhắc đến vai trò của pháp luật trong điều chỉnh hoạt động báo chí phục vụ cho mục đích chung, hài hòa của xã hội và phúc lợi của nhân dân.

2. Hai câu hỏi thực tế về tự do báo chí

Khi bàn về tự do báo chí, một số người thường hay trích dẫn một câu trong *Tuyên ngôn Nhân quyền và Dân quyền* năm 1789 của nước Pháp rằng, “tự do trao đổi suy nghĩ và ý kiến là một trong những quyền quý giá nhất của con người. Vì thế, bất kỳ công dân nào cũng có thể nói, viết và công bố tự do”; hoặc viện dẫn Tu chính án thứ nhất của Hiến pháp Mỹ được thông qua năm 1791 rằng, Quốc hội không được làm luật liên quan đến bất cứ tôn giáo nào, hoặc ngăn cản sự tự do tín ngưỡng, hoặc ngăn cản sự tự do ngôn luận, tự do báo chí, hoặc quyền của người dân được hội họp hòa bình, và kiến nghị chính quyền để giải quyết khiếu nại. Đồng thời, người ta cũng coi đó là biểu tượng của nền tự do báo chí ở Mỹ và phương Tây nói chung. Xin nói ngay rằng, những luận điểm đặt ra trong hai trích dẫn đó là hoàn toàn đúng, là thể hiện giá trị tích cực, tiến bộ của nhân loại. Nhưng vấn đề là ở chỗ, từ những luận điểm ấy đến thực tế xã hội có khoảng cách không? Cần hiểu như thế nào cho đúng về *thực chất* của những luận điểm đó? Từ đây có hai câu hỏi thực tế cần phải làm rõ: *Thứ nhất*, phải chăng trên thực tế báo chí ở nước Mỹ và phương Tây tự do

tuyệt đối, không có bất cứ một hạn chế, ràng buộc nào? *Thứ hai*, phải chăng báo chí Mỹ và phương Tây chỉ thông tin những gì là sự thật, phi chính trị, là hoàn toàn khách quan, không thiên vị?

Câu trả lời cho câu hỏi thứ nhất là không, hoàn toàn không!

Trước hết, cần phải khẳng định rằng, tự do báo chí là thiêng liêng, là cần thiết cho cuộc sống, là một biểu hiện cho tiến bộ và một yếu tố thúc đẩy sự phát triển của xã hội. Nhưng tự do báo chí chưa bao giờ và không bao giờ là tự do chung chung, tự do cho mọi người, tự do vô bờ bến. Ngược lại, tự do báo chí bao giờ cũng là và chắc chắn là tự do cho ai, tự do vì mục đích gì. Chính vì thế, nhiều nhà lãnh đạo cách mạng tư sản trước đây đã quyết liệt đấu tranh, thậm chí bị tù đầy vì đòi được chia sẻ quyền tự do báo chí với các thế lực phong kiến, quý tộc, nhưng khi giành được chính quyền về tay mình, chính họ lại ngăn cản và không ngần ngại đàn áp tự do báo chí của giai cấp công nhân và nhân dân lao động. V.I.Lênin đã chỉ ra rằng, giai cấp tư sản hiểu tự do báo chí là quyền tự do ra báo của nhà giàu, là quyền của bọn tư bản chiếm đoạt báo chí... Chính phủ công nông hiểu tự do báo chí là giải phóng báo chí khỏi ách tư bản..., tức là mang lại cho nhân dân lao động quyền tự do báo chí một cách đầy đủ.

Mặt khác, theo thực tế pháp lý ở tất cả các quốc gia trên thế giới, vấn đề có tính nguyên tắc là tự do luôn gắn liền với trách nhiệm, quyền lợi luôn gắn liền với nghĩa vụ. Mối quan hệ phổ biến này nhằm mục tiêu chính đáng và khách quan là bảo đảm cho tự do của mỗi người không làm mất đi hay ảnh hưởng tiêu cực đến tự do của người khác và của cộng đồng. Đây cũng chính là nguyên tắc căn bản mà *Tuyên ngôn thế giới về quyền con người* của Liên hợp quốc đã khẳng định mạnh

mẽ. Sau khi xác quyết các quyền tự do và quyền con người nói chung, Điều 29 của *Tuyên ngôn thế giới về quyền con người* khẳng định: Khi thực hiện các quyền và tự do của mình, mọi người chỉ phải chịu những hạn chế do luật định, nhằm mục đích duy nhất là bảo đảm sự công nhận và tôn trọng thích đáng đối với các quyền và tự do của người khác, cũng như đáp ứng những yêu cầu chính đáng về đạo đức, trật tự xã hội và phúc lợi chung trong một xã hội dân chủ. Nói cách khác, quyền tự do nói chung, tự do báo chí, ngôn luận nói riêng của mỗi người là thiêng liêng, là quan trọng, nhưng không có nghĩa là vì những quyền đó mà người ta có thể làm gì cũng được. Vấn đề là con người sống trong một cộng đồng xã hội, vì thế, tự do của mỗi con người cụ thể không thể tách rời tự do của cả cộng đồng. Hơn thế nữa, chính sự tự do của mọi người, của cả cộng đồng là điều kiện bảo đảm cho tự do của mỗi người. Vì thế, những quyền tự do của mỗi người không thể không bị hạn chế bởi pháp luật nhằm bảo đảm cho tự do của những người khác, bảo đảm lợi ích chung cho cả cộng đồng.

Tuyên ngôn Nhân quyền và Dân quyền năm 1789 của nước Pháp cũng thể hiện về các quyền tự do của con người và công dân Pháp theo nguyên tắc ấy. Điều khoản thứ tư của Tuyên ngôn nêu rõ: Tự do bao gồm khả năng làm bất cứ điều gì mà không gây hại cho người khác. Như thế, việc thực hiện các quyền tự nhiên của mỗi cá nhân chỉ bị giới hạn sao cho các cá nhân khác trong xã hội cũng được hưởng những quyền tương tự. Những giới hạn này được quy định duy nhất bằng luật pháp. Liên quan đến tự do báo chí và tự do ngôn luận, Điều 11 trong Tuyên ngôn này cũng xác định: Tự do trao đổi suy nghĩ và ý kiến là một trong những quyền quý giá nhất của con người. Vì thế, bất kỳ công dân nào cũng có thể nói, viết và

công bố tự do; tuy nhiên, họ sẽ chịu trách nhiệm nếu lạm dụng quyền tự do này theo quy định của pháp luật. Như vậy, tự do báo chí, tự do ngôn luận, bất luận trong trường hợp nào cũng là tự do có hạn định, không thể vượt ra ngoài khuôn khổ của pháp luật.

Trở lại trường hợp của nước Mỹ, tuy không có luật riêng về báo chí nhưng Mỹ lại có nhiều điều luật từ các luật khác của Quốc hội, nhiều quy định có tính pháp lý của tòa án, của các cơ quan liên bang khác và của các bang, trong đó có những quy định, những yêu cầu giới hạn đối với hoạt động báo chí, đối với quyền và trách nhiệm của công dân liên quan đến báo chí. Ví dụ, Điều 2.385 Chương 115, phần 18 (Title 18), Bộ luật của Mỹ (U.S.Code) quy định: Nghiêm cấm mọi hành vi in ấn, xuất bản, biên tập, phát thanh, truyền bá, buôn bán, phân phối hoặc trưng bày công khai bất kỳ tài liệu viết hoặc in nào có nội dung vận động, xúi giục hoặc giảng giải về trách nhiệm, sự cần thiết của tham vọng, tính đúng đắn của hành vi lật đổ hoặc tiêu diệt bất kỳ chính quyền cấp nào tại Mỹ bằng vũ lực hay bạo lực. Năm 1953, Bộ Luật này đã được bổ sung điều khoản cho phép xét xử việc đăng tải các tài liệu mà chính phủ cho là bí mật. Chưa kể, các tổ chức báo chí ở Mỹ cũng có những quy định riêng, yêu cầu người làm báo và các cơ quan báo chí phải tuân thủ những nguyên tắc cụ thể trong hoạt động báo chí. Quy tắc báo chí Mỹ theo tinh thần “lý thuyết trách nhiệm xã hội của báo chí” xác định 7 yêu cầu hoạt động nghề nghiệp là: (1) Trách nhiệm; (2) Tự do báo chí; (3) Sự độc lập; (4) Lòng thành, sự xác thực, đúng đắn; (5) Sự vô tư; (6) Sự bảo đảm tôn trọng thanh danh; (7) Giữ thuần phong mỹ tục.

Từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai, hoạt động báo chí ở Mỹ và các nước phương Tây đã ít nhiều cởi mở hơn thời kỳ

trước. Tuy nhiên, bằng hệ thống luật pháp, những chính sách và mức độ khác nhau, chính quyền Mỹ và các nước phương Tây vẫn quản lý chặt chẽ báo chí và các phương tiện truyền thông đại chúng. Ngoài ra, với sự cạnh tranh khốc liệt trong thị trường báo chí, truyền thông, hầu như tự do xuất bản báo chí và thành lập các tổ chức truyền thông hiện đại chỉ là quyền tự do của các ông chủ những tập đoàn tài phiệt giàu có, của những người có tiền, có cửa, có quyền lực trong tay. Không có chuyện những người nghèo hay tổ chức của họ có thể xuất bản báo chí hoặc duy trì hoạt động của một cơ quan truyền thông. Đặc biệt, các chính quyền phương Tây chưa bao giờ đối xử nhẹ tay đối với thông tin báo chí và những người làm báo bất đồng chính kiến, không “ăn cánh” với họ, có tư tưởng không đồng thuận với họ và nhất là đụng chạm đến lợi ích của các ông chủ và của nhà cầm quyền. Vụ Edward Snowden là một trong số những ví dụ sinh động và xác thực cho tình trạng đó.

Tháng 6/2013, cựu nhân viên Cơ quan Tình báo Trung ương Mỹ (CIA) Edward Snowden đã tiết lộ cho một loạt tờ báo ở Mỹ và châu Âu về một chương trình rộng lớn của Chính phủ Mỹ nhằm theo dõi thông tin điện tử của người dân, và đặc biệt là Chương trình do thám toàn cầu, trong đó cơ quan tình báo Mỹ và Anh đã bí mật giám sát các cuộc điện thoại của 35 nhà lãnh đạo thế giới, trong đó có cả Thủ tướng Đức Angela Merkel và ông D. Medvedev khi đó đang làm Tổng thống Nga. Vụ việc đã phơi bày ra ánh sáng mặt trái đen tối đến mức khó tưởng tượng của nền dân chủ, tự do kiểu Mỹ và làm chấn động cả thế giới. Ngay lập tức, Cơ quan An ninh nội địa Mỹ (NSA) và Lầu năm góc tuyên bố E. Snowden đã đánh cắp 1,7 triệu trang tài liệu mật liên quan đến hoạt động của các cơ quan tình báo Mỹ và các chiến dịch quân sự của Mỹ. Anh ta bị cáo buộc 3 tội:

Ăn cắp tài sản chính phủ, truyền tin trái phép các thông tin quốc phòng và cố ý tiết lộ tài liệu tình báo mật cho người không được phép. Theo luật pháp của nước Mỹ, với những tội danh ấy, E. Snowden sẽ phải đối mặt với mức án tổng cộng 30 năm tù. E. Snowden đã phải chạy trốn khỏi nước Mỹ và hiện nay vẫn đang tị nạn ở Nga. Mặc dù việc Chính phủ Mỹ theo dõi thông tin của người dân và giám sát điện thoại của các nguyên thủ quốc gia khác là việc làm sai trái, phạm pháp và đi ngược lại những nguyên tắc của quan hệ ngoại giao, nhưng họ không những không nhận lỗi, mà còn trở thành người luận tội và truy đuổi E. Snowden. Ngược lại, E. Snowden hành động theo đúng chuẩn mực của Tu chính án thứ nhất của Hiến pháp nước Mỹ, được giới thiệu nhận giải thưởng Nobel Hòa bình, nhưng anh ta vẫn bị coi là tội nhân và khó có đường trở về Mỹ - Tổ quốc mình.

Vậy nên, nói báo chí Mỹ và phương Tây là tự do vô bờ bến, các nhà nước ở đó không bao giờ can thiệp là cách nói vô căn cứ, một thứ xáo ngữ phi thực tế!

Trở lại với câu hỏi *thứ hai*, phải chăng báo chí Mỹ và phương Tây chỉ thông tin những gì là sự thật, là phi chính trị, khách quan, không thiên vị?

Câu trả lời là không, hoàn toàn không!

Một thực tế không thể phủ nhận là Chính phủ Mỹ và các nước phương Tây thường bưng bít và ngăn chặn báo chí đưa những thông tin về các sự kiện khách quan mà bất lợi cho họ hoặc các đồng minh. Vụ thảm sát ở Mỹ Lai trong Chiến tranh Việt Nam là một ví dụ điển hình về tình trạng đó. Ngày 16/3/1968, trong cuộc càn quét vào thôn Mỹ Lai, làng Sơn Mỹ, huyện Sơn Tịnh, tỉnh Quảng Ngãi, một đơn vị lục quân Mỹ đã nổ súng giết hại 504 dân thường không có vũ khí trong tay,

phần lớn là phụ nữ, trẻ em và người già. Trước khi bị sát hại, nhiều người trong số các nạn nhân còn bị cưỡng bức, quấy rối, tra tấn, đánh đập hoặc cắt xẻo các bộ phận trên cơ thể. Trong khi đó, báo cáo của quân đội Mỹ lại ghi rằng họ đã “tiêu diệt 128 binh lính kẻ thù mà không chịu bất cứ thương vong nào”. Phải đến cuối năm 1969, tức là hơn một năm sau, một người lính Mỹ biết được vụ thảm sát này qua lời kể của những kẻ trực tiếp tham gia mới tố cáo, lời vụ thảm sát đó ra ánh sáng và nhân loại mới được biết đến một tội ác dã man chống lại con người của quân đội Mỹ.

Trong cuộc chiến tranh vùng Vịnh năm 1991, bộ máy tuyên truyền của quân đội Mỹ đã chuẩn bị và tổ chức rất chặt chẽ việc đưa tin để bảo đảm sự an toàn và có lợi cho họ. Các nhà báo được họ lựa chọn cẩn thận và bảo đảm mọi điều kiện sống, làm việc khi đi theo quân đội. Nhiệm vụ còn lại của họ là đưa tin theo những gì mà bộ máy tuyên truyền của quân đội Mỹ đã “xào nấu”. John R. MacArthur, nhà báo Mỹ, tác giả cuốn sách nổi tiếng *Second Front: Censorship and Propaganda in the 1991 Gulf War* (tạm dịch: *Mặt trận thứ hai: Kiểm duyệt và tuyên truyền về chiến tranh vùng Vịnh 1991*), đã nhận xét: Các hãng tin Mỹ như FOX, CNN, ABC, CBS, NBC ít khi đưa được tin chính xác về diễn biến thực tế các trận đánh, vì hầu hết các bài và hình ảnh đều được biên soạn tại các căn cứ quân sự của Mỹ ở Qatar và Kuwait. Các phóng viên hầu hết đều ở phía sau chiến tuyến viết bài, đưa tin dựa vào các tin và tài liệu do quân đội Mỹ cung cấp. Cũng chính trong thời kỳ này, xe tăng Mỹ đã nã đạn vào một khách sạn ở Thủ đô Baghdad (Iraq), nơi có hơn 100 nhà báo đang làm việc, làm cho 11 người chết, hàng chục người khác bị thương. Năm 1999, NATO không kích vào Đài Truyền hình quốc gia Nam Tư RTS ở Thủ đô Beograd, giết

chết 16 nhà báo... Những thông tin này đều bị chính quyền Mỹ kiểm soát, không để lọt ra trên báo chí của Mỹ.

Một ví dụ khác, vụ biếm họa nhà tiên tri Muhammad. Cuối năm 2005, tờ báo Jyllands-Posten của Đan Mạch đăng 12 bức biếm họa về nhà tiên tri Muhammad của đạo Hồi, trong đó có bức vẽ nhà tiên tri Muhammad với quả bom đã châm ngòi đặt trong khăn xếp trên đầu. Trên quả bom còn có ghi một tín hiệu của Hồi giáo. Sau đó một số tờ báo của 40 nước ở châu Âu đã đăng lại bức tranh này, trong số đó có tờ tuần báo trào phúng *Charlie Hebdo* của Pháp. Sau vụ việc này, bạo loạn đã xảy ra ở nhiều nơi trên thế giới, nhất là những nước có đông tín đồ Hồi giáo. Những người phản đối việc đăng tải những bức vẽ này cho rằng, đó là sự sỉ nhục và lăng mạ Hồi giáo. Những người ủng hộ chúng lại cho rằng việc một tờ báo in hình biếm họa hay đăng tải cái gì chẳng nữa là quyền tự do báo chí chính đáng. Lại lòng là chính phủ nhiều nước phương Tây lại lên tiếng ủng hộ và đứng ra bảo vệ, thậm chí khuyến khích các tòa báo, bắt chấp những nguyên tắc về chống lạm quyền tự do đã được ghi trong *Tuyên ngôn thế giới về quyền con người* của Liên hợp quốc mà họ đã công nhận. Những vụ bạo loạn chống lại việc đăng tải biếm họa nhằm vào Hồi giáo đã không giúp cho các cơ quan báo chí châu Âu, nhất là tờ tuần báo trào phúng *Charlie Hebdo* có một bài học cần thiết về việc “lạm dụng quyền tự do”, “gây hại cho người khác”, “lăng mạ tôn giáo”. Trong các năm 2011, 2013 và 2015, mỗi năm *Charlie Hebdo* đều có một số báo chuyên biệt đăng tải những bài viết và biếm họa liên quan đến Hồi giáo. Việc làm đó đã gây nên sự phẫn nộ trong dư luận người theo Hồi giáo. Và ngày 07/01/2015, một số phần tử quá khích đã tấn công trụ sở tuần báo trào phúng *Charlie*

Hebdo giữa trung tâm Pari. Vụ xả súng đã khiến 12 người thiệt mạng, trong đó có 5 họa sĩ nổi tiếng của nước Pháp.

Vụ xả súng ở tòa soạn *Charlie Hebdo* rõ ràng là hành động khủng bố cần phải lên án. Nhưng phải chăng để thực thi quyền tự do báo chí, người ta có thể tự do xúc phạm bất cứ ai, nhất là lăng mạ những điều thiêng liêng trong niềm tin tôn giáo? Nếu tự do báo chí cho người này những lại làm tổn hại đến người khác, làm cho người khác không có tự do, thậm chí bị tổn thương, thử hỏi đó có phải là thứ tự do báo chí cần thiết cho con người và xã hội không?

Ở trong nước, các chính phủ phương Tây quản lý, sử dụng báo chí, truyền thông nhằm phục vụ cho lợi ích và làm đẹp hình ảnh của họ. Còn đối với các quốc gia bất đồng chính kiến, không ăn cánh hoặc yếu thế thì họ tìm cách can thiệp hoặc lũng đoạn tình hình bằng thông tin báo chí. Năm 1950, CIA bắt đầu thực hiện Chương trình “Kiểm soát nhận thức” (Mind Control), sử dụng các phương tiện thông tin báo chí để can thiệp vào nội tình các quốc gia không cùng chính kiến. Theo đó, họ thành lập và rót tiền cho Đài châu Á tự do (RFA) để xây dựng các chương trình phát thanh tiếng địa phương, nhằm tuyên truyền chống các nước ở châu Á đi theo con đường xã hội chủ nghĩa. Cho đến nay, RFA vẫn hoạt động với chương trình theo 9 thứ tiếng, không chỉ là phát thanh mà còn bằng Internet.

Đài châu Âu tự do (RFE) được thành lập từ năm 1949, do Quốc hội Mỹ chu cấp kinh phí hoạt động, nhằm chống phá Liên Xô, các nước xã hội chủ nghĩa Đông và Trung Âu trong thời kỳ Chiến tranh lạnh. Hiện RFE có hai trụ sở ở Praha (Séc) và ở Washington (Mỹ), với các chương trình phát thanh bằng

28 thứ tiếng và nhằm vào Nga, một số nước ở Trung Á, Nam Á và Trung Đông.

Bằng lực lượng báo chí khổng lồ, có ảnh hưởng rộng khắp trên toàn thế giới, với sự hỗ trợ mạnh mẽ của tiền bạc và công nghệ tiên tiến, báo chí Mỹ và phương Tây hầu như chi phối lĩnh vực truyền thông, áp đặt dư luận xã hội cả thế giới. Và bằng con đường báo chí, Mỹ và phương Tây đã phát động những cuộc bạo loạn còn được gọi dưới cái tên mỹ miều là những cuộc “Cách mạng màu” ở một số quốc gia. Vụ Romania năm 1989 là một ví dụ điển hình cho việc sử dụng truyền thông báo chí để kích động bạo loạn, lật đổ. Vụ việc bắt đầu từ thành phố nhỏ Timișoara với 25 vạn dân ở vùng Transilvania, vùng đất nghèo nhất châu Âu. Trong một cuộc biểu tình của người dân, chủ yếu là cán bộ, công chức và người về hưu đòi chính quyền cải thiện đời sống, một số phần tử quá khích đập phá các cửa hàng, xe cộ đã bị lực lượng an ninh bắt giữ để duy trì trật tự. Truyền thông trong nước Romania chỉ đưa tin đơn giản như một cuộc gây rối. Vụ việc tưởng như đã yên lặng. Nhưng báo chí phương Tây lập tức vào cuộc. Mặc dù không chứng kiến sự kiện, nhưng báo chí phương Tây đã đưa tin cuộc biểu tình gây rối ở Timișoara như “một vụ thảm sát đẫm máu”. Đài châu Âu tự do mặc dù chỉ “nghe nói” thôi nhưng đã đưa ra số người chết lên đến khoảng từ 4.000 đến 20.000 người. Đó là một con số chỉ có người đặc biệt giàu trí tưởng tượng mới có thể nghĩ ra, bởi vì nó lớn hơn nhiều lần số người tham gia biểu tình. Cùng với đó là một làn sóng những tin giả để bôi nhọ Nicolae Ceaușescu và chế độ đương thời. Và chính thông tin báo chí đã trở thành mối lửa cho một đám cháy dữ dội, chất kích thích sự cuồng loạn của những đám đông vô chính phủ. Kết quả là chỉ hai tuần sau, Nicolae Ceaușescu, người có công đưa đất nước

Romania từ tàn phá và nghèo đói sau chiến tranh trở thành một quốc gia hòa bình, phát triển, đã bị giết hại một cách hèn hạ. Sau gần 30 năm, viên đại úy I. Boeru đã tham gia vụ xử bắn Nicolae Ceaușescu hối hận: Cuộc sống của những người dân nơi đây càng tồi tệ hơn sau khi ông Nicolae Ceaușescu bị lật đổ. Nếu như những người đó biết tôi là ai thì có lẽ họ sẽ xé xác tôi. Tôi lấy làm tiếc vì phải nói điều đó... Chúng tôi có nhiều người giàu, nhưng cạnh đó có cả sự bần hàn cùng cực. Nước chúng tôi thiếu một tầng lớp trung lưu. Dưới thời ông Nicolae Ceaușescu cũng có tình trạng làm ăn gian lận, trí trá, nhưng ít lắm, còn bây giờ nạn tham ô, những nhiễu loạn tràn khắp cả nước. Đương nhiên là những điều như viên đại úy I. Boeru thừa nhận không bao giờ được báo chí phương Tây nhắc tới.

Còn rất nhiều những ví dụ, vô số những bằng chứng cho sự không khách quan, thái độ thiên vị và những hoạt động phục vụ cho những âm mưu chính trị của báo chí Mỹ và phương Tây. Mặc dù giới chức chính quyền và các cơ quan báo chí chính thống không bao giờ công khai thừa nhận nhưng thực ra không khó gì để người ta có thể nhận ra. Hơn nữa, trong một số trường hợp, chính những nhân vật có thẩm quyền nhất lại thú nhận cho dù “không ai khảo”. Tổng thống Mỹ Donald Trump đã gọi một số hãng truyền thông là “rác rưởi” vì sản xuất “tin tức giả”. Ngày 18/02/2017, ông ta đã viết rằng: “Truyền thông tin tức giả (các đơn vị yếu kém NYTimes, NBCNews, ABC, CBS, CNN) không phải là kẻ thù của tôi, đó là kẻ thù của người dân Mỹ!”.

Tóm lại, trả lời “không” cho hai câu hỏi thực tế đã đặt ra trên đây cũng là dễ hiểu. Bởi bản chất của tự do vốn luôn luôn là *tự do cho ai, tự do vì mục đích gì và tự do trong khuôn khổ nào*. Đối với tự do báo chí cũng vậy. Tự do báo chí cho mọi công

dân, vì thỏa mãn nhu cầu thông tin trao đi và nhận lại và những mục đích tốt đẹp của con người và xã hội, luôn là điều mong muốn chung của mọi dân tộc, mọi quốc gia. Nhưng tự do cho mình, cộng đồng mình mà ảnh hưởng xấu đến người khác và cộng đồng khác, đâu còn là tự do. Bởi vậy, tự do báo chí phải đặt trong khuôn khổ pháp luật và những quy tắc đạo đức xã hội. Duy trì trong khuôn khổ ấy, trong những quy tắc ấy, báo chí là động lực thúc đẩy phát triển xã hội, là phương tiện phục vụ tích cực cho con người. Bỏ qua những khuôn khổ ấy, những quy tắc đạo đức ấy, báo chí rất có thể trở thành vô chính phủ, vật gây hại với văn hóa và con người, thậm chí trở thành công cụ chính trị chống phá lẫn nhau giữa các thế lực, đảng phái, nhà nước, giữa các quốc gia, dân tộc.

3. Phát triển nền báo chí Việt Nam tự do, nhân văn và hiện đại

Trong suốt 80 năm dưới ách thống trị của thực dân Pháp và thế lực phong kiến, nền báo chí Việt Nam cùng chung “số phận” với dân tộc, bị đè nén, áp bức và bóp nghẹt mọi tự do. Ánh mắt soi mói của bè lũ mật thám và “luối kéo” kiểm duyệt của chính quyền cắt không thương tiếc mọi bài vở, thậm chí mọi câu chữ thể hiện tinh thần yêu nước, đòi tự do cho dân tộc, cải thiện dân sinh. Những người làm báo cách mạng bị đàn áp, tù đầy, thậm chí bị thủ tiêu hoặc kết án tử hình. Trong bài báo “Đông Dương và Triều Tiên” đăng trên báo *Le Populaire* ngày 04/9/1919, Nguyễn Ái Quốc đã lên án chế độ nô dịch báo chí của chính quyền thực dân Pháp ở Đông Dương. Người viết: “Về mặt báo chí, xuất bản bằng tiếng phương Đông, Chính phủ giành lấy cái quyền hạn bĩ ỉ chỉ cho phép xuất bản những loại nào ca ngợi mình và sau khi đã có kiểm duyệt rồi. Chính phủ

lợi dụng cái đặc quyền độc đáo ấy để lập ra những tờ báo tiếng An Nam theo ý mình được hưởng trợ cấp bí mật của Nhà nước và chuyên việc làm quảng cáo tuyên truyền cho Chính phủ và thường kỳ viết những bài phỉn nịnh các quan trên có thể lặc ỏ thuộc địa”¹. Năm 1919, Nguyễn Ái Quốc thay mặt nhóm những người yêu nước An Nam gửi đến Hội nghị Vécxây bản “*Yêu sách của nhân dân An Nam*”, nêu lên 8 yêu sách, trong đó, yêu sách thứ ba là “*Tự do báo chí và tự do ngôn luận*”².

Tự do báo chí và tự do ngôn luận luôn luôn là một mục tiêu nhất quán, một yêu cầu trước sau như một trong suốt tiến trình cách mạng dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam và Chủ tịch Hồ Chí Minh. Tự do báo chí và ngôn luận được xác định rõ ràng trong Cương lĩnh chính trị của Đảng, được quy định chặt chẽ, rõ ràng và ngày càng đầy đủ trong Hiến pháp và hệ thống pháp luật của Nhà nước. Lời kêu gọi của Đại hội thành lập Đảng Cộng sản Việt Nam ngày 3/2/1930 nhấn mạnh một trong những mục đích hàng đầu của cuộc cách mạng mà Đảng chủ trương là “*Dem lại mọi quyền tự do cho nhân dân*”³. “*Công nhơn vận động (Án Nghị quyết của Trung ương toàn thể Đại hội)*”, tháng 10/1930 chỉ rõ yêu cầu đầu tiên của cuộc đấu tranh về chính trị là “*Tự do tổ chức, ngôn luận, tụ hội, bãi công, thị oai biểu tình*”⁴. Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội (Bổ sung, phát triển năm 2011) của Đảng Cộng sản Việt Nam đã tổng kết một trong năm bài học kinh nghiệm lớn của Đảng là “*sự nghiệp cách mạng là của nhân dân, do nhân dân và vì nhân dân...*” Toàn bộ hoạt động của Đảng phải xuất phát từ

1, 2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập, Sđd*, t.1, tr.19, 469.

3, 4. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đảng toàn tập, Sđd*, t.2, tr.17, 142.

lợi ích và nguyện vọng chính đáng của nhân dân”¹. Nói rộng ra, những “lợi ích và nguyện vọng chính đáng” của nhân dân chính là quyền được mưu cầu hạnh phúc, không ngừng cải thiện đời sống, quyền được tự do phát triển toàn diện, được bảo đảm quyền con người và các quyền tự do trong một xã hội tiến bộ, văn minh, hiện đại, trong đó đương nhiên có các quyền tự do báo chí, tự do ngôn luận.

Ngay sau khi Cách mạng Tháng Tám thành công, Hiến pháp đầu tiên của Nhà nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa đã long trọng khẳng định “Công dân Việt Nam có quyền: - Tự do ngôn luận/ - Tự do xuất bản...” (Điều thứ 10). Điều 25 Hiến pháp năm 2013 hiến định: “Công dân có quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tiếp cận thông tin, hội họp, lập hội, biểu tình. Việc thực hiện các quyền này do pháp luật quy định”. Luật Báo chí năm 2016 đã cụ thể hóa quyền tự do báo chí của công dân thành 6 nội dung, bao gồm: “1. Sáng tạo tác phẩm báo chí; 2. Cung cấp thông tin cho báo chí; 3. Phản hồi thông tin trên báo chí; 4. Tiếp cận thông tin báo chí; 5. Liên kết với cơ quan báo chí thực hiện sản phẩm báo chí; 6. In, phát hành báo in” (Điều 10). Luật này cũng quy định quyền tự do ngôn luận của công dân với 3 nội dung: “1. Phát biểu ý kiến về tình hình đất nước và thế giới; 2. Tham gia ý kiến xây dựng và thực hiện đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; 3. Góp ý kiến, phê bình, kiến nghị, khiếu nại, tố cáo trên báo chí đối với các tổ chức của Đảng, cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp và các tổ chức, cá nhân khác” (Điều 11).

1. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb. Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội, tr.65.

Quyền tự do báo chí, tự do ngôn luận được khẳng định, quy định chặt chẽ trong hệ thống luật pháp Việt Nam, được xác định rõ ràng những điều kiện, khuôn khổ cụ thể bảo đảm cho các quyền tự do đó được thực thi một cách đúng đắn, hài hòa giữa mỗi người dân và cộng đồng, không làm tổn hại đến lợi ích chung của dân tộc, của đất nước. Điều 13, Luật Báo chí năm 2016 quy định về “Trách nhiệm của Nhà nước đối với quyền tự do báo chí, quyền tự do ngôn luận trên báo chí của công dân” nêu rõ: “1. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi để công dân thực hiện quyền tự do báo chí, quyền tự do ngôn luận trên báo chí và để báo chí phát huy đúng vai trò của mình; 2. Báo chí, nhà báo hoạt động trong khuôn khổ pháp luật và được Nhà nước bảo hộ. Không ai được lạm dụng quyền tự do báo chí, quyền tự do ngôn luận trên báo chí để xâm phạm lợi ích của Nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức và công dân; 3. Báo chí không bị kiểm duyệt trước khi in, truyền dẫn và phát sóng”. Luật này cũng quy định rõ trách nhiệm của các cơ quan báo chí, các nhà báo trong việc tôn trọng các quy tắc đạo đức, văn hóa, tôn trọng nhân cách, phẩm giá, quyền con người của công dân, quy định rõ trách nhiệm của báo chí nếu vi phạm quyền, lợi ích, phẩm giá của người dân.

Không còn nghi ngờ gì nữa, tự do báo chí, tự do ngôn luận đã được quy định rõ ràng, đầy đủ, chặt chẽ trong Hiến pháp và luật pháp Việt Nam. Những nội dung cụ thể về quyền tự do báo chí, tự do ngôn luận được xác lập trong luật pháp, được thực thi trong đời sống, thể hiện tính chất dân chủ ưu việt của chế độ chính trị của Việt Nam, trong đó, người dân chính là chủ nhân của chế độ. Báo chí chính là một kênh quan trọng, hữu hiệu để nhân dân trực tiếp quyết định những vấn đề quốc kế, dân sinh, tham gia quản trị xã hội và đóng góp vào việc

xây dựng chính quyền, xây dựng tổ chức Đảng. Đó cũng là sự khẳng định một trong những thành quả to lớn, quan trọng của cuộc cách mạng vĩ đại vì độc lập của dân tộc, tự do của nhân dân, xây dựng chế độ xã hội xã hội chủ nghĩa dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản và Chủ tịch Hồ Chí Minh. Trên thực tế, Đảng, Nhà nước Việt Nam không chỉ tôn trọng, bảo vệ mà còn tạo mọi điều kiện để không ngừng cải thiện tự do báo chí, tự do ngôn luận cho nhân dân.

Đảng, Nhà nước Việt Nam quan tâm đầu tư phát triển, không ngừng hiện đại hóa hệ thống báo chí và các phương tiện truyền thông đại chúng, đáp ứng nhu cầu thông tin báo chí của nhân dân ngày càng mở rộng, ngày càng phong phú. Theo số liệu của Cục Báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông, tính đến năm 2019, Việt Nam có một hệ thống báo chí phong phú, đa dạng, hiện đại, bao gồm: 844 cơ quan báo in với hơn 1.100 ấn phẩm định kỳ các loại, trong đó có 184 báo, 660 tạp chí; 24 cơ quan báo điện tử độc lập; 67 đài phát thanh, truyền hình đang duy trì hoạt động 278 kênh, trong đó, phát thanh có 87 kênh, gồm 78 kênh phát sóng quảng bá, 9 kênh cung cấp dịch vụ trả tiền; truyền hình có 191 kênh, gồm 104 kênh truyền hình quảng bá và 87 kênh cung cấp dịch vụ trả tiền. Có 19.166 người được cấp thẻ nhà báo và 23.893 người hoạt động trong lĩnh vực báo chí là hội viên Hội Nhà báo Việt Nam. Hiện đang có 35 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phát thanh, truyền hình trả tiền, trong đó có 17 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phát thanh truyền hình trên mạng Internet¹. Đặc biệt, trong hệ thống truyền hình Việt Nam, người ta có thể thấy sự xuất hiện tên tuổi của nhiều kênh truyền hình nổi tiếng của

1. Theo số liệu của Cục Báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông.

nhiều nước trên thế giới. Theo số liệu được Bộ Thông tin và Truyền thông tuyên bố tại cuộc hội thảo nhân ngày Internet Việt Nam 05/12/2018, Việt Nam đã có trên 60% người dân sử dụng Internet và trở thành quốc gia đứng thứ 16 thế giới về số lượng người sử dụng Internet. Đáng chú ý là thời gian sử dụng Internet trung bình của người dân Việt Nam đạt đến khoảng gần 7 giờ mỗi ngày.

Nhà nước Việt Nam có nhiều chính sách nhằm hỗ trợ cho việc phát hành báo chí, cải thiện điều kiện tiếp cận thông tin của các khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo. Sóng phát thanh, sóng truyền hình đã phủ kín toàn quốc. Hệ thống các kênh phát thanh, truyền hình quảng bá và các ấn phẩm định kỳ, trong đó có nhiều ấn phẩm cấp phát miễn phí, với chủng loại phong phú, đáp ứng nhu cầu thông tin đa dạng của nhân dân ở các vùng, miền, các lứa tuổi, từ giải trí, học tập, nâng cao hiểu biết, tìm hiểu luật pháp, giáo dục lối sống, truyền bá các giá trị văn hóa, giao lưu kết nối xã hội đến hướng nghiệp, phổ biến khoa học - kỹ thuật, thông tin vấn đề chính trị trong nước và quốc tế, v.v.. Sự phát triển nhanh chóng của hệ thống báo chí, các cơ quan truyền thông đại chúng, Internet và chỉ số trung bình thời gian sử dụng Internet của người Việt Nam ở mức cao là một minh chứng cụ thể cho sự tự do báo chí, tự do ngôn luận ở Việt Nam. Đó thực sự là nền báo chí tự do, có trách nhiệm, vì sự phát triển tự do toàn diện và hạnh phúc của con người, vì nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc của dân tộc và sự phát triển tiến bộ của xã hội, của dân tộc và đất nước.

Đảng và Nhà nước Việt Nam đặc biệt quan tâm đến việc không ngừng cải thiện điều kiện sống, phát triển giáo dục, nâng cao trình độ văn hóa cho người dân, qua đó mở rộng nhu

cầu thông tin báo chí của nhân dân. Nhiều chính sách được thực thi nhằm cung cấp các phương tiện, sản phẩm báo chí, truyền thông để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu thông tin báo chí của nhân dân, nhất là người dân ở miền núi, hải đảo, những nơi còn nhiều khó khăn. Đời sống chính trị - xã hội trong nước được bảo đảm bằng nguyên tắc dân chủ “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra và dân thụ hưởng”. Nhân dân được trực tiếp tham gia quá trình xây dựng pháp luật, hoạch định chính sách, quyết định những vấn đề trọng đại của đất nước thông qua việc thảo luận, góp ý và bày tỏ ý kiến, quan điểm của mình trên báo chí. Ngược lại, báo chí phải chịu trách nhiệm về sự khách quan, đúng đắn của những thông tin của mình, chịu trách nhiệm trước những thông tin sai lệch, ảnh hưởng xấu đến danh dự, lợi ích và các quyền tự do chính đáng của mỗi người dân. Nói cách khác, người dân không chỉ được thụ hưởng những lợi ích to lớn do báo chí mang lại, mà còn được bảo vệ an toàn trước những rủi ro, nguy cơ có thể đến từ báo chí.

Đảng và Nhà nước xác định phát triển nền báo chí Việt Nam với tinh thần hội nhập quốc tế, mở rộng các mối quan hệ hợp tác với báo chí, truyền thông các nước trên thế giới, không phân biệt chế độ chính trị. Sự hợp tác quốc tế của báo chí Việt Nam được triển khai trên tất cả các bình diện, từ trao đổi, chia sẻ thông tin, hợp tác sản xuất, trao đổi các sản phẩm báo chí, truyền thông, trao đổi phóng viên tác nghiệp thực tế, đến trao đổi kinh nghiệm nghề nghiệp, đào tạo, bồi dưỡng người làm báo, hợp tác thúc đẩy phát triển báo chí, nâng cao năng lực báo chí thông tin về các lĩnh vực đời sống kinh tế - xã hội, v.v.. Nhà nước Việt Nam mở cửa đón nhận và tạo điều kiện thuận lợi nhất, an toàn nhất cho các nhà báo trên thế giới đến tác

nghiệp tại Việt Nam. Các hãng tin tức lớn, như CNN, Reuters, AP, AFP, Kyodo và nhiều cơ quan thông tấn báo chí khác của các nước trên thế giới “có mặt” từ rất sớm ở Việt Nam. Chỉ riêng tại cuộc gặp thượng đỉnh Mỹ - Triều Tiên cuối tháng 02/2019 vừa qua đã có gần 3.000 phóng viên của trên 200 hãng thông tấn, báo chí đến từ gần 40 quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới có mặt tại Hà Nội và nhiều địa điểm trên lãnh thổ Việt Nam để tác nghiệp. Các cơ quan báo chí, như Thông tấn xã Việt Nam, báo *Nhân dân*, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam có cơ quan đại diện, thường trú tại tất cả các khu vực, các trung tâm thông tin lớn trên thế giới. Đồng thời, các nhà báo thuộc các cơ quan báo chí Việt Nam được quyền tự do và được Nhà nước tạo điều kiện tốt nhất để đi hoạt động nghề nghiệp tại bất cứ đâu trên thế giới, phù hợp với luật pháp của mỗi quốc gia.

Người dân Việt Nam có thể đón nhận những tin tức thời sự mới nhất một cách trực tiếp từ các hãng thông tấn lớn của Mỹ và phương Tây, cũng như trực tiếp bày tỏ ý kiến, quan điểm của mình thông qua những cơ quan báo chí, truyền thông nước ngoài và tự chịu trách nhiệm về những ý kiến đó. Đặc biệt, sự phát triển nhanh chóng của các trang mạng xã hội cùng với số lượng lớn người sử dụng Internet càng cho phép mỗi người dân Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi hơn trong việc thỏa mãn các nhu cầu ngày càng đa dạng, phong phú về thông tin, giải trí, giao lưu xã hội, mở mang hiểu biết.

Tóm lại, Đảng, Nhà nước Việt Nam nhận thức rất rõ vai trò quan trọng, thiết yếu của báo chí cũng như yêu cầu của tự do báo chí, tự do ngôn luận với ý nghĩa như một quyền không thể thiếu của con người, một động lực phát triển không thể thiếu của đất nước. Vì thế, việc phát triển nền báo chí tự do,

nhân văn và hiện đại, cũng như bảo đảm quyền tự do báo chí, tự do ngôn luận đã trở thành một yêu cầu tất yếu, một đòi hỏi khách quan của đất nước. Trên thực tế, nền báo chí Việt Nam đã phát triển rất nhanh chóng, chuyên nghiệp, tiếp cận với trình độ chung về công nghệ của thế giới, bảo đảm những giá trị phổ biến và tiến bộ của nhân loại, không xa rời những truyền thống văn hóa tốt đẹp của dân tộc, cũng như giữ vững những giá trị nhân văn, tiến bộ của chế độ. Bất chấp sự xuyên tạc, chống phá của các thế lực thù địch, báo chí Việt Nam đang hàng ngày, hàng giờ đáp ứng nhu cầu thông tin phong phú của nhân dân, là cầu nối tin cậy giữa Đảng, Nhà nước với nhân dân, là động lực mạnh mẽ cho công cuộc xây dựng, phát triển đất nước, thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh.

18

HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH TRỊ CỦA BÁO CHÍ VIỆT NAM: KINH NGHIỆM VÀ GỢI MỞ*

Báo chí Việt Nam ra đời vào giữa thế kỷ XIX như là kết quả trực tiếp của quá trình giao lưu, tiếp nhận văn hóa báo chí của phương Tây mà trực tiếp là báo chí Pháp. Ngay từ khi ra đời, báo chí ở Việt Nam đã tham gia trực tiếp vào hoạt động truyền thông chính trị và ngày càng trở thành một không gian quan trọng bậc nhất của truyền thông chính trị. Trong bài viết này, chúng tôi mong muốn nhìn lại, đánh giá và rút ra những bài học từ hoạt động truyền thông chính trị của báo chí thời kỳ chiến tranh Việt Nam từ năm 1954 đến 1975, trên cơ sở đó ngõ hầu đưa ra được những gợi ý cho hoạt động truyền thông chính trị trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam.

1. Thời kỳ chiến tranh từ 1954 đến trước năm 1975, ở Việt Nam tồn tại hai nền báo chí: *Nền báo chí cách mạng* là báo chí của miền Bắc và báo chí của các lực lượng yêu nước cách mạng ở miền Nam, *nền báo chí trong khu vực bị chiếm đóng* của chế độ Mỹ - ngụy ở khu vực miền Nam.

* Báo cáo trình bày tại Hội thảo khoa học: “Sẵn sàng trong môi trường truyền thông thay đổi” do Trường Khoa học Xã hội và Nhân văn thuộc Đại học Tổng hợp Viên tổ chức tại Viên (Áo), các ngày 17 và 18/6/2016.

Trong điều kiện của những khó khăn do vừa trải qua chiến tranh 9 năm chống quân xâm lược thực dân Pháp và đặc biệt là từ ngày 05/8/1964 khi Mỹ tiến hành cuộc chiến tranh bắn phá miền Bắc bằng không quân và hải quân, nền báo chí cách mạng Việt Nam phát triển tương đối chậm. Các nguồn lực quan trọng và to lớn nhất của cả đất nước đã tập trung vào cho cuộc chiến đấu giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước. Vào thời điểm năm 1957, cả miền Bắc đã có 134 tờ báo và tạp chí các loại, trong đó chỉ có 5 tờ báo xuất bản hằng ngày tập trung ở Hà Nội, 15 tờ tuần báo, còn lại là báo thưa kỳ và tạp chí của các bộ, ngành Trung ương, các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương. Truyền hình Việt Nam ra đời ngày 07/9/1970 nhưng thực chất đang ở vào thời điểm phôi thai, chỉ có các chương trình phát sóng thử nghiệm vào 3 buổi tối mỗi tuần với thời lượng phát sóng 2 giờ mỗi tối. Số lượng máy thu hình rất ít ỏi, mới chỉ tính ở số trăm, chủ yếu tập trung ở Hà Nội. Trong hoàn cảnh đó, hệ thống phát thanh và truyền thanh trở thành nguồn lực chủ yếu, quan trọng nhất của truyền thông chính trị, có khả năng tác động xã hội lớn nhất trong toàn bộ hệ thống báo chí của Việt Nam. Ngoài Đài Tiếng nói Việt Nam là đài phát thanh quốc gia, mỗi tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương của Việt Nam đều có một Đài Phát thanh - Truyền thanh với thời lượng thông tin không phủ kín thời gian trong ngày, thường là mỗi đài chỉ phát sóng vài tiếng một ngày. Máy thu thanh cũng rất hiếm. Số gia đình có máy thu thanh chỉ chiếm khoảng 5-7%. Bù lại, hệ thống loa truyền thanh của các xã, phường phát huy tác dụng rất tích cực trong hoạt động truyền thông nói chung và truyền thông chính trị nói riêng. Ở khu vực đồng bằng và trung du, hệ thống loa truyền thanh phủ trên diện tương đối rộng, nhiều huyện đạt đến 100% các điểm

dân cư. Thông tin của hệ thống truyền thanh xã, phường đến từ hai nguồn: tiếp âm các chương trình của Đài Tiếng nói Việt Nam, đài truyền thanh của tỉnh và các chương trình do các nhân viên phụ trách truyền thanh ở địa phương tự xây dựng, còn gọi là các chương trình truyền thanh nội bộ. Nội dung các chương trình truyền thanh nội bộ rất phong phú, hình thức thể hiện cũng rất đa dạng, tùy theo kinh nghiệm, sáng kiến và yêu cầu của các xã phường. Ngoài các thông tin về tình hình chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, các hoạt động của chính quyền và các tổ chức xã hội, đoàn thể của địa phương, các thông tin tổng hợp về các sự kiện trong và ngoài nước, về tình hình chiến sự ở miền Nam và tình hình cuộc chiến đấu chống các cuộc bắn phá của không quân, hải quân Mỹ, nhiều nơi còn sử dụng đài truyền thanh như phương tiện quản lý, điều hành sản xuất nông nghiệp, thông báo họp, quản lý về an ninh, an toàn, trật tự xã hội.

Mặc dù hệ thống báo chí cách mạng Việt Nam trước năm 1975 phát triển tương đối chậm, nhưng sức tác động của nó đối với xã hội là mạnh mẽ, đã tạo ra một không gian cho truyền thông chính trị có ý nghĩa rất to lớn và vai trò rất quan trọng trong đời sống xã hội thời kỳ đó. Chính trong không gian ấy, hoạt động truyền thông chính trị của miền Bắc Việt Nam có hiệu quả đặc biệt lớn. Hiệu quả ấy thể hiện ở những khía cạnh cụ thể sau:

Thứ nhất, hệ thống báo chí bằng hoạt động của mình đã góp phần làm cho nhân dân tuyệt đối tin tưởng vào chế độ chính trị, vào các chính sách của Nhà nước về xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, nhất là chính sách đấu tranh chống kẻ thù xâm lược, giành độc lập, tự do, thống nhất đất nước. Đây là điều kiện tiên quyết dẫn đến sự đồng thuận xã hội, xây dựng khối

đại đoàn kết toàn dân tộc, động viên toàn quân, toàn dân đồng tâm, hiệp lực, vượt qua gian khổ, hy sinh, mất mát rất to lớn để giành lại độc lập, tự do, thống nhất đất nước. Theo thống kê không đầy đủ, trong cuộc chiến từ năm 1954 đến 1975, đã có trên 1,1 triệu bộ đội và khoảng hai triệu dân thường Việt Nam thiệt mạng, bằng hơn 10% dân số cả nước lúc đó (dân số Việt Nam thời điểm đó là 31 triệu người), chưa kể hàng triệu người bị thương, trở thành người tàn tật suốt đời và hơn 5,8 triệu người bị nhiễm chất độc màu da cam. Phía bên kia chiến tuyến, tổng số thương vong của quân đội Mỹ tại Việt Nam là gần 370.000 quân nhân, trong đó 58.168 người bị chết. Ngoài ra, hơn 20.000 người bị nhiễm chất độc màu da cam, hơn 200.000 người mắc nghiện ma túy, hàng nghìn người bị sang chấn tâm lý, mắc bệnh tâm thần.

Thứ hai, trên cơ sở sự tin cậy vào chính sách của Nhà nước, người dân tự nguyện đóng góp sức người, sức của cho công cuộc xây dựng, bảo vệ Tổ quốc, đặc biệt là tinh thần dũng cảm, nêu cao ý thức trách nhiệm công dân của thanh niên, sẵn sàng gia nhập quân đội, thanh niên xung phong, tham gia chiến đấu trực tiếp trên mọi mặt trận. Những khẩu hiệu được truyền thông thời kỳ đó là: “Không có gì quý hơn độc lập, tự do!”, “Tất cả cho tiền tuyến, tất cả để đánh thắng giặc Mỹ xâm lược”, “Thóc không thiếu một cân, quân không thiếu một người”, “Xe chưa qua, nhà không tiếc”, v.v..

Thứ ba, hệ thống báo chí đã góp phần to lớn vào việc giáo dục truyền thống yêu nước, tự cường dân tộc, động viên và khơi dậy trong nhân dân trí sáng tạo, tinh thần làm chủ trong lao động, sản xuất và chiến đấu, sự đoàn kết, giúp đỡ lẫn nhau trong cuộc sống, nhất là trong những điều kiện khó khăn, khắc nghiệt của chiến tranh. Sự kết hợp giữa tinh thần

dũng cảm và trí sáng tạo đã tạo nên sức mạnh để nhân dân và Quân đội nhân dân Việt Nam vượt qua nhiều khó khăn, thách thức, đánh thắng một đội quân chuyên nghiệp, hiện đại, có sức mạnh to lớn nhất thế giới. Thống kê cho thấy, số lượng bom mà Mỹ ném xuống Việt Nam lớn hơn gần 3 lần số lượng bom mà Mỹ sử dụng trong Chiến tranh Thế giới thứ hai. Hàng rào điện tử McNamara được thiết lập ở vĩ tuyến 17 được quảng cáo là “con chuột cũng không thể qua được”. Tuy nhiên, dòng chảy từ các sư đoàn quân đội, hàng nghìn tấn vũ khí, lương thực đến hàng nghìn cây số đường ống dẫn dầu vẫn không ngừng chảy từ Bắc vào Nam, bảo đảm cho tiền tuyến đánh thắng.

Thứ tư, hệ thống báo chí đã góp phần quan trọng vào việc thông tin cho nhân dân yêu chuộng hòa bình, bạn bè tiến bộ trên thế giới về thực chất của cuộc chiến tranh ở Việt Nam, về tích chất chính nghĩa và cuộc chiến đấu dũng cảm của nhân dân Việt Nam, về tính chất phi nghĩa và những tội ác chiến tranh mà đội quân xâm lược Mỹ và đội quân đánh thuê của chính quyền Sài Gòn và các nước đồng minh của Mỹ gây ra không chỉ cho nhân dân Việt Nam mà còn cả cho nhân dân và thanh niên Mỹ. Báo chí cách mạng Việt Nam đã cùng với những nhà báo yêu chuộng hòa bình và công lý trên khắp thế giới phát động nên một mặt trận phản đối chiến tranh ngay trong lòng nước Mỹ và ở nhiều nước trong các khu vực của năm châu lục. Trong phong trào phản đối chiến tranh đó có những hành động rất quyết liệt như việc người thanh niên Mỹ Norman Morrison tự thiêu giữa Thủ đô Washington ngày 02/11/1965.

Vậy bài học thành công của báo chí Việt Nam trong hoạt động truyền thông chính trị thời kỳ trước năm 1975 là gì? *Trước hết*, đó là bản thân cuộc chiến đấu chính nghĩa đầy quả

cảm của quân đội và nhân dân Việt Nam đã có sức thuyết phục to lớn, báo chí chỉ cần phản ánh đúng như nó có, không cần tô vẽ gì thêm đã khiến cho người ta đồng tình, chia sẻ và ủng hộ. Trong khi đó, bản chất của cuộc chiến và những việc bắt bớ, khủng bố, thảm sát nhân dân vô tội mà phía Hoa kỳ cùng với các đồng minh của mình thực hiện ở Việt Nam là phi nghĩa, không thể chấp nhận được, có tô son, trát phấn bao nhiêu nữa cũng không che giấu được sự xấu xí của nó, có nói hay, nói đẹp đến đâu cũng không thể thuyết phục được những người có lương tâm và tỉnh táo.

Thứ hai, những người làm báo Việt Nam thời kỳ đó không chỉ là những nhân chứng, họ cũng chính là những người dân, người lính Việt Nam, cùng chiến đấu và lao động với bộ đội, nhân dân, chia sẻ gian khổ, hy sinh ác liệt với bộ đội và nhân dân, vì thế hơn ai hết, họ hiểu người dân Việt Nam, đối tượng tiếp nhận thông tin của họ là ai, người ta cần gì và muốn gì. Cần nhớ rằng, trong thời gian diễn ra cuộc chiến tranh đó, hơn 400 nhà báo Việt Nam đã ngã xuống trên chiến trường trong khi tác nghiệp, thậm chí trong lúc chiến đấu như những người lính khi tình thế bắt buộc.

Thứ ba, chính sách và phương pháp quản lý xã hội của Việt Nam trong thời chiến, trong đó khuyến khích mối quan hệ cố kết thường xuyên, chặt chẽ giữa các thành viên trong các cộng đồng, trong các tổ chức giới, xã hội, nghề nghiệp, lứa tuổi để chia sẻ, giúp đỡ lẫn nhau cũng đã giúp cho người dân có thêm cơ hội tiếp nhận thông tin và củng cố nhận thức theo hướng tích cực.

2. Trong khu vực do chính quyền Mỹ - ngụy chiếm đóng ở miền Nam, hệ thống báo chí phát triển tương đối đa

dạng. Đài Phát thanh và Đài Truyền hình hoàn toàn do chính quyền chi phối về nội dung thông tin, thể hiện rất rõ khuynh hướng bảo vệ cuộc chiến do Mỹ và các nước đồng minh tiến hành. Hệ thống báo in và các tạp chí có sự phân hóa phức tạp. Một số tờ báo, tạp chí của các tổ chức, lực lượng trung lập có khuynh hướng thông tin tương đối khách quan, thể hiện tinh thần yêu nước, lòng tự hào dân tộc ở mức độ cho phép đủ để vượt qua sự kiểm duyệt. Ngay trong các tờ báo thân chính quyền, được chính quyền bảo vệ và ủng hộ về tài chính cũng có những bài báo thể hiện tinh thần yêu nước, thái độ chống Mỹ, chống chế độ tay sai một cách khéo léo, tế nhị. Đó cũng chính là tinh thần và thái độ chung của phần lớn người dân, trong đó những nhà báo hành nghề vì sinh kế nhưng tấm lòng vẫn hướng về dân tộc, về chính nghĩa. Mặt khác, có một số cán bộ cách mạng hoạt động công khai dưới danh nghĩa nhà báo. Họ không chỉ tự thể hiện khuynh hướng chính trị một cách khéo léo trong các bài báo của mình mà còn vận động, cảm hóa những đồng nghiệp của mình hướng tới mục đích giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước.

Do điều kiện kỹ thuật không cho phép nên ảnh hưởng của các phương tiện báo chí nước ngoài đến Việt Nam thời kỳ trước năm 1975 chủ yếu và quan trọng nhất là đài phát thanh. Trong khuôn khổ cuộc chiến tranh tâm lý phục vụ cho mục đích giành thắng lợi trên mặt trận quân sự, Mỹ đã huy động hàng trăm đài phát thanh của Mỹ và các nước đồng minh phát thanh 24/24 giờ hằng ngày bằng tiếng Việt và các thứ tiếng của các dân tộc ít người Việt Nam nhằm vào Việt Nam, đặc biệt là miền Bắc. Tuy nhiên, ảnh hưởng của các đài phát thanh này đối với người dân Việt Nam là không đáng kể. Hiệu quả tuyên truyền của hệ thống báo chí nói chung và phát thanh

nói riêng của Mỹ và các nước đồng minh không đạt được như mong muốn, thậm chí còn trở thành phản tuyên truyền, tức là làm cho phần lớn người dân Việt Nam phản ứng tiêu cực, không tin cậy và càng thù ghét hơn. Nguyên nhân của tình trạng này là do:

Thứ nhất, rất nhiều thông tin của các đài phát thanh này là không chính xác, thậm chí nhiều thông tin bịa đặt rất không hợp lý, không có cơ sở. Ví dụ, đưa tin về bộ đội miền Bắc hy sinh trên chiến trường miền Nam trong khi những người bộ đội ấy vẫn đang sống tại đơn vị quân đội. Hoặc đưa tin về thắng lợi của quân đội Mỹ và Ngụy quyền Sài Gòn trong khi trên thực tế chính người dân chứng kiến hoặc qua số lượng binh lính thương vong thì đó lại là thất bại. Việc đưa tin không chính xác do đội quân lấy tin không sâu sát địa bàn, dựa vào những nguồn tin không đáng tin cậy, chủ yếu là qua tường thuật của những người phát ngôn chuyên nghiệp của quân đội Mỹ và quân đội Sài Gòn. Đồng thời, tình trạng này cũng do chính sách bưng bít thông tin của bộ máy chiến tranh Mỹ và chính quyền Sài Gòn lúc đó, những nhà báo chân chính như Wilfred Graham Burchett muốn phơi bày sự thật cuộc chiến đều bị ngăn cản, bắt bớ, gây khó dễ. Thậm chí, các tờ báo lớn hay các đài phát thanh, truyền hình của Mỹ đều bị khuyến cáo không được đăng tải các thông tin về chiến tranh Việt Nam theo hướng bất lợi cho Chính phủ Mỹ. Chính vì thế, vụ thảm sát Mỹ Lai, trong đó ngày 15/3/1968, binh lính Sư đoàn bộ binh số 23 của Lục quân Mỹ đã giết hại 504 người dân, phần lớn là người già, phụ nữ và trẻ em ở ngôi làng nhỏ ven biển tỉnh Quảng Ngãi, nhưng phải hơn một năm sau, vào cuối năm 1969, cả thế giới mới được biết tới qua loạt bài điều tra của nhà báo tự do Seymour Hersh. Nên nhớ rằng, trong thời gian

này đang có hàng trăm phóng viên của Mỹ và các nước phương Tây hoạt động tại Sài Gòn nhưng không có bất cứ một chi tiết thông tin nào về sự kiện trên được truyền đi, được lọt ra thế giới. Trong câu chuyện trả lời phỏng vấn báo *Lao động* vào cuối năm 2004, Seymour Hersh nhớ lại: “Tôi còn nhớ, khi hoàn tất bài viết về Mỹ Lai, không có bất kỳ tạp chí và tờ báo nào ở Mỹ muốn đăng nó cả. Rất may, một tờ báo tư nhân nhỏ đã bị ấn tượng bởi sự thật mà tôi phát hiện và đồng ý đăng bài viết này. Ngay sau đó, 37 tờ báo lớn nhất nước Mỹ đã in lại bài viết đầu tiên của tôi về Mỹ Lai. Quả cũng là điều ngạc nhiên đầy lý thú, vì nó cho thấy đôi khi báo chí Mỹ cũng có thể làm được những điều đúng đắn” (Báo *Lao động*, ngày 24/10/2004).

Thứ hai, những người thực thi nhiệm vụ truyền thông chính trị trên đài phát thanh, báo chí của Mỹ và của các nước đồng minh thời kỳ đó không hiểu được đối tượng tác động của họ - tức là người dân Việt Nam là ai, họ nghĩ gì, muốn gì, họ yêu thương, trân trọng cái gì và thù ghét cái gì. Hệ thống phát thanh đó thường xuyên bình luận nói xấu về Chủ tịch Hồ Chí Minh, về Chính phủ Việt Nam Dân chủ Cộng hòa, trong khi, đối với người dân Việt Nam nói chung, hình ảnh về Bác Hồ là vô cùng thiêng liêng, là vô cùng cao quý; xúc phạm Hồ Chí Minh và Chính phủ do Bác Hồ lập nên là xúc phạm đến chính mỗi người dân. Hoặc họ thường xuyên nói về sự khác biệt giữa hai miền Nam và Bắc, nói rằng quân đội miền Bắc xâm lược miền Nam, v.v. để gây thù oán, chia rẽ dân tộc, trong khi đó, đối với người Việt Nam, hầu như không có và không thể có sự phân biệt hay thù ghét giữa hai miền. Bởi vì, người dân ở hai miền không chỉ chung một nguồn cội, tổ tiên, một Tổ quốc mà còn có quan hệ họ hàng ruột thịt rất gần gũi, gắn bó với nhau. Chính vì vậy, những thông tin kiểu như thế trở thành

lợi bất cập hại, mang lại hậu quả phản tuyên truyền đối với chính những tờ báo, đài phát thanh đó. Một trong những đài phát thanh có dung lượng chương trình tiếng Việt lớn nhất là Đài BBC đã được người dân ở Việt Nam thời đó gọi là “Đài Bê ba xu”, nghĩa là các giá trị thông tin của đài phát thanh này không đáng tin cậy, rất rẻ mạt, chỉ là đáng 3 xu - đơn vị tiền tệ nhỏ nhất của Việt Nam thời đó.

Theo chúng tôi, *bài học thứ nhất* từ hoạt động truyền thông chính trị của báo chí Mỹ và các nước chư hầu thời kỳ chiến tranh 1954-1975 ở Việt Nam là: Ở những thời điểm cụ thể, trong những hoàn cảnh nhất định, báo chí có thể bưng bít sự thật, bóp méo thông tin, tạo ra những hiệu ứng xã hội nhằm phục vụ cho một mục đích chính trị nào đó. Tuy nhiên, sự thật phải bắt đầu từ chính cuộc sống, từ chính các sự kiện. Sức thuyết phục của truyền thông chính trị cũng chính là từ cuộc sống, từ sự kiện. Một khi báo chí cố tình làm biến dạng cuộc sống, bóp méo các sự kiện theo hướng có lợi cho ai đó thì trước sau nó cũng bị phơi bày ra trước ánh sáng và bị trả giá.

Bài học thứ hai, nếu làm báo mà không hiểu đối tượng là ai, họ cần gì và muốn gì thì không thể mang lại hiệu quả như mong muốn, thậm chí có thể sẽ mang lại thảm họa. Nói theo nghĩa rộng hơn, chúng tôi hiểu đây chính là sự thiếu hiểu biết về văn hóa, tức là thiếu hiểu biết về “những nét riêng biệt tinh thần và vật chất, trí tuệ và xúc cảm quyết định tính cách của một xã hội hay một nhóm người trong xã hội” (Tuyên bố của UNESCO tại Mexico, ngày 06/8/1982). Đây là bài học vỡ lòng trong mọi chương trình đào tạo về báo chí, truyền thông nhưng không phải ai cũng thuộc bài và ai cũng hiểu, đặc biệt là trong những trường hợp cố tình sử dụng báo chí để thực hiện những mục tiêu chính trị phi nghĩa.

3. Từ sau năm 1975 đến nay, nền báo chí Việt Nam phát triển rất nhanh chóng. Tính đến hết năm 2015, Việt Nam có 484 cơ quan báo chí, xuất bản 1.118 ấn phẩm, trong đó có 199 cơ quan báo, 646 cơ quan tạp chí. Cả nước có 67 đài phát thanh - truyền hình với 105 kênh truyền hình quảng bá, 75 kênh phát thanh quảng bá. Số lượng thuê bao truyền hình trả tiền đạt trên 6,6 triệu. Năm 1997 Việt Nam bắt đầu cho phép kết nối mạng Internet, đến nay đã có 52% dân số tức là gần 48 triệu người Việt Nam sử dụng Internet, 1.500 trang thông tin điện tử và 420 mạng xã hội được phép hoạt động. Với sự phát triển nhanh chóng của mạng Internet, thói quen tiếp nhận thông tin của người dân đã thay đổi. Vấn đề có tính quy luật ấy cũng đã biểu hiện rất rõ ở Việt Nam. Hầu như chỉ còn người già và lứa tuổi trung niên đọc báo in. Còn lại, phần lớn thanh niên, thiếu niên Việt Nam không đọc báo in, chỉ đọc trên mạng. Đó là nguyên nhân dẫn đến việc số lượng phát hành thực tế của nhiều tờ báo đều sụt giảm, có báo giảm đến 50%.

Điều khác biệt lớn nhất so với báo chí thời kỳ chiến tranh là báo chí Việt Nam hiện nay là nền báo chí mở hoàn toàn với thế giới. Các nhà báo Việt Nam có mặt tại tất cả các trung tâm tin tức quan trọng nhất của các khu vực trên thế giới. Các nhà báo của tất cả các hãng tin tức lớn, các cơ quan báo chí, phát thanh, truyền hình nổi tiếng trên thế giới đều đang có mặt và hoạt động tại Việt Nam. Hằng ngày, người dân Việt Nam được xem trực tiếp nhiều kênh truyền hình của nước ngoài. Xu thế mở của báo chí, truyền thông Việt Nam phù hợp với đường lối của Nhà nước Việt Nam là mở cửa, hội nhập toàn diện với thế giới. Có thể so sánh mức độ mở của hệ thống báo chí, truyền thông Việt Nam với mức độ mở của nền kinh tế Việt Nam,

trong đó tổng giá trị xuất - nhập khẩu bằng hơn 160% giá trị GDP của đất nước.

Tuy nhiên, nếu nhìn nhận thông tin báo chí giữa Việt Nam và thế giới là hai dòng chảy ngược chiều thì dòng chảy từ thế giới vào rất mạnh mẽ, trong khi dòng chảy từ Việt Nam ra rất yếu ớt. Trên các bản tin thông tấn, các trang báo, các chương trình phát thanh, truyền hình của các nước trên thế giới, nhất là ở những trung tâm báo chí lớn, có tầm ảnh hưởng rộng, tin tức về Việt Nam còn quá hiếm hoi. Theo một khảo sát của chúng tôi, có đến trên 60% thông tin trên các bản tin về Việt Nam của các hãng thông tấn lớn nói về thiên tai, tai nạn hay những khó khăn, tiêu cực về kinh tế, xã hội. Sự bất đối xứng về dòng thông tin tất yếu dẫn đến những ảnh hưởng không công bằng về mức độ và tính chất tác động của thông tin truyền thông chính trị.

Trong điều kiện ấy, vấn đề đặt ra cho truyền thông chính trị của báo chí Việt Nam là gì? Theo chúng tôi, có hai vấn đề chung mà hoạt động truyền thông chính trị của báo chí Việt Nam cần quan tâm:

Vấn đề thứ nhất, phát triển hệ thống phương tiện báo chí mạnh gắn liền với chuyển đổi hợp lý sang hoạt động truyền thông qua môi trường mạng Internet để đáp ứng yêu cầu của nhân dân về thông tin chính trị ngày càng phong phú, sinh động và cập nhật. Nhiều cơ quan báo chí Việt Nam hầu như vẫn cố níu kéo, bám giữ lấy những loại hình phương tiện truyền thống, không cập nhật tình hình để xây dựng và thực thi những chiến lược phát triển mới. Chính tình trạng đó làm hạn chế năng lực và hiệu quả xã hội. Thành ngữ Việt Nam có câu “Có thực mới vực được đạo”, có nghĩa là phải có sức mạnh thực tế mới có thể tạo dựng được niềm tin.

Vấn đề thứ hai, chất lượng và nhận thức sâu sắc những bài học thành công và thất bại của hoạt động truyền thông chính trị trước đây vẫn có ý nghĩa thời sự, vẫn là cơ sở đặc biệt quan trọng để hoàn thiện phương pháp công tác, nâng cao năng lực và hiệu quả tác nghiệp của báo chí.

Vấn đề thứ ba, giáo dục kỹ năng sống cho giới trẻ trong điều kiện báo chí mạng và truyền thông xã hội phát triển mạnh mẽ hiện nay là việc làm cần thiết, không thể chậm trễ, là một yêu cầu sống còn bảo đảm cuộc sống an toàn, tích cực cho thanh thiếu niên và một xã hội an toàn, bền vững cho người dân. Gia đình, nhà trường và cả xã hội phải giúp cho thanh niên, thiếu niên có những hiểu biết cơ bản, cần thiết về các giá trị cuộc sống, về chính trị, văn hóa, xã hội, giúp các em biết cách lựa chọn, tiếp nhận hợp lý, ứng xử chủ động, đứng đắn trước những thông tin từ báo chí, truyền thông và tham gia vào hoạt động truyền thông xã hội một cách tích cực, có văn hóa. Đó chính là hàng rào bảo vệ an toàn cho thanh niên, thiếu niên và chính các công dân tương lai trong dòng thác thông tin tác động hàng ngày, hàng giờ vào mỗi thành viên xã hội.

*

Báo chí truyền thông, trên thực tế đã trở thành một trong những nhân tố quy định lối sống, ảnh hưởng, chi phối đến cách nghĩ, cách hành động của cả xã hội hiện đại. Chính vì thế, trách nhiệm của báo chí trong truyền thông chính trị càng trở nên vô cùng quan trọng, nặng nề. Những bài học về truyền thông chính trị của báo chí không chỉ giúp cho việc nâng cao năng lực, hiệu quả tác nghiệp, mà còn giúp cho mỗi nhà báo nhận thức đúng và rõ hơn vai trò, trách nhiệm của mình trong hoạt động báo chí nói chung và hoạt động truyền thông chính trị nói riêng.

TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH Ở VIỆT NAM HIỆN NAY: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC*

1. Một số vấn đề cơ bản về truyền thông chính sách

Truyền thông chính sách thực chất và chủ yếu là một cách gọi tên mới hay là sự thay đổi cái vỏ khái niệm của một công việc mà xưa nay báo chí, truyền thông của chúng ta vẫn làm là *tuyên truyền đường lối của Đảng và chính sách của Nhà nước*. Trong chiến tranh cách mạng giải phóng dân tộc, cũng như trong sự nghiệp xây dựng phát triển đất nước, hệ thống báo chí, truyền thông đã có nhiều đóng góp quan trọng, trong đó đặc biệt quan trọng là việc thông tin, tuyên truyền về đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, xây dựng được niềm tin chính trị, tạo dựng nên sự đồng thuận xã hội, động viên sức mạnh đoàn kết toàn dân tộc để đánh thắng những kẻ thù xâm lược hùng mạnh, giành được những thành tựu to lớn có ý nghĩa lịch sử. Cũng trong quá trình hoạt động, hệ thống báo chí, truyền thông đã tích lũy được nhiều kinh nghiệm, để lại cho hậu thế nhiều bài học tích cực. Về vấn đề này, tác giả đã

* Báo cáo tại Hội thảo khoa học: "Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng", do Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hội Nhà báo Việt Nam và báo *Đại biểu nhân dân* tổ chức ngày 07/11/2018, tại Hà Nội; Tạp chí *Lý luận chính trị và truyền thông*, số tháng 01/2019.

có dịp đề cập trong Báo cáo “Hoạt động truyền thông chính trị của báo chí Việt Nam: Kinh nghiệm và gợi mở” trình bày trong Hội thảo khoa học “Những thay đổi mang tính cấu trúc trong báo chí” (Structural Changes in Journalism) do Trường Đại học Tổng hợp Viên và Học viện Báo chí và Tuyên truyền hợp tác tổ chức tại Viên (Áo) ngày 17 và 18/6/2016.

Tất nhiên, cách tiếp cận, nội dung, hình thức, kỹ năng của truyền thông chính sách hiện nay có những thay đổi nhất định. Những thay đổi đó bị chi phối bởi những điều kiện khách quan như: Sự phát triển nhanh chóng của cuộc cách mạng khoa học - công nghệ, nhất là công nghệ thông tin; những cơ sở hạ tầng kinh tế, kỹ thuật cho phép kết nối, hội nhập toàn cầu; những điều kiện về đời sống vật chất và tinh thần của con người nói chung đã có sự cải thiện; điều kiện sống, lối sống và các nhu cầu thông tin của con người nói chung và của người Việt Nam nói riêng đã có những thay đổi to lớn; v.v.. Song, có thể nói rằng, tuyên truyền đường lối, chính sách theo cách gọi trước đây và truyền thông chính sách theo cách gọi hiện nay, về *bản chất chỉ là một và không có gì là dị biệt*. Bản chất ấy thể hiện ở mục đích chung là nhằm *xây dựng niềm tin chính trị, tạo dựng sự đồng thuận xã hội*. Đó chính là điều kiện tiên quyết đảm bảo sự thành công của mọi đường lối, chính sách hay các quyết định chính trị. Mục đích chung ấy thể hiện ở những mục tiêu cụ thể: i) đưa ra những quyết định chính trị và xây dựng được những chính sách hợp lòng dân; ii) phát huy ý thức trách nhiệm chính trị của nhân dân trong tham gia phản biện, hoàn thiện và đổi mới chính sách; iii) động viên các nguồn lực trong nhân dân để thực hiện thắng lợi các quyết định chính trị, chính sách kinh tế - xã hội; iv) bảo vệ tính đúng đắn của

các quyết định chính trị, chính sách kinh tế - xã hội, chống lại sự xuyên tạc, phản tuyên truyền có dụng ý xấu.

Tương ứng với các mục tiêu cụ thể ấy, *nội dung truyền thông chính sách* thể hiện ở các khâu, các công đoạn, bình diện khác nhau:

- Truyền thông *hoạch định chính sách*, bao gồm các nội dung như: Tìm kiếm ý tưởng; xây dựng cơ sở khoa học và thực tế cho chính sách mới; xác định mục tiêu, nguồn lực; phân tích, đánh giá tác động chính sách nhất là lợi ích của chính sách đối với người dân và cuối cùng là hoàn thiện chính sách.

- Truyền thông *tổ chức, thực hiện chính sách*, bao gồm các nội dung như: Giải thích, làm rõ về cơ sở khoa học, thực tiễn và lợi ích của chính sách; hướng dẫn phương pháp, cách thức, con đường, nguồn lực thực hiện chính sách; truyền thông về mô hình thực tế thực hiện chính sách; tháo gỡ khó khăn, động viên thành tích thực hiện chính sách và cuối cùng là truyền thông tham gia đánh giá hiệu quả tác động của chính sách.

- Truyền thông *phát huy các nguồn lực xã hội*, bao gồm các nội dung như: truyền thông phát huy nguồn lực con người, nguồn lực tài chính, vật chất, nguồn lực khoa học, công nghệ; tạo dựng sự ổn định chính trị - xã hội như một nguồn lực quan trọng cho sự phát triển xã hội...

- Truyền thông *bảo vệ và đổi mới chính sách*, bao gồm các nội dung như: Tạo dựng sự đồng thuận và ủng hộ của người dân; thông tin giải tỏa những khúc mắc, bất đồng trong xã hội; truyền thông phòng và chống những xuyên tạc, chống phá với ý đồ không tốt...

Truyền thông chính sách có ý nghĩa đặc biệt quan trọng không chỉ đối với khả năng thành công của chính sách, hơn thế nữa, đối với cả sự ổn định chính trị - xã hội, sự bền vững

của chế độ chính trị. Sự kiện liên quan đến việc xem xét “Luật Đơn vị hành chính - kinh tế đặc biệt Vân Đồn, Bắc Vân Phong, Phú Quốc” vừa qua là một bài học đắt giá về truyền thông chính sách ở nước ta. Gốc rễ của vấn đề là ở vai trò của nhân dân. Chính nhân dân là động lực của lịch sử và niềm tin của nhân dân là cơ sở chính trị cho vai trò lãnh đạo chính đáng của một đảng chính trị. Việc không nhận thức đầy đủ về vai trò nhân dân trong quá trình hoạch định chính sách và không làm tốt công tác truyền thông chính sách chính là nguyên nhân chủ quan, trực tiếp dẫn đến những phản ứng xã hội thái quá, lấy cớ cho những hoạt động chống phá của các thế lực thù địch. Chính vì thế, nói đến hoạch định chính sách cũng như truyền thông chính sách không thể không nói đến luận điểm rất quan trọng của Hồ Chí Minh trong tác phẩm *Sửa đổi lối làm việc*: “*Lãnh đạo cho đúng nghĩa là:*

1. Phải quyết định mọi vấn đề một cách cho đúng. Mà muốn thế thì nhất định phải so sánh kinh nghiệm của dân chúng. Vì dân chúng chính là những người chịu đựng cái kết quả của sự lãnh đạo của ta.

2. Phải tổ chức sự thi hành cho đúng. Mà muốn vậy, không có dân chúng giúp sức thì không xong.

3. Phải tổ chức sự kiểm soát, mà muốn kiểm soát đúng thì cũng phải có quần chúng giúp mới được”¹.

Cốt lõi của luận điểm này chính là ở việc khẳng định và nhấn mạnh vai trò của nhân dân là căn cứ để xây dựng chính sách, mục tiêu hướng tới của chính sách, đồng thời cũng là động lực thực hiện chính sách. Bởi thế, nói đến truyền thông chính sách cũng chính là nói đến truyền thông tương tác hai

1. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Sđd, t.5, tr.325.

chiều giữa cơ quan hoạch định chính sách với nhân dân - xã hội và ngược lại. Đây là một trong số điều kiện có ý nghĩa quyết định đối với sự thành công của chính sách. Trong xã hội hiện đại, sự tương tác hai chiều đó càng có ý nghĩa quan trọng hơn đối với các quyết định chính trị, các chính sách kinh tế - xã hội.

2. Cơ hội nào cho truyền thông chính sách

Từ thực tế đời sống xã hội của đất nước và bối cảnh chung của thế giới hiện nay có thể thấy có nhiều cơ hội thuận lợi đang mở ra đối với truyền thông chính sách.

Thứ nhất, chế độ của chúng ta là chế độ của dân, do dân và vì dân. Mục tiêu tổng quát mà chế độ của chúng ta hướng tới là “Dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”. Như vậy, về bản chất, quyền lợi của nhân dân với mục tiêu phấn đấu của Đảng, Nhà nước là thống nhất, đồng hướng, không có mâu thuẫn. Có nghĩa là, theo nguyên tắc, các quyết định chính trị của Đảng, các chính sách của Nhà nước về các lĩnh vực trong đời sống xã hội là phù hợp với mong muốn, nguyện vọng của nhân dân, đáp ứng yêu cầu phát triển chung của xã hội, mang lại những điều kiện tốt đẹp hơn cho việc cải thiện cuộc sống và các điều kiện phát triển toàn diện của con người. Đây chính là điều kiện rất thuận lợi cho truyền thông chính sách một khi định hướng giá trị của chế độ, lợi ích của nhân dân và mục đích tích cực của truyền thông đồng bộ, nhất quán.

Tuy nhiên, không có nghĩa bản chất chế độ tốt đẹp thì mọi chính sách đề ra đều tốt đẹp, đều hợp lòng dân và không có rủi ro, thiếu hiệu quả. (Ví dụ, các chính sách ngăn sông, cấm chợ, cản trở lưu thông hàng hóa trong những năm trước đổi mới). Những sai lệch giữa bản chất chế độ và mong muốn chủ quan

với những chính sách cụ thể không mang lại kết quả như mong muốn, thậm chí dẫn đến hậu quả tiêu cực xã hội là do nhiều nguyên nhân khác nhau như: Sự hạn chế về năng lực nhận thức, đánh giá thực tế và dự báo tình hình của chủ thể hoạch định chính sách; những sai lầm về phương pháp, kỹ năng trong quá trình hoạch định chính sách; ảnh hưởng của các yếu tố từ bên ngoài; sự sai lầm trong tổ chức triển khai thực hiện chính sách... Đây cũng lại là điều kiện để truyền thông phát huy vai trò phản biện, phản ánh dư luận xã hội, tạo thành áp lực mạnh mẽ, thúc đẩy sửa chữa sai lầm, đổi mới chính sách.

Thứ hai, sau hơn 30 năm thực hiện đường lối đổi mới, cuộc sống của nhân dân đã được cải thiện căn bản cả về vật chất và tinh thần; trình độ dân trí, nhận thức chính trị - xã hội của nhân dân đã được nâng lên rõ rệt. GDP bình quân đầu người từ 98 USD năm 1990 đã tăng gần 25 lần lên 2.385 USD năm 2017. Dự kiến, năm 2018, con số đó là 2.540 USD. Sự cải thiện nhanh chóng về các điều kiện sống cho phép người dân không chỉ mua sắm, nâng cấp các phương tiện tiếp nhận thông tin. Hơn thế nữa, đó cũng là điều kiện để nâng cao dân trí, tạo điều kiện cho người dân ý thức đầy đủ hơn, rõ ràng hơn về quyền và lợi ích của mình đối với mỗi quyết định chính trị, chính sách của Đảng và Nhà nước. Như vậy, cơ hội mở ra đối với truyền thông chính sách không chỉ là tăng số lượng công chúng tiếp nhận thông tin mà còn là nâng cao chất lượng tiếp nhận, chất lượng tái nhận thức và khả năng tái truyền bá thông tin tích cực hơn.

Thứ ba, sự phát triển mạnh mẽ của hệ thống các phương tiện truyền thông đại chúng của Việt Nam trong thời gian qua tạo điều kiện thuận lợi cho hai phía - các cơ quan tổ chức với tính cách là chủ thể truyền thông và nhân dân với tính cách là

đối tượng tiếp nhận. Hiện nay, cả nước có 77 kênh phát thanh quảng bá, 69 kênh truyền hình nước ngoài được cấp phép hoạt động, 111 kênh chương trình truyền hình phục vụ truyền hình trả tiền (theo Cổng thông tin điện tử Bộ Thông tin và Truyền thông). Riêng Internet có tốc độ phát triển chóng mặt. Bắt đầu được phép hoạt động từ năm 1997, sau 20 năm, ở Việt Nam đã có 64 triệu người sử dụng Internet, chiếm 67% dân số, trở thành nước có số lượng người sử dụng Internet đứng thứ 6 châu Á và thứ 12 trên thế giới (Chương trình Thời sự, Đài Truyền hình Việt Nam, ngày 22/11/2017). Tính đến hết 6 tháng đầu năm 2019, số lượng thuê bao điện thoại di động đã lên đến khoảng 136 triệu. Riêng thuê bao di động 4G tăng 53%. Có thể nói, sự phát triển, hiện đại hóa, tăng cường kết nối, hợp tác quốc tế trong lĩnh vực truyền thông đại chúng đã mở ra các khả năng rộng lớn, cho phép người dân tiếp cận thuận lợi và hầu như không hạn chế mọi nguồn thông tin.

Thứ tư, cùng với sự phát triển về kinh tế - xã hội, Việt Nam cũng hội nhập ngày càng sâu sắc, toàn diện vào đời sống quốc tế. Từ một quốc gia bị tàn phá nặng nề sau 30 năm chiến tranh khốc liệt, bị bao vây cấm vận với chồng chất những khó khăn, phức tạp, đến nay Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với 187 quốc gia, vùng lãnh thổ trong tổng số 192 thành viên Liên hợp quốc. Nền kinh tế Việt Nam cũng trở thành một trong những nền kinh tế mở nhất thế giới. Năm 2017, tổng trị giá hàng hóa xuất, nhập khẩu của Việt Nam đạt 435,12 tỷ USD bằng hơn 175% GDP. Các rào cản biên giới quốc gia ngày càng giảm thiểu, tạo điều kiện cho các hình thái giao lưu quốc tế thông qua ngoại giao nhân dân, du lịch, trao đổi lao động, giáo dục - đào tạo ngày càng mở rộng. Trên nền xã hội ấy, người dân ngày càng mở mang về tri thức, tiếp nhận chọn lọc

các giá trị tốt đẹp của các dân tộc, tăng cường năng lực tham gia quá trình hoạch định và tổ chức thực thi các chính sách phát triển.

3. Những thách thức của truyền thông chính sách hiện nay

Cùng với những thuận lợi rất cơ bản đã nói trên, truyền thông chính sách ở Việt Nam cũng đang đứng trước những thách thức không nhỏ.

Thứ nhất, chiến tranh lạnh đã kết thúc gần ba thập kỷ nhưng dường như trật tự thế giới không những không định hình mà còn diễn biến rất phức tạp, khó lường. Thang giá trị cũ trong quan hệ quốc tế đã bị xóa bỏ, nhưng thang giá trị mới cũng chưa được xác định rõ ràng, ổn định. Chủ nghĩa dân tộc và chủ nghĩa dân túy nổi lên làm đảo lộn nhiều mối quan hệ về chính trị, kinh tế và an ninh, đặc biệt là quan hệ giữa các cường quốc, kéo theo những toan tính tập hợp đồng minh, xây dựng và bố trí lực lượng chiến lược mới. Cho dù vũ khí hạt nhân và các lợi ích sống còn trong hòa bình phát triển đã trở thành những ràng buộc đối với các thế lực hùng mạnh, khó có thể cho phép những hành động phiêu lưu gây xung đột vũ trang lớn, nhưng những xung đột quân sự ở mức kiềm chế lại càng dễ bùng nổ hơn và luôn là nguy cơ đe dọa đối với các nước nhỏ, các khu vực chậm phát triển. Nói cách khác, trong thế kẹt giữa sự vận động chiến lược của các cường quốc, các nước nhỏ, yếu thế luôn có nguy cơ cao trở thành vật hy sinh cho lợi ích của những kẻ mạnh. Trong môi trường quốc tế ấy, sự lựa chọn các quyết định chính trị, các chính sách phát triển của các quốc gia như Việt Nam luôn là vấn đề phức tạp, đòi hỏi sự tỉnh táo, thông minh và khôn ngoan. Đó cũng chính là thách thức

lớn đối với truyền thông chính sách. Nói cách khác, trong môi trường quốc tế hiện nay, sự sai lầm trong truyền thông chính sách, nhất là sai lầm trong thúc đẩy các quyết định chính trị, sẽ dẫn đến những hệ quả khó lường.

Thứ hai, quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng mở ra cơ hội lớn cho hoạt động truyền thông nói chung và truyền thông chính sách nói riêng, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của các quốc gia, tuy nhiên nó cũng tạo ra thách thức lớn đối với đời sống chính trị - xã hội ở các quốc gia nói chung và đối với truyền thông chính sách nói riêng. Nếu bản chất của toàn cầu hóa truyền thông đại chúng là mở rộng phạm vi ảnh hưởng của truyền thông đại chúng ra toàn cầu trên cơ sở công nghệ thông tin hiện đại, thì đương nhiên lợi thế thuộc về các quốc gia phát triển có trình độ cao về công nghệ thông tin và sức mạnh to lớn về truyền thông đại chúng. Điều đó cũng có nghĩa là, toàn cầu hóa truyền thông đại chúng kéo theo sự bất bình đẳng trong lĩnh vực quan trọng này. Trước đây khoảng vài chục năm, người ta thống kê trong 100 tin tức về Việt Nam phát đi trên thế giới thì chỉ có không đến 5 tin tức của các cơ quan truyền thông đại chúng Việt Nam. Sự áp đảo về số lượng như thế cũng có nghĩa là hình ảnh của Việt Nam tốt xấu thế nào phụ thuộc vào thái độ của truyền thông nước ngoài. Ngày nay, tình trạng đó đã được cải thiện ít nhiều, nhưng với dòng lũ thông tin từ bên ngoài tràn vào thì sự “can thiệp” của truyền thông nước ngoài vào nội tình đất nước thậm chí còn tăng nặng thêm. Sự kiện Quốc hội xem xét “Luật An ninh mạng” vừa qua cho thấy thông tin từ bên ngoài đã tác động rất lớn đối với nhận thức của xã hội. Đó là thách thức thực tế, khách quan không nhỏ mà giới truyền thông trong nước cần nhận thức rõ để có những giải pháp hợp lý.

Thứ ba, sự tác động của an ninh phi truyền thống ngày càng tăng lên làm cho môi trường xã hội có nguy cơ trở nên phức tạp hơn, diễn biến tâm lý của người dân dễ bị kích động hơn. Những vấn đề an ninh liên quan đến biến đổi khí hậu, môi trường sống, thực phẩm, nguồn nước, giao thông, thông tin, mạng xã hội... đang hằng ngày, hằng giờ tạo thành áp lực lớn lên mỗi người dân. Đây là những vấn đề cụ thể, ảnh hưởng thiết thực, trực tiếp đến cuộc sống hằng ngày của từng con người, từng số phận. Rất có thể, chính những chi tiết nhỏ bé, vụn vặt hằng ngày như kẹt xe, tiếng ồn, bụi bẩn, ô nhiễm nước thải, v.v. lại gây ra những bức xúc xã hội lớn hơn, nhanh hơn, khó giải tỏa hơn cả những công việc, vấn đề chính trị, kinh tế có tầm vóc quốc gia đại sự. Đường như xã hội ngày càng phát triển hiện đại hơn thì những tác động của an ninh phi truyền thống cũng nặng nề hơn, làm cho con người trở nên khó tính hơn. Đó chính là điểm mấu chốt, là thách thức lớn trong truyền thông chính sách hiện nay.

Thứ tư, những thay đổi nhanh chóng về kỹ thuật công nghệ truyền thông, một mặt mang lại lợi thế, sức mạnh mới cho con người, mặt khác cũng tạo ra thách thức về nhiều mặt đối với truyền thông chính sách. Trước hết, tiến bộ nhanh chóng về công nghệ truyền thông thúc đẩy một cuộc chạy đua không có hồi kết về đổi mới công nghệ, tăng cường khả năng cạnh tranh về độ nhanh, độ lớn, độ rộng và độ hấp dẫn của thông tin. Nếu do thiếu nguồn lực tài chính mà chậm thay đổi công nghệ cũng có nghĩa là chấp nhận hạn chế, thậm chí thua cuộc trong cuộc chạy đua ấy. Sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ truyền thông tất yếu dẫn đến việc nhà truyền thông phải có sự thay đổi nhất định nào đó về phương pháp, kỹ năng hoạt động nghề nghiệp. Đây là điều thường bất lợi với những người có tuổi

nhưng cũng không có nghĩa là những nhà truyền thông trẻ tuổi không gặp khó khăn. Sự thay đổi nhanh chóng công nghệ truyền thông đã và đang tạo ra một xã hội truyền thông mới, trong đó mọi người dân về nguyên tắc đều có thể trở thành chủ thể phát đi thông tin trực tuyến. Tình trạng đó đương nhiên là làm cho quyền lực của nhà truyền thông ngày càng bị phân tán, ngày càng suy yếu. Cũng theo chiều hướng ấy, sự xuất hiện và ngày càng phổ biến của các mạng xã hội làm cho cơ sở thông tin mạng không được gọn lọc, lấn át thông tin của các nhà truyền thông chuyên nghiệp. Thậm chí, dòng thông tin mạng xã hội có thể vượt ra ngoài mong đợi của hoạt động truyền thông chính sách, dẫn tới những hành vi xã hội thiếu trách nhiệm, gây hậu quả tiêu cực cho kinh tế, xã hội và an ninh cuộc sống.

Tóm lại, vai trò và tầm quan trọng của truyền thông chính sách (hay là tuyên truyền về đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước) là vấn đề đã được khẳng định rõ ràng, mạnh mẽ, không thể bác bỏ. Tuy nhiên, hoạt động truyền thông chính sách gắn liền với yêu cầu, điều kiện, môi trường xã hội trong mỗi giai đoạn cụ thể. Nếu không hiểu rõ và đúng tình hình, không phân tích, đánh giá đúng những thời cơ, thách thức thực tế, không thể đưa ra được những nội dung, phương pháp, kỹ năng, giải pháp hợp lý để thực hiện truyền thông chính sách có hiệu quả.

20

NHỮNG BIỂU HIỆN CƠ HỘI, THỰC DỤNG, VỤ LỢI TRONG BÁO CHÍ HIỆN NAY*

Báo chí Việt Nam đã có những bước phát triển to lớn vượt bậc. Số lượng các cơ quan báo chí, các sản phẩm thuộc các loại hình báo chí khác nhau đã tăng gấp nhiều lần so với thời kỳ trước năm 1986. Hiện nay, cả nước ta đang có khoảng 553 cơ quan báo chí với hơn 700 tên báo, tạp chí, bản tin, trong số đó có trên 30 tờ báo hàng ngày của Trung ương và các địa phương, Hệ thống phát thanh, truyền hình gồm có 1 đài phát thanh quốc gia, 1 đài truyền hình quốc gia, 4 đài truyền hình khu vực cùng hệ thống đài phát thanh - truyền hình của 64 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, 606 cơ sở phát thanh - phát hình ở cấp huyện và tương đương, trong đó có hơn 300 đài phát sóng. Tham gia vào mạng Internet có trên 50 website hoạt động theo tính chất cơ quan báo chí. Nguồn nhân lực tham gia hoạt động báo chí gồm hơn 14.000 nhà báo được cấp thẻ, trong số đó 50% tốt nghiệp đại học và hàng vạn người hoạt động báo chí ở các cơ sở cấp huyện không được cấp thẻ nhà báo, hàng vạn người làm các công tác dịch vụ kinh tế, kỹ thuật trong các cơ quan báo chí, quản lý điều hành hoạt động

* Tạp chí Báo chí và Tuyên truyền, số tháng 8/2006.

báo chí. Dung lượng thông tin trên các sản phẩm báo chí ngày càng mở rộng, phong phú, cập nhật kịp thời các biến cố thời sự chính trị trong nước và quốc tế. Nhân dân ngày càng có nhiều điều kiện rộng rãi, thuận lợi hơn trong việc tiếp nhận thông tin, cũng như tiếp cận các dịch vụ của báo chí. Nhiều ấn phẩm định kỳ đã được phát hành đến những vùng xa xôi hẻo lánh. Tuyệt đại bộ phận lãnh thổ quốc gia đã được phủ sóng phát thanh, sóng truyền hình. Nhiều sản phẩm định kỳ đã vượt tầm ảnh hưởng ra phạm vi quốc tế.

I. VAI TRÒ TO LỚN CỦA BÁO CHÍ TRONG CÔNG CUỘC XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN ĐẤT NƯỚC

Cùng với sự phát triển nhanh chóng về số lượng, quy mô thì phạm vi ảnh hưởng và vai trò của báo chí trong đời sống xã hội cũng không ngừng được nâng lên. Báo chí đã trở thành nguồn thông tin lớn nhất, cung cấp lượng thông tin rộng rãi, sinh động, thường xuyên nhất cho toàn bộ xã hội. Không có bất cứ một loại hình phương tiện nào trong xã hội có thể so sánh với báo chí về quy mô, số lượng mức độ phong phú và tính thời sự của dòng thông tin được cung ứng đến từng cư dân ở bất cứ địa phương nào trên lãnh thổ quốc gia. Với sức mạnh vượt trội của mình, báo chí đã có những đóng góp vô cùng to lớn vào công cuộc thực hiện chính sách đổi mới của Đảng. Đóng góp đó thể hiện ở vai trò ngày càng to lớn và mạnh mẽ của báo chí trên những bình diện sau:

Trước hết, hệ thống báo chí cả nước đã đóng vai trò quan trọng trong việc hoạch định, tổ chức thực hiện đường lối, chính sách xây dựng và phát triển đất nước qua các hoạt động cụ thể như: cung cấp thông tin, dữ liệu cho các cơ quan hoạch định

chính sách; tổ chức thảo luận, góp ý xây dựng các chủ trương, chính sách; theo dõi kiểm tra, giám sát việc thực thi các chính sách, phát hiện và phản ánh kịp thời những sai lầm, thiếu sót để kịp thời đưa ra các giải pháp khắc phục; tuyên truyền, giải thích cơ sở khoa học, thực tiễn và nội dung, đưa ra các biện pháp cần thiết để thực hiện đường lối, chính sách; phản ánh các nhân tố mới tích cực, các mô hình thực tiễn điển hình; hướng dẫn, động viên, cổ vũ các đơn vị và các công dân thực hiện có hiệu quả các đường lối, chính sách đổi mới của Đảng và Nhà nước. Mặt khác, báo chí cũng phản ánh kịp thời tâm tư, nguyện vọng của các tầng lớp nhân dân trước thực trạng của đất nước cũng như trước các sự kiện, vấn đề của mỗi địa phương, khu vực. Đây là dữ kiện không thể thiếu trong việc xây dựng các chính sách phát triển kinh tế, xã hội của đất nước. Trên thực tế, báo chí đã thực sự trở thành cầu nối giữa Đảng, Nhà nước với nhân dân.

Thứ hai, trong điều kiện tình hình trong nước và thế giới có nhiều diễn biến phức tạp, bạo loạn, bất ổn, cơ hội chính trị chống phá cách mạng bằng nhiều âm mưu, thủ đoạn nham hiểm, báo chí của chúng ta đã làm tốt công tác định hướng tư tưởng, hướng dẫn dư luận xã hội, góp phần đặc biệt quan trọng vào việc giữ ổn định chính trị xã hội. Đặc biệt, vào những thời điểm xảy ra những biến cố quan trọng như Liên Xô và các nước xã hội chủ nghĩa Đông Âu sụp đổ năm 1990-1991, vụ khủng hoảng tài chính ở châu Á những năm 1997-1998, báo chí nước ta giữ vai trò nổi bật trong việc đưa ra mô hình thông tin tích cực, hạn chế tới mức thấp nhất sự khủng hoảng niềm tin, giải thích, động viên kịp thời, hợp lý để ổn định tâm lý nhân dân góp phần ổn định trật tự xã hội. Mặt khác, hệ thống báo chí của chúng ta cũng kịp thời vạch mặt, đấu tranh

với những âm mưu, luận điệu phản động, chống phá sự nghiệp đổi mới theo con đường xã hội chủ nghĩa dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam, củng cố niềm tin của nhân dân vào chế độ. Đây cũng chính là điều kiện sống còn cho công cuộc xây dựng, phát triển đất nước. Chính sự ổn định chính trị xã hội đã tạo niềm tin cho các nhà đầu tư, thu hút vốn vào phát triển kinh tế trong nước. Đồng thời, nhờ sự ổn định chính trị - xã hội, kinh tế phát triển mạnh mẽ mà uy tín của Đảng và Nhà nước ta trên thế giới cũng tăng lên, tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở mang quan hệ, hội nhập quốc tế.

Thứ ba, báo chí đã mang lại cho các tầng lớp nhân dân những thông tin mới nhất, những hiểu biết, kinh nghiệm, thành tựu mới nhất của đất nước và thế giới về tất cả các lĩnh vực của đời sống chính trị - xã hội. Chưa bao giờ nguồn thông tin báo chí của chúng ta to lớn, phong phú, sinh động và cập nhật nhanh chóng như hiện nay. Bất cứ một sự kiện quan trọng nào diễn ra trên thế giới đều được hệ thống truyền thông đại chúng nước ta phản ánh, bình luận dưới nhiều góc độ, phương diện khác nhau. Đây là cơ sở, điều kiện để nâng cao trình độ văn hóa, dân trí, tăng cường cơ hội cho việc thúc đẩy hội nhập quốc tế. Mặt khác, đây cũng là điều kiện để giáo dục nhân dân về văn hóa, lối sống, động viên phong trào thi đua, giúp cho mỗi người dân ở địa vị sống cụ thể của mình có thể phát huy tài năng của mình, tham gia tích cực nhất vào công cuộc xây dựng và phát triển đất nước.

Thứ tư, báo chí nước ta đã thực sự trở thành lực lượng xung kích trên mặt trận chống tiêu cực, tham nhũng, bảo vệ các giá trị tốt đẹp của chế độ, của đất nước. Hầu hết các vụ tham nhũng, tiêu cực đã bị phát hiện đều được báo chí đưa ra tòa án công luận. Nhiều vụ việc do chính báo chí phát hiện từ

những hiện tượng nhỏ hoặc qua đơn, thư tố cáo của nhân dân. Báo chí cũng đã theo dõi, giám sát chặt chẽ các vụ việc tiêu cực, ngăn chặn những âm mưu chạy án, dìm án, thúc đẩy việc giải quyết các vụ án một cách công bằng, đúng người, đúng việc. Thông qua việc theo dõi, giám sát của mình, báo chí cũng đã phát hiện và thúc đẩy việc giải quyết nhiều vụ oan sai, trả lại sự công bằng cho những cá nhân, đơn vị bị oan sai trong khi điều tra, xử lý các vụ án. Mặt khác, báo chí cũng trở thành một yếu tố quan trọng trong việc vận động nhân dân tham gia tích cực vào việc phát hiện, xử lý các vụ việc tiêu cực.

Thứ năm, báo chí đã thực sự trở thành phương tiện mạnh mẽ nhất, có tiềm năng to lớn nhất trong việc thông tin, tuyên truyền hình ảnh và những thành tựu xây dựng và phát triển của đất nước ra ngoài biên giới quốc gia. Đồng thời, nó cũng mang lại cho nhân dân những hiểu biết phong phú về các quốc gia, dân tộc khác trên toàn thế giới. Đây là yếu tố mang lại sự hiểu biết lẫn nhau giữa nhân dân ta và các dân tộc khác trên toàn thế giới, làm cho nhân dân thế giới cảm thông, chia sẻ với chúng ta, tạo thành một mặt trận ủng hộ, giúp đỡ chúng ta trong công cuộc xây dựng, phát triển đất nước, chống lại những âm mưu chia rẽ, phá hoại của các thế lực phản động. Mặt khác, từ hoạt động này, báo chí trở thành cầu nối giữa dân tộc ta, nhân dân ta với thế giới, tạo điều kiện cho chúng ta có thể đẩy nhanh tiến trình hội nhập với thế giới, tiếp thu các giá trị tích cực của nhân loại, thúc đẩy sự phát triển của đất nước mạnh mẽ hơn.

Tóm lại, trong những năm qua, chính sách đổi mới của Đảng và Nhà nước ta đã tạo ra bước phát triển mạnh mẽ và toàn diện của đất nước. Sự phát triển ấy vừa tạo điều kiện thuận lợi về kinh tế - kỹ thuật, vừa thúc đẩy gia tăng nhu cầu

thông tin báo chí. Trong điều kiện đó, hệ thống báo chí của nước ta đã phát triển nhanh chóng cả về quy mô, số lượng, dung lượng thông tin. Phạm vi tác động của hệ thống báo chí nước ta cũng tăng lên không ngừng làm cho ảnh hưởng của báo chí đối với các lĩnh vực đời sống xã hội trở nên ngày càng to lớn hơn. Báo chí ngày càng giữ vai trò quan trọng hơn, đóng góp ngày càng nhiều hơn cho sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước. Thậm chí, nó còn trở thành một trong những yếu tố quan trọng, to lớn tạo thành môi trường sống của con người, tham gia vào việc quy định cách nghĩ, lối sống và thái độ sống của con người hiện đại.

Cùng với những đóng góp vô cùng to lớn của báo chí vào công cuộc thực hiện chính sách đổi mới của Đảng và Nhà nước, trong hoạt động báo chí những năm qua cũng xuất hiện không ít những biểu hiện tiêu cực dưới các dạng cơ hội, thực dụng, vụ lợi, làm giảm uy tín của báo chí, đồng thời gây ảnh hưởng xấu đối với xã hội.

1. Biểu hiện cơ hội, thực dụng, vụ lợi đầu tiên dễ nhận thấy nhất là *thương mại hóa dẫn đến xa rời tôn chỉ mục đích của cơ quan báo chí*. Có thể nói, trong khi lực lượng chủ yếu, đại bộ phận trong hệ thống báo chí cả nước vẫn kiên trì thông tin, tuyên truyền đúng định hướng, giữ vững tôn chỉ mục đích, phục vụ tích cực cho hoạt động của ngành, lĩnh vực hoặc địa phương mà mình đại diện, thì một bộ phận báo chí đã ngã theo xu hướng thương mại hóa. Thông tin tuyên truyền trên bộ phận báo chí này chủ yếu khai thác những nội dung giật gân, câu khách, chạy theo và cổ vũ cho thị hiếu tầm thường của một bộ phận công chúng. Những vụ án, bạo lực, những vụ tiêu cực được khai thác ở tất cả những khía cạnh một cách tởm, khêu gợi, bất chấp những hậu quả xấu về giáo dục nhân cách, lối

sống của con người. Những chuyện tình rẻ tiền, những chuyện đời tư của văn nghệ sĩ, của các nhân vật nổi tiếng trong nước và trên thế giới được khai thác triệt để. Để chiều lòng người đọc, một số tờ báo dành phần lớn nội dung cho các vụ việc tiêu cực, yếu kém, những mặt trái của xã hội. Một số sản phẩm báo chí khai thác những khía cạnh tình dục, đăng tải những hình ảnh lộ lăng, khêu gợi, xa rời thuần phong, mỹ tục của dân tộc. Nhiều trang báo đầy rẫy những vụ đâm chém, những cuộc tình vụng trộm, những truyện trộm cắp, trấn lột v.v.. Một số chương trình truyền hình sử dụng tràn lan các loại phim ảnh kiếm hiệp, bạo lực của nước ngoài. Một số chương trình phát thanh cũng khai thác các loại hình âm nhạc nước ngoài không có chọn lọc, không phù hợp với yêu cầu giáo dục thanh thiếu niên, đưa những loại trang phục, hình ảnh sinh hoạt xa lạ với bản sắc dân tộc và những thuần phong, mỹ tục của nhân dân ta v.v.. Một số tờ báo, tạp chí hầu như chỉ lợi dụng giấy phép và tiền ngân sách nhà nước để làm quảng cáo, dịch vụ, không hề quan tâm và không hề có tác dụng gì về chính trị xã hội hay khoa học - kỹ thuật. Thậm chí có tờ tạp chí có đối tượng phục vụ là học sinh, sinh viên nhưng vẫn ngang nhiên đưa những thông tin mê tín, dị đoan, xem ngày, đoán số, những quảng cáo hở hang, nghèo quần áo. Nói chung, đây là xu hướng sử dụng thông tin giật gân, hiếu kỳ, kích thích thị hiếu tầm thường, khêu gợi những dục vọng thấp hèn để bằng mọi giá lôi cuốn người đọc, người nghe và người xem nhằm mục đích bán báo.

Xu hướng thương mại hóa dẫn đến việc một số cơ quan báo chí có biểu hiện coi nhẹ hoặc không quan tâm đầy đủ, đúng mức đến nhiệm vụ chính trị của mình, không thông tin tuyên truyền đầy đủ những vấn đề chính trị - xã hội của đơn vị, địa phương cũng như những sự kiện quan trọng của đất nước.

Những thành tựu xây dựng, phát triển, những nhân tố tích cực, điển hình tiên tiến không được tuyên truyền hoặc không đầu tư tuyên truyền tốt để tạo ảnh hưởng trong dư luận xã hội. Nói cách khác, do nhận thức không đúng về vai trò, trách nhiệm chính trị - xã hội của mình mà một số cơ quan báo chí đã tập trung vào mục đích thương mại nhằm trục lợi, xa rời hoặc thực hiện không đầy đủ tôn chỉ, mục đích của mình. Những biểu hiện này tác động tiêu cực đến xã hội ở những mức độ và khía cạnh khác nhau. Trước hết, nó làm cho nhân dân không quan tâm đến những nhiệm vụ trọng tâm, chủ yếu của công cuộc xây dựng và phát triển đất nước, không phát huy được ý thức trách nhiệm, thái độ tích cực của con người trong việc tham gia giải quyết những nhiệm vụ chung của đất nước cũng như mỗi địa phương. Mặt khác, nó tạo ra những nhận thức sai lầm về tình hình đất nước, làm cho người dân chỉ thấy mặt trái, phía tối của xã hội dẫn đến thái độ bi quan, nghi ngờ, thậm chí chuẩn bị cho những mầm mống xuyên tạc, chống phá chế độ. Về phương diện nhân cách, đạo đức, lối sống con người, xu hướng này là phản giáo dục. Nó kích thích những hành vi bạo lực, thái độ sống buông thả, chạy theo vật chất, tiền bạc, coi nhẹ những giá trị tinh thần, đạo đức. Xu hướng này đặc biệt có hại cho sự giáo dục thanh thiếu niên và lớp người trẻ tuổi, những chủ nhân tương lai của đất nước.

2. Biểu hiện cơ hội, thực dụng, vụ lợi thứ hai là *lợi dụng quyền lực, ảnh hưởng của báo chí để trục lợi*. Nếu như biểu hiện thương mại hóa xa rời tôn chỉ mục đích là của một số cơ quan báo chí, thì biểu hiện lợi dụng quyền lực, ảnh hưởng của báo chí để trục lợi lại chủ yếu xuất hiện ở cá nhân một số nhà báo. Trên thực tế, biểu hiện này có nhiều dạng thức, mảnh khoe khác nhau như: thông tin bài viết nhằm mục đích quảng

cáo; viết bài theo đơn đặt hàng với mục đích không trong sáng để kiếm tiền; chạy xin quảng cáo của các doanh nghiệp nhà nước để thu lợi không chính đáng; lợi dụng danh nghĩa, quyền lực báo chí để có những đặc ân, đặc lợi trong sản xuất, kinh doanh hay các dịch vụ xã hội; đe dọa đăng tải các thông tin về tiêu cực hay đứng ra bao che, những hiện tượng tiêu cực của các đơn vị hay cá nhân để thu lợi, v.v. và v.v.. Có thể nhận thấy những biểu hiện này ở những mức độ đậm nhạt khác nhau trong một số vụ án lớn đã đưa ra xét xử trong thời gian vừa qua. Nói chung, vấn đề lợi dụng quyền lực, ảnh hưởng của báo chí để trục lợi được thể hiện rất phong phú. Nó có thể xuất hiện trong bất cứ mối quan hệ nào giữa báo chí với các lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội. Sự thể hiện của nó thường là rất tế nhị, nhiều hình, nhiều vẻ, thường bị che đậy hoặc đánh tráo dưới danh nghĩa trách nhiệm, quyền hạn của nhà báo và cơ quan báo chí, rất khó phân biệt với những hoạt động nghiệp vụ báo chí.

Việc lợi dụng quyền lực, ảnh hưởng của báo chí để trục lợi tạo ra cho xã hội những hệ lụy khó lường. Nó gây nhiễu hoặc làm rối loạn các mối quan hệ xã hội, cản trở hoạt động của các cơ quan thực thi và bảo vệ pháp luật, tạo ra trong nhân dân mặc cảm hoài nghi, không phân biệt đúng sai, phải trái, dẫn đến mất niềm tin vào sự công bằng xã hội của chế độ. Một hệ lụy khác vô cùng nguy hiểm là nó lôi kéo theo hành vi tiêu cực ở một số cán bộ thuộc các cơ quan, doanh nghiệp nhà nước. Xét từ phương diện này có thể nói chính báo chí là khâu khởi đầu cho một chuỗi những rắc rối, phức tạp, tiêu cực có quan hệ chặt chẽ với nhau. Trong vụ án Năm Cam có thể thấy cả những cán bộ của các cơ quan bảo vệ pháp luật cũng đã xuất hiện trong vai trò liên kết, đồng lõa với một vài nhân vật trong

báo giới để trục lợi. Trên thực tế hiện nay không khó nhận ra việc chia chác lợi ích giữa nhà báo với một số những nhân vật có trách nhiệm ở các cơ quan, doanh nghiệp nhà nước trong việc quảng cáo hoặc thực thi một số dịch vụ kinh tế kỹ - thuật khác. Thực chất, đây là sự dàn xếp, móc ngoặc giữa nhà báo và cán bộ có trách nhiệm của các cơ quan, doanh nghiệp nhằm rút tiền nhà nước dưới danh nghĩa quảng cáo, dịch vụ hay thông tin tuyên truyền. Việc lợi dụng quyền lực, ảnh hưởng của báo chí để trục lợi cũng dẫn đến những ảnh hưởng xấu đối với chính bản thân hệ thống báo chí. Trước hết, nó làm cho nhân dân giảm niềm tin vào báo chí. Vai trò, trách nhiệm của báo chí không được phát huy đúng mức cần thiết đồng nghĩa với việc báo chí không thực hiện đúng chức năng, không hoàn thành nhiệm vụ quản lý, giám sát xã hội.

3. Biểu hiện cơ hội, thực dụng, vụ lợi thứ ba là sử dụng báo chí như phương tiện để giải quyết những mục đích kinh tế, chính trị. Thực chất, đây là việc đăng tải tin tức, tài liệu, bài viết trên các sản phẩm báo chí dưới danh nghĩa thông tin tuyên truyền khách quan, trung thực, thậm chí dưới danh nghĩa chống tiêu cực, nhưng thực ra là nhằm các mục đích khác như *quảng cáo thương hiệu, thanh toán lẫn nhau hoặc cạnh tranh phá hoại về kinh tế*. Những hiện tượng này thường được thực hiện với sự cấu kết, đồng lõa giữa những nhà báo, những người chịu trách nhiệm về nội dung thông tin tuyên truyền trong các cơ quan báo chí với những cá nhân hay những nhóm người có ý đồ hoặc quảng cáo, nâng cấp thương hiệu hàng hóa, sản phẩm, có âm mưu thanh toán đối thủ chính trị hoặc phá hoại uy tín, lợi ích kinh tế của đối thủ cạnh tranh. Nói chung, biểu hiện loại này thường được thực hiện với sự tính toán kỹ càng về nội dung, liều lượng, thời điểm thông tin. Những thủ thuật

ng nghiệp vụ báo chí được vận dụng khôn khéo để đánh lừa dư luận, tạo vỏ bọc an toàn cho những kẻ chủ mưu. Trong điều kiện thực tế ngày nay, có thể thấy chỉ cần một bản tin nhỏ đăng tải trên báo về chất lượng vệ sinh không đảm bảo đã làm sụt giảm nhanh chóng thị phần của các sản phẩm thực phẩm của một doanh nghiệp đang có uy tín lớn trên thị trường, đẩy doanh nghiệp đó vào tình trạng khó khăn, đình trệ trong sản xuất - kinh doanh.

Việc sử dụng báo chí để giải quyết những mục đích kinh tế, chính trị đương nhiên là gây tác động xấu đến uy tín của báo chí, làm tổn hại đến uy tín, danh dự của một số cá nhân, đơn vị, tác động tiêu cực đến đời sống chính trị - xã hội về kinh tế, nó làm hại tiến trình sản xuất, kinh doanh, đôi khi đẩy những doanh nghiệp, đơn vị kinh tế đến đổ vỡ, phá sản. Đó cũng chính là những yếu tố tiền đề dẫn đến sự gây rối trật tự xã hội, phá vỡ công bằng trong cạnh tranh kinh tế, gây mất ổn định chính trị - xã hội nói chung. Xét về tính chất và tác hại, việc sử dụng báo chí như phương tiện để giải quyết những mục đích kinh tế, chính trị không khác là bao so với những hành vi cấu thành tội phạm trong xã hội. Nếu như đối với hai loại biểu hiện trên, nhà báo và cơ quan báo chí là chủ thể, có nhu cầu và chủ động khởi xướng thực hiện, thì đối với việc sử dụng báo chí như phương tiện để giải quyết những mục đích kinh tế, chính trị, chủ mưu lại là những người từ bên ngoài giới báo chí. Trong trường hợp này, báo chí là đối tượng bị lôi kéo, lợi dụng. Chính vì vậy, bản thân người làm báo không thể lường hết được những hậu quả nguy hại cho xã hội.

4. Biểu hiện cơ hội, thực dụng, vụ lợi thứ tư là *quảng bá những thông tin có tính chất kích động tâm lý dẫn đến hoài nghi, bất mãn hoặc chống lại chủ trương, đường lối, chính sách*

của Đảng và Nhà nước. Biểu hiện này xuất hiện trên báo chí ở những mức độ khác nhau. Mức độ thấp là do không cân nhắc, lựa chọn cẩn thận nên để lọt lên trang báo, chương trình phát thanh, truyền hình những thông tin mà các thế lực thù địch có thể khai thác để đả kích, nói xấu chế độ ta. Ví dụ, một số thông tin về các vụ việc truyền đạo trái phép ở khu vực Tây Bắc, Tây Nguyên trên một số báo địa phương đã bị khai thác để nói xấu, vu cáo Đảng và Nhà nước ta ngăn cấm, đàn áp tôn giáo. Mức độ thứ hai là đưa xen cài vào bài viết những ý kiến cá nhân có tính chất bất mãn hoặc những quan điểm xuất phát từ nhận thức sai lầm về đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Đôi khi mức độ này chỉ như là sự khuếch đại quy mô, mức độ, tính chất của các hiện tượng tiêu cực, những mặt trái trong xã hội để dẫn tới cách hiểu sai về bản chất của chế độ. Mức độ nguy hiểm hơn cả là báo chí đưa những thông tin có nội dung tư tưởng sai trái. Ví dụ như có tờ báo đã đưa thông tin về kết quả điều tra dư luận xã hội về uy tín của lãnh tụ và cán bộ lãnh đạo cao cấp. Kết quả này thu được từ một cuộc điều tra sai lầm về phương pháp khoa học và ảnh hưởng xấu đến uy tín của lãnh tụ, cũng như niềm tin của nhân dân vào chế độ. Trong những năm gần đây, mạng Internet trở thành phương tiện khó kiểm soát nhất. Một số kẻ xấu, những nhân vật bất đồng chính kiến và cả các thế lực thù địch với chế độ ở nước ngoài thường đưa lên mạng Internet những thông tin, những tài liệu nhằm xuyên tạc, bóp méo tình hình trong nước, bôi nhọ, nói xấu Đảng, Nhà nước và lãnh tụ của ta.

Cho dù ở bất cứ mức độ nào thì việc sử dụng thông tin báo chí để chống lại chế độ đều mang lại những mối nguy hiểm to lớn, nhiều khi không thể lường định được đầy đủ hậu quả của nó để đề phòng. Đặc biệt, nó từ từ, ngấm ngấm làm xói

mòn niềm tin của nhân dân vào Đảng và Nhà nước, tạo ra cho thế hệ trẻ những nhận thức sai lầm tai hại về chế độ, làm nảy nở và kích thích phát triển những tư tưởng chống đối. Về bản chất, đây chính là quá trình diễn biến hòa bình để tạo ra khủng hoảng về tư tưởng - sự chuẩn bị cho những bước phá hoại tiếp theo bằng vũ lực. Từ khủng hoảng tư tưởng đến bạo loạn trên quy mô xã hội để giành quyền lực chính trị không có bất kỳ một rào cản nào và là logic mà các thế lực thù địch với chúng ta hằng mong đợi. Mọi chuyển biến tư tưởng, tình cảm của cá nhân hay bộ phận dân cư theo hướng chống đối chế độ đều được các thế lực thù địch từ bên ngoài rùm beng hô hào ủng hộ, khuyến khích và trợ giúp bằng tất cả các nguồn lực vật chất và tinh thần. Vấn đề phức tạp là ở chỗ, bọn chúng triệt để lợi dụng chiêu bài tự do báo chí để bảo vệ cho những âm mưu phá hoại về tư tưởng. Mặt khác, dưới danh nghĩa thông tin báo chí khách quan, người dân dễ bị đánh lừa, không nhận ra được bản chất xấu xa của những âm mưu che đậy phía sau.

II. NGUYÊN NHÂN VÀ CÁC GIẢI PHÁP KHẮC PHỤC NHỮNG BIỂU HIỆN CƠ HỘI, THỰC DỤNG, VỤ LỢI TRONG HOẠT ĐỘNG BÁO CHÍ HIỆN NAY

1. Những biểu hiện cơ hội, thực dụng, vụ lợi trong hoạt động báo chí những năm qua xuất phát từ *những nguyên nhân chủ yếu* sau đây:

- *Những biến động chính trị và thay đổi tương quan lực lượng trên phạm vi thế giới* trong thập niên cuối của thế kỷ XX và những năm đầu của thế kỷ XXI đã tác động mạnh mẽ đến tình hình chính trị tư tưởng trong nước cũng như đến các động thái của các thế lực thù địch đối với chế độ ta ở nước ngoài.

Trước hết, sự sụp đổ của Liên Xô và hệ thống các nước xã hội chủ nghĩa ở Đông và Trung Âu đã tạo ra sự biến đổi to lớn về cục diện chính trị toàn cầu, kéo theo sự thay đổi về tính chất của thời đại. Phong trào cộng sản và công nhân quốc tế tạm thời rơi vào hoàn cảnh khó khăn, thậm chí có thời điểm lâm vào khủng hoảng, mất phương hướng. Thế giới từ hai cực quyền lực kiềm chế lẫn nhau trở thành một cực độc đoán. Siêu cường duy nhất là Mỹ trắng trợn tuyên bố công khai giữ vị thế lãnh đạo thế giới. Với sức mạnh kinh tế và quân sự của mình, Mỹ ra roi ngăn chặn, gây chiến để trừng phạt các nước chống đối, bao che các quốc gia đồng minh thân cận, lôi kéo và cương tỏa các quốc gia khác để bảo vệ lợi ích của mình.

Tình hình trên làm cho một bộ phận trong xã hội ta dao động, giảm sút niềm tin vào chế độ, vào lý tưởng cách mạng, vào con đường mà Đảng và Bác Hồ đã lựa chọn. Đây là bộ phận dễ bị các thế lực thù địch lôi kéo, lợi dụng. Môi trường tư tưởng, tâm lý xã hội cũng không còn đồng nhất như trước đây. Những bất lợi về so sánh lực lượng giữa cách mạng và phản cách mạng luôn là yếu tố thường trực, buộc mỗi cá nhân phải suy xét, cân nhắc khi tiếp nhận các thông tin về các sự kiện, các vấn đề chính trị - xã hội. Các thế lực thù địch với chế độ ta được thể ngóc đầu dậy, lợi dụng mọi khả năng, mọi nguồn lực, mọi sự ủng hộ từ bên ngoài để chống phá Đảng, Nhà nước ta hòng giành lấy quyền lực chính trị.

- *Cơ chế thị trường và những thay đổi môi trường kinh tế - xã hội* trong nước những năm qua, một mặt đã tạo ra những cơ hội, điều kiện thuận lợi cho sự phát triển kinh tế đất nước, mở mang văn hóa, nâng cao mức sống cho nhân dân. Mặt khác, cơ chế thị trường và môi trường sống mới cũng trở thành điều kiện phát sinh những diễn biến phức tạp về tâm lý, tình cảm

con người, những cảm dỗ, dục vọng và lối sống ngoại lai, phi truyền thống. Nhiều giá trị trong cuộc sống tự nó được điều chỉnh, định giá lại với những tiêu chí mới. Mức sống xã hội được nâng lên tạo ra những nhu cầu mới. Đến lượt nó, những nhu cầu mới lại trở thành động cơ thúc đẩy phát triển những quan hệ, những hoạt động kinh tế - xã hội của con người.

Mặt khác, việc thực hiện chính sách đổi mới của Đảng mở ra điều kiện thuận lợi cho đất nước mở cửa hội nhập với thế giới, thu hút nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài vào phát triển các ngành kinh tế, dịch vụ. Đồng thời với tiến trình đó cũng hình thành những yếu tố mới, mối quan hệ kinh tế - xã hội mới, xuất hiện và kéo theo những vấn đề phức tạp, những cảm dỗ về tiền tài và cuộc sống vật chất.

- *Nhận thức về vị trí, vai trò, tầm quan trọng của báo chí chưa đầy đủ, nhất quán.* Có những cán bộ trong hệ thống chính trị do thiếu hiểu biết hoặc không đánh giá đúng tầm quan trọng của báo chí trong đời sống chính trị - xã hội, đặc biệt là những tác động to lớn của nó trong xã hội hiện đại. Đặc biệt, trong thời gian gần đây, dưới tác động của cơ chế thị trường cùng tình hình thế giới và sức ép về vấn đề tự do báo chí, nhân quyền, tôn giáo từ các thế lực bên ngoài, một số cán bộ dao động về quan điểm giai cấp, quan điểm lãnh đạo báo chí của Đảng Cộng sản, đưa ra ý kiến hoặc bày tỏ quan điểm muốn nói lỏng quản lý theo những tiêu chuẩn phương Tây. Một số cán bộ coi báo chí như hoạt động kinh doanh dịch vụ đơn thuần dẫn đến coi nhẹ ý nghĩa chính trị - xã hội của hoạt động báo chí. Thậm chí ở một số địa phương, cán bộ chủ chốt coi nhẹ vai trò của báo chí nên bố trí cán bộ không có chuyên môn, nghiệp vụ chủ trì các cơ quan báo chí, không quan tâm đầu tư nguồn lực cần thiết cho sự phát triển hệ thống báo chí địa phương.

- Công tác quản lý xã hội về thông tin báo chí còn chưa hợp lý. Trước hết là hệ thống quản lý báo chí nói chung còn chồng chéo, cơ chế hoạt động không rõ ràng, trách nhiệm và quyền lực quản lý không tập trung, không nhất quán. Sự phát triển quy mô, số lượng các cơ quan báo chí, các sản phẩm báo chí không được tuân thủ theo kế hoạch đầy đủ. Một số cơ quan, tổ chức không có năng lực hoạt động báo chí vẫn lợi dụng sự bao cấp về toàn bộ hay một phần kinh phí hoạt động, cơ chế xin - cho về quảng cáo, tài trợ để thành lập cơ quan báo chí, duy trì hoạt động với mục đích chủ yếu là trục lợi. Không có cơ chế, thiết chế quản lý cán bộ báo chí một cách thống nhất trong cả nước. Bộ máy quản lý chưa tương xứng với sự phát triển nhanh chóng về quy mô và số lượng của hệ thống báo chí, vì thế trên thực tế không đủ khả năng kiểm soát tình hình một cách chặt chẽ, thường xuyên. Việc hướng dẫn, giáo dục thực hiện Luật Báo chí cũng như ban hành, tổ chức thực hiện các văn bản dưới luật vừa chậm, không nghiêm ngặt, vừa chưa thường xuyên, thiếu chặt chẽ. Việc kiểm tra, xử lý các sai phạm trong hoạt động báo chí chưa thật nghiêm khắc, còn nể nang. Một số cơ quan chủ quản thiếu trách nhiệm trong quản lý, lãnh đạo cơ quan báo chí trực thuộc, khoán trắng công việc cho lãnh đạo cơ quan báo chí. Thậm chí, có nơi đứng ra xin phép xuất bản báo, tạp chí, nhưng không đủ điều kiện về cơ sở, vật chất, nguồn nhân lực cần thiết. Khi có giấy phép rồi, họ đem tờ báo, tạp chí đó khoán lại cho một nhóm người để hoạt động theo hướng thương mại hóa, không quan tâm đến trách nhiệm chính trị - xã hội quy định trong tôn chỉ mục đích.

- Công tác cán bộ báo chí chưa được quan tâm đầy đủ, đúng mức ở hầu hết các khâu từ đào tạo, bồi dưỡng, giáo dục chính trị tư tưởng, các chính sách đãi ngộ đến việc quản lý,

kiểm tra, lựa chọn, quy hoạch, bố trí cán bộ vào các chức trách công tác. Xét về vĩ mô, hầu như công tác cán bộ báo chí được thả nổi, tự các cơ quan báo chí hành xử, lựa chọn theo yêu cầu riêng của mình, không có sự điều chỉnh chung ở cấp hệ thống quốc gia. Có những cán bộ bị loại thải ở cơ quan này lại được tuyển chọn về làm việc tại cơ quan khác có vị trí vai trò xã hội quan trọng hơn. Nhiều cán bộ hoàn toàn không được đào tạo về nghiệp vụ cũng như không có bất cứ kinh nghiệm nào trong hoạt động báo chí vẫn được điều động về quản lý các cơ quan báo chí trong khi không có bất cứ yêu cầu, đòi hỏi nào về bồi dưỡng chuyên môn nghề nghiệp. Việc giáo dục chính trị tư tưởng cho cán bộ báo chí được thực hiện một cách hình thức, không mang lại hiệu quả như mong đợi. Hiện tượng nhận quà biếu từ nguồn tin trở nên tương đối phổ biến, thậm chí được coi như một lệ tục bình thường, không bị lên án về đạo đức nghề nghiệp làm báo. Việc đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ cho nhà báo, đặc biệt là những người có trách nhiệm quan trọng trong các cơ quan báo chí cũng không được quan tâm. Trong Chỉ thị số 08-CT/TW ngày 31/3/1992 của Ban Bí thư và Chỉ thị số 22-CT/TW ngày 17/10/1997 của Bộ Chính trị đều yêu cầu phải tổ chức lại hệ thống đào tạo, bồi dưỡng cán bộ báo chí. Tuy nhiên, đến nay công việc đó vẫn không được triển khai.

Do công tác cán bộ không được quan tâm đầy đủ, không có biện pháp lâu dài, nhất quán, có hiệu quả nên dẫn đến những hậu quả làm hạn chế chất lượng công tác quản lý, điều hành và hoạt động chuyên môn ở nhiều cơ quan báo chí. Có những kẻ cơ hội chui vào các cơ quan báo chí chỉ nhằm mục đích trục lợi. Những hành vi tiêu cực không được ngăn chặn kịp thời đã trở thành tấm gương xấu trong một số cơ quan báo chí, thậm chí còn lấn át những biểu hiện tích cực.

- Công tác giáo dục chính trị tư tưởng trong cộng đồng xã hội còn có nhiều hạn chế và hiệu quả thấp. Không có một định hướng và hệ thống giải pháp thống nhất trong giáo dục chính trị tư tưởng cho nhân dân nói chung. Không có những thiết chế, định chế xã hội để làm nhiệm vụ chính hay tham gia vào công tác giáo dục lòng yêu nước, yêu chế độ, trách nhiệm công dân. Những chiến dịch giáo dục chính trị tư tưởng nhân dịp các ngày lễ lớn, những sự kiện đặc biệt được tiến hành phần nhiều mang tính hình thức, qua loa, chiếu lệ, hiệu quả thấp. Thậm chí, có những hoạt động trong khuôn khổ này còn tạo ra mặc cảm tâm lý khó chịu về sự áp đặt.

Đặc biệt trong giáo dục - đào tạo không có chính sách rõ ràng về giáo dục chính trị tư tưởng, lòng yêu nước, trách nhiệm công dân cho thanh thiếu niên. Vì thế, nội dung và phương pháp giáo dục trong lĩnh vực này không thể hiện rõ trong chương trình, sách giáo khoa của các cấp học. Chính đội ngũ giáo viên, giảng viên các cấp cũng không được chuẩn bị tốt về phương diện này. Ngay cả một số cán bộ ngành giáo dục thực thi nhiệm vụ về lĩnh vực này cũng không thông suốt tư tưởng nên không thể mang lại hiệu quả tốt. Các cơ quan, trường học không tổ chức lễ chào cờ hằng tuần, giáo dục truyền thống không được chú ý hoặc có cũng không bài bản, nghiêm túc. Công tác giáo dục chính trị tư tưởng trong các tổ chức chính trị, xã hội, nghề nghiệp cũng trong tình trạng hình thức, hạn chế về hiệu quả. Để có thể khắc phục hiện tượng cơ hội, thực dụng, vụ lợi trong hoạt động báo chí hiện nay cần phải thực hiện đồng bộ một loạt giải pháp trên phạm vi và quy mô toàn xã hội cũng như trong lĩnh vực báo chí. Theo chúng tôi, *một số giải pháp chủ yếu* trong đó là:

(1) Thống nhất nhận thức về vai trò, nhiệm vụ của báo chí trong sự nghiệp cách mạng và sự cần thiết phải tăng cường hiệu quả công tác lãnh đạo, quản lý báo chí, khắc phục hiện tượng cơ hội, thực dụng, vụ lợi trong hoạt động báo chí. Đây là cơ sở, điều kiện để tiến hành trên thực tế những giải pháp nhằm tích cực hóa và nâng cao hiệu quả hoạt động báo chí. Nhận thức này cần được thống nhất trong tổ chức Đảng và các cơ quan chủ quản, cơ quan quản lý báo chí về nhà nước. Trên cơ sở nhận thức này, hình thành một quan điểm chỉ đạo thống nhất về báo chí nói chung từ nguyên tắc Đảng lãnh đạo, nguyên tắc xây dựng bộ máy cơ cấu bộ máy, phương thức điều hành đến vấn đề xây dựng luật pháp, quy chế, phương thức xử lý, kiểm tra, kiểm soát, phương châm, chiến lược phát triển...

(2) Đổi mới và tăng cường hiệu quả công tác giáo dục chính trị, tư tưởng, giáo dục lòng yêu nước, trung thành với chế độ. Toàn bộ công tác này phải được đặt trong một chiến lược, chính sách cơ bản, lâu dài, nhất quán về mục tiêu, phương pháp. Trên cơ sở đó hình thành những biện pháp, kế hoạch triển khai cụ thể với từng đối tượng, loại hình phương tiện và thời gian, môi trường xã hội cụ thể. Về nguyên tắc, cần hòa quyện việc giáo dục chính trị tư tưởng với văn hóa, truyền thống dân tộc, với trách nhiệm và nghĩa vụ công dân. Tìm các biện pháp thích ứng để đưa nội dung giáo dục chính trị tư tưởng, lòng yêu nước, yêu chế độ vào các sinh hoạt, thiết chế xã hội một cách tự nhiên, thành chế độ. Ví dụ, quy định chặt chẽ về yêu cầu nội dung các môn học khoa học xã hội và nhân văn ngay từ bậc học phổ thông; chế độ chào cờ tại các công sở, trường học; quản lý thông tin báo chí theo hướng bảo vệ, phát huy

các giá trị văn hóa dân tộc; xây dựng các công trình kiến trúc, tượng đài tôn vinh các anh hùng, các nhà văn hóa lớn của dân tộc...

(3) Tăng cường công tác quản lý xã hội về thông tin, báo chí, hình thành thiết chế tổ chức đủ mạnh để có thể làm chủ tình hình, kịp thời điều chỉnh các hoạt động thông tin báo chí ngày càng phong phú, đa dạng. Trước hết là ban hành kịp thời các văn bản dưới luật, quy định cụ thể, rõ ràng quyền lợi, trách nhiệm của cá nhân cán bộ báo chí, quản lý lãnh đạo báo chí, các cơ quan chủ quản, chế độ tự chủ tài chính. Cần có chế độ quy định rõ ràng về trách nhiệm của các cơ quan chủ quản trong việc quản lý, điều hành cơ quan báo chí trực thuộc. Đặc biệt, quy định rõ và trao quyền chủ động cho thủ trưởng cơ quan chủ quản trong việc điều động, bổ nhiệm, miễn nhiệm tổng biên tập cơ quan báo chí. Cần có quy định nghiêm cấm sử dụng tiền ngân sách để duy trì hoạt động của một số cơ quan báo chí không cần thiết, không có ý nghĩa quan trọng trong đời sống xã hội. Đối với những sai phạm trong hoạt động báo chí, cần kết hợp giữa hệ thống tổ chức chính trị với phạm vi điều chỉnh của luật pháp để xử lý. Cơ chế xử lý, điều chỉnh báo chí theo luật cần thực hiện nghiêm túc. Tránh sự can thiệp của các cá nhân và cơ quan không liên quan, trách nhiệm vào việc xử lý những sai sót của các cơ quan, cá nhân người làm báo.

(4) Công tác đào tạo, bồi dưỡng, lựa chọn, sắp xếp, quản lý đội ngũ cán bộ từ phóng viên, biên tập viên đến tổng biên tập và cán bộ các cơ quan quản lý báo chí cần được chỉ đạo thực hiện theo hệ thống và cơ chế, chính sách nhất quán. Trước hết, thực hiện tinh thần chỉ đạo của Chỉ thị số 22-CT/TW ngày 17/10/1997 của Bộ Chính trị về củng cố, sắp xếp lại hệ thống

đào tạo, bồi dưỡng cán bộ báo chí, xuất bản cả nước để tăng cường đầu tư, nâng cao chất lượng, hiệu quả. Cơ quan quản lý nhà nước về báo chí cần có hệ thống văn bản dưới luật để thể chế hóa công tác quản lý cán bộ chặt chẽ, thống nhất trong cả nước. Trong các thể chế quản lý cần có quy định cụ thể, chặt chẽ về tiêu chuẩn bắt buộc, thời hạn bổ nhiệm, điều kiện miễn nhiệm, trách nhiệm của cơ quan chủ quản, v.v.. Cần làm rõ phạm vi trách nhiệm giữa cơ quan lãnh đạo của Đảng với cơ quan quản lý nhà nước, không để hiện tượng chồng chéo về chức năng, nhiệm vụ. Cần có cơ chế giám sát hoạt động quản lý nhà nước để đảm bảo công bằng, nghiêm túc, v.v..

21

NHẬN DẠNG CÁC NỘI DUNG THÔNG TIN SAI TRÁI, THÙ ĐỊCH CHỐNG PHÁ VIỆT NAM QUA MẠNG INTERNET*

Kể từ khi ra đời đến nay, chỉ trong vòng chưa đầy 30 năm, Internet đã phát triển với tốc độ vũ bão, nhanh chóng lan tỏa, “bao trùm lên toàn bộ các châu lục, trở thành một mạng thông tin phức hợp toàn cầu”. Với một hệ tài nguyên hầu như vô tận, mỗi bước phát triển của Internet là một bước mở ra những khả năng sử dụng, khai thác rộng lớn hơn, hiệu quả hơn, thỏa mãn tốt hơn các nhu cầu phát triển cũng như các loại hình dịch vụ của xã hội loài người hiện đại, tạo ra sức mạnh chi phối toàn cầu vững chắc hơn. Đồng thời, đó cũng là sự tự quảng cáo mạnh mẽ nhất, tạo cho Internet có sức hút lớn hơn, mạnh mẽ hơn đối với xã hội, mở ra những khả năng, điều kiện mới cho sự phát triển tiếp tục của Internet.

1. Thực trạng thông tin chính trị trên mạng Internet

Do những điều kiện kinh tế, kỹ thuật và một số khó khăn hạn chế khác, nước ta tiếp cận Internet chậm. Mặc dù vậy,

* Xem Báo chí với công tác tuyên truyền, đấu tranh chống các luận điệu sai trái, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, 2009, tr.66-73.

chỉ từ năm 1997 đến nay, Internet cũng đã có bước phát triển đột phá, mạnh mẽ ở Việt Nam. Theo số liệu của Trung tâm Internet Việt Nam, vào thời điểm năm 2007, tỷ lệ người dân sử dụng Internet trên toàn thế giới là 21,88%, ở khu vực ASEAN là 11,84% và ở Việt Nam là 20,45%. Như vậy tỷ lệ người dân sử dụng Internet ở Việt Nam là xấp xỉ với mức trung bình của thế giới, cao gần gấp hai lần mức trung bình của khu vực. Vào thời điểm tháng 01/2010, nước ta đã có 23.068.441 người sử dụng Internet, chiếm tỷ lệ 26,89% dân số. Tuy tỷ lệ sử dụng Internet ở Việt Nam còn ở mức trung bình của thế giới, nhưng những thông tin từ Internet, đặc biệt là những thông tin về đời sống chính trị vẫn có ảnh hưởng vô cùng to lớn, mạnh mẽ đến xã hội nước ta, đặc biệt là ở những khu vực đô thị mật độ dân số đông, trình độ văn hóa chung của cư dân cao. Đó là vì các lý do:

Thứ nhất, thông tin chính trị chiếm vị trí quan trọng nhất trong sự quan tâm của nhân dân. Nguyên nhân của thực tế này xuất phát từ tâm lý truyền thống tốt đẹp của nhân dân ta về ý thức chính trị - xã hội. Mặt khác, các thông tin chính trị bao giờ cũng có những mối liên quan trực tiếp, gần gũi đến lợi ích của mỗi thành viên xã hội. Một nghiên cứu (tháng 10/2004) của chúng tôi tại khu vực Hà Nội cho thấy, trong số những người thường xuyên truy cập mạng Internet có 82,5% sinh viên, 77,5% nhà kinh doanh và 70% cán bộ, công chức quan tâm tìm kiếm các thông tin về chính trị.

Thứ hai, thông tin chính trị được khai thác trên mạng Internet, được tái truyền thông mở rộng trong xã hội theo các con đường khác nhau như: truyền miệng, thông báo qua điện thoại, khuyến khích tán tiếp trên mạng hoặc chuyển tiếp cho bạn bè, người thân dưới dạng văn bản in. Bình quân một người

tiếp nhận thông tin trên mạng có thể chuyển tiếp thông tin trực tiếp (tức là vòng lan tỏa thứ nhất) cho 2-4 người. Đối tượng tiếp nhận ở vòng lan tỏa thứ nhất sẽ kiểm tra và tiếp tục lan tỏa thông tin. Vì thế, thông tin chính trị trên mạng có sức lan tỏa rất mạnh trong xã hội.

Thứ ba, những thông tin chính trị trên mạng tồn tại và được bảo toàn như một kho dữ liệu mở của cho mọi đối tượng ở bất cứ nơi nào trên thế giới. Khả năng về phương tiện để tiếp cận kho thông tin này ngày càng dễ dàng, thuận tiện hơn, nhất là khi kỹ thuật đã cho phép mở rộng việc truy cập mạng qua điện thoại di động. Với sự phát triển của mạng Internet hiện nay, người ta cũng không thể thu giữ, phá hoại hoặc ngăn cản việc tiếp cận chúng. Thậm chí, người ta cũng vô cùng khó khăn trong việc chỉ ra vị trí lưu giữ của thông tin trên mạng.

Với khả năng thuận lợi và sức mạnh to lớn như thế nên các thế lực thù địch luôn tận dụng mọi khả năng để thông tin, tuyên truyền những luận điểm chống đối cách mạng, chống đối chế độ ta trên mạng. Việc nghiên cứu, khảo sát và theo dõi để nhận diện các nội dung, phương thức và nguồn thông tin chống đối trên mạng ngày càng trở nên cần thiết và quan trọng đối với an ninh của đất nước ta, đặc biệt là an ninh về tư tưởng.

2. Nhận dạng những nội dung, quan điểm sai trái, thù địch, chống đối Việt Nam trên mạng Internet

Nghiên cứu, khảo sát cho thấy, các thế lực thù địch tận dụng tất cả các nội dung, quan điểm mà chúng có thể lợi dụng để tạo ra các khả năng tác động chống phá chế độ ta từ mức thấp nhất tạo hiệu quả chậm là tuyên truyền lôi kéo theo tình cảm, lối sống, cách suy nghĩ không lành mạnh để đầu độc thế

hệ trẻ, làm cho họ xa rời lý tưởng cách mạng, đến mức cao nhất, nhanh nhất, trực tiếp nhất là kích động bạo loạn chống đối từ trong nội bộ dân tộc và tạo các lực lượng bao vây can thiệp từ bên ngoài. Bằng phân tích cụ thể, có thể thấy những nội dung sai trái, thù địch, chống đối sau:

Một là, những thông tin tuyên truyền bôi nhọ Đảng Cộng sản, hạ bệ thần tượng lãnh tụ, nói xấu đội ngũ cán bộ lãnh đạo, đặc biệt là các cán bộ cao cấp của Đảng và Nhà nước, đòi đa nguyên, đa đảng, đòi xóa bỏ vai trò lãnh đạo của Đảng Cộng sản. Nội dung thông tin này nhằm làm xói mòn niềm tin của nhân dân vào Đảng Cộng sản và Bác Hồ. Mặt khác, nội dung thông tin này còn nhằm tạo ra sự nghi kỵ lẫn nhau dẫn đến mất đoàn kết trong nội bộ và do đó làm cho Đảng suy yếu, mất sức chiến đấu, mất khả năng lãnh đạo cách mạng. Đây là nội dung quan trọng nhất, được các thế lực phản động quan tâm nhất. Bởi chúng hiểu rõ vai trò vô cùng quan trọng của Đảng trong sự nghiệp đấu tranh cách mạng giải phóng đất nước trước kia cũng như trong sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước theo con đường xã hội chủ nghĩa hiện nay. Chính vì thế, dung lượng thông tin về nội dung này là lớn nhất và có tần số xuất hiện cao.

Hai là, chúng tung ra những luận điệu phê phán các luận điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đả kích, xuyên tạc đường lối cách mạng, chính sách xây dựng đất nước của Đảng và Nhà nước ta, cũng như những nước xã hội chủ nghĩa. Thông qua nội dung này, các thế lực thù địch muốn chứng minh rằng, chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh là không đúng hoặc đã lỗi thời, không còn phù hợp với điều kiện hiện nay, sự nghiệp cách mạng mà Đảng lãnh đạo là sai lầm, là không thể đưa đất nước đến phát triển hùng mạnh,

đưa nhân dân đến ấm no, hạnh phúc. Hoặc ít nhất, chúng cũng tìm cách xóa nhòa ranh giới giữa đúng và sai, giữa chính nghĩa và phi nghĩa nhằm biện hộ cho những hoạt động có tính chất phản động, vụ lợi và ích kỷ của chúng.

Ba là, tuyên truyền khoét sâu những sai lầm, khuyết điểm của Đảng, Nhà nước ta, thổi phồng những khó khăn, hạn chế trong nước thành những vấn đề bản chất của chế độ, tuyên truyền, giải thích sự sụp đổ của hệ thống xã hội chủ nghĩa ở Liên Xô và các nước Đông Âu như là quy luật tất yếu, con đường không thể khác của các nước xã hội chủ nghĩa còn lại. Mục đích của những thông tin này không gì khác ngoài việc làm cho cán bộ, đảng viên và nhân dân dao động, mất niềm tin vào sự lãnh đạo của Đảng, cũng như các chính sách, pháp luật của Nhà nước. Ví dụ, các trang web đặc biệt khai thác, nói xấu ta về tình trạng tham nhũng thông qua thông tin về các vụ trọng án kinh tế như vụ Epcó Minh Phụng, vụ Năm Cam, vụ Lã Thị Kim Oanh, vụ PMU 18... Một số thông tin, tài liệu còn trở lại khai thác những sai lầm của ta trong cải cách ruộng đất, trong cải tạo công thương nghiệp tư bản tư doanh, trong quản lý nền kinh tế đất nước thời kỳ trước đổi mới, lật lại tính chất đúng sai của một số vụ án như vụ Nhân văn giai phẩm, v.v.. Những thông tin, tài liệu này không đếm xỉa đến những thành tựu vĩ đại của chế độ, xóa nhòa những thay đổi vô cùng to lớn mà Đảng, Bác Hồ và cách mạng đã mang lại cho đất nước ta, nhân dân ta. Bất cứ vấn đề gì liên quan đến con đường phát triển của chế độ ta, chúng đều đem sự kiện Liên Xô, Đông Âu ra để chứng minh và đi đến việc khẳng định “sự sai lầm” của ta...

Bốn là, tìm cách xuyên tạc, vu cáo các vấn đề dân chủ, nhân quyền của Việt Nam, thông tin sai lạc nhằm kích động

các vấn đề “tự do dân chủ”, “tự do tôn giáo”, “tự do ngôn luận, báo chí”, thông tin xuyên tạc, bóp méo các vấn đề “dân tộc”, vấn đề “xã hội dân sự” nhằm chia rẽ nội bộ, gây mất đoàn kết. Những nội dung thông tin này, một mặt nhằm gây tâm lý hoang mang, thúc đẩy, xúi giục các hành vi bạo loạn, chia rẽ khối đại đoàn kết dân tộc, gây nên sự bất ổn định chính trị - xã hội, gây khó khăn, hạn chế cho công cuộc xây dựng, phát triển đất nước. Mặt khác, chúng tìm cách “quốc tế hóa” vấn đề, đẩy chúng ta vào thế bất lợi, tìm kiếm sự ủng hộ và thậm chí sự can thiệp từ bên ngoài để lật đổ chế độ. Ví dụ, chúng đặc biệt tập trung khai thác xung quanh các vụ bạo loạn gây rối ở Tây Nguyên; từ các vụ này, chúng vu cáo, bịa đặt, bóp méo thông tin như Chính phủ đàn áp đồng bào dân tộc bằng cả “xe tăng, máy bay trực thăng gắn súng máy”, chiếm đất của dân sở tại, cấm đạo Tin Lành. Chúng tuyên truyền, kích động luận thuyết “một dân tộc, một quốc gia” để đòi thành lập cái gọi là “Vương quốc Mông” ở Tây Bắc, “Nhà nước Đêga độc lập” ở Tây Nguyên, “Nhà nước Khmer Krom” ở Tây Nam Bộ, “Nhà nước Chăm độc lập” ở Nam Trung Bộ. Chúng phản đối, xuyên tạc đối với việc bắt hoặc quản thúc các nhân vật chống đối chế độ, vi phạm luật pháp mà chúng gọi là “tù nhân lương tâm”, “tù nhân tôn giáo”,...

Năm là, thông tin, tuyên truyền với những nội dung xét lại các vấn đề, sự kiện lịch sử, tìm kiếm để phê phán một cách ác ý những sai lầm, khuyết điểm của ta nhằm tạo ra tâm lý nghi ngờ, hạ thấp các giá trị của các thành quả cách mạng. Qua đây, chúng muốn phủ nhận vai trò lãnh đạo xã hội của Đảng ta, phủ nhận tính chất tốt đẹp và những giá trị cao cả, quý báu của chế độ ta. Việc tuyên truyền những quan điểm này rất có hại, đặc biệt là đối với giới trẻ, những chủ nhân tương lai của

đất nước, song họ chưa từng trải nên thiếu kinh nghiệm, dễ nhầm lẫn, ngộ nhận. Ví dụ: lật lại vụ cải cách ruộng đất, vụ nhân văn giai phẩm, vụ cải tạo công thương nghiệp tư bản tư doanh, vụ quân tình nguyện giúp Campuchia...

Sáu là, thông tin, tuyên truyền lôi kéo thanh thiếu niên chạy theo lối sống và các giá trị văn hóa phương Tây, dẫn đến sự xa rời các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc, làm phai nhạt tình cảm đối với đất nước, thiếu trách nhiệm đối với chế độ. Ví dụ, trong nhiều công trình nghiên cứu khoa học, thăm dò dư luận xã hội gần đây cho thấy có những biểu hiện như phim bạo lực có nội dung xấu sẽ ảnh hưởng đến những hành vi của thanh niên - “muốn làm như những người hùng trong phim”; vụ học sinh phổ thông cơ sở ở Hà Nội tự tử tập thể “vì bế tắc trong tình yêu”; một bộ phận không nhỏ thanh niên, thiếu niên thiếu hiểu biết về lịch sử, các truyền thống và giá trị văn hóa dân tộc, tôn sùng văn hóa phương Tây; v.v..

3. Các nguồn tin bị lợi dụng, khai thác để tuyên truyền các quan điểm sai trái chống Đảng, chống chế độ Việt Nam trên mạng Internet

Qua thống kê, khảo sát, chúng tôi thấy có 4 loại nguồn tin được sử dụng, hay bị lợi dụng để tuyên truyền những quan điểm thù địch, chống đối Đảng, Nhà nước và chế độ ta:

- Nguồn tin do những kẻ phản động, chống đối tự tổ chức khai thác.

- Nguồn tin từ báo chí quốc tế.

Đối với hai loại nguồn thông tin trên, chúng ta không thể chi phối, do hoàn toàn không nắm quyền chủ động và không thể tác động trực tiếp bằng luật pháp hay quyền lực khác. Vì vậy, khả năng chống lại các nguồn thông tin này là bị động và

khó khăn. Tuy nhiên, vẫn có thể hạn chế để đi đến khắc phục bằng con đường quyết định là tăng cường thông tin từ phía chúng ta để thỏa mãn thông tin cho nhân dân trong nước, bạn bè quốc tế và kiều bào ta ở nước ngoài.

- Nguồn tin được cung cấp có chủ đích từ trong nước. Đây là nguồn thông tin do những nhân vật bất mãn, chống đối chủ động tung ra ngoài thông qua mạng Internet để gây áp lực với các cơ quan quyền lực trong nước hoặc những người được các *thế lực* từ bên ngoài biên giới “đặt hàng”. Rất tiếc là một số thông tin, tài liệu mật của nội bộ ta cũng bị đưa lên mạng để cho các thế lực chống đối khai thác.

- Nguồn tin khai thác ngay trên báo chí của ta. Trong số những thông tin trên báo chí ta mà bọn chống đối lợi dụng khai thác, có những thông tin chính đáng bị chúng bóp méo. Ví dụ, tin các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước đi thăm nước ngoài, tin về đường lối, chính sách mới, tin về các sự kiện thời sự, chính trị, xã hội trong nước, v.v.. Đây là việc ta không thể tránh khỏi. Tuy nhiên, giá trị tiêu cực của việc khai thác nguồn thông tin này cũng không cao, do khó có thể tạo được sự tin tưởng dẫn đến chấp nhận dễ dàng của nhân dân. Nguy hiểm là những thông tin mật, thông tin không đúng quy trình của pháp luật, thông tin có tính tiêu cực mà báo chí ta do vô tình hay không hiểu hết hậu quả của nó mà đưa ra. Ví dụ, thông tin báo chí ta đưa về việc vận động nhân dân một số vùng dân tộc thiểu số bỏ đạo Tin Lành, thông tin về một số vụ án lớn đang trong quá trình điều tra, v.v..

Đối với hai loại nguồn tin trên, chúng ta có khả năng chủ động giảm thiểu để khắc phục một cách căn bản bằng các giải pháp như: giáo dục, tổ chức thực hiện nghiêm luật và các quy

định về giữ bí mật, hướng dẫn nghiệp vụ cho đội ngũ nhà báo, đặc biệt là những người có trách nhiệm chủ trì ở các tòa soạn.

Tóm lại, có thể thấy rằng, những nội dung thông tin sai trái, thù địch, chống phá Việt Nam qua mạng Internet rất đa dạng và phức tạp. Với mức độ ít hoặc nhiều, những nội dung thông tin đó đều có tác động tiêu cực vào tư tưởng, tình cảm, nhận thức xã hội của cán bộ, nhân dân ta, ảnh hưởng xấu đến công cuộc xây dựng của đất nước, đến sự phát triển ổn định và bền vững của chế độ ta. Trong số những nội dung đó, có những thông tin chúng ta có thể dễ dàng nhận diện, từ đó có thể kịp thời vạch mặt và cảnh báo, giải thích cho cán bộ và nhân dân. Tuy nhiên, có nhiều nội dung thông tin phá hoại nhưng được che đậy dưới những chiêu bài “yêu nước” giả dối, dưới những giọng điệu “thương dân” lừa mị và những luận thuyết “khoa học” lừa bịp, xảo trá. Đó là những nội dung thông tin rất thâm hiểm, phá hoại ngấm ngầm, ảnh hưởng rất nguy hại đối với tư tưởng, tình cảm của cán bộ, đảng viên và nhân dân ta. Việc phát hiện, nhận diện đúng và kịp thời đề ra những giải pháp hợp lý, hiệu quả để phản kích và khắc phục ảnh hưởng tiêu cực của những thông tin đó là một nhiệm vụ khó khăn, đòi hỏi một thái độ nghiêm túc, sự quan tâm thường xuyên và sự đầu tư, nghiên cứu công phu.

Phần bốn

**BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG
VÀ ĐỜI SỐNG XÃ HỘI**

TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG - ĐỘNG LỰC PHÁT TRIỂN CỦA XÃ HỘI HIỆN ĐẠI*

1. Sức mạnh có thật của truyền thông đại chúng

Năm 1991, một phóng viên của Đài phát thanh - truyền hình địa phương đã ngẫu nhiên ghi hình được những cảnh rất ấn tượng về trận lũ quét lịch sử xảy ra ở khu vực thị xã Sơn La. Đoạn băng ghi hình được phát trên Đài Truyền hình Việt Nam và đã gây nên sự xúc động lớn của đồng bào cả nước. Bất kể chất lượng băng VHF không tốt, bất kể những khuôn hình, những thao tác máy không thuần thục, làm cho chất lượng hình không cao, nhân dân khắp nơi trong cả nước đã bày tỏ thái độ, tình cảm chia sẻ với Sơn La bằng hành động cụ thể. Chỉ trong một thời gian ngắn, cả nước quyên góp được hơn 4 tỷ đồng ủng hộ đồng bào khu vực bị lụt. Đó là số tiền khá lớn đối với Sơn La khi mà tổng thu nhập GDP một năm của tỉnh lúc đó mới được chưa đầy 20 tỷ đồng.

Qua các phương tiện truyền thông, từng giờ, từng phút nhân dân cả nước được chứng kiến trận lũ miền Trung tháng 11/1999. Người ta được thấy cảnh nước trắng trời, ngập lụt làng mạc, cây cối, con người và súc vật ngoi ngóp, lặn lội khổ

* Tạp chí *Người làm báo*, số tháng 4/2001.

sở trong nước lạnh, mưa rét và đói khát. Qua truyền hình, người ta cũng thấy những người phụ nữ ở chợ Bến Thành - Thành phố Hồ Chí Minh vừa khóc, vừa đi quyên góp, thấy được những người dân Hà Nội đội mưa, mang những thùng mì ăn liền đến nơi thu nhận để ủng hộ đồng bào mình đang trong cơn hoạn nạn ở miền Trung. Những người dân khắp mọi miền đất nước chăm chú theo dõi những tin tức về trận lũ. Không ai bảo ai, kẻ góp tiền, người góp của, người già chia sẻ tấm áo, manh quần, cân gạo, trẻ nhỏ bớt phần tiền ăn sáng, đập lợn đất, lấy tiền tiết kiệm để gửi cho đồng bào của mình đang trong cảnh thiên tai nguy khốn. Các phương tiện truyền thông đại chúng đã không chỉ mang thông tin đến cho từng người dân mà hơn thế nữa, nó đã khơi dậy truyền thống tương thân, tương ái của mỗi con người Việt Nam, nhanh chóng thổi bùng lên cả một phong trào rộng khắp toàn xã hội.

Trên đây chỉ là hai trong số rất nhiều ví dụ về sức mạnh to lớn của các phương tiện truyền thông đại chúng trong xã hội của chúng ta hiện nay. Có thể nói chắc chắn rằng, xã hội càng phát triển, càng hiện đại thì các phương tiện truyền thông đại chúng càng có vai trò to lớn hơn.

2. Phương tiện giao tiếp quan trọng

Trước hết, các phương tiện truyền thông đại chúng báo chí là phương tiện giao tiếp ngày càng quan trọng, mạnh mẽ và đắc dụng hơn của con người trong xã hội hiện đại. Nó liên kết con người lại với nhau qua việc chia sẻ những kinh nghiệm, những hiểu biết, những phát hiện ngày càng nhiều. Hệ thống báo chí hiện đại trở thành một dòng chảy thông tin to lớn và không ngừng nghỉ. Sự phát triển của các phương tiện kỹ thuật mới mở ra cơ hội cho phép ngày càng nhiều người trên khắp

trái đất được khỏa mình trong dòng thông tin ấy, tiếp nhận và nhân rộng những hiểu biết và kinh nghiệm của đồng loại. Đó là con đường ngắn nhất để con người học hỏi lẫn nhau. Điều ấy làm cho con người hiện đại ngày càng trở nên thông minh hơn, khôn ngoan hơn.

Nếu như vào thế kỷ trước một người ở châu Âu phải mất cả tháng trời để nhận được một bức thư, một tờ báo từ bên kia bờ Đại Tây Dương thì ngày nay, nhiều sự kiện đang xảy ra, đã được cả hành tinh chứng kiến. Những người có mặt tại khắp các địa điểm trên mặt địa cầu đã có thể cùng tham gia một cuộc thảo luận, một hội nghị khoa học thông qua mạng Internet. Hàng triệu người dân Việt Nam chúng ta ở thời điểm này cùng cả tỷ người trên trái đất cùng theo dõi những trận bóng đá đang diễn ra trong khuôn khổ các giải bóng đá của châu Âu và thế giới. Có thể tưởng tượng: có một tiếng ô tiếc rẻ cùng vang lên khắp mặt địa cầu khi trái bóng đập vào xà ngang, cột dọc - khung thành mà bật ra ngoài cầu môn.

Giao tiếp là điều kiện cho sự hình thành và tồn tại của xã hội loài người. Nhờ giao tiếp qua ngôn ngữ mà con người trở thành con người xã hội. Điều ấy cũng có nghĩa là giao tiếp càng phát triển, mở rộng thì càng thúc đẩy cho xã hội loài người phát triển. Và ngược lại, xã hội càng phát triển, nhu cầu thông tin giao tiếp của xã hội cũng ngày càng tăng lên, xã hội càng thôi thúc tìm kiếm các phương tiện cũ, hoàn thiện các phương tiện mới nhằm thỏa mãn các đòi hỏi mới về giao tiếp. Đó là một thứ quy luật của xã hội. Đó cũng chính là một trong những điều kiện khiến cho các phương tiện truyền thông đại chúng mà trước hết là báo chí trở thành một sức mạnh thúc đẩy sự phát triển của xã hội.

3. Chất kích thích phát triển

Khi các phương tiện truyền thông đại chúng trở thành một diễn đàn, một sân chơi cho cả xã hội, nó không chỉ giúp người ta mở mang tri thức, tăng cường liên kết, hiểu biết lẫn nhau mà hơn thế nữa, nó cũng trở thành chất men kích hoạt cho xã hội hiện đại. Nó tạo hứng thú, niềm say mê, sự động viên ở mỗi con người một tinh thần thi đua tích cực. Nó lôi cuốn con người ta vào những tiến trình vận động xã hội nhưng lại tạo ra cảm giác như là một cuộc chơi mà không bị gò bó, mặc cảm.

Thực ra, bất cứ điều gì là tích cực xuất hiện trên các phương tiện truyền thông đại chúng đều có thể trở thành tấm gương kích thích người ta noi theo. Các phương tiện truyền thông đại chúng vận động, phát triển không ngừng nên nó cũng không ngừng tạo ra chất kích thích cho sự phát triển của mỗi quốc gia và cả thế giới.

4. Công cụ quản lý

Xã hội hiện đại vận động như một phức hợp các tiến trình, các mối quan hệ vô cùng rắc rối và phức tạp. Nó đòi hỏi một hệ thống quản lý tương ứng, trong đó, bao gồm những thành phần truyền thống được bổ sung, hoàn thiện, cập nhật cùng với những thành phần mới, góp phần giải quyết những vấn đề phong phú của nhiệm vụ quản lý xã hội.

Các phương tiện truyền thông đại chúng ra đời và phát triển mạnh mẽ trong thế kỷ XX tạo ra một công cụ quản lý xã hội mới mẻ và hiệu dụng. Nó tham gia vào tất cả các khâu của tiến trình quản lý xã hội rộng lớn, bao gồm từ cung cấp dữ liệu thực tế, hoạch định chính sách, truyền bá các quyết định quản lý, xây dựng mô hình thực tế, hướng dẫn thực hiện, kiểm tra, đánh giá việc thực hiện, v.v. và v.v..

Người ta tính được 70% thông tin tình báo kinh tế, quân sự được thu nhận từ báo chí. Điều ấy cũng là dễ hiểu, bởi vì báo chí đề cập mọi vấn đề mà tình báo cũng quan tâm. Tuy nhiên, điều ấy còn nói lên một vấn đề khác là: báo chí thực sự đang là nguồn dữ liệu to lớn, phong phú và đáng tin cậy cho các cơ quan hoạch định chính sách. Người ta thông qua các trang báo, các chương trình phát thanh, truyền hình để nhận ra diện mạo, đánh giá các đặc điểm của xã hội nói chung cũng như của từng lĩnh vực nói riêng. Đó là cơ sở để hình thành chính sách nhằm quản lý xã hội.

Mặt khác, báo chí mang đến cho từng thành viên xã hội các đường lối, chính sách, các chỉ thị, quyết định của Nhà nước cùng với sự giải thích, hướng dẫn các mô hình kinh nghiệm thực hiện. Đồng thời, báo chí cũng là diễn đàn cho các công dân phát biểu tâm tư, nguyện vọng, bày tỏ quan điểm, sáng kiến của mình đối với các vấn đề chung của xã hội. Đây là những luồng thông tin khác chiều phong phú, mang tính chất như cầu nối giữa chính quyền với nhân dân, bảo đảm cho quá trình quản lý xã hội thực hiện có hiệu quả.

5. Công cụ thực hiện dịch vụ xã hội

Với sự phát triển nhanh chóng như hiện nay của các phương tiện truyền thông đại chúng có thể thực hiện nhiều loại dịch vụ xã hội mà chỉ mới ngày hôm qua thôi vẫn còn nằm trong trí tưởng tượng của những con người thông minh đột xuất. Truyền hình cáp chẳng hạn, có thể trở thành một êkíp làm việc giỏi của một công ty du lịch lữ hành ngay tại nhà. Chỉ cần nhấn nút và trao đổi với trung tâm của công ty, người ta sẽ thông qua màn hình mà cung cấp cho khách hàng mọi chi tiết thông tin, mọi lời tư vấn cần thiết về tuyến du lịch thích hợp,

về giá cả, thời gian, và những gì cần chuẩn bị cho một cuộc đi hoàn hảo, v.v.. Xin cứ lựa chọn và khách hàng sẽ được thỏa mãn mọi yêu cầu với điều kiện là phải trả tiền qua... mạng Internet. Nếu ai đó muốn tổ chức một tiệc cưới, một cuộc tham quan, một vụ mua bán nhà ở, v.v. và v.v. thì cách thức cũng tương tự như thế.

Các phương tiện truyền thông đại chúng mang lại cho xã hội hiện đại những khả năng và điều kiện tuyệt vời để thỏa mãn việc giải quyết những dịch vụ vô cùng phong phú, không ngừng nảy sinh trong đời sống hằng ngày. Có dịch vụ đối với người này là vô lý thì với người kia là thiết yếu. Có dịch vụ đem lại niềm vui hay sự tiện nghi cho bộ phận người này thì lại trở nên xa xỉ, vô ích đối với nhóm người khác trong xã hội. Các phương tiện truyền thông đại chúng càng phát triển càng có nhiều khả năng to lớn, phong phú hơn trong việc giải quyết các dịch vụ xã hội. Ở Việt Nam, truyền thông đại chúng đã lặng lẽ làm quen và mở rộng dần các hoạt động có tính dịch vụ xã hội của mình. Có những đôi lứa đã gặp gỡ nhau và đi đến hôn nhân nhờ dịch vụ làm quen trên mặt báo, trên sóng phát thanh. Có không ít thanh niên đã tìm được công ăn, việc làm thông qua các trung tâm giới thiệu việc làm của các tòa soạn báo hay các trang báo, các chương trình phát thanh, truyền hình quảng cáo việc làm. Ngày nay, dù ở bất cứ đâu, thuộc bất cứ quốc gia nào, các phương tiện truyền thông đại chúng đang ngày càng giúp cho cuộc sống dễ chịu hơn, tiện nghi hơn.

6. Cơ chế giám sát toàn cầu

Trên phạm vi thế giới, các phương tiện truyền thông đại chúng không chỉ cung cấp thông tin, liên kết các dân tộc, thực hiện các chức năng dịch vụ, giải trí. Nó còn tạo thành một cơ

chế giám sát toàn cầu. Cơ chế ấy được hình thành trên cơ sở thông tin nhanh chóng, kịp thời các nguy cơ, những mối đe dọa đối với con người, những tình huống có vấn đề cần giải quyết ở bất cứ nơi nào trên Trái đất. Từ đó, các phương tiện truyền thông đại chúng tạo ra dư luận rộng rãi ở từng khu vực hay cả trên thế giới, tạo ra áp lực cần thiết, thúc đẩy những hành động tích cực để giải quyết. Với sự phát triển mạnh mẽ, sự có mặt rộng khắp và sự tác động xã hội không gì so sánh nổi, các phương tiện truyền thông đại chúng như người lính canh, bất cứ lúc nào cũng có thể gióng lên hồi chuông báo động khi đâu đó có dấu hiệu bất ổn, đe dọa cuộc sống bình thường của xã hội.

Trong thời gian diễn ra cuộc chiến tranh Việt Nam, chính báo, tạp chí, phát thanh, truyền hình, phim ảnh tiến bộ toàn thế giới đã đồng loạt lên tiếng tố cáo đế quốc Mỹ. Nó thực sự tạo thành một sức ép trên phạm vi thế giới, góp phần buộc Mỹ phải ngồi vào bàn đàm phán rồi ký kết Hiệp định Paris, rút toàn bộ quân Mỹ về nước. Hiện nay, các phương tiện truyền thông đại chúng trên thế giới thường xuyên thông tin về tình hình cấm vận chống Irắc, Cuba, Nam Tư về những xung đột xảy ra ở một số quốc gia cũng như về sự ô nhiễm môi trường sống hay các vấn đề khác, ảnh hưởng đến số phận của con người trên toàn cầu, hình thành tiếng nói chung, thúc đẩy các khả năng giải quyết theo hướng tích cực.

Ở phạm vi đất nước ta, hệ thống các phương tiện truyền thông đại chúng đang thực sự đóng vai trò quân đội xung kích trên mặt trận tư tưởng, người theo dõi, giám sát sát sao các tiến trình vận động trong đời sống xã hội. Tất cả những gì đang diễn ra hằng ngày, hằng giờ đều được phản ánh trên các phương tiện truyền thông đại chúng, được các phương tiện truyền thông đại chúng thẩm định từ những góc nhìn khác nhau.

Hệ thống báo chí, truyền thông đại chúng thực sự đang là hàn thử biểu của đời sống xã hội đất nước. Cuộc đấu tranh của các phương tiện truyền thông đại chúng chống các hiện tượng tiêu cực là một ví dụ sinh động về vai trò giám sát xã hội. Một loạt vụ buôn lậu, tham nhũng, cố ý làm sai pháp luật đã được các phương tiện truyền thông đại chúng phát hiện và đưa lên công luận. Có thể nói, các phương tiện truyền thông đại chúng là một thứ tòa án đặc biệt, thứ tòa án khắt khe và có sức mạnh rất to lớn. Bằng việc đưa tin, bình luận, phân tích, đánh giá, các phương tiện truyền thông đại chúng không chỉ góp phần loại trừ cái xấu trong xã hội mà còn rung tiếng chuông ngăn chặn những hành vi tiêu cực có thể xảy ra, ủng hộ và thúc đẩy sự phát triển của khuynh hướng tích cực.

Khẳng định các phương tiện truyền thông đại chúng có vai trò động lực phát triển xã hội hiện đại cũng có nghĩa là khẳng định trách nhiệm xã hội to lớn của nó. Đối với các phương tiện truyền thông đại chúng, vinh quang càng lớn thì trách nhiệm càng nặng nề, ý thức được điều đó, đảm bảo sự lãnh đạo, sự định hướng để các phương tiện truyền thông đại chúng phát huy đầy đủ vai trò, thực hiện đúng đắn trách nhiệm xã hội của mình - luôn là một yêu cầu quan trọng sống còn trong bất cứ điều kiện nào, giai đoạn nào trong tiến trình phát triển của đất nước ta.

23

VĂN HÓA DƯỚI SỨC ÉP TOÀN CẦU HÓA TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG*

Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng là một hiện tượng khách quan nằm trong sự tác động lẫn nhau của các lĩnh vực trong đời sống xã hội và đặc điểm chung của thời đại. Về bản chất, đó là quá trình quy chuẩn hóa về kỹ thuật, phương pháp và mở rộng quy mô hoạt động, phạm vi ảnh hưởng, nguồn tin, công chúng và cách thức tiếp nhận thông tin của các loại hình truyền thông đại chúng.

Cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật và công nghệ cùng những thành tựu to lớn của nó đã tạo ra một điều kiện cơ bản cho tiến trình toàn cầu hóa không chỉ riêng lĩnh vực truyền thông đại chúng mà còn cho tất cả các lĩnh vực khác trong đời sống xã hội. Đặc biệt quan trọng đối với truyền thông đại chúng là các thành tựu về viễn thông, chinh phục vũ trụ, về vật liệu mới, về công nghệ máy tính.

Cùng với sự phát triển khoa học, kỹ thuật và công nghệ, sự tích tụ tập trung tư bản dưới sức ép của thị trường cạnh tranh là những tiền đề cho sự ra đời những công ty, tập đoàn truyền thông khổng lồ, có vai trò như những đế quốc thông tin.

* Tạp chí *Sinh hoạt lý luận*, số 1(32)/1999.

Với quy mô hoạt động và ảnh hưởng rộng khắp trong cả khu vực hay nhiều quốc gia, những tập đoàn này vượt xa khái niệm về những tổ chức truyền thông trước đây. Lĩnh vực hoạt động và quy mô vận hành của chúng rất phong phú, đa dạng, nhiều khi đan xen và ảnh hưởng qua lại với nhiều ngành công nghiệp khác nhau. Ví dụ, trùm tư bản truyền thông Rupert Murdoch tập trung trong tay hệ truyền hình vệ tinh (Sky Channel), hệ thống truyền thông vệ tinh Anh BSB (British Satellite Broadcasting), hệ thống tin tức quốc tế cùng kênh truyền hình Star TV, v.v.. Giữa năm 1998, Rupert Murdoch chính thức trở thành chủ sở hữu của câu lạc bộ bóng đá lớn vào loại nhất nước Anh - Manchester United; ở Nhật Bản, chỉ riêng Công ty Yumiuri đã kiểm soát 20% lượng phát hành nhật báo, có kênh phát thanh, truyền hình riêng, đội bóng đá ngoại hạng Verdy, đội bóng chày giàu thành tích nhất nước Nhật cùng một tổ hợp thể thao, giải trí khổng lồ. Chính sự hình thành các công ty truyền thông khổng lồ, xuyên quốc gia vừa là thể hiện và cũng vừa là điều kiện cho sự vận hành của quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng.

Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng là một tiến trình gắn liền và ngày càng làm trầm trọng hơn tình trạng phát triển không đều hay là một trật tự rất không công bằng. Theo con số thống kê, có thể thấy mức tiêu thụ các sản phẩm truyền thông ở các nước phát triển cao gấp cả trăm lần so với các nước thế giới thứ ba. Tuy nhiên, vấn đề không chỉ là những thiệt thòi do sự chênh lệch về mức tiêu thụ mà là ở chỗ ai là người khống chế và cung cấp thông tin trên các hệ thống truyền thông đại chúng. Tức là, cần phải trở về gốc rễ của sự việc để xem xét điều kiện, khả năng, quy mô và sức mạnh thu thập, truyền phát thông tin trên thế giới. Trên thực tế thì tất cả các

tập đoàn truyền thông khổng lồ đều nằm trong tay các ông chủ ở các nước giàu có. Đó là những tên tuổi: Rupert Murdoch, Ted Tuner ở Mỹ, Robert Harsant ở Pháp, Berlusconi ở Italy,... Không hề có và không thể có một cơ quan, đơn vị truyền thông nào ở các nước thuộc thế giới thứ ba có thể cạnh tranh nổi với các tập đoàn truyền thông khổng lồ phương Tây.

Ở bất cứ đâu có khả năng, có thị trường là các tập đoàn truyền thông khổng lồ lập tức nhảy vào chiếm lĩnh trận địa. Tại Hungary, Cộng hòa Séc, Slovakia, ngay sau khi chính thể cũ sụp đổ đã xuất hiện các nhà đầu tư nước ngoài như Hersant, Springer, Bertelmann, Marquard, v.v.. Họ mua lại những tờ báo tên tuổi, cả các báo lớn của quốc gia và các tờ báo địa phương. Các nhà đầu tư nước ngoài hiện đang kiểm soát hơn 50% thị trường báo chí Trung Âu. Đặc biệt ở Ba Lan, số liệu đó là gần 80%.

Những tập đoàn truyền thông khổng lồ ở các nước công nghiệp phát triển nắm giữ quyền lực to lớn thông qua khả năng tác động vào các tiến trình vận động của thế giới hiện đại. Một ví dụ dễ thấy là vai trò của hệ thống thông tin truyền hình cáp CNN (Cable News Network) của Tập đoàn TBS trong đời sống quốc tế. CNN phát những thông tin được thu thập và biên tập từ khắp nơi trên thế giới 24/24 giờ đến mọi địa chỉ nhận tin trên toàn địa cầu. Hoạt động của hệ thống này đang làm đảo lộn những quan niệm bình thường của xã hội về không gian, thời gian và phương pháp thu lượm, khai thác, truyền phát thông tin. Với phạm vi ảnh hưởng vô cùng lớn, CNN có khả năng làm cho bất cứ sự kiện, vấn đề gì ở bất cứ nơi nào trở thành có tiếng vang toàn cầu ngay từ khi nó đang diễn ra.

Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng đang thực sự mang lại những tác động, hiệu quả tích cực không thể phủ nhận. Nó đang tạo ra một môi trường giao lưu toàn thế giới, thúc đẩy sự chuyển giao thông tin và những giá trị tích cực, tạo ra môi trường sống thuận lợi hơn cho con người, v.v.. Nhưng từ mặt sau của nó, toàn cầu hóa truyền thông đại chúng đang đưa lại những hệ quả tiêu cực, trong đó đặc biệt là đang tạo ra sự xung đột giá trị - một sức ép đối với những giá trị văn hóa tích cực, hợp lý.

Toàn cầu hóa là một quá trình biến đổi, đảo lộn không gian và phương thức truyền thông. Những không gian địa phương, không gian quốc gia, không gian khu vực trước đây được coi như những tầng nấc khép kín, không liên hệ với nhau, không ảnh hưởng lẫn nhau. Ngày nay, quá trình toàn cầu hóa đã và đang tiến tới xóa bỏ sự khép kín ấy, tạo ra không gian duy nhất thống nhất trên cả địa cầu. Toàn bộ dòng chảy xô bồ, ô ạt của thông tin truyền thông hiện đại đang từng ngày, từng giờ tác động vào mỗi gia đình, mỗi con người ở từng hang cùng, ngõ hẻm của các quốc gia. Nó cuốn hút con người theo những định hướng giá trị văn hóa đơn nhất mà tinh thần chỉ đạo là của một số nhỏ các nước công nghiệp phát triển phương Tây. Bản sắc văn hóa dân tộc của đa số các nước còn lại trên thế giới có nguy cơ bị phai nhạt, bị xóa nhòa ranh giới. Con người nhân tính phong phú bị ép chặt vào những “khuôn mẫu” văn hóa một cách tự phát.

Đó là và sẽ còn là một chiều hướng không thể đảo ngược và thậm chí có rất ít khả năng chống trả khi mà hệ thống truyền thông đại chúng toàn cầu đang ở trong trạng thái rất chênh lệch, rất bất công bằng giữa các quốc gia, giữa các khu vực và các nhóm xã hội. Và thực tế, sự chênh lệch về phát triển

truyền thông đã dẫn đến tình trạng một số cực (các nước giàu có nhất, có hệ thống truyền thông phát triển nhất), hút về mình tất cả các nguồn tin và truyền đi dòng thông tin truyền thông áp đảo. Những giá trị văn hóa nhất thể của các truyền thông “khổng lồ” sẽ tạo thành sức mạnh áp đặt một cách từ từ, không cưỡng nổi. Bởi vì những giá trị ấy tác động liên tục, lặp đi lặp lại với sức cuốn hút mạnh mẽ trước hết là đối với lớp người trẻ tuổi - lớp người dễ thay đổi nhận thức ở thời hiện tại, nhưng lại là những chủ nhân của xã hội tương lai.

Các phương tiện truyền thông đại chúng của các nước phương Tây, nhất là Mỹ, sản xuất và truyền bá ồ ạt các chương trình, tiết mục “giải trí quốc tế”, những thông điệp hấp dẫn, ngợi ca những tinh thần, lối sống của họ. Ở khắp mọi nơi, không phân biệt quốc gia, dân tộc, công chúng đón nhận chúng một cách đương nhiên và đôi khi rất hào hứng, cuồng nhiệt. Khó mà có một thái độ cảnh giác khi tiếp nhận các sản phẩm truyền thông ấy khi mà những khuynh hướng, những giá trị văn hóa bị khuất lấp sau những hình ảnh, cốt truyện, chi tiết thông tin khách quan và hấp dẫn.

Thế giới đã từng chứng kiến sự đón nhận hào hứng, nồng nhiệt của thanh, thiếu niên khắp các châu lục, không kể ngôn ngữ và định hướng chính trị của chế độ đối với băng nhạc ABBA (Thụy Điển), điệu nhảy Lambada của Brazil và điệu nhảy của Michael Jackson,...

Ở nhiều nước, sự xâm nhập của các chương trình phát sóng sản xuất từ Mỹ đã làm mất đi hoặc xóa nhòa tính đặc thù của các chương trình phát sóng nội địa. Ngay cả một số nước Tây Âu như Anh, Pháp, Italy,... cũng lên tiếng báo động những tác động tiêu cực về văn hóa khi các chương trình truyền hình do Mỹ sản xuất chiếm từ 30 đến 40% thời lượng phát sóng của

các đài truyền hình trong nước. Nhiều nước châu Á, Đông Âu, Mỹ Latinh đã lên tiếng cảnh báo về những di hại văn hóa của các chương trình truyền hình, phát thanh của Mỹ với lối sống buông thả, với đạo lý đế quốc đang từng ngày, từng giờ tác động vào đời sống xã hội. Người ta coi đó như những tác nhân phá hoại những thuần phong mỹ tục, những nếp sống và giá trị văn hóa, bản sắc của dân tộc, quốc gia.

Vấn đề phức tạp là ở chỗ, sự nhất thể hóa theo các định hướng giá trị văn hóa của phương Tây hình thành dưới tác động của thông tin truyền thông không chỉ dừng lại ở những nhận thức, giá trị tinh thần trừu tượng. Từng ngày, từng giờ, thứ giá trị văn hóa nhất thể ấy sẽ thấm dẫm vào con người, trở thành chiều hướng chung của xã hội, thể hiện thành những lối sống, đến lượt mình sẽ thúc đẩy xã hội vận động theo hướng nhất thể - hướng của sự phát triển không bền vững, của sự tự làm nghèo dẫn đến hủy diệt con người nhân tính, con người bản sắc xét từ góc độ văn hóa.

Nhất thể hóa và bản sắc là hai tính chất trái ngược nhau của văn hóa. Sự phát triển văn hóa nhất thể tỷ lệ nghịch với sự phát triển văn hóa bản sắc. Xét từ khía cạnh đơn giản nhất, văn hóa nhất thể sẽ chiếm ưu thế dần dần bằng cách đoạt lấy không gian, thời gian và vị trí truyền thông. Nó gặm nhấm dần dần những giá trị văn hóa bản sắc hay phủ lấp lên nó bằng những giá trị mới của văn hóa nhất thể. Với các thế hệ lớn tuổi, khi các giá trị văn hóa bản sắc đã ổn định và tương đối bền vững, sức hút của văn hóa nhất thể yếu hơn, khả năng tác động nhằm biến cải cũng khó khăn. Đối tượng dễ thay đổi nhận thức, dễ chấp nhận thang giá trị mới của thứ văn hóa nhất thể chính là thanh, thiếu niên. Họ là những người mà sự bảo thủ đối với các giá trị văn hóa bản sắc chưa đủ mạnh để

phản kháng hay chối từ đối với những cam bẫy của thứ văn hóa nhất thể.

Nhất thể hóa văn hóa là một xu hướng có lợi cho các ông chủ ở các quốc gia công nghiệp phát triển phương Tây. Nó là chất kết dính hữu hiệu cho một thị trường thống nhất mà trong đó sản phẩm hàng hóa truyền thông của các tập đoàn truyền thông khổng lồ được tiêu thụ một cách thuận lợi. Nó là con đường dẫn đến sự nô dịch văn hóa, bóp chết cái đặc thù, mở ra cơ hội cho việc giải quyết một loạt các vấn đề, mục tiêu có lợi cho các quốc gia giàu có.

Hậu quả của khuynh hướng nhất thể hóa văn hóa thuộc về các nước thế giới thứ ba, các nước nghèo, chậm phát triển. Sức ép của dòng thông tin và sự bành trướng ảnh hưởng của các phương tiện truyền thông đại chúng xét từ phương diện kỹ thuật phá vỡ môi trường văn hóa truyền thống, thu hút sự chú ý của lớp người trẻ, tạo nên một khuynh hướng thị hiếu, một thói quen tiếp nhận thông tin. Ảnh hưởng của các giá trị văn hóa “nội địa” bị thu hẹp và phai nhạt dần. Một kết cấu văn hóa mới được hình thành sẽ tác động, phá vỡ dần các kết cấu, thiết chế xã hội truyền thống, tạo ra những đảo lộn hay ít ra cũng là những lộn xộn về trật tự xã hội. Đó là một logic hầu như không thể tránh khỏi.

Về tổng thể, khuynh hướng nhất thể hóa văn hóa sẽ tạo ra nguy cơ của sự phát triển không bền vững, sự phát triển mang tính cơ giới, kỹ thuật, thiếu nền tảng văn hóa. Nguy hại biết chừng nào nếu các thế hệ mới ra đời không cần biết đến tổ tiên, nòi giống, đến những phong tục, tập quán, cốt cách quê hương, dân tộc. Một mô hình sống duy nhất sẽ trùm bóng xuống tất cả các dân tộc. Điều ấy cũng có nghĩa là sự tàn héo của tất cả những giá trị văn hóa đặc thù, bản sắc mà nhân

loại đã làm nên, đã tích lũy qua bao thế hệ. Con người cũng sẽ khô cằn trong những mô hình đồng dạng và héo mòn trong sự đơn điệu.

Sự duy trì văn hóa bản sắc như một nhu cầu sống còn trong sự phát triển của nhân loại. Tuy nhiên, yêu cầu ấy hầu như đang đối lập với sự toàn cầu hóa truyền thông gắn liền với sự tập trung vào một số cực có quyền lực áp đảo. Do đó, bất cứ giải pháp nào đặt ra nhằm duy trì và phát huy văn hóa bản sắc đều liên quan chặt chẽ với những giải pháp nhằm khắc phục những tác động tiêu cực khác của quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng.

24

MỘT SỐ KINH NGHIỆM TUYÊN TRUYỀN Ở CÁC NƯỚC ĐANG PHÁT TRIỂN*

1. Trong vài thập niên, gần đây, thế giới đã trải qua những biến đổi sâu sắc, đạt được những thành tựu chưa từng thấy trên hầu hết các lĩnh vực đời sống. Những thành tựu ấy đã góp phần từng bước tạo ra những tiến bộ xã hội tăng thêm phúc lợi phục vụ con người, cải thiện đáng kể điều kiện sống của một bộ phận cư dân nghèo ở các quốc gia. Tuy nhiên, các nước đang phát triển vẫn đứng trước thách thức - thậm chí thách thức này không những không giảm mà còn có nguy cơ trầm trọng thêm - đó là sự gia tăng dân số và cùng với nó là sự nghèo đói, ô nhiễm môi trường, cạn kiệt tài nguyên.

Tình hình trên đã đặt các dân tộc trên toàn thế giới trước một thực tế là phải nhận thức và hành động nhằm giải quyết vấn đề dân số trong mối quan hệ chặt chẽ với tăng trưởng kinh tế và phát triển bền vững, ở các nước phát triển, vấn đề gia tăng dân số không đặt ra. Với tỷ lệ tăng dân số rất thấp, với tiềm lực kinh tế mạnh, các nước giàu hoàn toàn có điều kiện giải quyết đồng loạt nhiều công việc nhằm bảo đảm cho sự phát triển bền vững. Song, vấn đề lại xuất hiện ở một khía

* *Tạp chí Cộng sản*, số 15 (8/1998).

cạnh khác, khía cạnh trách nhiệm của họ về sự phát triển bền vững trong quá trình công nghiệp hóa suốt những thế kỷ qua. Các nước đang phát triển là những nước nghèo lại chịu sức ép nặng nề của sự gia tăng dân số. Với tốc độ hiện nay, mỗi năm trên thế giới sẽ có thêm khoảng 80 triệu người. Sự gia tăng này tuyệt đại bộ phận là ở các nước nghèo. Theo các chuyên gia Liên hợp quốc, 25% dân số các nước đang phát triển hiện sống nghèo khổ. Khu vực nghèo đói nhất thuộc về châu Phi nhiệt đới. Ở Nigeria, Ethiopia, Mali, Mozambique, Kenya, Rwanda và nhiều nước châu Phi khác, dân số nghèo đói chiếm tới hơn 50%. Do cơ cấu dân số trẻ tuổi cao, những thập niên tới sẽ chứng kiến sự gia tăng số lượng tuyệt đối của cư dân ở nhiều nước đang phát triển. Điều ấy sẽ dẫn tới những khó khăn, phức tạp trong việc cung cấp lương thực, thực phẩm, dịch vụ y tế, giáo dục, cũng như hạn chế các khả năng đầu tư phát triển và bảo vệ môi trường sống.

Trong điều kiện ấy, một công việc có tầm quan trọng hàng đầu đối với các nước đang phát triển là tiến hành tuyên truyền, vận động nhằm hình thành và không ngừng nâng cao nhận thức xã hội về dân số và phát triển. Trên thực tế, dân số và phát triển là hai vấn đề thống nhất, gắn bó, không thể tách rời, vừa là điều kiện, vừa là kết quả trực tiếp của nhau. Quy mô dân số hợp lý là điều kiện cho việc nâng cao chất lượng cuộc sống, khai thác tài nguyên thiên nhiên vừa phải, tổ chức nền sản xuất an toàn và chất lượng, bền vững. Ngược lại, sự phát triển bền vững sẽ nâng cao đời sống toàn diện cho cư dân và giảm thiểu sự gia tăng dân số. Theo báo cáo năm 1997 của Ngân hàng Thế giới (WB) có thể thấy, tỷ lệ tăng dân số bình quân hàng năm trong thời gian 1990-1995 của phần lớn các nước đang phát triển là trên 2%. Cá biệt có một số nước, tỷ lệ

này cao hơn 3% như Nigeria 3,3%, Gambia 3,7%, Yemen 5%,... Sự tăng trưởng nhanh về quy mô dân số là điểm nút, làm trầm trọng thêm cái vòng đời nghèo luẩn quẩn của các nước đang phát triển.

2. Nội dung tuyên truyền, vận động đối với các nước đang phát triển nhằm vào các vấn đề cụ thể như: ổn định quy mô dân số; tăng trưởng kinh tế vững chắc trong bối cảnh phát triển bền vững; giáo dục nâng cao trình độ văn hóa nhân dân; bình đẳng và công bằng nam nữ; giảm tỷ lệ tử vong trong sinh sản; phổ cập các dịch vụ chăm sóc sức khỏe sinh sản, kể cả kế hoạch hóa gia đình và sức khỏe tình dục... Nói cách khác, nội dung của các vấn đề tuyên truyền, vận động gắn bó, thể hiện mục tiêu nâng cao chất lượng cuộc sống của cư dân. Nội dung này phản ánh một nguyên tắc hàng đầu, mang tính quyết định: con người là trung tâm của mọi quan tâm về phát triển bền vững, là vốn quý nhất của mọi quốc gia, dân tộc; trong xã hội, mọi cá nhân đều được bảo đảm cơ hội phát triển với mức cao nhất theo tiềm năng của họ.

Một chủ đề trọng tâm của việc tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển ở các nước đang phát triển là vấn đề giới và sức khỏe sinh sản. Thực chất, giới và sức khỏe sinh sản là hai mặt của một vấn đề không thể tách rời. Giải quyết được vấn đề giới và sức khỏe sinh sản sẽ là điều kiện hàng đầu để giải quyết các vấn đề còn lại liên quan đến dân số và phát triển. Trong Thông điệp Ngày dân số thế giới năm 1998, Tiến sĩ Nafis Sadik - Giám đốc điều hành Quỹ dân số Liên hợp quốc (UNFPA) đã nhấn mạnh: “Nếu phụ nữ được lựa chọn, họ sẽ có ít con hơn mẹ của mình đã có. Gia đình sẽ nhỏ hơn và dân số sẽ tăng trưởng chậm hơn. Đây là bài học của suốt 30 năm qua”.

Để có thể lựa chọn, phụ nữ phải được bảo đảm về giáo dục, về quyền bình đẳng mọi mặt trong gia đình, xã hội, phải được bảo đảm sức khỏe trong sinh sản, kế hoạch hóa gia đình và quyền sinh sản. Trong khi đó, toàn thế giới đang còn 960 triệu người mù chữ và phụ nữ chiếm 75% con số ấy. Khoảng 130 triệu trẻ em với 70 triệu là trẻ em gái không được tiếp cận với bậc giáo dục tiểu học. Tuyệt đại bộ phận số người thiệt thòi về giáo dục là ở các nước đang phát triển. Cũng ở các nước đang phát triển, phụ nữ là lực lượng làm ra 80% tổng sản lượng lương thực, là nguồn hỗ trợ hầu như duy nhất cho việc chăm sóc, bảo vệ mình và con cái mình, là thành phần bao trùm trong những “lao động không tên” trong gia đình. Song, phụ nữ vẫn phải gánh chịu những thiệt thòi so với nam giới trong giáo dục, tín dụng, tài sản, chăm sóc y tế, cũng như không có quyền lựa chọn trong sinh sản. Mỗi năm trên thế giới có nửa triệu phụ nữ chết do hậu quả của việc có thai và sinh con. Gần 99% trong số ấy là ở các nước đang phát triển. Cứ 21 phụ nữ châu Phi thì có 1 người bị chết do thai nghén và sinh nở. Con số rủi ro đó ở châu Á là 1/54 và 1/6.366 ở Bắc Mỹ, 1/8.850 ở Bắc Âu. Như vậy, tỷ lệ tử vong ở người mẹ ở các nước thế giới thứ ba lớn hơn hàng trăm lần so với các nước phát triển. Hầu hết các trường hợp tử vong trên là do nguyên nhân không được chăm sóc sức khỏe tốt trong thời gian thai nghén và sinh sản, không được bảo đảm các dịch vụ y tế về sinh sản.

3. Việc tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển trước hết và chủ yếu nhằm vào các nhà hoạch định chính sách các cấp, những người làm công tác truyền thông, các nhà hoạt động chính trị, văn hóa, xã hội, những nhân vật có trách nhiệm, có uy tín, có ảnh hưởng trong các cộng đồng. Đây là bộ phận “đầu cầu” có ý nghĩa chiến lược đối với việc thực hiện các mục

tiêu thực tế về dân số và phát triển. Mục đích đặt ra cho hoạt động tuyên truyền, vận động, trước hết là cung cấp kiến thức, thay đổi và nâng cao nhận thức, hiểu biết, bảo đảm sự cam kết đối với các vấn đề liên quan đến dân số và phát triển. Từ việc thay đổi và nâng cao nhận thức, việc tuyên truyền, vận động còn nhằm tới việc thúc đẩy các cơ quan chính quyền, các tầng lớp có uy tín, trách nhiệm trong xã hội đánh giá một cách xác đáng ý nghĩa của các vấn đề dân số và phát triển trong phạm vi nhỏ địa phương, lĩnh vực của mình hoặc phạm vi rộng lớn hơn như quốc gia, thế giới. Từ đó dẫn tới những hành động cần thiết nhằm đặt ra và giải quyết trên thực tế các vấn đề dân số và phát triển trong khuôn khổ tăng trưởng kinh tế vững chắc và phát triển bền vững.

Hoạt động tuyên truyền, vận động cũng hướng tới lực lượng quan chức các cấp có cam kết chính trị đối với vấn đề dân số và phát triển. Sự cam kết này phải thúc đẩy việc tham gia của các cấp, các ngành, các tổ chức chính trị - xã hội, trên mọi lĩnh vực hoạt động, các cộng đồng dân cư, tập trung các nguồn lực, giám sát các chương trình, đề ra và thực hiện các chính sách, chủ trương về dân số và phát triển.

Một mục đích không kém phần quan trọng của hoạt động tuyên truyền, vận động là tạo ra bầu không khí tích cực, dư luận xã hội lành mạnh, ủng hộ những hành vi, cách cư xử có trách nhiệm trong dân số và phát triển nói chung, đặc biệt là các lĩnh vực tế nhị và nan giải như: môi trường, gia đình, tình dục, sinh sản, sự nhạy cảm về giới tính và chủng tộc.

Mục đích cụ thể gắn với hiệu quả hoạt động dân số và phát triển là nâng cao nhận thức và tạo khả năng cho các cặp vợ chồng, các cá nhân trong xã hội có thể tự quyết định về số con, về khoảng cách giữa các lần sinh; họ được bảo đảm đầy đủ,

kịp thời thông tin và phương tiện, dịch vụ y tế để thực hiện điều đó.

Nắm rõ tình hình, đặc điểm, khả năng tiếp nhận kiến thức và thay đổi nhận thức của đối tượng cũng như những khó khăn, phức tạp đặt ra là một điều kiện hàng đầu bảo đảm sự thành công của hoạt động tuyên truyền, vận động, ở các nước đang phát triển, hàng loạt khó khăn, thiếu thốn tạo thành rào cản, làm hạn chế khả năng tổ chức thực hiện và hiệu quả của công tác tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển. Đó là những khó khăn do trình độ văn hóa thấp, do nghèo nàn về kinh tế, các hủ tục, tập quán lạc hậu về gia đình, về giới, về tình dục, những phức tạp về tôn giáo, sự thiếu thốn về các phương tiện thông tin và điều kiện đi lại khó khăn, v.v..

Một đặc điểm nổi bật của các nước đang phát triển là thu nhập thấp và phần lớn cư dân sống ở nông thôn. Và chính ở đó sự nghèo khó và nền học vấn thấp là mảnh đất tốt cho những hủ tục, tập quán lạc hậu tồn tại và ảnh hưởng tiêu cực đến những cố gắng cải thiện dân số và phát triển. Việc đưa thông tin đến cư dân đã khó khăn do sự chậm phát triển về giao thông liên lạc và các phương tiện truyền thông. Một lượng thông tin ít ỏi về dân số và phát triển khi đến được với cư dân lại bị nhiễu loạn, hay bị từ chối tiếp nhận bởi những lý do tôn giáo, bởi lực cản của những quan niệm cổ hủ và sức ép của các mối quan hệ, các thế lực gia đình và xã hội.

4. Trong điều kiện ấy, việc tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển ở các nước đang phát triển được thực hiện trên nhiều kênh, nhiều phương tiện phong phú. Trước hết, các phương tiện thông tin đại chúng có vai trò sống còn trong các chiến dịch tuyên truyền, là con đường tốt nhất để tác động tới nhiều người một cách nhanh nhất. Chỉ từ năm 1986 đến

năm 1992, số máy thu hình ở châu Phi đã tăng gấp đôi, đạt 16,2 triệu chiếc. Bình quân 29 người có một máy thu hình, số máy thu thanh còn lớn gấp 4 lần, tức là vào khoảng 65 triệu chiếc, ở các khu vực khác như châu Á, Mỹ Latinh, các phương tiện thông tin, báo chí cũng phát triển đáng kể, trở thành nguồn cung cấp thông tin quan trọng nhất cho cư dân. Vì thế, ở bất cứ quốc gia nào, những người tổ chức thực hiện các chiến dịch tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển cũng tìm các khả năng quan hệ hợp tác với các cơ quan báo chí, các nhà báo nhằm sử dụng báo chí để thực hiện các mục tiêu công tác của mình.

Các hình thức thông tin về dân số và phát triển trên các phương tiện thông tin đại chúng thường rất đa dạng, tùy thuộc vào nội dung, mục đích từng chiến dịch tuyên truyền, vận động và tập quán, tâm lý của công chúng. Những vấn đề về dân số và phát triển được chuyển tải qua các cuộc tọa đàm, phỏng vấn, qua các phóng sự, bản tin, thông báo, quảng cáo, v.v.. Các hình thức được coi là có hiệu quả tại Mỹ Latinh và vùng Caribe bao gồm các truyện tranh trên báo. Hình thức truyện tranh in trên báo và in thành sách phát đến từng đối tượng cần tuyên truyền, vận động cũng được sử dụng rộng rãi và được hoan nghênh ở Nam Phi. Tại nhiều nước Nam Á và Đông - Nam Á, các hình thức thông báo, quảng cáo gây ấn tượng trên phát thanh và truyền hình được coi là có tác dụng tốt và được sử dụng thường xuyên.

Nội dung dân số và phát triển cũng trở thành đề tài cho phim ảnh, kịch, ca khúc, múa và múa rối. Đặc biệt, ở các hình thức này, người ta quan tâm kết hợp hài hòa giữa nội dung thông điệp dân số và phát triển với tính chất hài hước, vui nhộn nhằm thỏa mãn nhu cầu giải trí. Các hình thức diễn

xuất dân gian được tận dụng triệt để nhằm tăng khả năng tiếp nhận thông tin. Ở Uganda người ta chiếu rộng rãi bộ phim sân khấu *Thật không dễ* với nội dung vận động phòng chống HIV/AIDS. Tại Nigeria, các đội văn nghệ địa phương được cử đến từng làng, bản xa trình diễn các vở kịch vui với thông điệp về kế hoạch hóa gia đình. Kết quả là số lượt khách đến các trung tâm y tế tăng 80% và số lượng người áp dụng các biện pháp phòng tránh thai tăng 41%.

Các hình thức như tài liệu tuyên truyền, sách hướng dẫn, tờ rơi, panô, áp phích, khẩu hiệu được sử dụng ở tất cả các nước. Tại Philippines các tuyên truyền viên biên soạn các tập tài liệu sinh động với các thông điệp ngắn gọn, các số liệu gây ấn tượng và phát đến tận tay từng nghị sĩ. Tại châu Phi, người ta đã nghiên cứu thống kê ngày làm việc của người vợ và người chồng của một gia đình nông thôn. Kết quả là ngày làm việc của phụ nữ dài hơn và số đầu công việc của phụ nữ là 25 và của đàn ông chỉ có 9. Những số liệu cụ thể có sức thuyết phục này thúc đẩy nam giới thay đổi thái độ, cách ứng xử đối với phụ nữ.

Truyền thông trực tiếp vừa bổ sung, vừa khắc phục những hạn chế của các phương tiện truyền thông gián tiếp, ở các nước đang phát triển, người ta tổ chức các cuộc nói chuyện, sinh hoạt câu lạc bộ, các cuộc thi, các hình thức tiếp cận trực tiếp đa dạng để giải quyết nhiệm vụ tuyên truyền, vận động dân số và phát triển. Tại Ghana, Hội kế hoạch hóa việc làm cha mẹ ra đời từ năm 1980 đã tuyên truyền và tổ chức Câu lạc bộ Người cha tại các nơi làm việc. Trong các buổi sinh hoạt hằng tuần của Câu lạc bộ Người cha, người ta tổ chức nói chuyện về kế hoạch hóa gia đình, về tình dục và sức khỏe sinh sản, tổ chức thảo luận nhóm hay chiếu các băng hình. Người quản lý

câu lạc bộ, các nhà hàng giải khát được quyền nhận bán các phương tiện tránh thai không cần đơn thuốc.

Tóm lại, tuyên truyền, vận động là khâu đầu tiên có ý nghĩa quan trọng đối với việc thực hiện thành công các mục tiêu về dân số và phát triển. Do những điều kiện đặc thù và khó khăn, hạn chế ở các nước đang phát triển, hoạt động tuyên truyền, vận động nhằm thay đổi nhận thức về dân số và phát triển là một quá trình, đòi hỏi sự kiên trì, quyết tâm, sự vận dụng đa dạng các loại hình, phương tiện truyền thông đại chúng, các phương pháp, cách thức phong phú phù hợp với các đối tượng cụ thể.

25

VAI TRÒ CÁC PHƯƠNG TIỆN THÔNG TIN ĐẠI CHÚNG TRONG TUYÊN TRUYỀN, VẬN ĐỘNG DÂN SỐ VÀ PHÁT TRIỂN*

Chúng ta đang sống những ngày tháng cuối cùng của thế kỷ XX - một thế kỷ được biết tới với một trong những đặc trưng hàng đầu là sự bùng nổ thông tin đại chúng. Sự bùng nổ ở đây được hiểu theo nghĩa toàn diện từ phương tiện, phương thức truyền phát và sự tiếp nhận của công chúng, không gian ảnh hưởng, quy mô và vai trò xã hội.

Sự bùng nổ thông tin đại chúng không chỉ phản ánh sự tăng trưởng, hiện đại hóa các phương tiện kỹ thuật. Sự phát triển và lưu chuyển lượng thông tin khổng lồ trên phạm vi toàn cầu đã trở thành một điều kiện, một yếu tố tất yếu của các tiến trình chính trị - xã hội, kinh tế, văn hóa diễn ra trên toàn thế giới. Nó ảnh hưởng đến sự vận động lịch sử đương thời của từng quốc gia, dân tộc cũng như cả cộng đồng nhân loại. Và rõ ràng, vai trò của các phương tiện thông tin đại chúng trong đời sống xã hội ngày càng tăng lên tỷ lệ thuận với sự phát triển bùng nổ về dung lượng thông tin, về phương tiện kỹ thuật, sự bành trướng về quy mô ảnh hưởng, sự can thiệp

* Tạp chí *Lý luận chính trị - truyền thông*, số tháng 5/2008.

ngày càng nhiều vào mọi vấn đề, mọi tiến trình trong đời sống, ở các nước phát triển, người ta tính rằng 75-80% thông tin mà cư dân tiếp nhận hằng ngày là do các phương tiện thông tin đại chúng cung cấp. Cũng chính báo chí cung cấp 70-75% thông tin cho các cơ quan, tổ chức tình báo.

Ở Việt Nam, trong thập kỷ cuối cùng của thế kỷ XX, các phương tiện thông tin đại chúng đã có bước phát triển vượt bậc cả về quy mô, chất lượng, thời lượng, phạm vi ảnh hưởng. Trong vòng 10 năm, hầu hết các chỉ số phát triển của các phương tiện thông tin đại chúng ở Việt Nam đều tăng 2-3 lần. Hiện chúng ta đang có gần 500 cơ quan báo chí các loại với hơn 600 ấn phẩm định kỳ, với sóng phát thanh, truyền hình được truyền tải qua vệ tinh địa tĩnh và số giờ phát sóng hầu như phủ kín hằng ngày ở các trung tâm đô thị lớn, vươn tới các vùng sâu, vùng xa, hải đảo của Tổ quốc.

Các phương tiện thông tin đại chúng phát triển đồng nhịp với các tiến trình của xã hội và ngày càng có vai trò to lớn trong đời sống. Vai trò của các phương tiện thông tin đại chúng cũng có ý nghĩa đặc biệt to lớn trong lĩnh vực dân số. Trong gần 40 năm thực hiện chính sách dân số - kế hoạch hóa gia đình, các phương tiện thông tin đại chúng luôn luôn giữ một vai trò quan trọng trong việc thông tin vận động nhân dân thực hiện các mục tiêu, các chủ trương, chính sách về lĩnh vực này. Nội dung thông tin, tuyên truyền của các phương tiện thông tin đại chúng nước ta tập trung chủ yếu vào mục tiêu giảm thiểu quy mô, tốc độ tăng trưởng dân số. Mục tiêu này được cụ thể hóa thành những chủ đề, thông điệp ngắn gọn, dễ hiểu như chậm kết hôn, giãn cách giữa hai lần sinh, mỗi cặp vợ chồng chỉ có 1 đến 2 con không phân biệt trai hay gái, v.v.. Mặt khác các phương tiện thông tin đại chúng cũng hướng dẫn,

vận động việc sử dụng các phương tiện, dịch vụ dân số, đấu tranh, khắc phục những mặc cảm tâm lý làm hạn chế hiệu quả của các phương tiện, dịch vụ này.

Hoạt động thông tin - giáo dục - truyền thông với sự phối hợp đồng bộ của các báo, tạp chí, phát thanh, truyền hình cả nước đã góp phần tạo nên những chuyển biến đáng kể. Tỷ lệ sinh ở nước ta giảm gần 1%/năm. Tỷ lệ gia tăng dân số giảm xuống 1,8%/năm. Đặc biệt quan trọng là sự chuyển biến về nhận thức. Đại bộ phận dân cư đã thấy rõ sự cần thiết và lợi ích của việc giảm mức gia tăng dân số, chấp nhận quy mô gia đình nhỏ với 1 đến 2 con. Tuy nhiên, thực tế công tác dân số ở nước ta còn không ít vấn đề cần phải được đặt ra và giải quyết, chủ yếu đó là những vấn đề liên quan đến chất lượng cuộc sống như tình trạng nạo phá thai, sức khỏe vị thành niên, vai trò, vị trí xã hội và điều kiện sống của phụ nữ, ảnh hưởng của sự tàn phá môi trường thiên nhiên tới cuộc sống con người, tình trạng cuộc sống của một bộ phận cư dân còn ở mức nghèo, thiếu thốn về lương thực và các nhu yếu phẩm khác, v.v..

Chúng ta biết rằng, giảm mức độ gia tăng dân số là quan trọng, là điều kiện để phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Nhưng việc đó chỉ có ý nghĩa thực sự khi nó gắn bó với sự phát triển bền vững. Nói cách khác, đã đến lúc chúng ta cần phải quan tâm đến chất lượng cuộc sống và chính chất lượng cuộc sống vừa là mục đích, điều kiện, vừa là sự bảo đảm cho việc giảm mức tăng dân số. Giai đoạn II trong chiến lược dân số của chúng ta - dân số và phát triển - chính là đáp ứng yêu cầu ấy. Mục tiêu của giai đoạn này đã được khẳng định trong Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ VIII: "... nâng cao chất lượng cuộc sống vật chất, tinh thần và thể lực của dân tộc, đáp ứng

yêu cầu phát triển nguồn nhân lực và hội nhập vào cộng đồng quốc tế”¹.

Sự bắt đầu một giai đoạn mới trong chiến lược dân số cũng có nghĩa là một bước đi mới về chất, một sự thay đổi quan trọng về mục tiêu, phương tiện và phương pháp thực hiện các mục tiêu đó. Nói cách khác, chúng ta cần phải có một loạt chính sách mới trong lĩnh vực dân số. Hoạt động tuyên truyền, vận động của các phương tiện thông tin đại chúng chính là nhằm tham gia có hiệu quả vào việc thực hiện yêu cầu đó. Khác với hoạt động truyền thông dân số - kế hoạch hóa gia đình nhằm tác động vào toàn xã hội để dẫn tới các hành vi dân số theo mục tiêu, hoạt động tuyên truyền, vận động được đề cập ở đây chủ yếu nhằm vào các nhà lãnh đạo, những người có uy tín trong cộng đồng để dẫn tới việc hình thành những chính sách mới, đáp ứng yêu cầu về dân số - phát triển.

Để thực hiện được mục tiêu đó, hoạt động tuyên truyền, vận động của các phương tiện thông tin đại chúng có thể triển khai theo hai hướng:

Hướng thứ nhất là tác động, tạo ra sự thay đổi trong nhận thức của những nhà lãnh đạo, những người có uy tín trong cộng đồng, có vai trò nào đó trong việc hoạch định chính sách... Trong trường hợp này, thông điệp của các nhà truyền thông chủ yếu đi sâu vào việc phân tích, đánh giá, đưa ra những kết luận khoa học, những bài học thực tiễn về việc tại sao phải thay đổi chính sách dân số gắn với phát triển. Tất nhiên, phương pháp sáng tạo các sản phẩm truyền thông cũng phải thay đổi theo hướng vừa thông tin logic, vừa tạo ấn tượng mạnh, lôi cuốn, thuyết phục đối tượng.

1. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VIII*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1996, tr.203.

Hướng thứ hai là tác động theo diện rộng nhằm hình thành môi trường, dư luận xã hội, ủng hộ những mục tiêu nâng cao chất lượng cuộc sống. Trong trường hợp này, phương pháp của nhà truyền thông mang tính cổ động. Các thông điệp được xây dựng theo hướng đơn giản, dễ hiểu, dễ lan truyền, có khả năng tác động nhanh chóng và liên tục trong phạm vi xã hội rộng rãi.

Mặt khác, tính chất và khả năng tiếp nhận thông tin của xã hội khác nhau do sự không đồng nhất về trình độ văn hóa, trạng thái tâm lý, mức độ hiểu biết nền về dân số, mức độ quan tâm đến vấn đề, cũng như sự khác biệt do nghề nghiệp, lứa tuổi, tôn giáo, tập quán, môi trường xã hội, v.v.. Tình trạng đó đòi hỏi hoạt động tuyên truyền, vận động phải được lồng ghép, phối hợp, tạo ra sự đa dạng về cách thức tác động, sự phong phú về nội dung thông điệp, sự sinh động về tính chất thông tin.

Với sự phát triển hiện nay, các phương tiện thông tin đại chúng của nước ta hoàn toàn có khả năng đóng vai trò hàng đầu trong hoạt động tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển. Các sản phẩm sách, báo đã có thể tiếp cận đến từng làng, xã mà trước hết là đội ngũ những người lãnh đạo Đảng và chính quyền địa phương. Đặc biệt, phát thanh và truyền hình của chúng ta có khả năng truyền bá thông tin về dân số và phát triển một cách nhanh nhất, với quy mô rộng nhất và các hình thức, phương pháp sinh động nhất. Để phát huy hiệu quả vai trò to lớn của các phương tiện thông tin đại chúng trong tuyên truyền, vận động dân số và phát triển, trước hết cần giải quyết hai vấn đề có tính điều kiện:

Thứ nhất là đào tạo đội ngũ các nhà báo về tuyên truyền, vận động dân số và phát triển. Đây là công việc quan trọng đầu tiên, quyết định đến sự thành - bại của công tác tuyên truyền,

vận động trên các phương tiện thông tin đại chúng. Đội ngũ nhà báo của ta đã được đào tạo từ nhiều nguồn và hoạt động nghiệp vụ phong phú trong lĩnh vực dân số - kế hoạch hóa gia đình. Tuy nhiên, nội dung các vấn đề dân số và phát triển đều mới mẻ, có những yêu cầu khác biệt so với các vấn đề về dân số - kế hoạch hóa gia đình. Sự khác biệt về nội dung kéo theo những yêu cầu mới về phương pháp trong tuyên truyền, vận động. Mặt khác, hiện nay chưa có các chương trình, giáo trình và tài liệu phục vụ cho công tác này.

Vì thế, trước mắt việc biên soạn tài liệu và mở các lớp tập huấn ngắn hạn cho các nhà báo trực tiếp tham gia tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển là giải pháp cần thiết và khả thi. Đồng thời với việc đào tạo ngắn hạn là việc chuẩn bị các điều kiện để mở ra việc đào tạo bồi dưỡng trên diện rộng cho các nhà báo. Việc đào tạo này có thể triển khai từ các lớp học tập trung, các cuộc hội thảo khoa học đến việc truyền bá các tài liệu, băng ghi âm, băng ghi hình về nội dung, phương pháp tuyên truyền, vận động dân số và phát triển, đưa nội dung này vào chương trình đào tạo các nhà báo, các cán bộ lãnh đạo báo chí trong các lớp chính quy.

Thứ hai là việc phối hợp hoạt động giữa các cơ quan thông tin đại chúng. Đó là yêu cầu quan trọng nếu muốn tập trung thông tin, tạo ra tác động mạnh, có trọng điểm về các vấn đề dân số và phát triển. Việc phối hợp giữa các cơ quan thông tin đại chúng bao gồm từ việc nhận thức rõ trách nhiệm của từng cơ quan trong hoạt động tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển đến việc tạo điều kiện cho từng loại hình, từng cơ quan báo, tạp chí, phát thanh, truyền hình phát huy được thế mạnh, tính đặc thù của mình. Sự phối hợp hoạt động giữa các cơ quan thông tin đại chúng trong tuyên truyền, vận động dân

số và phát triển còn bảo đảm cho việc trao đổi thông tin, tư liệu, kinh nghiệm nghiệp vụ, thúc đẩy việc nâng cao năng lực chuyên môn cho các nhà báo hoạt động trong lĩnh vực này. Tất nhiên, để có thể phối hợp hoạt động tốt giữa các cơ quan thông tin đại chúng, cần có một cơ chế, một chương trình thống nhất và một tổ chức có trách nhiệm, có khả năng làm trung gian điều hành.

Tuyên truyền, vận động về dân số và phát triển là một yêu cầu khách quan và cấp thiết để bảo đảm thực hiện thành công những mục tiêu đặt ra cho giai đoạn mới trong chiến lược dân số ở nước ta, góp phần tạo điều kiện tích cực cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Vai trò quan trọng và hiệu quả to lớn của các phương tiện thông tin đại chúng trong hoạt động này là rõ ràng, không cần tranh cãi. Tuy nhiên, để các phương tiện thông tin đại chúng phát huy tốt nhất vai trò ấy, cần phải giải quyết đồng bộ nhiều vấn đề khác nhau, trong đó có 2 điều kiện không thể thiếu là: nhận thức rõ ràng về trách nhiệm của các nhà báo, các cơ quan thông tin đại chúng trong việc thực hiện chiến lược dân số và phát triển; và sự điều hòa, phối hợp có hiệu quả hoạt động của tất cả các cơ quan, các loại hình thông tin đại chúng nhằm đạt được hiệu quả chung.

TOÀN CẦU HÓA TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG VÀ NHỮNG HỆ QUẢ CỦA NÓ*

Khẳng định toàn cầu hóa truyền thông đại chúng đã trở thành hiện thực từ giữa thế kỷ XX, trong bài viết này, tác giả không chỉ tập trung làm rõ thực chất của toàn cầu hóa truyền thông đại chúng được thể hiện ở sự phát triển nhanh chóng về sức mạnh của các loại hình phương tiện và các chủ thể chi phối, ở sự quy chuẩn hóa công nghệ truyền thông diễn ra trên phạm vi toàn cầu và ở môi trường truyền thông, mà còn chỉ ra và phân tích các yếu tố điều kiện của nó, những hệ quả gồm cả những hệ quả tích cực và hệ quả tiêu cực.

Từ những năm đầu thế kỷ XX, nhiều nhà khoa học đã dự báo về khả năng phát triển mạnh mẽ có tính chất bùng nổ và mở rộng quy mô ảnh hưởng ra toàn thế giới của các phương tiện truyền thông đại chúng, dẫn tới việc thu nhỏ không gian và thời gian thông tin - truyền thông trên phạm vi thế giới, hình thành “làng thông tin toàn cầu”. Những dự báo đó đã dần trở thành hiện thực từ những năm giữa thế kỷ XX, khi nhân loại bước vào cuộc cách mạng khoa học - công nghệ lần thứ ba - cuộc cách mạng tin học, với sự ra đời của mạng máy tính Internet, hệ thống cáp quang, và hệ thống vệ tinh địa tĩnh.

* *Tạp chí Triết học*, số tháng 4/2010.

1. Thực chất của toàn cầu hóa truyền thông đại chúng

Thực chất của toàn cầu hóa truyền thông đại chúng là quá trình phát triển mạnh mẽ, mở rộng quy mô hoạt động, phạm vi ảnh hưởng ra toàn cầu của các phương tiện truyền thông đại chúng. Có thể thấy nội dung của toàn cầu hóa truyền thông đại chúng phản ánh rõ những tiến trình thực tiễn sau:

1.1. Sự phát triển nhanh chóng về sức mạnh của các loại hình phương tiện và các chủ thể chi phối truyền thông đại chúng là nội dung đầu tiên của toàn cầu hóa truyền thông đại chúng

Sự ra đời của báo chí in hiện đại vào cuối thế kỷ XVI - đầu thế kỷ XVII đã đánh dấu bước khởi đầu của kỷ nguyên truyền thông đại chúng trong tiến trình phát triển của nhân loại. Tuy nhiên, trong suốt 3 thế kỷ tồn tại và phát triển của mình (từ thế kỷ XVII đến hết thế kỷ XIX), báo in đã vận hành một cách chậm chạp với “những bước chân của người đi bộ”. Nó chỉ dần trở nên phổ biến ở Tây Âu - cái nôi ra đời của báo in cùng Bắc Mỹ và một số quốc gia, khu vực có liên hệ mật thiết với các quốc gia phương Tây. Ngay cả ở khu vực này thì báo chí cũng chỉ mới là thứ sản phẩm của văn hóa thành thị, cái thứ mà người dân nông thôn còn xa lạ. Thậm chí, đến tận cuối thế kỷ XIX, ở một số quốc gia, lãnh thổ trên thế giới, người ta vẫn chưa thấy sự hiện diện của báo in, chưa hình dung ra báo in là gì.

Tuy nhiên, khi nhân loại bước sang thế kỷ XX, tình hình đã khác hẳn. Sự ra đời của phát thanh (radio), truyền hình (television) ở nửa đầu thế kỷ XX, đặc biệt là sự xuất hiện của máy tính điện tử cá nhân (person computer) và tiếp theo là mạng máy tính toàn cầu (Internet) đã tạo ra bước nhảy vọt có tính chất bùng nổ trong lĩnh vực truyền thông đại chúng.

Vào thời điểm hiện nay, các phương tiện truyền thông đại chúng, như báo in, phát thanh, truyền hình, quảng cáo, các loại băng, đĩa âm thanh, hình ảnh, v.v. đã hiện diện trong đời sống thường nhật, trở thành một nhu cầu sinh hoạt văn hóa không thể thiếu đối với tuyệt đại bộ phận người dân trên toàn hành tinh. Hàng tỷ người ở các quốc gia, lãnh thổ trên thế giới đang hằng ngày, hằng giờ làm việc, giải trí thông qua và bằng Internet.

Cùng với sự ra đời và phát triển nhanh chóng của các loại hình phương tiện truyền thông đại chúng, các chủ thể truyền thông đại chúng cũng phát triển mạnh mẽ về quy mô, sức mạnh ảnh hưởng. Có thể mô tả lộ trình phát triển quy mô của các chủ thể truyền thông đại chúng trên thế giới như sau:

- Ở thời điểm cuối thế kỷ XIX, thế giới chủ yếu chỉ biết đến những tờ báo độc lập, hoạt động trong phạm vi địa phương, thành phố cụ thể và ở một số ít quốc gia phát triển phương Tây mới có những tờ báo có phạm vi ảnh hưởng trên phạm vi toàn quốc.

- Đầu thế kỷ XX, bắt đầu hình thành những nền tảng đầu tiên của những tập đoàn truyền thông ảnh hưởng trong phạm vi quốc gia.

- Giữa thế kỷ XX, các tập đoàn truyền thông bắt đầu quá trình mở rộng tầm hoạt động, quy mô ảnh hưởng ra phạm vi toàn cầu.

- Cuối thế kỷ XX, các tập đoàn truyền thông khổng lồ đẩy nhanh quá trình toàn cầu hóa; bắt đầu sự hội tụ, tích hợp các loại hình truyền thông và các loại hình dịch vụ sống trên mạng Internet.

- Đầu thế kỷ XXI, truyền thông đa loại hình bắt đầu chi phối hoạt động sống của con người trên phạm vi toàn cầu.

Các tập đoàn truyền thông Mỹ dẫn đầu thế giới về quy mô và sức mạnh tiền bạc cũng như phạm vi ảnh hưởng. Theo số liệu thống kê năm 2008, Tập đoàn Walt Disney có 150.000 nhân viên với doanh thu 37,843 tỷ USD. Số liệu tương tự của 4 tập đoàn truyền thông hàng đầu khác của Mỹ như sau: News Corp: 64.000 nhân viên, 32,996 tỷ USD; Time Warner: 86.400 nhân viên, 17,2 tỷ USD; Viacom: 11.500 nhân viên, 14,625 tỷ USD; Gannett Inc: 41.500 nhân viên, 6,767 tỷ USD. Chỉ riêng tập đoàn mẹ Time Warner đã kiểm soát 6 công ty con với quy mô như những tập đoàn trực thuộc (AOL, Time Broadcasting, Warner Bros, HBO, Ubu, Time Inc), trong đó có những tên tuổi hiện diện hằng ngày trên toàn thế giới, như các kênh truyền hình CNN, TNT, Cartoon Network, TBS... thuộc Time Broadcasting, các kênh truyền hình giải trí Cinemax, HBO thuộc HBO.

Nhờ sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông đại chúng, thông tin về mỗi sự kiện đang diễn ra ở bất cứ đâu trên hành tinh đều có thể ngay lập tức được tung lên các phương tiện truyền thông đại chúng để đưa đến người nhận ở mọi quốc gia, khu vực. Trên thực tế, thế giới ngày nay đã trở nên nhỏ bé như một “ngôi làng truyền thông”, nếu xét theo khoảng cách không gian và thời gian vận hành dòng thông tin.

1.2. Sự quy chuẩn hóa công nghệ truyền thông diễn ra trên phạm vi toàn cầu - một yếu tố quan trọng tạo nên quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng

Quá trình quy chuẩn hóa công nghệ truyền thông diễn ra dưới tác động chủ yếu của hai yếu tố: sự phát triển của khoa học, kỹ thuật và sức ép của việc mở rộng quy mô hoạt động, phạm vi ảnh hưởng của truyền thông đại chúng mà về thực chất, là nhu cầu mở rộng thị trường của các chủ thể truyền

thông đại chúng. Chính những tiến bộ khoa học của thế kỷ XX đã cho phép phá bỏ rào cản của các hệ kỹ thuật truyền hình khác nhau, dẫn đến việc các máy thu của cả thế giới, dù do bất cứ quốc gia, công ty nào sản xuất, đều có thể thu nhận được các chương trình phát đi của mọi đài phát sóng truyền hình và ngược lại. Mặt khác, các chủ thể truyền thông muốn mở rộng thị trường của mình buộc phải tìm ra các giải pháp kỹ thuật công nghệ chuẩn phổ biến.

Có thể nhận thấy quá trình quy chuẩn hóa công nghệ truyền thông diễn ra trong lĩnh vực truyền hình. Vào những năm 70 của thế kỷ XX, trên thế giới đã tồn tại các hệ kỹ thuật truyền hình khác nhau, như PAL, SECAM, NTSC, OIRT mà đặc điểm phân biệt giữa chúng là mật độ đường phân ngang hình ảnh. Các sản phẩm máy thu hình đều sản xuất theo tiêu chuẩn đơn hệ và đương nhiên, chỉ thu được chương trình phát sóng của một hệ kỹ thuật tương ứng. Để giải quyết sự bất tiện này, người ta đã tìm giải pháp sản xuất các máy thu đa hệ. Chỉ trong thời gian khoảng một thập kỷ, hầu như máy thu hình đa hệ đã thay thế toàn bộ các máy thu hình đơn hệ. Khi truyền hình chuyển sang kỹ thuật số (digital), sự khác biệt về hệ kỹ thuật không còn là trở ngại cho việc phổ biến các sản phẩm máy thu hình. Ngày nay, về cơ bản, máy thu hình sản xuất ở bất cứ đâu đều có thể dùng cho mọi quốc gia, khu vực.

1.3. Môi trường truyền thông - điều kiện, đồng thời là kết quả của quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng

Môi trường toàn cầu của truyền thông đại chúng bao gồm sự mở rộng phạm vi của cơ sở hạ tầng kỹ thuật, mở rộng công chúng, mở rộng không gian nguồn tin của truyền thông đại chúng ra toàn cầu.

Trước hết là việc áp dụng các tiến bộ kỹ thuật đã cho phép người ta mở rộng và hình thành một môi trường truyền thông đại chúng đồng nhất trên phạm vi toàn cầu mà hầu như không có hàng rào kỹ thuật, địa lý hay hàng rào quốc gia nào có thể ngăn cản. Ngày nay, hệ thống vệ tinh nhân tạo bao quanh không gian Trái đất đã mang thông tin đồng thời đến mọi nơi, vào mọi lúc trên toàn địa cầu. Internet, truyền hình, phát thanh truyền qua hệ thống vệ tinh đến với mọi cư dân trên Trái đất nếu có nhu cầu và phương tiện tiếp nhận, bất chấp biên giới quốc gia và hàng rào “lửa”. Với truyền thông đại chúng toàn cầu hóa, thì trên thực tế, đã không còn khái niệm biên giới cứng của các quốc gia. Cùng với tiến bộ khoa học - kỹ thuật, sự tăng lên nhanh chóng của các quan hệ quốc tế về chính trị, kinh tế và văn hóa đã dần hình thành công chúng toàn cầu của truyền thông đại chúng. Rào cản ngôn ngữ được khắc phục từng bước qua việc trình độ văn hóa cư dân được nâng cao, ngày càng nhiều người biết và có thể sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp và làm việc. Thậm chí, có những thứ ký hiệu mà cư dân cả thế giới đều có thể hiểu được mà không cần biết tiếng nước ngoài. Dễ nhận thấy nhất là hình ảnh. Công chúng trẻ em vẫn thích thú xem phim hoạt hình mà đâu cần phiên dịch.

2. Các yếu tố điều kiện của toàn cầu hóa truyền thông đại chúng

Trên cơ sở nghiên cứu nội dung và tính chất của tiến trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng, có thể chỉ ra những yếu tố quan trọng nhất chi phối và thúc đẩy tiến trình này là: Những thành tựu của cuộc cách mạng khoa học, kỹ thuật và công nghệ lần thứ ba; quá trình toàn cầu hóa kinh tế thế giới;

tiến trình hội nhập quốc tế; yêu cầu giải quyết các vấn đề toàn cầu.

2.1. Những thành tựu, tiến bộ to lớn của cuộc cách mạng khoa học, kỹ thuật và công nghệ lần thứ ba (cuộc cách mạng tin học) - là một trong số những yếu tố có vai trò quyết định đối với tiến trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng

Trước tiên, phải nói đến sự ra đời và phát triển của máy tính điện tử và những thành tựu to lớn trong lĩnh vực tin học. Vào thập niên cuối của nửa đầu thế kỷ XX, sự ra đời của máy tính đã báo hiệu sự bắt đầu của một cuộc cách mạng khoa học, kỹ thuật và công nghệ dẫn đến những đảo lộn trong đời sống nhân loại nói chung và thay đổi căn bản hình dung về truyền thông đại chúng nói riêng. Máy tính điện tử đã mở ra những khả năng mới trong công nghệ in ấn với việc chế bản điện tử. Nó đã bỏ lại đằng sau toàn bộ công nghệ in cũ với những keo, lô, chì, chữ, trên nền lao động thủ công để tạo sự đột phá có tính cách mạng về tốc độ, năng suất in ấn và chất lượng của các sản phẩm in, trong đó có sách, báo và tạp chí.

Năm 1968, phát minh mới về kết nối mạng máy tính đã được đăng ký tại Mỹ. 13 năm sau, mạng máy tính thế giới - Internet ra đời đã mở ra khả năng kết nối toàn cầu các máy tính cá nhân, cũng có nghĩa là tạo ra theo cấp số nhân về tích lũy, khai thác thông tin trong các máy tính. Hơn thế nữa, nó còn đưa tới việc thực hiện trên thực tế việc kết nối cư dân toàn thế giới trở thành một “làng truyền thông toàn cầu”. Theo thống kê của Asia Digital Marketing Yearbook, tính đến năm 2007 - cả thế giới đã có đến 1,1 tỷ người sử dụng Internet, trong đó 20 quốc gia và vùng lãnh thổ dẫn đầu chiếm gần 80% số người sử dụng Internet toàn cầu. Mỹ là nước đứng

đầu danh sách với 211 triệu người, chiếm gần 70% dân số sử dụng Internet. Việt Nam tuy mới chính thức sử dụng phổ biến Internet nhưng đã trở thành quốc gia đứng thứ 17 thế giới với 17,5%, tức là trên 14 triệu người sử dụng.

Sự phát triển của công nghệ thông tin và cùng với đó là những tiến bộ to lớn trong kỹ thuật truyền thống, những giải pháp công nghệ tiên tiến, như mạng cáp quang, hệ thống vệ tinh nhân tạo, kỹ thuật số (digital), truyền hình độ nét cao (HD), công nghệ 3G, công nghệ in hiện đại, v.v. đã thúc đẩy sự đổi mới và không ngừng nâng cao chất lượng, dung lượng, năng lực, sự hấp dẫn, sự thuận tiện trong sử dụng của truyền thông đại chúng.

2.2. Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng vừa là hệ quả, vừa là động lực thúc đẩy tiến trình toàn cầu hóa kinh tế thế giới

Nền kinh tế thế giới trong thế kỷ XX đã có những bước phát triển nhanh chóng về năng suất, tốc độ. Thời kỳ sau Chiến tranh thế giới thứ hai đến những năm đầu thế kỷ XXI, mức tăng trưởng GDP ở một số nước tăng lên cả chục lần. Việc ứng dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật, các giải pháp công nghệ tiên tiến cho phép tăng nhanh năng suất lao động, chất lượng và sự đa dạng hóa các sản phẩm, hàng hóa. Những rào cản trên thị trường khu vực và quốc tế dần bị dỡ bỏ. Hệ thống tài chính và thị trường vốn liên kết toàn cầu, sự hình thành thị trường lưu thông hàng hóa toàn thế giới càng thúc đẩy nhanh vòng quay đồng vốn, mang lại nhiều lợi nhuận hơn cho các nhà sản xuất. Trong điều kiện đó, các công ty, tập đoàn kinh tế nhanh chóng bành trướng sức mạnh, quy mô, nhiều tập đoàn trở thành cơ cấu đa quốc gia, cơ cấu kinh tế toàn cầu.

Sự phát triển của kinh tế, *một mặt*, tạo tiền đề vật chất, nguồn lực cho việc đầu tư phát triển và tiêu thụ sản phẩm truyền thông đại chúng. *Mặt khác*, sự phát triển kinh tế cũng dẫn đến việc mở rộng, tăng nhanh nhu cầu truyền thông đại chúng, phục vụ cho thông tin quảng bá hàng hóa, dịch vụ, mở rộng thị trường, tạo điều kiện cho việc mở rộng đầu tư sản xuất. Như vậy, quá trình toàn cầu hóa kinh tế và quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng có quan hệ chặt chẽ với nhau, vừa là điều kiện, tiền đề, vừa là hệ quả phát triển của nhau.

2.3. Về chính trị, tiến trình hội nhập quốc tế cũng là một điều kiện quan trọng của quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng

Năm 1945, sự ra đời của Liên hợp quốc đã được coi như một giải pháp lý trí mà nhân loại buộc phải lựa chọn sau bài học xương máu của hai cuộc chiến tranh thế giới. Đã đến lúc các quốc gia trên thế giới phải ngồi lại với nhau, cùng hợp tác giải quyết các vấn đề chính trị một cách hòa bình, tránh đổ máu. Đến lượt mình, chính Liên hợp quốc đã trở thành một cơ chế để thúc đẩy tiến trình toàn cầu hóa các vấn đề chung của nhân loại, cũng như các vấn đề của từng khu vực, từng quốc gia. Cùng với sự ra đời của Liên hợp quốc, nhiều hình thức, cơ chế liên kết, hợp tác ở các khu vực, liên khu vực hay nhóm nước có cùng hoàn cảnh, gần gũi nhau về thể chế hay có cùng một mục tiêu chính trị, kinh tế, xã hội nào đó đã xuất hiện. Đó là: Tổ chức các nước không liên kết (NAM), Hiệp hội các nước Đông Nam Á (ASEAN), Tổ chức Thống nhất châu Phi (OAU), Tổ chức An ninh và Hợp tác châu Âu (OSCE), Tổ chức Hiệp ước quân sự Bắc Đại Tây Dương (NATO), Tổ chức các nước châu Mỹ, Tổ chức các nước Nam Á, Khối Liên hiệp Anh, Tổ chức các nước nói tiếng Pháp, Tổ chức các nước Hồi giáo, Diễn đàn Kinh tế

Thế giới Davos, G8, G20, v.v.. Ngoài các tổ chức có thiết chế hoạt động thường xuyên, còn xuất hiện nhiều hình thức giao tiếp, liên kết, hợp tác song phương, đa phương, các cơ chế làm việc đột xuất giữa các quốc gia một cách sinh động, đa dạng.

Các hình thức, thiết chế hội nhập, hợp tác quốc tế ngày càng phong phú đã tác động, ảnh hưởng đến tiến trình, vận động tính chất hay cách thức giải quyết các vấn đề, sự kiện. Hình thức phổ biến nhất là nó tạo ra sự quan tâm, chú ý của dư luận quốc tế hay khu vực, tùy theo quy mô, tính chất của vấn đề, sự kiện. Đó cũng chính là động lực, là yếu tố tác động mạnh mẽ vào việc hình thành các điều kiện của môi trường truyền thông đại chúng, kích thích để dẫn tới việc mở rộng các nhu cầu về thông tin truyền thông.

2.4. Yêu cầu giải quyết các vấn đề toàn cầu cũng là một điều kiện cho sự phát triển truyền thông đại chúng với quy mô toàn thế giới

Sự phát triển của các lĩnh vực đời sống hiện đại, đặc biệt là công nghiệp cùng tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế đã dẫn đến hệ quả là sự hình thành những vấn đề toàn cầu, những vấn đề có phạm vi hoạt động toàn thế giới, ảnh hưởng đến mọi quốc gia, dân tộc và chỉ có thể giải quyết được trên quy mô toàn cầu. Đó là các vấn đề trải ra trên rất nhiều lĩnh vực của cuộc sống, từ dịch bệnh, ô nhiễm môi trường, nguồn nước, cạn kiệt nguồn năng lượng, hiệu ứng nhà kính - trái đất nóng lên và nước biển dâng, đến những vấn đề về vũ khí hạt nhân, tội phạm ma túy, nghèo đói và thiếu lương thực, xung đột vũ trang và nạn khủng bố, v.v..

Việc giải quyết các vấn đề toàn cầu đang đặt ra trước nhân loại những yêu cầu bức xúc. Tuy nhiên, việc tìm ra và đi đến thống nhất về phương thức, nguồn lực, cơ chế để giải quyết

một cách hiệu quả những vấn đề toàn cầu lại là không dễ dàng. Đặc biệt khó khăn là việc tìm ra tiếng nói chung giữa tất cả các quốc gia với những thể chế chính trị đa dạng, những lợi ích khác biệt nhau nhiều khi đến mức đối kháng. Trong điều kiện đó, truyền thông đại chúng có vai trò quan trọng, trở thành công cụ chuyển tải thông tin, thúc đẩy nhận thức thống nhất, trách nhiệm và giải pháp giải quyết các vấn đề toàn cầu. Có thể nói, đây là kênh thông tin có sức mạnh to lớn nhất, có điều kiện thuận lợi nhất để liên kết các dân tộc, các quốc gia đi tới tiếng nói, hành động chung. Đến lượt mình, truyền thông đại chúng có cơ hội mở rộng quy mô, tăng cường sức mạnh ảnh hưởng trên phạm vi toàn cầu.

3. Hệ quả của quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng

3.1. Những hệ quả tích cực

Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng là một quá trình khách quan, là logic tất yếu của tiến trình phát triển của nhân loại và những hệ quả của nó cơ bản, chủ yếu mang tính tích cực. Có thể thấy những hệ quả tích cực chính sau đây:

- Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng mở ra môi trường thông tin rộng lớn, thuận tiện nhất, giúp cho các dân tộc, các quốc gia và cư dân toàn thế giới tăng cường khả năng giao lưu, tăng cường hiểu biết, xích lại gần nhau. Điều này cũng có nghĩa là, nó giúp cho nhân loại nhân lên sức mạnh của mình trong việc thống nhất nhận thức, hành động, tạo ra áp lực mạnh mẽ cho việc giải quyết các vấn đề mà cuộc sống đặt ra, từ mối quan hệ giữa con người với thiên nhiên đến các vấn đề trong quan hệ giữa con người với con người ở những quy mô, phạm vi khác nhau.

Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng tạo ra một môi trường học tập toàn cầu, mở ra nhiều cơ hội thuận lợi cho mọi cư dân trên Trái đất có thể tiếp thu tri thức nhân loại, nâng cao trình độ hiểu biết cho mình. Chưa bao giờ nhân loại có môi trường học tập thuận lợi như ngày nay, khi mà qua phát thanh, truyền hình, sách báo, tạp chí, mạng Internet, mọi người trên Trái đất đều có được cơ hội khai thác toàn bộ kho tàng tri thức của nhân loại. Đó là một trường học mở cửa cho tất cả những ai mong muốn học tập và nâng cao trình độ hiểu biết.

- Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng trở thành môi trường, điều kiện thúc đẩy sự phát triển, ứng dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật và công nghệ. Ảnh hưởng có tính chất động lực này thể hiện ở việc truyền thông đại chúng cung cấp cho cư dân toàn cầu một cách nhanh chóng, toàn diện và phong phú nhất tất cả những thông tin về những tiến bộ khoa học, kỹ thuật và công nghệ mới nhất, tạo điều kiện cho mọi cá nhân, tổ chức đều có thể cập nhật, nâng cao hiểu biết, thúc đẩy việc ứng dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật, công nghệ ấy vào đời sống. Mặt khác, toàn bộ những kết quả của việc ứng dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật, công nghệ trên thế giới cũng nhanh chóng được giới thiệu, được phân tích, đúc kết kinh nghiệm thực tế, tạo điều kiện cho việc hưởng thụ rộng rãi những kết quả đó. Đến lượt mình, việc hưởng thụ ấy lại trở thành động lực thúc đẩy phát triển khoa học, kỹ thuật và công nghệ.

- Hệ thống truyền thông đại chúng toàn cầu hóa trở thành nguồn thông tin sinh động, phong phú, toàn diện và có tính thời sự, cung cấp cho các nhà hoạch định chính sách của mọi quốc gia. Để có được chính sách đúng đắn, có hiệu quả, thì điều kiện đầu tiên chính là thông tin. Chỉ với hệ thống thông tin đầy đủ mới có khả năng phân tích, đánh giá tình hình đầy đủ,

chính xác, đưa ra những dự báo hợp lý, trên cơ sở đó đưa ra quyết định hành động đúng đắn. Truyền thông đại chúng toàn cầu phản ánh sinh động nhất, đầy đủ nhất bức tranh hiện thực của đời sống xã hội. Ngoài ra, đó cũng là nguồn dữ liệu thông tin được tích lũy với khối lượng, dung lượng khổng lồ, không chỉ có ý nghĩa quan trọng với những nhà hoạch định chính sách, mà còn rất cần thiết đối với những người làm công tác nghiên cứu khoa học, cũng như tất cả những ai ham hiểu biết, có mong muốn nâng cao trình độ hiểu biết.

- Hệ thống truyền thông đại chúng toàn cầu cũng là công cụ để dự báo, điều hành và xử lý những dịch vụ đời sống của cư dân mọi quốc gia, dân tộc. Xã hội càng phát triển, các loại hình dịch vụ càng trở nên phong phú, sinh động hơn, thậm chí trở thành những ngành hoạt động khổng lồ và có ý nghĩa quan trọng hơn cả nhiều ngành sản xuất vật chất của xã hội. Một loạt các loại hình, yêu cầu dịch vụ hiện đại đã được xử lý, giải quyết thông qua vai trò của hệ thống truyền thông đại chúng toàn cầu. Đó là các dịch vụ quảng cáo, bán hàng, cung cấp dịch vụ; các dịch vụ thanh toán, trao đổi tài chính, nguồn vốn; các dịch vụ văn hóa, giải trí, tâm lý, du lịch; các dịch vụ về giáo dục, đào tạo, tư vấn, v.v..

3.2. Những hệ quả tiêu cực

Cùng với những hệ quả tích cực kể trên, quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng cũng đồng thời mang lại những hệ quả tiêu cực. Có thể nhận thức những tác động có tính tiêu cực của tiến trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng với những thể hiện sau đây:

- Quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng diễn ra trong tình trạng không công bằng do sự phát triển không đồng đều của truyền thông đại chúng ở những quốc gia, khu vực

khác nhau. Ở các nước có nền kinh tế phát triển, các loại hình phương tiện cũng như các chủ thể truyền thông đại chúng phát triển trước và mạnh mẽ do có điều kiện thuận lợi mọi mặt, có nguồn lực to lớn cả về tài chính, cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật, tiến bộ khoa học lẫn trình độ của đội ngũ chuyên gia. Trên thực tế, quá trình phát triển toàn cầu hóa truyền thông đại chúng trước hết và căn bản là toàn cầu hóa các công ty, tập đoàn truyền thông đại chúng của các nước phương Tây, các nước có nền kinh tế phát triển nhất.

- Sự lưu hành những thông tin xấu, bất lợi, có tính chất tiêu cực đối với những giá trị văn hóa, giá trị nhân văn truyền thông cũng đang là một nguy cơ của xã hội hiện đại. Cùng với dòng chảy những thông tin có giá trị tốt, toàn cầu hóa cũng đồng thời với việc mở toang cánh cửa kiểm soát của các quốc gia cho những thông tin tiêu cực, bất lợi, trái với những giá trị đích thực và các truyền thống bản địa tốt đẹp. Đặc biệt, hệ quả phức tạp là sự đổ bộ xô bồ những thông tin có tính chính trị nhưng không có định hướng nhận thức rõ ràng, dẫn đến sự nhiễu loạn, làm mất phương hướng của dư luận xã hội, thậm chí dẫn đến những tác động tư tưởng tiêu cực, bất lợi cho sự ổn định chính trị - xã hội, một điều kiện không thể thiếu để bảo đảm cho sự phát triển của mỗi quốc gia.

- Khả năng lợi dụng hệ thống truyền thông đại chúng để can thiệp vào các vấn đề, các tiến trình, sự kiện chính trị - xã hội, phục vụ cho những mục đích chính trị, vụ lợi. Đây là hiện tượng rất phổ biến và cũng dễ nhận thấy trong đời sống chính trị quốc tế hiện đại. Ý đồ của hành vi này là thúc đẩy những cải biến xã hội để phục vụ cho những mục tiêu chính trị, như tạo ra môi trường, thị trường, cạnh tranh quyền lực, thế lực chính trị, thúc đẩy việc hình thành những điều kiện thuận lợi

hơn cho những liên kết chiến lược của những lực lượng có cùng mục đích. Nguồn thông tin can thiệp chính trị thường được khai thác từ hai phía, từ bên ngoài quốc gia và ngay trong nội bộ mỗi quốc gia. Nguồn thông tin bên ngoài bao gồm nguồn thông tin quốc tế, những luận điểm, quan niệm, giá trị từ bên ngoài. Nguồn thông tin từ bên trong là sự khai thác ngay từ những vấn đề, sự kiện, những ý kiến, tâm tư của nội bộ xã hội, thông thường được phản ánh rất nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng, nhưng đã được sửa chữa, được hướng theo chiều hướng nhận thức phù hợp với mục đích đưa thông tin.

- Những ảnh hưởng tiêu cực về văn hóa do dòng chảy các sản phẩm phi văn hóa và sự áp đặt các giá trị văn hóa ngoại lai, phi truyền thống dẫn đến sự nhất thể hóa tiêu cực về văn hóa, sự phá hoại và thậm chí còn dẫn đến cái chết của một số nền văn hóa bản địa. Theo nguyên tắc chung, nguồn thông tin truyền thông của nước nào thì mang theo các giá trị văn hóa của nước ấy. Về thực chất, toàn cầu hóa truyền thông đại chúng, trước hết là mở rộng phạm vi và quy mô ảnh hưởng của truyền thông đại chúng các nước giàu mạnh, phát triển. Mặt khác, chính các nước công nghiệp phát triển ở phương Tây cũng muốn bành trướng ảnh hưởng văn hóa như một thứ “sức mạnh mềm” nhằm tạo thuận lợi cho môi trường kinh doanh, phát triển kinh tế và bành trướng quyền lực chính trị của mình. Điều ấy tất yếu dẫn đến dòng chảy văn hóa một chiều không công bằng, ảnh hưởng tiêu cực đến các nền văn hóa của các nước nghèo; chậm phát triển.

- Những ảnh hưởng tiêu cực của toàn cầu hóa truyền thông đại chúng chỉ là thứ yếu, phái sinh so với vai trò động lực phát triển của nó. Tuy nhiên, nếu không hạn chế kịp thời, những hệ

quả tiêu cực ấy sẽ dẫn đến những hậu quả xấu, phức tạp cho các quốc gia, dân tộc, thậm chí cả sự đổ vỡ các nền văn hóa.

Tóm lại, toàn cầu hóa truyền thông đại chúng chính là một sản phẩm của tiến trình phát triển xã hội. Nó là kết quả trực tiếp của sự phát triển khoa học, kỹ thuật, công nghệ, của sự tăng cường giao lưu, hội nhập quốc tế cũng như sự mở rộng các nhu cầu về thông tin, dịch vụ của xã hội hiện đại. Đến lượt mình, toàn cầu hóa truyền thông đại chúng lại trở thành một yếu tố tác động mạnh mẽ đến sự phát triển của nhân loại, của xã hội loài người nói chung. Vì thế, toàn cầu hóa truyền thông đại chúng cũng chính là một quá trình có tính quy luật, không thể đảo ngược và phù hợp với logic phát triển của xã hội. Vấn đề đặt ra là phải nhận thức đúng bản chất của quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng, đề ra những chính sách kịp thời, hợp lý nhằm khai thác tốt nhất những ảnh hưởng tích cực, hạn chế đến mức thấp nhất những ảnh hưởng tiêu cực của nó để làm cho truyền thông đại chúng thực sự trở thành một động lực của sự phát triển xã hội hiện đại.

27

PHÁT HUY TRUYỀN THÔNG BÁO CHÍ CÁCH MẠNG, NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CÁC TẠP CHÍ, BẢN TIN CỦA HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH*

Thưa các đồng chí,

Cách đây 90 năm, ngày 21 tháng 6 năm 1925, Tổng bộ Việt Nam Thanh niên Cách mạng đồng chí Hội tại Quảng Châu, do đồng chí Nguyễn Ái Quốc lãnh đạo, đã ra số báo *Thanh niên* đầu tiên. Ngày này được lớp lớp những người làm báo cách mạng sau này coi là ngày mở đầu lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam.

Báo *Thanh niên* ra đời và tồn tại được gần 5 năm, xuất bản được 202 số, trong đó đích thân Nguyễn Ái Quốc lãnh đạo, chỉ đạo, viết bài, tổ chức in ấn, phát hành được 88 số trong thời gian gần 2 năm. Báo *Thanh niên* là tờ báo đầu tiên của giai cấp vô sản và những thanh niên cách mạng Việt Nam, có công lao to lớn trong việc truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin vào Việt Nam, chuẩn bị cho sự ra đời của Đảng Cộng sản Việt Nam.

Báo *Thanh niên* đã mở đầu cho dòng báo chí cách mạng rất phong phú, sôi nổi, mạnh mẽ, kể cả bí mật và công khai suốt

* Diễn văn tại Lễ kỷ niệm 90 năm Ngày Báo chí cách mạng Việt Nam (21/6/1925 - 21/6/2015).

từ những năm trước ngày thành lập Đảng đến Cách mạng Tháng Tám.

Ngay sau khi báo *Thanh niên* ra đời, từ năm 1929 đến 1930 ở trong nước, nhiều tờ báo của các tổ chức Đảng Cộng sản ở ba kỳ đã ra đời như tờ *Búa Liềm, Đỏ*. Trong những năm 1930-1931, trong điều kiện bị thực dân Pháp khủng bố trắng, vô cùng khó khăn, gian khổ, Trung ương Đảng và các tổ chức đảng trong cả nước đã cho ra đời hàng trăm tờ báo cách mạng bí mật. Có những tờ báo chỉ xuất bản được 1 số, 2 số rồi chấm dứt.

Thời kỳ Mặt trận Dân chủ, trong cả nước cũng có hàng trăm tờ báo của Trung ương Đảng và các cấp bộ đảng xuất bản công khai, bằng cả tiếng Việt và tiếng Pháp, tuyên truyền chủ nghĩa cộng sản, chống chủ nghĩa phát xít, chống chiến tranh, chống bóc lột, đòi tự do, dân chủ, bảo vệ quyền lợi của công nhân, nông dân. Nhiều tờ báo rất nổi tiếng như các tờ *Dân chúng, Tin tức, Lao động, Tập hợp, Tiếng nói chúng ta...* với những nhà báo yêu nước, cách mạng rất tên tuổi như Nguyễn Văn Cừ, Hà Huy Tập, Phan Đăng Lưu, Tôn Quang Phiệt, Trần Huy Liệu, Trường Chinh (bút danh Qua Ninh), Võ Nguyên Giáp (bút danh Vân Đình),...

Trong bối cảnh khẩn trương chuẩn bị lực lượng, đón chờ thời cơ Tổng khởi nghĩa, giành chính quyền, dưới sự lãnh đạo của Trung ương Đảng và lãnh tụ Nguyễn Ái Quốc, trong cả nước cũng có hàng trăm tờ báo của các tổ chức đảng, của các hội, đoàn quần chúng cách mạng, tiêu biểu trong đó là Báo *Việt Nam độc lập*, Báo *Cứu quốc* do đích thân lãnh tụ Nguyễn Ái Quốc chỉ đạo, viết bài, Báo *Cờ giải phóng* do đồng chí Tổng Bí thư Trường Chinh trực tiếp phụ trách.

Sau Cách mạng Tháng Tám, trong điều kiện đã có chính quyền, ở Hà Nội, Sài Gòn và nhiều tỉnh, thành phố trên cả nước đều có các báo của các tổ chức đảng, của các hội quần chúng cách mạng. *Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam* là những cơ quan báo chí nhà nước dưới sự lãnh đạo của Đảng đã được ra đời trong hoàn cảnh đó và có vai trò tích cực trong việc vạch trần âm mưu xâm lược của thực dân Pháp, hành động phản quốc của các đảng phái phản động, tuyên truyền các chính sách, chủ trương đúng đắn của Đảng và Chính phủ Việt Nam Dân chủ Cộng hòa, động viên nhân dân cả nước sẵn sàng bước vào cuộc kháng chiến trường kỳ.

Khi đất nước bước vào cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp, trong điều kiện khó khăn, cả nước vẫn có hơn 50 tờ báo cách mạng. Nhiều tòa báo, nhiều nhà báo lên chiến khu, tiếp tục đóng góp vào công cuộc kháng chiến của dân tộc. Báo *Nhân dân, Quân đội nhân dân* đã ra đời trong bối cảnh đó gắn với tên tuổi của nhiều nhà báo, nhà văn, nhà thơ, họa sĩ, nhạc sĩ lớn của đất nước sau này.

Trong những năm tháng đất nước đồng thời thực hiện hai nhiệm vụ chiến lược: xây dựng chủ nghĩa xã hội ở miền Bắc, đánh trả cuộc chiến tranh phá hoại của không quân Mỹ, và đấu tranh giải phóng miền Nam, là những năm tháng hào hùng của báo chí cách mạng ở cả hai miền. Ở miền Bắc, cùng với tuyên truyền đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước, báo chí đã tuyên truyền, cổ động về những tấm gương điển hình người tốt, việc tốt trên các mặt trận nông nghiệp, công nghiệp, giao thông vận tải, bắn máy bay Mỹ, phong trào chi viện sức người, sức của cho miền Nam ruột thịt, phê phán, đấu tranh với các quan điểm sai trái trong một bộ phận trí thức, văn nghệ sĩ.

Ở miền Nam, báo chí của các tỉnh ủy, quân khu, đơn vị đã tuyên truyền những tấm gương điển hình diệt Mỹ, diệt ngụy, những thắng lợi của quân Giải phóng trên các chiến trường, các phong trào phá ấp chiến lược và xây dựng đời sống mới ở các vùng giải phóng... Báo chí đã bám sát bước chân của các đơn vị, các cánh quân thần tốc giải phóng Sài Gòn, báo tin giải phóng hoàn toàn miền Nam, thống nhất đất nước tới đồng bào cả nước và quốc tế.

Trong hai cuộc kháng chiến của dân tộc, hàng trăm nhà báo là các phóng viên, biên tập viên, nhiếp ảnh, kỹ thuật viên... đã hy sinh trên các mặt trận.

Sau ngày đất nước thống nhất và tiến lên chủ nghĩa xã hội, báo chí ở hai miền Nam, Bắc cùng trở về với công cuộc xây dựng đất nước, nhiệt thành ủng hộ công cuộc đổi mới do Đảng khởi xướng và lãnh đạo. Bên cạnh việc tuyên truyền những mặt tích cực, báo chí đã mạnh dạn chỉ ra những sai lầm, khuyết điểm trong lãnh đạo, chỉ đạo cải tạo xã hội chủ nghĩa và xây dựng chủ nghĩa xã hội, phê phán những hiện tượng tiêu cực trong Đảng, trong đời sống xã hội. Báo chí đã trở thành lực lượng xung kích trong cuộc đấu tranh phòng, chống tham nhũng, quan liêu, lãng phí. Nhiều bài báo hay đã lay động lòng người, thúc giục đẩy tới công cuộc đổi mới. Các bài báo của chuyên mục *Những việc cần làm ngay* của NVL (tức đồng chí Tổng Bí thư Nguyễn Văn Linh) trên báo *Nhân dân* một thời gây hứng thú cho hàng triệu người đọc và nay vẫn còn được nhiều người nhớ tới.

Cùng với công cuộc đổi mới đất nước 30 năm qua, báo chí Việt Nam đã phát triển vượt bậc cả về lượng và chất, là một lực lượng hùng hậu, vô cùng quan trọng trên mặt trận tư tưởng.

Báo chí nước ta hiện nay có đủ loại hình: báo in, báo nói, báo hình, báo điện tử.

Về *báo in*, đến đầu năm 2015, cả nước có 845 cơ quan báo chí, với 1.118 ấn phẩm, gồm có 199 cơ quan báo (chiếm 24%), trong đó có 86 báo Trung ương, 113 báo địa phương; 639 tạp chí (chiếm 76%) trong đó có 507 tạp chí Trung ương, các bộ, ngành, các trường đại học và viện nghiên cứu và 132 tạp chí địa phương.

Về *báo nói, báo hình*, đến năm 2015 cả nước có 67 đài phát thanh, truyền hình, trong đó 2 đài Trung ương là Đài Tiếng nói Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, 64 đài phát thanh, truyền hình địa phương. Riêng truyền hình có truyền hình quảng bá với 75 kênh bảo đảm phủ sóng tới mọi miền cả nước, truyền hình trả tiền với 33 đơn vị cung cấp truyền hình cáp với 73 kênh, số lượng kênh truyền hình nước ngoài trả tiền là 40 kênh, số lượng thuê bao truyền hình trả tiền đạt 6,6 triệu và ngày càng tăng. Công nghệ truyền hình của đất nước đã đạt đến trình độ ngang bằng các nước tiên tiến, truyền dẫn phát sóng cả bằng cáp, số vệ tinh, số mặt đất và IPTV.

Trong thời đại công nghệ thông tin phát triển cực kỳ nhanh chóng, *báo điện tử* ở nước ta đang phát triển nhanh. Tính đến năm 2015, cả nước có 98 cơ quan báo chí điện tử, trong đó 40 cơ quan của Trung ương, các bộ, ngành, 26 cơ quan địa phương, 24 cơ quan tổ chức, đoàn thể; 1.525 trang thông tin điện tử tổng hợp, trong đó có 207 trang của các cơ quan báo chí.

Báo chí nước ta không chỉ hoạt động trong nước mà đã vươn ra ngoài nước. Hiện có 5 cơ quan thông tấn, báo chí Việt Nam là *Thông tấn xã Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, báo Nhân dân, báo Thanh niên* mở cơ

quan thường trú ở nước ngoài với tổng số 53 cơ quan thường trú ở các nước.

Đội ngũ những người làm báo hiện nay cũng rất hùng hậu với 40 nghìn người, trong đó có 18 nghìn người được cấp thẻ nhà báo.

Báo chí Việt Nam hiện nay là kênh thông tin truyền thông chủ yếu của đất nước ta, phổ biến các quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, là cầu nối thường xuyên giữa Đảng, Nhà nước với nhân dân, và ngược lại, là diễn đàn quan trọng của nhân dân thực hiện quyền làm chủ đất nước. Báo chí luôn đi đầu, nhạy bén trong tuyên truyền cái mới, cái điển hình tiên tiến, đồng thời phê phán, đấu tranh với các hiện tượng tiêu cực, nạn quan liêu, tham nhũng, lãng phí trong xã hội, góp phần xây dựng Đảng, chính quyền. Báo chí cùng toàn Đảng, toàn dân, toàn quân xây dựng đất nước, bảo vệ Tổ quốc, bảo vệ chủ quyền biển, đảo thân yêu; giúp thế giới hiểu về Việt Nam và đoàn kết với Việt Nam. Những tác phẩm xuất sắc hàng năm của báo chí cả nước được trao Giải thưởng báo chí quốc gia thể hiện một phần thành quả lao động quên mình, nghiêm túc của hàng nghìn nhà báo trên khắp mọi miền Tổ quốc, đồng thời là sự ghi nhận, tôn vinh của xã hội đối với nghề nghiệp và những đóng góp đáng tự hào của những người làm báo.

Nhìn lại lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam khởi đầu từ báo *Thanh niên*, có thể thấy báo chí thời kỳ nào cũng được Đảng ta coi là một lực lượng, một mặt trận, trong đó mỗi nhà báo là một chiến sĩ. Đảng ta luôn nhận thức được sức mạnh của báo chí trong sự nghiệp cách mạng giành độc lập dân tộc và xây dựng, bảo vệ Tổ quốc. Một bài báo tốt có thể có sức mạnh như một sư đoàn, có thể đoàn kết, lôi cuốn, thôi thúc

hành động cách mạng của hàng trăm nghìn người. Nguyễn Ái Quốc - Hồ Chí Minh ngay từ những năm đầu sự nghiệp cách mạng của mình đã là một nhà báo và luôn là một nhà báo tài năng, vô cùng đáng ngưỡng mộ. Cho đến những ngày cuối đời, Người vẫn viết báo. Trong cuộc đời cách mạng của mình, Người đã viết khoảng 2.000 bài báo bằng nhiều thứ tiếng khác nhau, đăng trên các báo, tạp chí ở nhiều nước, với hàng trăm bút danh khác nhau. Sau Người, các đồng chí lãnh đạo cao nhất của Đảng ở mọi thời kỳ đều coi trọng công tác báo chí, trực tiếp viết báo, chỉ đạo báo chí và cũng là các nhà báo lớn.

Thư các đồng chí,

Là một bộ phận của báo chí, các tạp chí lý luận là một binh chủng có vai trò, tiếng nói đặc thù, không thể thay thế. Nó được ví như những khẩu “pháo cối” cỡ lớn trong hệ thống chủng loại báo chí. Ngay từ sau ngày thành lập (tháng 2 năm 1930), Trung ương Đảng đã xuất bản tờ tạp chí lý luận và chính trị mang tên *Cộng sản*. Những năm sau đó, do nhiều nguyên nhân, tạp chí không xuất bản liên tục được. Tới năm 1955, tờ tạp chí lý luận và chính trị của Trung ương Đảng mang tên *Học tập*, dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Bộ Chính trị, Ban Bí thư mới được xuất bản thường xuyên hàng tháng, từ năm 1977 được đổi tên thành *Tạp chí Cộng sản* cho đến nay.

Sau ngày đất nước thống nhất, với điều kiện thuận lợi về nhiều mặt và nhu cầu học tập, nghiên cứu lý luận ngày càng cao trong Đảng, trong xã hội, nhiều tờ tạp chí của các bộ, ngành ra đời, tham gia vào mặt trận báo chí nói chung. Trong bối cảnh đó, năm 1976, Tạp chí *Thông tin lý luận* của Ban Nghiên cứu lý luận Trung ương (tiền thân của Viện Mác - Lênin) được xuất bản. Năm 1977 trường Đảng Nguyễn Ái Quốc cao cấp cho ra đời *Nội san Nghiên cứu*, tới năm 1983 đổi

thành *Tạp chí Nghiên cứu*, và từ năm 1988 đổi thành *Tạp chí Nghiên cứu lý luận*.

Từ năm 1969, để phục vụ công tác nghiên cứu lịch sử Đảng, *Nội san Nghiên cứu lịch sử Đảng* thuộc Ban Nghiên cứu lịch sử Đảng Trung ương được xuất bản, tới năm 1983 trở thành *Tạp chí Lịch sử Đảng* trực thuộc Viện Mác - Lênin, nay thuộc Viện Lịch sử Đảng, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

Đầu năm 2001, thực hiện chủ trương quy hoạch báo chí của Nhà nước, Giám đốc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh đã quyết định hợp nhất *Tạp chí Thông tin lý luận* và *Nghiên cứu lý luận* thành *Tạp chí Lý luận chính trị*, cơ quan ngôn luận và nghiên cứu khoa học của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

Cùng với Học viện trung tâm, các Học viện Chính trị khu vực I, II, III, Học viện Báo chí và Tuyên truyền cũng lần lượt cho ra đời các tạp chí khoa học của mình là các tạp chí *Nghiên cứu lý luận*, *Giáo dục lý luận*, *Khoa học chính trị*, *Lý luận chính trị và truyền thông*.

Bên cạnh hệ thống các tạp chí, Học viện hiện nay còn có hàng chục bản tin trực thuộc các viện chuyên ngành, trong đó có những bản tin chủ yếu phục vụ các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước như *Bản tin phục vụ lãnh đạo* của Viện Thông tin khoa học. Có những bản tin trong điều kiện eo hẹp về tài chính, nhân lực nhưng đã duy trì liên tục kể từ khi ra đời như bản tin *Chính trị học*, bản tin *Nhân quyền*. Trong những năm gần đây, tại Trung tâm Học viện có thêm các gương mặt mới là *Tạp chí Kinh tế và quản lý* thuộc viện Kinh tế học, *Tạp chí Thông tin lý luận chính trị* thuộc Viện Thông tin khoa học.

Hình thức trình bày của các tạp chí của Học viện đã được cải tiến, đẹp hơn, hiện đại hơn. Bên cạnh hình thức giấy in,

một số tạp chí đã có thêm hình thức điện tử, có ấn phẩm tiếng Anh và đang quảng bá ra bên ngoài.

Số cán bộ, công chức, viên chức đang làm việc tại các tạp chí, bản tin trong toàn hệ thống Học viện lên tới xấp xỉ 100 người, là bộ phận không nhỏ trong đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức của Học viện.

Nhìn chung các tạp chí, bản tin của Học viện có chất lượng tương đối tốt và không ngừng được nâng cao, được giới lý luận cả nước đánh giá cao về tính khoa học và chính trị. Bên cạnh việc đăng các bài tổng kết, chỉ đạo của các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước, lãnh đạo Học viện đối với công tác chung của Học viện, chỉ tính 5 năm (2010-2015), các tạp chí của Học viện và các Học viện trực thuộc đã đăng tải hàng nghìn bài nghiên cứu của các nhà khoa học trong Học viện, hàng nghìn bài viết của các nghiên cứu sinh, học viên cao học, qua đó đóng góp đáng kể vào công tác phát triển đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên và công tác đào tạo sau đại học của Học viện.

Các tạp chí của Học viện cũng được coi là diễn đàn khoa học thu hút được nhiều nhà lý luận bên ngoài Học viện, đóng góp vào công tác nghiên cứu lý luận và công tác tư tưởng chung của Đảng. Các tạp chí lý luận của Học viện không chỉ là tài liệu tham khảo thường kỳ không thể thiếu của cán bộ khoa học của Học viện, mà còn là tài liệu học tập, tham khảo của đội ngũ giảng viên lý luận ở các Học viện, trường đại học, trường chính trị, các cơ quan tuyên giáo nhiều tỉnh, thành phố trong cả nước, của học viên các hệ lớp của Học viện. Nhiều bài viết tốt trên các tạp chí được chọn gửi tham gia giải báo chí quốc gia hàng năm, một số lọt vào chung khảo, được giải thưởng.

Các tạp chí, bản tin trong toàn hệ thống Học viện nhìn chung đều nghiêm túc chấp hành pháp luật và các quy định

của Học viện về quản lý công tác báo chí, xuất bản; thường xuyên chăm lo phát triển đội ngũ cán bộ của mình và đội ngũ cộng tác viên, những nhà khoa học có uy tín viết bài cho tạp chí, bản tin.

...

Thưa các đồng chí,

Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh là Trung tâm quốc gia đào tạo, bồi dưỡng lý luận chính trị cho các cán bộ trung cấp, cao cấp của Đảng, Nhà nước và các đoàn thể thuộc hệ thống chính trị, lãnh đạo các tập đoàn kinh tế của Nhà nước. Học viện cũng là trung tâm quốc gia nghiên cứu và giáo dục chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; nghiên cứu và giảng dạy khoa học chính trị và một số khoa học xã hội. Trước yêu cầu của sự nghiệp cách mạng mới, của công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, Đảng, Nhà nước đòi hỏi Học viện tiếp tục đổi mới toàn diện, mạnh mẽ hơn nữa trong việc thực hiện vai trò, sứ mệnh của mình. Trong nỗ lực chung của toàn Học viện, các tạp chí, bản tin cũng phải tiếp tục vươn lên, đổi mới hơn nữa, đóng góp tích cực hơn nữa vào sự nghiệp chung của Học viện.

Các tạp chí, bản tin phải là kênh thông tin kịp thời về thành tựu nghiên cứu lý luận của các nhà khoa học của Học viện, nhất là các kết quả của các đề tài khoa học cấp bộ, cấp Nhà nước do Học viện chủ trì; thông tin kịp thời những kết quả và kinh nghiệm trong công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ lãnh đạo và đào tạo sau đại học về các bộ môn lý luận Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các chuyên ngành khoa học chính trị và khoa học xã hội. Các tạp chí phải làm cho những thành tựu đào tạo và nghiên cứu của Học viện không chỉ đến

với bạn đọc trong nước mà cả bạn đọc nước ngoài, những bạn bè, đối tác quốc tế của Học viện, qua đó nâng cao hình ảnh, vị thế của Học viện.

Các tạp chí, bản tin phải làm “bà đỡ” mát tay cho các công trình nghiên cứu, giúp các nhà giáo, các nhà nghiên cứu, nhất là các cán bộ khoa học trẻ của Học viện trong bước đường trưởng thành về nghề nghiệp của mình; là người nâng đỡ, tiếp sức cho các thế hệ học viên của Học viện trong việc hoàn thành luận án, luận văn của mình.

Trong bối cảnh phức tạp của công tác tư tưởng hiện nay, các tạp chí, bản tin phải tích cực tham gia vào cuộc đấu tranh tư tưởng, lý luận để bảo vệ chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, bảo vệ Đảng, bảo vệ chủ nghĩa xã hội; tham gia công tác tổng kết thực tiễn, phát triển và hoàn thiện lý luận xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam và công cuộc đổi mới dưới sự lãnh đạo của Đảng.

Những ngày này, toàn Đảng đang chuẩn bị tiến tới Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng. Các dự thảo văn kiện trình Đại hội toàn quốc của Đảng và Đại hội Đảng bộ Học viện đang được các cấp bộ đảng trong Học viện góp ý. Các tạp chí, bản tin phải có chương trình, kế hoạch tuyên truyền các vấn đề lý luận trong các văn kiện, tổ chức các nhà khoa học trong và ngoài Học viện góp ý để cùng toàn Đảng hoàn thiện các dự thảo văn kiện của Đại hội Đảng theo kế hoạch và hướng dẫn của Ban Tuyên giáo Trung ương.

...

Phần năm

NHÀ BÁO VÀ NGHỀ NGHIỆP

TRÁCH NHIỆM VÀ LƯƠNG TÂM*

Trong bảng xếp loại về mức độ nặng nhọc của các loại nghề nghiệp, nghề làm báo chiếm vị trí thứ hai hoặc thứ ba, tùy theo tiêu chí đánh giá của các cơ quan nghiên cứu khác nhau. Đa phần các bảng xếp loại chỉ đặt nghề làm báo sau nghề khai thác mỏ hầm lò. Sự nặng nhọc, vất vả của nghề làm báo xuất phát từ điều kiện làm việc luôn chịu sức ép về thời gian, luôn phải di chuyển trong những khoảng không gian địa lý rộng và thường phải có mặt ở những nơi khó khăn, nguy hiểm như chiến tranh, thiên tai, nơi xảy ra tai nạn, hay phải đối mặt với những lựa chọn khó khăn giữa thật và giả, giữa lợi ích và bất lợi, giữa an toàn và nguy hiểm, v.v..

Nhưng còn một điều kiện quan trọng khác, quy định tính chất nặng nhọc của nghề làm báo mà không phải ai cũng nhận ra một cách đầy đủ, sâu sắc, kể cả không ít người đang hành nghề tại các cơ quan truyền thông đại chúng; đó là trách nhiệm chính trị - xã hội của nhà báo và cơ quan báo chí.

Khác với nhiều nghề nghiệp khác, thường chỉ liên quan hoặc ảnh hưởng đến một số ít người hoặc đến từng nhóm người trong xã hội, nghề làm báo có ảnh hưởng đến toàn bộ xã hội.

* Báo *Lao động*, ngày 21/6/2008.

Trong điều kiện toàn cầu hóa hiện nay, tác động của báo chí không chỉ trong phạm vi từng quốc gia mà ngày càng có xu hướng vượt qua biên giới quốc gia. Thông tin báo chí không chỉ mang tới cho cộng đồng xã hội sự hiểu biết, những kinh nghiệm sống sinh động, những giá trị văn hóa phong phú hoặc đáp ứng nhu cầu giải trí ngày càng mở rộng của con người, mà còn hình thành và hướng dẫn dư luận xã hội. Thông qua sự vận hành của dư luận xã hội, báo chí có thể mang lại vinh quang cho người này, xô đẩy người khác xuống vực thẳm thất bại, mang lại ưu thế và lợi nhuận cho một doanh nghiệp và làm cho doanh nghiệp kia kiệt quệ, phá sản. Hơn thế nữa, báo chí có thể thúc đẩy dẫn tới những cuộc vận động, tạo ra những thay đổi to lớn có tính chất cách mạng trong xã hội.

Báo chí của chúng ta là báo chí của cách mạng, của nhân dân, đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng nên đương nhiên phải có trách nhiệm sử dụng toàn bộ sức mạnh, lợi thế của nó để bảo vệ chế độ, phục vụ cho lợi ích dân tộc và mỗi người dân. Nói thế đủ biết, trách nhiệm chính trị - xã hội đặt lên vai các cơ quan báo chí và những người làm báo nặng biết bao!

Vậy nên, khi chọn nghề làm báo cũng là chọn lấy một cái nghiệp không chỉ lao tâm khổ tứ, mà còn là tự nguyện nhận mang gánh nặng trách nhiệm với đời, với nhân dân và đất nước. Người làm báo khi hành nghề, khi viết tin, bài, xây dựng các chương trình phát thanh, truyền hình là đang nhân danh sự trung thực, công bằng và lợi ích của người đọc, người xem, người nghe và cả chính lương tâm của mình. Cái “cá nhân” của người làm báo chỉ hiện diện ở tài năng, phong cách trong việc phát hiện, phản ánh đúng, kịp thời những sự kiện nóng bỏng, những vấn đề phức tạp, bức xúc trong đời sống xã hội và thể hiện chúng một cách chân thực, hấp dẫn.

Đáng tiếc là trong thực tế báo chí nước ta, còn có những nhà báo chưa nhận thức đầy đủ trách nhiệm chính trị - xã hội của nghề làm báo, để dẫn đến những sai lầm không đáng có. Không ít những trường hợp do không điều tra kỹ, đưa thông tin sai mà báo chí đã đặt những người dân hay những doanh nghiệp vào hoàn cảnh khó khăn, nguy hại, còn nhà báo thì cũng lâm vào cảnh dở khóc, dở cười. Thậm chí, có những nhà báo chủ tâm kết bè, kéo cánh, viết bài nhằm lăng xê người này, “đánh đấm” doanh nghiệp khác, gây nên những oan, sai, làm mất uy tín của nhà báo trước dư luận xã hội. Đó là những hiện tượng không thể chấp nhận và sớm hay muộn cũng bị loại khỏi đời sống báo chí của đất nước!

29

NHỌC NHẪN VÀ VINH QUANG: LAO ĐỘNG CỦA NHÀ BÁO

Đối với chúng ta, những cư dân bình thường của xã hội hiện đại, việc đọc báo, nghe các chương trình phát thanh, xem các chương trình truyền hình dường như đã trở thành một thói quen, đương nhiên. Người ta làm việc đó để tăng thêm vốn hiểu biết về thế giới xung quanh, tự nhận thức về chính mình, để giải trí và trong nhiều trường hợp là vì tất cả các mục đích đó. Tuy nhiên, có ít người biết được rằng các nhà báo đã làm gì, làm như thế nào, tốn bao nhiêu mồ hôi công sức để có được những sản phẩm có những giá trị đó.

1. Hình dung về lao động của nhà báo

Cần hiểu rằng, cách nói lao động của nhà báo cũng chỉ là nói một cách tượng trưng tương đối. Trên thực tế, nhà báo chỉ là người giữ vai trò chính, làm việc ở công đoạn chủ yếu trong quá trình sáng tạo nên các sản phẩm báo chí. Còn rất nhiều nhân vật, thậm chí cả những nhân vật không có một chức danh viên chức rõ ràng, nhưng nếu thiếu họ thì cả dây chuyền sản xuất các sản phẩm thông tin báo chí không thể nào hoạt động được. Họ là những người lái xe, nhân viên tư liệu, công nhân kỹ thuật, công nhân nhà in, nhân viên chế bản điện tử,

hoạ sĩ, kỹ thuật viên âm thanh, ánh sáng, kỹ thuật viên phòng thu thanh, phòng dựng hình,... cho đến kế toán viên, nhân viên hành chính, nhân viên trực điện thoại, v.v. và v.v.. Hầu như không thể kể hết những nghề nghiệp vô cùng phong phú góp mặt trong quá trình sáng tạo nên những tờ báo, bản tin, những chương trình phát thanh, truyền hình. Họ là những người làm việc thầm lặng, không bao giờ ký tên dưới các bài báo, không bao giờ xuất hiện trên sóng phát thanh, truyền hình. Song công việc của họ gắn bó hữu cơ, tạo thành những khâu, những bộ phận không thể thiếu của guồng máy thông tin báo chí. Tính chất công việc của họ cũng không tách rời tính chất của lao động báo chí nói chung. Có thể nói, trong tảng băng trôi khổng lồ của hệ thống báo chí, họ chính là phần chìm to lớn và các nhà báo tạo thành phần nổi nhỏ bé. Tất nhiên, phần nổi nhỏ bé ấy lại đóng vai chính và tính chất lao động của nó quy định tính chất lao động của toàn bộ guồng máy còn lại. Người ta gọi đó là lao động của các nhà báo hay là lao động báo chí.

Trước hết, lao động báo chí là một loại hình lao động sáng tạo, đòi hỏi năng lực cao về trí tuệ. Kết quả lao động của các nhà báo là tác phẩm, là các sản phẩm báo chí như các tờ báo, các chương trình phát thanh, truyền hình. Đó là những sản phẩm văn hóa tinh thần đa dạng, nhiều hình, nhiều vẻ, hàm chứa những hiểu biết, kinh nghiệm, thông tin vô cùng phong phú, trong đó có những giá trị mới là kết quả nhận thức của các nhà báo. Có người nhận xét rằng, lao động báo chí có tính khuôn mẫu và đôi khi máy móc. Bằng chứng là nhà báo chỉ đơn giản là phản ánh trực tiếp các sự kiện, hiện tượng và việc phản ánh ấy được thực hiện theo những mô thức đơn giản. Ví dụ, một bản tin về một sự kiện thì hầu như bao giờ cũng bắt

đầu bằng các thông tin về thời gian, địa điểm, tên sự kiện, chủ thể hành động và nguyên nhân sự kiện. Đó là một cách nhìn sai lầm. Trên thực tế, việc tiếp cận được các sự kiện, quan sát, lựa chọn phân tích để đưa ra được những thông tin bảo đảm tính chính xác là cả một quá trình làm việc rất nghiêm túc và công phu. Không có một năng lực trí tuệ cao, không có sự hiểu biết rộng, không có những kinh nghiệm cuộc sống phong phú, không có những năng lực nghề nghiệp cần thiết, không thể phát hiện được bản chất, khuynh hướng vận động của những sự kiện thời sự hết sức phong phú.

Người ta vẫn nói, làm báo là làm chính trị. Điều ấy hoàn toàn đúng. Báo chí có thể tác động, tạo nên những xung động xã hội như những cuộc cách mạng. Trong trường hợp đó, báo chí trở thành một thứ quyền lực chi phối xu hướng vận động của xã hội, góp phần mang lại lợi ích, quyền điều hành xã hội cho bộ phận này và tước đi những thứ đó của bộ phận khác. Điều ấy cũng có nghĩa là báo chí gánh chịu trách nhiệm chính trị - xã hội to lớn, chịu sức ép của các thế lực chính trị - xã hội. Trong các cuộc đấu tranh cách mạng, không ít nhà báo đã bị tù đầy, đàn áp, thậm chí bị giết chỉ vì bất đồng chính kiến.

Hơn thế nữa, những thông tin do nhà báo đưa ra bao giờ cũng tác động rộng rãi, mạnh mẽ vào đời sống xã hội và ngược lại cũng bị xã hội giám sát, thẩm định rất chặt chẽ và nghiêm khắc. Vì thế, nhà báo lao động sáng tạo dưới sức ép từ nhiều hướng và họ phải chịu trách nhiệm to lớn trước công luận. Nhà báo viết về cái hay, viết để khen đã là khó; phát hiện được cái hay, tránh được những lẫn lộn giữa cái hay với cái dở rất dễ xảy ra, viết thế nào để khen cho đích đáng và có sức thuyết phục - đó là cả một vấn đề với rất nhiều công phu, trí tuệ cho đến cả sự lao tâm khổ tứ mà nhiều khi vẫn không đạt được;

viết về những vấn đề tiêu cực nhằm phê bình, lên án còn khó khăn hơn nhiều lần. Trước hết là họ phải vượt qua được những rào cản về sự chống đối, sự can thiệp ngăn cản. Tiếp theo là sự kỳ công trong việc tìm hiểu cho được các tài liệu, bằng chứng về tính chất tiêu cực của sự việc. Đương nhiên sau đó là sự đương đầu trước dư luận xã hội do chính mình châm ngòi nổ. Đã có không ít nhà báo bị hành hung, trả thù chỉ vì đã công bố các bài báo về các vụ việc tiêu cực.

Sức ép về thời gian là một yếu tố quan trọng chi phối tính chất nặng nề và đòi hỏi cao về kỷ luật nghiêm khắc của lao động báo chí. Kỷ luật về định kỳ của các sản phẩm báo chí rất nghiêm ngặt. Guồng máy làm việc của hệ thống báo chí đòi hỏi sự chính xác đôi khi đến từng giây. Mặt khác, cuộc chạy đua thời sự, chạy đua đưa tin nhanh như là cỗ máy luôn dồn nén làm cho môi trường lao động sáng tạo của nhà báo đã căng thẳng càng căng thẳng hơn. Đối với nhà báo, hầu như không có chỗ để lùi bước về thời gian, không được phép chậm trễ và nếu có thì đó là trường hợp đầu hàng và bị loại ra ngoài guồng máy chung.

2. Đau là nỗi nhọc nhằn của nhà báo

Người ta tính rằng, lao động của người làm báo là lao động nặng nhọc thứ hai trong mọi loại hình lao động, chỉ đứng sau thợ đào mỏ. Tuổi thọ của nhà báo cũng thuộc nhóm thấp nhất so với tuổi thọ trung bình của xã hội. Mặt khác, do phải xông xáo ở những điểm nóng thời cuộc, kể cả việc tìm kiếm nguồn thông tin trong những khu vực chiến sự nên nhà báo hay bị nguy hiểm về tính mạng. Riêng năm 1999, trên thế giới đã có 36 nhà báo bị giết chết trong khi hành nghề. Đây đó người ta vẫn nghe thấy tin về các vụ bạo lực đối với các nhà báo.

Chính tính chất đặc thù của lao động báo chí đã dẫn đến nỗi “nhọc nhằn” của nhà báo.

Chúng ta hãy tưởng tượng trong một cuộc chiêu đãi buổi tối, các quan khách ăn uống vui vẻ, còn nhà báo thì đăm chiêu lo lắng về bản tin sắp phải đưa. Anh ta phải lo đi lấy các tài liệu phát, lo quan sát, phỏng vấn và khi mọi người nghỉ ngơi thì anh ta ngồi vào bàn hoặc kê giấy lên đùi để viết. Ở tòa soạn, tờ báo đã lên khuôn, chỉ còn một ô trống cho bài báo, bản tin nhà báo sẽ phải viết và nộp trước 9 giờ 30 phút tối. Anh ta phải tập trung cao độ để viết xong bài báo của mình đúng giờ và làm được điều đó mới có thể chứng tỏ anh ta là người có năng lực.

Có những trường hợp, sự dồn ép thời gian lên đến mức gay gắt. Phóng viên viết được trang nào, đưa ngay cho phát thanh viên đọc lên sóng phát thanh. Hoặc trong các cuộc tường thuật tại chỗ, phóng viên buộc phải vừa quan sát, vừa cân nhắc lựa chọn thông tin và nói trực tiếp trước máy. Trong trường hợp này, không cho phép phóng viên được có bất cứ một sai sót nào. Bởi vì nếu sai sót thì không thể sửa chữa. Và như thế, ngoài năng lực nghề nghiệp, nhà báo còn cần phải có sự vững vàng về thần kinh, cho phép anh ta tập trung cao độ, có khả năng tư duy, trí nhớ và óc tưởng tượng để hoàn thành tức thời công việc của mình. Sự căng thẳng thần kinh là một nỗi nhọc nhằn thường nhật của nhà báo không thể chia sẻ cùng ai.

Người làm báo rất khó có điều kiện ổn định giờ giấc làm việc và sinh hoạt. Khi nào và ở đâu có các sự kiện, anh ta phải có mặt. Ở các tòa soạn nhật báo, phát thanh, truyền hình, có những nhà báo phải làm việc ban đêm để đưa các chương trình lên sóng, chuẩn bị cho sản phẩm báo chí ra lò vào sáng hôm sau. Ngày Tết, lễ, trong khi mọi người nghỉ ngơi, thăm

hỏi nhau hay vui chơi thì nhiều nhà báo phải làm việc cật lực. Lao động của họ mang lại cho công chúng những chương trình thông tin, giải trí trên phát thanh, truyền hình, giúp con người nâng cao hiểu biết và thư giãn, nghỉ ngơi một cách tích cực.

Do đặc điểm của nghề nghiệp, nhà báo là người luôn luôn di dịch. Anh ta phải có mặt tại chỗ để phản ánh kịp thời các sự kiện xảy ra. Mà sự kiện xảy ra ở bất cứ đâu, bất cứ khi nào. Có một nghịch lý là sự kiện càng mới, càng hấp dẫn, càng phong phú thì nhà báo càng hứng thú làm việc. Đó cũng chính là mong muốn của anh ta để cho nghề nghiệp của mình được hanh thông. Tuy nhiên, với những sự kiện, càng gay cấn nhà báo càng khó khăn, vất vả hơn. Nhà báo càng say mê yêu nghề thì phải dịch chuyển càng nhiều và cuộc sống gia đình riêng của anh ta càng bất ổn. Với nhà báo nam, điều đó đã không mấy dễ chịu. Đối với nữ nhà báo, khó khăn trở nên bội phần. Đó cũng là lý do tại sao trong số hơn 8.700 nhà báo đang làm việc ở các cơ quan thông tấn báo chí Việt Nam, chỉ có 2.200 là nữ, chiếm 25%. Trong khi đó, trong các trường đào tạo nhà báo, nữ sinh viên thường chiếm khoảng 65%.

Sự căng thẳng thần kinh, sự dồn nén về cường độ lao động trí não, sự thúc ép của thời gian, sự bất ổn định của lịch làm việc, gánh nặng trách nhiệm chính trị - xã hội, sự di dịch thường xuyên về không gian địa lý, những nguy hiểm đe dọa do thường xuyên làm việc ở những điểm nóng thời sự... đó là những gì góp phần tạo nên nỗi nhọc nhằn của nghề làm báo.

3. Vinh quang nhưng...

Hầu như sự sáng tạo và nỗi nhọc nhằn trong lao động của nhà báo đã được đền đáp bằng vinh quang mà xã hội dành

cho họ. Vinh quang ấy là xứng đáng với sức lao động và ích lợi to lớn mà nhà báo mang lại cho xã hội.

Nhà báo cùng với nhà văn, ca sĩ, diễn viên điện ảnh,... là những nhân vật dễ nổi tiếng nhất trong xã hội hiện đại. Trong một số trường hợp đặc biệt, khả năng nổi tiếng của nhà báo trở nên không thể so sánh - đó là một ít những biên tập viên, người dẫn chương trình truyền hình. Không ít tình huống khi đang diễn ra những sự kiện được xã hội đặc biệt quan tâm, hàng triệu, hàng triệu người nín thở chờ đợi sự xuất hiện hình ảnh của một biên tập viên mà thông tin anh ta mang lại cho mọi người đã trở thành niềm mong đợi quen thuộc thường nhật.

Nhà báo với thiên chức nghề nghiệp của mình trở thành người hướng dẫn dư luận xã hội, hướng dẫn nhận thức và hành vi của công dân, nhà sư phạm của cả xã hội rộng rãi. Nhà báo mang lại cho xã hội thông tin khách quan về các vấn đề, sự kiện xảy ra hằng ngày cùng với sự bình giá, giải thích. Nhà báo khen hiện tượng này, chê hiện tượng khác hoặc chỉ đơn giản đưa sự kiện, vấn đề đó lên mặt báo, làn sóng phát thanh, truyền hình. Sự khách quan không thể chối cãi của báo chí bao giờ cũng che lấp trong đó tính khuynh hướng và những lợi ích cụ thể. Cư dân vẫn suy nghĩ và hành động theo phần lớn những tiêu chí và định hướng mà báo chí nêu ra.

Người dân tin vào nhà báo qua những hiểu biết mà anh ta mang lại. Trong nhiều việc, nhiều vấn đề, người ta coi báo chí là chuẩn mực, khuôn mẫu. Cho dù còn có những thông tin thiếu tính trung thực, cho dù còn có những hiện tượng tiêu cực để lại tai tiếng cho người làm báo, nhưng trên tổng thể thì niềm tin của xã hội vào báo chí là có thật và mang tính nguyên tắc. Đó chính là niềm vinh quang lớn nhất của nhà báo.

Vinh quang, nhưng cũng còn có những điểm dường như cho phép người ta nghĩ rằng nhà báo chưa được đãi ngộ thích đáng. Đó là thang mức lương cho nhà báo tương đương thang mức lương hành chính sự nghiệp và một loạt phụ cấp ưu đãi trước đây bị cắt bỏ. Cả về lý thuyết và trên thực tế, làm báo là một nghề cực nhọc và nguy hiểm nên thang mức lương chính thức của họ cần được đảm bảo công bằng trong tương quan với các ngành, nghề khác. Mặt khác, Nhà nước cần có một cơ chế, chính sách bảo vệ nhà báo, nhất là những trường hợp họ hoạt động trong khu vực nguy hiểm, bị đe dọa bạo lực. Cũng là một nghề sáng tạo nhưng những phần thưởng, danh hiệu vinh dự của Nhà nước dành cho nhà báo chưa có hoặc chưa đủ để mang lại ý nghĩa động viên, đánh giá phù hợp. Quả là không thể đòi hỏi cho nhà báo những gì vượt quá mức họ có thể được, cũng như quá điều kiện hiện tại của đất nước nhưng đã đến lúc cần phải xem xét lại để sửa chữa những gì chưa thật hợp lý với tính chất đặc biệt của lao động báo chí.

30

ĐÀO TẠO CÁN BỘ BÁO CHÍ, XUẤT BẢN: VẤN ĐỀ KHÔNG CHỈ CHO HÔM NAY*

Suốt trong nhiều thế kỷ đầu tiên tồn tại và phát triển của báo chí và xuất bản, trên thế giới không có các trường đào tạo người làm báo, làm xuất bản ở bậc đại học. Mặc dù báo chí và xuất bản sách đã rất phát triển và có ảnh hưởng lớn trong đời sống xã hội nhưng người ta vẫn quan niệm về những nghề nghiệp đó không mấy ổn định. Đóng vai nhà báo, nhà biên tập trong các tòa soạn chủ yếu là các nhà văn và những nhân vật gắn với những hành vi và phẩm chất ít nhiều có tính nghệ sĩ. Phải đến đầu thế kỷ XX, khi mà nghề làm báo, nghề xuất bản ngày càng đòi hỏi tính chuyên nghiệp cao thì trong danh mục ngành, nghề đào tạo của các trường đại học mới xuất hiện ngành báo chí, biên tập xuất bản. Ở nước ta, khóa đào tạo đại học báo chí, xuất bản đầu tiên là những năm 1969-1973 được thực hiện tại Trường Tuyên huấn Trung ương, nay là Phân viện Báo chí và Tuyên truyền¹. Trước đó, chỉ có những khóa bồi dưỡng hay dạy nghề ngắn ngày.

* Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, số 6 (tháng 11+12)/2001.

1. Từ tháng 6/2005 đến nay trường được đổi tên là Học viện Báo chí và Tuyên truyền (BT).

1. Thực trạng công tác đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản

Ngày nay, hệ thống tổ chức đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản của nước ta gồm có 3 cơ sở chính thức là Phân viện Báo chí và Tuyên truyền; khoa Báo chí, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn thuộc Đại học Quốc gia Hà Nội; khoa Ngữ văn - Báo chí, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn thuộc Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. Ngoài ra, ở Trường Đại học Văn hóa Hà Nội có ngành đào tạo Kinh doanh xuất bản phẩm, còn đào tạo kỹ thuật in lại do Đại học Bách khoa đảm nhiệm. Hoạt động đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản được thực hiện theo 2 hệ là đại học và cao học, riêng đào tạo đại học có 2 hình thức là chính quy và tại chức.

Hiện thời mỗi năm, các cơ sở đào tạo trong cả nước tuyển sinh chính quy hệ đại học 280 chỉ tiêu ngành báo chí (Phân viện Báo chí và Tuyên truyền - 100 chỉ tiêu; khoa Báo chí, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội - 80 chỉ tiêu; khoa Ngữ văn - Báo chí, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh - 100 chỉ tiêu); tuyển sinh hệ cao học: 35 - 40 học viên chuyên ngành báo chí (Phân viện Báo chí và Tuyên truyền; khoa Báo chí, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội) và 50 chỉ tiêu đào tạo chuyên ngành xuất bản (Phân viện Báo chí và Tuyên truyền). Số lượng tuyển sinh tại chức đại học báo chí, xuất bản cũng xấp xỉ số lượng sinh viên chính quy. Như vậy mỗi năm cả nước có thêm khoảng 300 người tốt nghiệp đại học báo chí, xuất bản chính quy, cùng số lượng người xấp xỉ như thế tốt nghiệp đại học báo chí, xuất bản tại chức. Cao học chuyên ngành báo chí được bắt đầu ở Phân viện Báo chí và Tuyên truyền từ

năm 1994, sau đó vài năm cũng được đào tạo tại khoa Báo chí, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội. Việc đào tạo chuyên ngành báo chí ở hệ cao học mở ra điều kiện phát triển nâng cao năng lực chuyên sâu và kỹ năng, nghiệp vụ cho các nhà báo, tạo nguồn bổ sung đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý các cơ quan báo chí, nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ nghiên cứu, giảng dạy cho các nhà trường, chuẩn bị nguồn nhân lực khoa học cho việc xây dựng các cơ sở nghiên cứu khoa học về báo chí. Chương trình và các điều kiện để đào tạo cao học chuyên ngành xuất bản cũng đã chuẩn bị xong tại Phân viện Báo chí và Tuyên truyền, đang chờ các cơ quan quản lý cho phép thực hiện.

Hoạt động đào tạo tại chức mỗi năm góp phần hoàn chỉnh hệ thống lý luận, kỹ năng chuyên môn cho cả nửa nghìn nhà báo, biên tập viên xuất bản đang hoạt động trực tiếp tại các tòa soạn, đáp ứng yêu cầu khách quan và cấp bách về đào tạo cán bộ tại chỗ cho hệ thống báo chí cả nước. Đặc biệt, đào tạo tại chức đã góp phần tích cực trong việc tạo nguồn cán bộ tại chỗ cho các địa phương khó khăn, vùng sâu, vùng xa, dân tộc, miền núi. Đây cũng là phương thức hợp lý nhất, tiện lợi nhất giúp cho những người đã có một bằng đại học không phải chuyên ngành báo chí có thể nhận được chương trình giáo dục chuyên nghiệp báo chí như sự đào tạo lại về nghề nghiệp.

Mỗi năm có khoảng 600 đến 800 nhà báo được tham dự các hình thức bồi dưỡng kiến thức: chính trị, kỹ thuật, kỹ năng và chuyên môn, nghiệp vụ. Các chương trình bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ báo chí đang thực hiện theo “Dự án đào tạo nâng cao cho các nhà báo Việt Nam” của Bộ Văn hóa - Thông tin phối hợp với Phân viện Báo chí và Tuyên truyền được sự tài trợ của Tổ chức Phát triển quốc tế Thụy Điển (SIDA), các chương

trình bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí của Trung tâm Bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí, Hội Nhà báo Việt Nam với sự hợp tác cả Trường Đại học báo chí Lille (Cộng hòa Pháp) đang được thực hiện có hiệu quả. Đây là các chương trình có nội dung thiết thực, gắn với những vấn đề nghiệp vụ báo chí hiện đại, với kỹ năng sử dụng các phương tiện kỹ thuật nghề nghiệp tân tiến, do các giảng viên là các nhà báo chuyên nghiệp, có nhiều kinh nghiệm đến từ nước ngoài, kết hợp với các giảng viên trong nước giảng dạy, hướng dẫn thực hành nghề nghiệp.

Cùng với những kết quả đáng trân trọng, không thể phủ nhận đó, công tác đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản còn không ít những điều bất cập. Trong điều kiện nghèo nàn về nhân lực, vật lực, những vốn quý về kỹ thuật, giảng viên, kinh nghiệm tổ chức đào tạo không được tận dụng làm cho công tác đào tạo cán bộ báo chí còn nhiều khó khăn. Đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản còn hạn chế về quy mô, chất lượng, loại hình so với yêu cầu đặt ra. Hầu như các trường đại học hiện nay chỉ đào tạo có một chức danh cán bộ báo chí có tính truyền thống từ lâu là phóng viên - biên tập viên cho các cơ quan báo chí, các nhà xuất bản. Một loạt nghề chuyên môn trong báo in, phát thanh, truyền hình, xuất bản bị bỏ qua, không có đào tạo cơ bản như: đạo diễn, ghi hình (cameraman), thiết kế - trình bày báo - tạp chí, xướng ngôn viên, báo chí mạng, quản lý kinh tế báo chí, giao tiếp và quản lý nhân sự báo chí, sách điện tử, v.v.. Thực tế này dẫn tới việc sản phẩm đào tạo không tương đồng với nhu cầu cán bộ ở các tòa soạn. Chức danh phóng viên - biên tập viên thì thừa mà vẫn đào tạo; các chức danh khác thì thiếu mà không ai đào tạo, các tòa soạn buộc phải tự đào tạo hay chọn sử dụng từ nguồn đào tạo khác tương đối gần về chuyên môn. Trang thiết bị phục vụ đào tạo, bồi dưỡng còn quá nghèo nàn, lạc hậu, không đồng bộ, không tương đồng với trang thiết bị

hiện hành tại các tòa soạn. Tài liệu học tập của sinh viên còn thiếu nhiều, nhất là tài liệu cho tự học, tự nghiên cứu. Không có cơ quan tổ chức chuyên nghiên cứu khoa học, tổng kết thực tiễn về báo chí, xuất bản nói riêng cũng như về truyền thông đại chúng nói chung.

2. Điều kiện cho công tác đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản hiện nay

Báo chí, xuất bản là một lĩnh vực phát triển hết sức năng động, chịu sự chi phối trực tiếp, nhanh chóng của mọi sự vận động xã hội, đồng thời ảnh hưởng tức thời và mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực, mọi ngõ ngách của cuộc sống đương đại. Vì thế, việc đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản không thể tách rời những điều kiện cụ thể của thời đại. Hơn nữa, nếu không khắc phục kịp thời, những hạn chế, bất cập trong công tác đào tạo cán bộ sẽ trở thành nguyên nhân hàng đầu cho những hạn chế, bất cập của cả nền báo chí, xuất bản nói chung. Vậy điều kiện gì đang quy định và đặt ra yêu cầu cho hoạt động đào tạo những người làm báo, làm xuất bản hiện nay?

Điều kiện trước hết là *sự phát triển nhanh chóng của cuộc cách mạng khoa học, kỹ thuật và công nghệ* trở thành một động lực mạnh mẽ, thúc đẩy sự vận động, phát triển tất cả các lĩnh vực đời sống xã hội, trong đó có báo chí, xuất bản. Các thành tựu khoa học được ứng dụng nhanh chóng vào kỹ thuật - công nghệ truyền thông đại chúng, tạo ra sự thay đổi chóng mặt từ phương tiện kỹ thuật nghiệp vụ đến phương pháp, cách thức hoạt động của lĩnh vực này. Thực tế đó tạo ra sức ép mạnh mẽ về đổi mới tri thức, lý luận và kỹ năng nghiệp vụ báo chí, xuất bản, đặc biệt là kỹ năng làm việc với các phương tiện kỹ thuật hiện đại.

Mặt khác, *quá trình toàn cầu hóa truyền thông đại chúng đang diễn ra nhanh chóng*. Mô hình “làng truyền thông toàn cầu” mà Mc Luhan nói đến từ đầu thế kỷ XX đang dần dần trở thành hiện thực. Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng là hệ quả tất yếu của cuộc cách mạng khoa học - kỹ thuật - công nghệ hiện đại và tiến trình toàn cầu hóa trong lĩnh vực kinh tế. Đến lượt mình, nó lại trở thành động lực thúc đẩy nhanh toàn cầu hóa kinh tế và cuộc cách mạng khoa học - kỹ thuật - công nghệ. Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng vừa hình thành cơ hội tích cực, vừa tạo ra những thách thức lớn đối với báo chí, xuất bản nói riêng, cũng như đối với cuộc sống xã hội, tiến trình phát triển nói chung của các nước nghèo, các nước đang phát triển.

Tương quan chính trị thế giới có những chuyển động phức tạp. Chiến tranh lạnh kết thúc không mang lại nền hòa bình toàn cầu, thậm chí còn dẫn tới sự bùng nổ những xung đột ở phạm vi quốc gia và khu vực. Các quốc gia đế quốc phương Tây có tiềm lực kinh tế - kỹ thuật mạnh, có trong tay hệ thống truyền thông đại chúng khổng lồ, hiện đại với sức mạnh ảnh hưởng toàn cầu đang triệt để lợi dụng ưu thế này để khuynh đảo dư luận, tô vẽ diện mạo của mình, can thiệp, phá hoại các quốc gia dân tộc không cùng định hướng chính trị để bảo vệ những quyền lợi ích kỷ của các tập đoàn tư bản. Đặc biệt là Mỹ với âm mưu giữ vai trò lãnh đạo thế giới, can thiệp ngày càng thô bạo vào nội tình các quốc gia dân tộc khác nhằm bảo đảm tốt nhất những lợi ích của mình. Nguy cơ một cuộc chạy đua vũ trang mới ngày càng trở nên rõ ràng hơn, chủ nghĩa xã hội đang đứng trước những khó khăn thử thách lớn. Lợi ích, tự do, chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ của các dân tộc nhược tiểu, các quốc gia chậm phát triển kinh tế đang bị xâm phạm.

Ở trong nước, chính sách đổi mới của Đảng tạo ra động lực mạnh mẽ cho sự phát triển toàn diện của đất nước về kinh tế, văn hóa, quan hệ đối ngoại cũng như vị thế và uy tín của Việt Nam trên trường quốc tế ngày càng cao. Sự vận động của thực tiễn xây dựng và phát triển đất nước đang đặt ra những vấn đề rất phong phú, mới mẻ: nền kinh tế thị trường đa thành phần đang hình thành và phát huy ảnh hưởng trên thực tế; vốn đầu tư nước ngoài đổ vào, những cơ sở kinh tế liên doanh hay 100% vốn nước ngoài mọc lên cùng với sự xuất hiện những mối quan hệ mới mẻ và phức tạp về xã hội; quá trình cải cách hành chính và xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa; mô hình xã hội chủ nghĩa và con đường, cách thức tổ chức, xây dựng đất nước vừa đảm bảo được định hướng xã hội chủ nghĩa, vừa chủ động hội nhập quốc tế, trở thành đối tác bình đẳng, tin tưởng với khu vực và quốc tế; xây dựng nền văn hóa hiện đại, bản sắc và đấu tranh chống những ảnh hưởng văn hóa tiêu cực đang hằng ngày, hằng giờ tràn vào dưới đủ loại, đủ hình thức; cuộc đấu tranh chống âm mưu phá hoại của kẻ thù công khai và giấu mặt, chống diễn biến hòa bình dưới những hình thức biểu hiện phong phú và nham hiểm, v.v..

Cuộc đấu tranh chống tiêu cực trong xã hội trở nên phức tạp do sự thúc đẩy của nền kinh tế thị trường, do hành lang pháp lý và cơ chế tổ chức, quản lý xã hội chưa chặt chẽ, hiệu quả thấp, do thiếu sự giáo dục thường xuyên, sự rèn luyện nghiêm khắc của cán bộ và do nhiều nguyên nhân khác.

Trong điều kiện ấy, *vai trò, vị thế của báo chí, xuất bản trong xã hội ngày càng cao*. Điều đó có được chủ yếu do khả năng tác động nhanh, rộng khắp toàn xã hội và có sức thu hút đối với công chúng xã hội. Mặt khác, nó cũng do sự tăng nhanh về nhu cầu tiếp nhận thông tin của nhân dân. Báo chí, xuất

bản (cũng như truyền thông đại chúng) đã thực sự trở thành nguồn thông tin quan trọng nhất đối với mỗi con người trong xã hội hiện đại, trở thành công cụ quản lý xã hội, kênh giao tiếp, phương tiện giải trí, dịch vụ hiện đại, tiện lợi, cầu nối văn hóa và trường học mở rộng cho toàn xã hội. Báo chí, xuất bản càng phát triển, vai trò, vị thế của nó càng được nâng cao. Điều kiện ấy đòi hỏi báo chí, xuất bản không chỉ hiện đại về kỹ thuật, công nghệ, tinh thông nghề nghiệp mà còn phải trở thành một nền báo chí, xuất bản có trách nhiệm xã hội cao, dân chủ, trung thực và nhạy bén để đáp ứng kịp thời các nhu cầu thông tin và dịch vụ không ngừng mở rộng của xã hội.

3. Những yêu cầu đang đặt ra cho đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản

Môi trường xã hội và thực tiễn phát triển của báo chí trong và ngoài nước đặt ra cho công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ báo chí, xuất bản hiện nay những yêu cầu rất phong phú. Có thể chỉ ra những nội dung chính của các yêu cầu ấy:

- Đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao năng lực quản lý, điều hành hệ thống và các cơ quan báo chí, xuất bản bao gồm từ quản lý kinh tế, quản lý tổ chức, nhân sự, quản lý sản xuất, quản lý và khai thác các nguồn thông tin.

- Đào tạo, bồi dưỡng về văn hóa - tri thức nhằm nâng cao trình độ hiểu biết toàn diện cho cán bộ báo chí, xuất bản. Đặc biệt quan trọng là tạo điều kiện cho cán bộ báo chí, xuất bản cập nhật những tri thức, kinh nghiệm mới của thế giới và khu vực trên cơ sở nắm vững những kinh nghiệm, bài học lịch sử của hoạt động báo chí, xuất bản của Đảng và Nhà nước ta.

- Đào tạo, bồi dưỡng về lý luận, nâng cao trình độ nhận thức chính trị - xã hội, thường xuyên củng cố lập trường,

quan điểm, thái độ trách nhiệm chính trị - xã hội của đội ngũ cán bộ báo chí, xuất bản. Đào tạo, bồi dưỡng lý luận chính trị là yêu cầu sống còn và gắn bó chặt chẽ, dựa trên cơ sở trang bị tốt về văn hóa, kỹ năng nghề nghiệp. Đây cũng là một vấn đề có tính thời sự nhằm nâng cao năng lực công tác chuyên môn cho những người làm báo, làm xuất bản.

- Đào tạo và bồi dưỡng về hiểu biết, kỹ năng sử dụng, khai thác các loại hình phương tiện kỹ thuật hiện đại, làm chủ công nghệ tiên tiến trong hoạt động nghề nghiệp. Quan tâm, chú ý đến chuyển giao công nghệ và sử dụng có hiệu quả các thiết bị hiện đại, nhất là máy tính.

- Đào tạo, bồi dưỡng về chính sách, luật pháp, làm cho cán bộ báo chí, xuất bản cập nhật và nắm vững các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, hiểu sâu sắc và thường xuyên, nghiêm túc thực hiện luật pháp và các quy định, yêu cầu có ý nghĩa như luật định.

- Đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ, kỹ năng nghề nghiệp làm báo, làm xuất bản lên ngang tầm các nền báo chí, xuất bản hiện đại trên thế giới. Sự lạc hậu về kỹ năng làm báo, làm xuất bản từ khâu tập hợp, xử lý tài liệu, khai thác, phát triển các sản phẩm, đến theo dõi tác động, đánh giá hiệu quả của sản phẩm, là một nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu quả xã hội của báo chí, xuất bản.

- Đào tạo, bồi dưỡng ngoại ngữ - cái cửa giao tiếp quan trọng của mỗi cán bộ báo chí, xuất bản với thế giới bên ngoài.

4. Một số giải pháp có thể cho đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản trong điều kiện mới

Từ những cơ sở khoa học và thực tiễn trên có thể đưa ra một số giải pháp nhằm đổi mới, nâng cao chất lượng công tác

đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản để đáp ứng những yêu cầu, nhiệm vụ đặt ra cho báo chí, xuất bản trong thời gian tới.

Trước hết, cần sớm thống nhất *nhận thức, quan điểm và hình thành hệ thống chỉ đạo nhất quán* để tận dụng tất cả các khả năng hiện có, tiết kiệm đầu tư, có kế hoạch, quy hoạch trong tổ chức thực hiện. Hệ thống chỉ đạo thống nhất ấy phải dựa chắc vào chiến lược của Đảng và Nhà nước về phát triển hệ thống truyền thông đại chúng, có cơ chế làm việc hiệu dụng để có thể đề ra và triển khai thực thi những chính sách nhất quán, hợp lý và tích cực về công tác đào tạo cán bộ truyền thông đại chúng cho cả nước. Đã đến lúc cần *đầu tư xây dựng một cơ sở đào tạo cán bộ truyền thông đại chúng đầu ngành có chất lượng cao (báo chí, xuất bản chỉ là một bộ phận, nhưng là bộ phận quan trọng nhất trong cơ sở đó)*; có năng lực tiếp cận nhanh và kịp thời chuyển giao những công nghệ hiện đại trong lĩnh vực này. Gắn bó trực tiếp và ngay trong thành phần của cơ sở học đường này cần phải xây dựng được một cơ sở nghiên cứu về lĩnh vực truyền thông đại chúng có khả năng đặt ra và nghiên cứu những vấn đề mới, tổng kết các vấn đề thực tế, nghiên cứu, ứng dụng kịp thời những kỹ thuật công nghệ tiên tiến của khu vực và thế giới. Cùng với cơ sở đầu ngành này là các cơ sở đào tạo cán bộ phân bố hợp lý ở các khu vực trong cả nước. Chỉ có như vậy chúng ta mới có khả năng thúc đẩy phát triển nhanh chóng công tác đào tạo cán bộ về mặt chất lượng, đáp ứng hợp lý về số lượng, chủng loại chuyên ngành cho hệ thống truyền thông đại chúng nói chung và báo chí, xuất bản nói riêng của cả nước.

Đa dạng hóa chuyên ngành đào tạo phù hợp với thực tế hoạt động rất phong phú của lĩnh vực truyền thông đại chúng hiện đại đang phát triển nhanh chóng. Trước mắt, cần sớm

huy động nguồn lực khoa học và các điều kiện có thể để được mở các chuyên ngành hẹp phù hợp với các chức năng chuyên môn của các loại hình báo chí, xuất bản. Trên cơ sở đó dần dần tiếp cận và tổ chức đào tạo kịp thời các nghề nghiệp trong toàn bộ lĩnh vực truyền thông đại chúng. Cần kết hợp tốt giữa phần đào tạo những tri thức, kỹ năng nghề nghiệp chung với nội dung đào tạo chuyên sâu về từng chức danh nghề nghiệp trong từng loại hình tòa soạn báo chí, xuất bản khác nhau. Đặc biệt, cần quan tâm đào tạo mảng truyền thông đại chúng qua mạng máy tính toàn cầu để sớm có những chuyên gia công nghệ phần mềm tin học và những cán bộ chuyên môn xây dựng, khai thác các trang Web của các cơ quan thông tấn, báo chí, xuất bản.

Đổi mới nội dung chương trình đào tạo, tăng cường trang thiết bị kỹ thuật tương đồng với hệ kỹ thuật hiện hành tại các cơ quan báo chí, xuất bản, tăng cường cơ sở vật chất, kinh phí cho việc thực hiện các chương trình đào tạo. Đổi mới cách thức, phương pháp tổ chức quá trình đào tạo ở các cơ sở đào tạo cơ bản, đặc biệt chú ý tăng cường phần thực hành các kỹ năng nghề nghiệp. Sớm cho phép đào tạo tiến sĩ báo chí, thạc sĩ và tiến sĩ chuyên ngành xuất bản để đáp ứng yêu cầu bổ sung lực lượng cán bộ quản lý, lãnh đạo, cán bộ nghiên cứu, giảng dạy của các cơ quan báo chí, xuất bản, của các trường, trung tâm đào tạo, bồi dưỡng cán bộ báo chí, xuất bản.

Tăng cường thông tin hợp tác lẫn nhau giữa các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng, tránh chồng chéo, tận dụng các khả năng hiện có về người dạy, về phương tiện kỹ thuật nghiệp vụ và nguồn kinh phí. Có chính sách rõ ràng về sự ràng buộc trách nhiệm lẫn nhau giữa các cơ sở đào tạo với các cơ quan báo chí, xuất bản sử dụng cán bộ, với hệ thống lãnh đạo, quản lý báo chí,

xuất bản trong cả nước đang thực hiện việc quy hoạch, lựa chọn, sắp xếp, kiểm tra đối với cán bộ báo chí.

Hình thành một hành lang pháp lý tích cực cho hoạt động đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản, nhất là các chính sách, chế độ về tài chính, đầu tư, sử dụng và đãi ngộ cán bộ. Hành lang pháp lý mới cần thể chế hóa chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, trở thành điều kiện bảo đảm cho các cơ sở đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản phát triển đúng định hướng, đồng thời tạo ra cơ chế cho phép các cơ sở đó phát huy thế mạnh của mình, chủ động tạo ra những điều kiện cần thiết, tích cực trong việc mở rộng phạm vi ảnh hưởng, nâng cao năng lực chuyên môn, nghề nghiệp.

* *

*

Đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản không chỉ nhằm phục vụ cho những nhiệm vụ đang đặt ra hôm nay, mà quan trọng hơn, nó đang chuẩn bị đội ngũ những chủ nhân của hệ thống báo chí, xuất bản ngày mai. Trong khi đó, công tác đào tạo không chỉ cung cấp tri thức, giáo dục kỹ năng nghề nghiệp, mà còn hình thành quan điểm, thái độ chính trị - xã hội, phương pháp tư duy - những điều kiện quyết định ban đầu đặt nền móng cho sự phát triển lâu dài của người cán bộ làm báo, làm xuất bản. Đó chính là cái lý đòi hỏi chúng ta phải quan tâm đầy đủ và thích đáng đến công tác này.

31

NÂNG CAO TÍNH CHUYÊN NGHIỆP TRONG ĐÀO TẠO NHÀ BÁO*

Đào tạo nhà báo là một việc rất quan trọng. Tầm quan trọng của việc đào tạo nhà báo là do chính vai trò báo chí trong đời sống xã hội hiện đại quy định. Đào tạo nhà báo cũng là một việc khó. Bởi vì, nhà báo là người làm một nghề rất đặc biệt, đòi hỏi không chỉ tri thức, kỹ năng cụ thể mà còn cần có ý thức chính trị, trách nhiệm công dân, lòng trung thực, dũng cảm và lòng yêu nghề sâu sắc.

Tuy nhiên, khi đặt vấn đề đào tạo nhà báo trong không gian trường đại học, trong khuôn khổ thời gian hạn hẹp từ 2 đến 4 năm thì yếu tố quyết định nhất là *dạy nghề*. Cần hiểu rằng, dạy nghề không chỉ đơn giản là dạy các hành vi, thao tác, các công việc đơn thuần mang tính kỹ thuật. Thực chất, dạy nghề làm báo đã bao hàm trong đó cả dạy ý thức nghề nghiệp, dạy các quy chuẩn đạo đức, dạy thái độ, phương pháp trong hành nghề, quan điểm chính trị - xã hội khi tiếp cận sự kiện, khai thác, xử lý thông tin, v.v..

Theo lời dạy của Chủ tịch Hồ Chí Minh, người cán bộ phải vừa *hồng*, vừa *chuyên*. Người làm báo “cũng là chiến sĩ cách mạng”,

* Tham luận tại Hội thảo về đào tạo cán bộ báo chí do Học viện Báo chí và Tuyên truyền tổ chức, tháng 5/2009.

đương nhiên họ cần có đầy đủ hai phẩm chất ấy. Đào tạo nhà báo trong trường đại học phải bảo đảm cả *hồng* và *chuyên*, nhưng cần hiểu rằng, vì *hồng* mà phải nhấn trước hết vào *chuyên*. Cùng với *chuyên* và thông qua *chuyên* để bồi dưỡng, phát huy cái *hồng*. Thông qua cái *chuyên* để thể hiện cái *hồng*. Trong nghề làm báo cách mạng, *hồng* và *chuyên* bao giờ cũng phải hòa quyện vào nhau, thống nhất với nhau và trong *chuyên* đúng là đã có *hồng*.

Mặt khác, trường đại học có thể thực hiện tốt việc dạy nghề một cách toàn diện cho nhà báo, cấp chứng chỉ để nhà báo ra trường có thể hành nghề. Còn vấn đề liên quan đến dạy người, đó là cả một quá trình đào tạo, giáo dục, lựa chọn ngay từ trong nhà trường phổ thông và sự rèn luyện tiếp tục của người làm báo trong môi trường làm việc sau này. Trường đại học chỉ có thể tham góp một phần vào việc dạy người - tức là phần *hồng* trong người cán bộ, thông qua việc trang bị tri thức, nâng cao nhận thức về vai trò, vị trí, trách nhiệm, vinh dự, đòi hỏi xã hội đối với người làm báo nói riêng và công dân nói chung.

Cũng cần nói thêm rằng, căn cứ vào những nguyên nhân đó đã có những chỉ thị, nghị quyết đưa ra để khắc phục. Tuy nhiên, nhiều giải pháp, yêu cầu trong các chỉ thị, nghị quyết đó đã không được triển khai thực hiện một cách nghiêm túc. Chính vì thế, điều kiện và tình trạng chung của công tác đào tạo cán bộ báo chí của chúng ta hầu như ít thay đổi về chất lượng.

Trở lại vấn đề quyết định trong đào tạo người làm báo là *dạy nghề*. Yêu cầu nghề của nhà báo là tính chuyên nghiệp cao. Tính chuyên nghiệp của nhà báo thể hiện ở những phẩm chất chính trị - xã hội, đạo đức nghề nghiệp, ở phương pháp, cách thức hành nghề một cách khoa học, hiệu quả; ở sự hiểu

biết sâu sắc về các mối quan hệ, cơ chế vận hành trong lĩnh vực báo chí; ở sự tinh thông, thuần thục các kỹ năng nghề nghiệp; ở khả năng sử dụng và thích nghi với các loại hình phương tiện kỹ thuật hiện đại phục vụ cho hoạt động nghề nghiệp. Muốn đào tạo được nhà báo chuyên nghiệp thì trước hết, công việc đào tạo phải chuyên nghiệp và không ngừng nâng cao tính chuyên nghiệp cho phù hợp và cập nhật với sự vận động nhanh chóng của thực tiễn báo chí.

Vậy *tính chuyên nghiệp* trong công tác đào tạo người làm báo thể hiện ở những yếu tố nào, phải làm thế nào để nâng cao phẩm cấp các yếu tố đó?

Có một số yếu tố sau có ý nghĩa và tác động đến khả năng tăng cường tính chuyên nghiệp trong đào tạo nhà báo ở các trường đại học:

Thứ nhất là nhận thức: Tính chuyên nghiệp trong đào tạo nhà báo trước hết chính là nhận thức đúng đắn, dựa chắc trên các cơ sở khoa học, thực tiễn. Chỉ có hiểu đúng và đầy đủ về yêu cầu, tính chất của việc đào tạo nhà báo mới có thể đưa ra các giải pháp, thống nhất về phương pháp, con đường nhằm giải quyết các vấn đề khó khăn, cản trở, để tạo ra môi trường, điều kiện đào tạo người học nghề làm báo đáp ứng được các yêu cầu về tính chuyên nghiệp.

Thứ hai là người dạy: Làm báo là một nghề nghiệp vì thế dạy người làm báo phải là người có nghề và nghề với tính chuyên nghiệp cao. Không thể chỉ bằng trang bị lý thuyết mà có thể cho ra trường những người làm nghề một cách chuyên nghiệp. Tất nhiên dạy lý thuyết là cần thiết, không thể bỏ qua, nhưng phần lý thuyết phải theo tỷ lệ thích hợp và không tách rời phần thực hành thao tác nghề nghiệp. Tốt nhất, người dạy

lý thuyết báo chí cũng phải có kinh nghiệm nhất định trong hoạt động báo chí.

Việc đưa cán bộ nghiên cứu, giảng dạy đi thực tế nghề nghiệp ở các tòa soạn, việc mời một số nhà báo đến thỉnh giảng là rất cần thiết, rất có lợi cho đào tạo nhà báo trong nhà trường. Nhưng như thế chưa đủ để bảo đảm tính chuyên nghiệp trong đào tạo. Đã đến lúc cần phải căn cơ hơn, quyết liệt hơn trong việc chuẩn bị và huy động đội ngũ người làm báo giỏi, có kinh nghiệm lâu năm, trực tiếp tham gia công tác giảng dạy trong các trường đại học đào tạo người làm báo. Muốn làm được việc đó đòi hỏi phải có sự thay đổi về cơ chế, chính sách để bảo đảm không chỉ động viên, đòi hỏi về trách nhiệm mà còn tạo ra sự hợp lý, hơn nữa là sức hấp dẫn về lợi ích cho người làm báo tham gia giảng dạy.

Thứ ba là chương trình: Nếu dạy nghề là yếu tố quyết định trong đào tạo nhà báo chuyên nghiệp thì các môn học dạy nghề cũng là trung tâm, chủ yếu và chiếm thời lượng nhiều nhất trong chương trình. Trong chương trình đại học, cần lược bớt những môn học kiến thức chung mà chủ yếu là nhắc lại và nâng cao nội dung chính yếu đã học ở trường phổ thông, cần cân chỉnh lại các môn học trên cơ sở tăng cường thời lượng thực hành nghề nghiệp trong trường và tại các tòa soạn.

Trong chương trình cao học cần áp dụng hai loại bằng: thạc sĩ nghiên cứu và thạc sĩ nghề nghiệp. Thạc sĩ nghiên cứu có thể học 2 năm và được thi vào học nghiên cứu sinh. Thạc sĩ nghề nghiệp chỉ cần học trong 1 năm, cho những người chủ yếu là để đi làm báo chuyên nghiệp. Tương tự, loại hình thứ nhất có thể có yêu cầu khắt khe về chuyên ngành đào tạo đại học, về học hàm, học vị người dạy. Đối với loại hình thứ hai

có thể tuyển sinh từ những người tốt nghiệp bất cứ chuyên ngành đào tạo đại học nào và không đặt ra yêu cầu bắt buộc về học vị, học hàm của người dạy.

Dạy nghề làm báo đòi hỏi hệ thống cơ sở vật chất lớn, phức tạp cho nên định suất kinh phí đào tạo cũng lớn hơn nhiều ngành học khác. Phương tiện kỹ thuật phải đủ chủng loại, ngang với trình độ kỹ thuật của các tòa soạn hiện thời và thường xuyên đổi mới theo thực tế. Mặt khác, cũng phải có nguồn kinh phí đáp ứng những yêu cầu chi tiêu trong quá trình đào tạo. Chỉ có như thế, sinh viên ra trường mới tự tin để có thể bắt tay vào hoạt động nghề nghiệp.

Thứ tư là cơ chế, chính sách: Không thể nâng cao tính chuyên nghiệp trong đào tạo người làm báo nói riêng, cũng như nhiều ngành học đại học khác nói chung nếu cứ áp dụng cơ chế quản lý bao cấp từ quản lý chương trình, quản lý tài chính, quản lý tuyển sinh, quản lý chất lượng đào tạo như hiện nay. Việc đổi mới cơ chế, chính sách có ý nghĩa như là giải quyết khâu quyết định để mở đường cho nâng cao chất lượng đào tạo báo chí chuyên nghiệp. Có rất nhiều việc cần phải làm trong vấn đề cơ chế, chính sách như: trao quyền tự chủ cho các trường; dỡ bỏ những quy định quá lạc hậu về tài chính và chế độ chi tiêu; xây dựng hệ thống quản lý giờ học, giờ giảng dạy linh hoạt dựa chủ yếu vào hiệu quả dạy nghề; hình thành các thiết chế xã hội trong việc tư vấn, đánh giá chất lượng đào tạo, v.v..

Tóm lại, việc nâng cao tính chuyên nghiệp trong đào tạo người làm báo đã trở thành vấn đề được xã hội quan tâm, là một đòi hỏi khách quan. Nếu việc này không được giải quyết sớm sẽ không chỉ hạn chế trong cung cấp nguồn nhân lực cho

hệ thống báo chí hiện đang phát triển nhanh chóng ở nước ta, mà còn ảnh hưởng không tốt đến chất lượng, hiệu quả tác động xã hội của báo chí, cũng như khó khăn, phức tạp trong công tác quản lý báo chí cả trước mắt và lâu dài. Việc nâng cao tính chuyên nghiệp trong đào tạo người làm báo đòi hỏi sự đổi mới từ nhận thức đến nhiều yếu tố, điều kiện liên quan đến nhiều cấp, ngành khác nhau. Vì thế, rất cần có sự lãnh đạo, chỉ đạo chung thống nhất, quyết liệt và có hiệu quả.

Ý NGHĨA CỦA QUAN SÁT TRONG HOẠT ĐỘNG BÁO CHÍ*

Đối với con người, đôi mắt không chỉ đơn thuần là giác quan để nhận biết hình ảnh, màu sắc của môi trường xung quanh, mà quan trọng hơn, đó còn là cánh cửa của nhận thức. Nhờ có mắt, người ta giao tiếp, nhận biết thế giới vô cùng phong phú, sinh động, tích lũy những hình ảnh, ấn tượng về các sự vật, hiện tượng để rồi gạn lọc, liên hệ, phân tích, khái quát trở thành những kinh nghiệm, tích lũy thành vốn hiểu biết. Chính vì thế, việc quan sát bằng mắt có vai trò vô cùng quan trọng trong đời sống mỗi con người. Dân gian đã đúc kết kinh nghiệm thực tiễn thành một câu thành ngữ có ý nghĩa thật sâu sắc về đôi mắt: “giàu hai con mắt, khó hai bàn tay”.

Đối với nhà báo, quan sát bằng mắt càng có ý nghĩa quan trọng hơn. Bởi vì, ngoài ý nghĩa phổ quát của nhân sinh, thì đó còn là “phương tiện hành nghề” không thể thay thế của nhà báo để giao tiếp với nguồn tin, khai thác thông tin, hình thành chất liệu cho tác phẩm báo chí; còn là phương tiện, phương pháp để nhà báo tích lũy tri thức, vốn sống, nâng cao trình độ nhận thức.

* Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, số Xuân Đinh Hợi năm 2007.

Quan sát báo chí là sự theo dõi bằng mắt một cách có định hướng, có chủ tâm đối với các đối tượng có khả năng cung cấp thông tin cho nhà báo. Đây là một phương pháp khai thác thông tin, đồng thời là một phương pháp tự học tập của nhà báo. Đối tượng mà quan sát báo chí hướng tới là nguồn cung cấp thông tin. Đó có thể là môi trường, khung cảnh thiên nhiên, những sự vật, hiện tượng trong tự nhiên, xã hội, là người đối thoại hay một tập thể người nào đó, v.v..

Nói một cách cụ thể, quan sát có những ý nghĩa gì trong hoạt động nghề nghiệp của người làm báo?

- Trước hết, quan sát giúp các nhà báo phát hiện, khai thác các chi tiết thông tin cho tác phẩm báo chí tương lai. Trong tác phẩm báo chí, chi tiết có vai trò đặc biệt quan trọng. Chi tiết là chất liệu tạo thành sự kiện trong tác phẩm, thể hiện định hướng chính trị, tư tưởng, biểu hiện thái độ, chính kiến của nhà báo. Những quan sát trực tiếp giúp cho nhà báo phát hiện những chi tiết cụ thể, sinh động và có sức hấp dẫn. Hơn thế nữa, những chi tiết, thông số mà nhà báo thu nhận được khi quan sát trực tiếp còn tạo cho nhà báo tâm lý tin tưởng, yên tâm khi hình thành tác phẩm của mình. Sự tin tưởng, yên tâm của nhà báo đối với những gì mình viết ra cũng là một yếu tố có khả năng tăng thêm sức thuyết phục của tác phẩm báo chí đối với công chúng.

Trong quá trình sáng tạo một số thể loại tác phẩm báo chí như: phóng sự, ghi nhanh..., quan sát trực tiếp có ý nghĩa như là một yếu tố bắt buộc. Bởi vì, chỉ có qua quan sát, nhà báo mới phát hiện được những chi tiết tài liệu cần thiết. Thậm chí đôi khi, tiến trình quan sát của nhà báo còn trở thành logic kết cấu của tác phẩm. Trong quá trình sáng tạo một số thể loại tác phẩm khác, nếu không phải là yêu cầu bắt buộc thì quan sát

vẫn được coi là điều kiện tối ưu. Bởi vì, quan sát sự vật, hiện tượng, con người có khả năng mang lại cho nhà báo những chi tiết đắt giá, sinh động và có hiệu quả bất ngờ, nhất là những chi tiết liên quan đến biểu hiện tâm lý nhân vật.

Trong thực tế hoạt động báo chí có những trường hợp, chỉ cần thông qua quan sát nét mặt, ánh mắt, một số hành vi cụ thể, những nhà báo có kinh nghiệm đã có thể nhận biết người đối thoại với mình đang nói dối hoặc cung cấp những thông tin không đủ độ tin cậy.

- *Thứ hai, quan sát giúp nhà báo kiểm tra sự đúng đắn của tài liệu cũng như nhận thức của mình về nguồn tin, sự vật, hiện tượng.* Đó có thể là trong trường hợp nhà báo còn nghi ngờ độ chính xác của những thông tin thu được qua những cuộc phỏng vấn hoặc qua nghiên cứu các văn bản, tài liệu. Cũng có thể, ý nghĩa đó xuất hiện khi những chi tiết thông tin đã có về một sự việc, một nhân vật chưa đủ để hoàn thành tác phẩm, nhất là đối với các tác phẩm có dung lượng thông tin tương đối lớn. Quan sát trở thành biện pháp hỗ trợ, giúp nhà báo bổ sung những chi tiết thông tin cần thiết hoặc đơn thuần chỉ là tạo ra hứng thú cho việc thể hiện tác phẩm.

Những kết quả thu được bằng quan sát trực tiếp giúp nhà báo hiệu chỉnh lại các chi tiết thông tin, xem xét lại mối quan hệ giữa các bộ phận trong tác phẩm, cân chỉnh lại hay xác định thái độ quả quyết của mình về nhân vật, sự kiện trong tác phẩm. Đôi khi, có những điều kiện nào đó đã để lại cho nhà báo những mặc cảm, định kiến. Kết quả quan sát trực tiếp cho phép nhà báo đi đến một cách tiếp cận hợp lý, thậm chí có thể thay đổi cả ý kiến, thái độ của mình về sự kiện và con người cụ thể.

- *Thứ ba, quan sát cho phép nhà báo thay đổi hành vi, có phương pháp hợp lý trong tiếp cận, xử lý những vấn đề nghiệp vụ, ứng phó kịp thời, đúng đắn với những tình huống mới, đột xuất ngoài dự kiến.* Ý nghĩa này thường xuất hiện trong hai trường hợp.

Trường hợp thứ nhất xảy ra trong khi giao tiếp nghề nghiệp với nguồn tin, sự quan sát tinh tế đối với những biểu hiện tâm lý của người đối thoại cho phép nhà báo tùy cơ ứng biến, không mắc phải những sai lầm đáng tiếc. Qua quan sát những hành vi cụ thể, nhà báo có thể đoán định được rằng, người đối thoại với mình có quan hệ thế nào với sự kiện, thái độ của người đó có sẵn sàng hợp tác hay đối phó.

Trường hợp thứ hai là yêu cầu nghề nghiệp không thể bỏ qua của những người làm truyền hình, phát thanh, khi quan sát nhân vật và khung cảnh, môi trường làm việc để xác định vị trí ghi hình, phỏng vấn, bố trí hậu cảnh và ánh sáng cần thiết cho khuôn hình. Đôi khi, sự quan sát không cẩn thận dẫn đến những sai sót đáng tiếc, làm mất cơ hội sửa chữa khi sự việc đã qua đi.

- *Thứ tư, quan sát có ý nghĩa như một cửa tiếp nhận tri thức để tăng cường hiểu biết, vốn sống của nhà báo.* Hằng ngày, hằng giờ, việc quan sát những hiện tượng tự nhiên, xã hội, những hành vi của con người xung quanh đều có thể mang lại cho nhà báo một điều mới mẻ, một sự hiểu biết nào đó. Đó có thể là một sự vật, hiện tượng mà nhà báo chưa được biết tới. Cũng có thể là từ sự quan sát, so sánh, phân tích những hành vi của nhiều người khác nhau làm cho nhà báo hiểu ra một vấn đề nào đó trong quan hệ giữa người với người. Hoặc có thể từ những khung cảnh thiên nhiên, những biểu hiện tâm lý của

con người trong những hoàn cảnh cụ thể mang lại cho nhà báo một cảm xúc, ấn tượng nào đó, cho phép nhà báo liên hệ, khái quát để có thêm một kinh nghiệm, làm sâu sắc thêm vốn sống của mình. Trong mọi trường hợp, sự quan sát bằng mắt vẫn là phương pháp quan trọng nhất, nguồn lớn nhất, quyết định nhất cho việc tích lũy vốn sống của mỗi nhà báo.

Vốn sống bao giờ cũng rất quý và rất quan trọng đối với mỗi nhà báo. Bởi vì đây là những gì mà bản thân nhà báo đã chứng kiến, trải nghiệm, do đó đã trở thành máu thịt, một bộ phận tạo thành khả năng nghề nghiệp của nhà báo. Vốn sống đó không chỉ tạo điều kiện cho nhà báo có cách tiếp cận hợp lý hơn những vấn đề của cuộc sống, có sự nhận định, đánh giá đúng về những con người, sự việc, dễ dàng hơn trong việc xử lý những tình huống khó khăn hoặc bất ngờ trong quá trình hành nghề, v.v.. Vốn sống còn được nhà báo vận dụng, khai thác một phần hợp lý vào chính trong các tác phẩm của mình. Nói như nhà báo Hữu Thọ, “vốn sống là một thứ kiến thức đặc biệt mà không một kiến thức sách vở nào thay thế được”¹.

Cho dù các chi tiết thông tin thu được từ quan sát đất đến đâu, quan trọng thế nào thì trước khi sử dụng, nhà báo vẫn cần phải kiểm tra, phân tích và cân nhắc kỹ càng. Bởi vì, nói cho cùng thì những thông tin có từ quan sát cũng mới chỉ phản ánh những hình ảnh bên ngoài của sự vật, con người. Song trên thực tế, nhiều khi cái biểu hiện ra bên ngoài lại không đồng nhất với thực chất bên trong của sự vật, hiện tượng, thậm chí có thể còn mâu thuẫn với tính chất vốn có của con người, sự việc. Hơn thế nữa, những thông tin đó bao giờ cũng mang tính

1. Hữu Thọ: *Công việc của người viết báo*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội, 1997, tr.34.

chủ quan, chịu ảnh hưởng của trạng thái tâm lý, trình độ hiểu biết, kinh nghiệm sống của nhà báo.

Mặt khác, để có một thói quen, một cách thức quan sát tích cực, có hiệu quả, trước hết mỗi nhà báo phải nhận thức được tầm quan trọng, ý nghĩa to lớn của nó trong hoạt động nghề nghiệp của mình. Trên cơ sở nhận thức ấy, nhà báo phải tự học tập, rèn luyện để tạo cho mình một thói quen và những kỹ năng cần thiết cho hoạt động quan sát báo chí.

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ PHỎNG VẤN*

1. Phỏng vấn là gì?

Trong lý luận cũng như trong thực tiễn báo chí hiện đại, từ “phỏng vấn” mang hai nghĩa:

- Là một thể loại tác phẩm báo chí;
- Là phương pháp khai thác, thu thập thông tin.

Trong khuôn khổ “lao động báo chí” ta bàn tới phỏng vấn theo nghĩa thứ hai. Ở đây có thể đưa ra một định nghĩa như sau: Phỏng vấn là một phương pháp nghiệp vụ của nhà báo trong khi giao tiếp nhằm khai thác và thu thập thông tin bằng cách hỏi và đáp với người đối thoại - nguồn tin.

Phương pháp phỏng vấn được dùng trong cả hai trường hợp: khi nhà báo định thực hiện một tác phẩm phỏng vấn hoặc khi nhà báo muốn thu thập thông tin từ người có thông tin. Đây là phương pháp quan trọng nhất trong các phương pháp sẵn tìm tin tức của nhà báo.

Theo định nghĩa trên, nhà báo là người phỏng vấn - tức là người chủ động đưa ra các câu hỏi có chủ ý. Còn người đối

* Ghi lại nội dung cuộc trao đổi với các nhà báo trong một khóa bồi dưỡng nghiệp vụ tại Trung tâm Bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí, Hội Nhà báo Việt Nam, năm 2006.

thoại là người bị phỏng vấn - người trực tiếp can dự hay đã chứng kiến hoặc có liên quan trực tiếp đến sự kiện, vấn đề mà cuộc phỏng vấn đề cập. Mục đích của cuộc phỏng vấn là khai thác và thu thập thông tin có ở người bị phỏng vấn.

Phỏng vấn không phải là một cuộc trò chuyện đơn thuần và càng không phải là một cuộc tranh luận. Cả hai trường hợp trên, thông tin xuất hiện từ hai phía đối thoại và có sự giao thoa ảnh hưởng, thậm chí dẫn đến sự thay đổi chiều hướng, tính chất của thông tin.

Trong phỏng vấn, người phỏng vấn và người bị phỏng vấn có quan hệ rất chặt chẽ, xong không thể đổi chỗ cho nhau.

Người phỏng vấn (ở đây chính là nhà báo) đóng vai trò khách quan đối với người bị phỏng vấn và nguồn thông tin thu nhận được. Nhiệm vụ của nhà báo là tập trung đưa ra những câu hỏi tốt, quan tâm theo dõi, động viên người trả lời. Anh ta phải rất cẩn thận khi biểu lộ thái độ, như sự đồng tình, sự phản đối, đưa ra bất cứ nhận xét gì về nội dung những câu trả lời của người bị phỏng vấn. Anh ta phải hết sức tránh bị lôi cuốn vào việc trả lời những câu hỏi phản hồi từ phía người bị phỏng vấn. Và đương nhiên, tranh cãi với người bị phỏng vấn là điều cấm kỵ, bởi vì đó là dấu hiệu của sự thất bại của nhà báo.

Người phỏng vấn giữ vai trò đại diện cho công chúng để tìm kiếm, phát hiện thông tin từ các nguồn tin sống - những người bị phỏng vấn. Vì thế, những câu trả lời của người bị phỏng vấn phải thỏa mãn nhu cầu của công chúng về thông tin. Đó là những điều mà công chúng không chỉ muốn nghe, thích nghe mà còn cần nghe nữa. Muốn thế, các câu hỏi của người phỏng vấn phải chính là những nghi vấn mà công chúng đang thắc mắc, những chi tiết mà công chúng đang chờ đợi.

Những câu hỏi phù hợp với người bị phỏng vấn đáp ứng nhu cầu của công chúng sẽ thu được những câu trả lời tốt, những chi tiết thông tin khách quan. Bất cứ sự gợi ý nào của người phỏng vấn cũng sẽ dẫn tới sự thay đổi khuynh hướng, tính chất của câu trả lời vốn có từ đầu và tạo ra cho công chúng tâm lý cho rằng sự việc được bày đặt, đóng kịch.

Người bị phỏng vấn là người nắm giữ thông tin phù hợp với yêu cầu đặt ra về nội dung cuộc phỏng vấn. Có thể coi đó là nguồn tin sống. Một khi đã chấp nhận đối thoại thì vai trò của người bị phỏng vấn là tiếp thu các câu hỏi, đưa ra những tuyên bố, phán đoán, quan điểm, thái độ hay đánh giá về các sự kiện, các vấn đề được xã hội quan tâm, chú ý. Người bị phỏng vấn phải tự chịu trách nhiệm về những gì mà anh ta nói ra. Bởi vì, tất cả những cái đó sẽ có thể trở thành chi tiết thông tin, được công bố trên báo chí và được cả xã hội xét đoán. Đối với các chính trị gia, những người nổi tiếng, có vai trò to lớn trong xã hội thì trách nhiệm phát ngôn trong các cuộc trả lời phỏng vấn càng nặng nề hơn.

Vì thế, người bị phỏng vấn phải cân nhắc kỹ từng câu, từng từ khi trả lời phỏng vấn. Một câu nói sai, nói quá hay thiếu chính xác có thể dẫn tới hậu quả khó lường về nhiều mặt cho người bị phỏng vấn hay cho cơ quan, tổ chức mà người đó đại diện. Cũng không nên lợi dụng cuộc phỏng vấn để làm diễn đàn tự bộc bạch những điều riêng tư hay tự ngợi ca mình. Đó là điều lộ bịch mà công chúng rất dễ nhận ra.

2. Các loại phỏng vấn

Đến nay, chưa có sự thống nhất trong phân loại các cuộc phỏng vấn. Tuy vậy, có cách phân loại khá phổ biến, được nhiều người ở nhiều nước chấp nhận là cách phân loại theo tiêu chí

nội dung. Theo cách này, người ta chia phỏng vấn thành ba loại: phỏng vấn thông tin, phỏng vấn giải thích và phỏng vấn chân dung.

2.1. Phỏng vấn thông tin

Đó là loại phỏng vấn nhằm chủ yếu là thông báo, kiểm tra, chính xác hóa về các sự kiện, hiện tượng, vấn đề. Trong loại phỏng vấn này, không đòi hỏi sự phân tích cặn kẽ hay phát hiện mâu thuẫn và nguyên nhân của các vấn đề.

Đề tài của những cuộc phỏng vấn loại này thường là các sự kiện nổi bật trong dòng thời sự chủ lưu, được dư luận quan tâm như: các trận đánh trong chiến tranh, các kỳ họp quốc hội, các đại hội đảng và đoàn thể, những chính sách và quyết sách mới, v.v..

Phỏng vấn thông tin có thể chỉ đơn giản là thu thập các chi tiết thông tin và dữ liệu cho tác phẩm. Nó cũng có thể được truyền trực tiếp đến công chúng với tính chất là một cảnh, một chi tiết, một trường đoạn trong các tác phẩm phát thanh - truyền hình.

Phỏng vấn thông tin có thể được chuẩn bị và cũng có thể là phỏng vấn tại chỗ không có chuẩn bị trước. Đó là trường hợp liên quan tới các sự kiện nóng hổi, có ý nghĩa thời sự đặc biệt, được dư luận xã hội rất chăm chú theo dõi. Những cuộc phỏng vấn như thế này đòi hỏi nhà báo phải là người có năng lực nghiệp vụ, nhạy bén về thông tin, làm chủ được tình thế.

2.2. Phỏng vấn giải thích

Đó là loại phỏng vấn nhằm thu thập những thông tin có tính chất bàn định, bình luận, làm sáng tỏ một sự kiện, một vấn đề nào đó. Việc giải thích có thể nhằm vào các khía cạnh như nguyên nhân, bản chất, các mối quan hệ ảnh hưởng,

chiều hướng vận động hay phương pháp, cách thức giải quyết vấn đề.

Đề tài của loại phỏng vấn này thường là những chính sách mới, những công trình sắp thực hiện, những sự kiện có tính thời sự mới xảy ra, v.v.. Công chúng đã biết nhưng chưa hiểu và có nhu cầu được giải thích về các sự kiện, vấn đề này.

Người bị phỏng vấn trong loại phỏng vấn giải thích phải là người có trách nhiệm, đồng thời có hiểu biết sâu về vấn đề, sự kiện mà cuộc phỏng vấn đề cập. Đó có thể là một cán bộ lãnh đạo ủy ban nhân dân tỉnh giải thích về việc xây dựng khu công nghiệp mới hay một ông đại sứ nói rõ về quan điểm và chính sách mới trong sự bang giao giữa hai quốc gia, v.v..

Cơ hội chuẩn bị cho những cuộc phỏng vấn loại này không nhiều. Đối với những nhân vật cao cấp, lại càng hiếm có thời gian, điều kiện để chuẩn bị trước. Vì thế, nhà báo phải là người có bản lĩnh nghề nghiệp, biết phác họa nhanh mục đích, nội dung, phương pháp hợp lý mới có thể tiến hành cuộc phỏng vấn thành công.

2.3. Phỏng vấn chân dung

Đó là loại phỏng vấn nhằm nghiên cứu, phát hiện những quan điểm, thái độ, cảm xúc, trạng thái tâm lý của người đối thoại. Nó cung cấp những suy nghĩ, tình cảm của người bị phỏng vấn để thông qua đó nhà báo có được cứ liệu về những thông tin nhiều chiều, ẩn chứa trong công chúng. Đây cũng là một động thái nghề nghiệp khi các nhà báo muốn phản ánh dư luận xã hội về một vấn đề, sự kiện thời sự nào đó.

Thuật ngữ “phỏng vấn chân dung” thực ra chỉ là một cách định nghĩa hoàn toàn mang tính tương đối. Cùng cách gọi này, người ta còn dùng những cụm từ như: phỏng vấn cảm xúc, phỏng vấn cá nhân.

Đối tượng phỏng vấn loại này thường là những người bình thường (được lựa chọn hay không hề lựa chọn trước). Họ phải biết được thông tin về vấn đề, sự kiện mà nhà báo đề cập trong cuộc phỏng vấn và sẵn sàng hợp tác qua việc bày tỏ suy nghĩ, tình cảm, thái độ của mình về các vấn đề, sự kiện đó.

Trong một số trường hợp, những thông tin ban đầu về các sự kiện, hiện tượng có thể tạo ra một trạng thái tâm lý bị kích thích cao độ. Ví dụ: thông tin về sự bắt đầu của cuộc chiến tranh, một tai nạn máy bay, một vụ sập hầm lò... Ở những trường hợp ấy, việc tiến hành phỏng vấn những người có liên quan trực tiếp hay gián tiếp đến vụ việc bao giờ cũng gặp phải trạng thái tinh thần xúc động, lo lắng. Yêu cầu đặt ra cho nhà báo khi phỏng vấn là phải làm chủ về trạng thái tâm lý, giữ thế khách quan, không bị cuốn theo những cung bậc tình cảm đang trong trạng thái kích động của người bị phỏng vấn.

Việc chia phỏng vấn thành ba loại như trên cho thấy rõ mối quan hệ, quy định lẫn nhau giữa mục đích của cuộc phỏng vấn với hành vi nghiệp vụ của nhà báo. Điều này giúp nhà báo có khả năng tiến hành phỏng vấn thành công nhờ việc dự đoán trước những tình huống có thể xảy ra, lựa chọn trước phương pháp, cách thức thực hiện.

3. Chuẩn bị trước khi phỏng vấn

Chuẩn bị là điều kiện đảm bảo cho việc tiến hành cuộc phỏng vấn thành công. Đối với người phỏng vấn - tức là nhà báo, các khâu công việc cần chuẩn bị trước là:

3.1. Xác định mục đích của cuộc phỏng vấn và tính chất của những thông tin cần thu thập

Việc đầu tiên, người phỏng vấn phải đặt ra cho mình các câu hỏi:

- Những dữ kiện được biết có đòi hỏi thực hiện cuộc phỏng vấn không?

- Cuộc phỏng vấn nhằm giải quyết vấn đề gì, đáp ứng nhu cầu, đòi hỏi của bộ phận công chúng nào?

- Thông tin cần đạt được từ cuộc phỏng vấn là gì, tính chất phải như thế nào?

Cơ sở để trả lời đúng những câu hỏi này là khả năng sáng tạo của nhà báo kết hợp với những chỉ dẫn, định hướng của tòa soạn.

Bản thân việc chọn phương pháp phỏng vấn đòi hỏi phải có cân nhắc đầy đủ. Thông thường, người ta chỉ dùng đến nó khi đã có đủ những thông tin đáng tin cậy về nguồn tin, khi có được các khả năng cụ thể để kiểm tra, đánh giá nội dung thông tin thu nhận được và khi các phương pháp khác sẽ đưa lại hiệu quả thấp hơn. Bởi vì, phỏng vấn không phải là giải pháp hoàn toàn tin cậy về tính chính xác, trung thực của thông tin. Mặc dù với phỏng vấn, trong nhiều trường hợp, nhà báo thu thập tài liệu nhanh nhất, rẻ nhất, đỡ phức tạp nhất.

Một công việc hầu như cũng ở vị trí hàng đầu là xác định được sự đồng ý trả lời của đối tượng. Cũng có trường hợp công việc này rất công phu, mất thời gian. Đôi khi, đối tượng mà nhà báo muốn thì người ta lại không muốn vì nhiều lý do tế nhị khác. Trong những trường hợp như thế, tài năng của nhà báo, uy tín của cơ quan báo chí có thể thành điều kiện cho sự hợp tác của đối tượng.

3.2. Nghiên cứu nội dung vấn đề sẽ đề cập và người đối thoại

Muốn thực hiện việc phỏng vấn thành công, nhà báo buộc phải nghiên cứu kỹ vấn đề sẽ được đề cập trong cuộc phỏng vấn. Sự nghiên cứu không chỉ dừng lại ở việc đạt được hiểu

biết cụ thể về sự kiện mà còn đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc các mối quan hệ, những sự tác động qua lại của môi trường tới sự kiện, vấn đề.

Đôi khi nhà báo chủ quan với vốn tri thức của mình về các vấn đề, nhất là trong điều kiện mà công việc luôn buộc họ phải đụng chạm đến những nội dung tương tự. Kết quả là thông tin thu thập được trong các cuộc phỏng vấn không phản ánh được những khía cạnh quan trọng, chỉ đơn thuần là mô tả bề mặt của sự kiện, vấn đề.

Mặt khác, bất cứ cuộc phỏng vấn nào cũng đều diễn ra một quá trình ngầm, song hành với cuộc đối thoại thực tế. Đó chính là quá trình nhận thức, đánh giá lẫn nhau giữa người phỏng vấn và người bị phỏng vấn. Thông thường người bị phỏng vấn đánh giá người phỏng vấn từ nhiều phương diện như ngoại hình, cách thức giao tiếp, khả năng trí tuệ và sự hiểu biết về vấn đề đang đề cập. Sự đánh giá này tất nhiên ảnh hưởng đến mức độ, tính chất của những thông tin trong các câu trả lời. Cho nên, việc học tập, nghiên cứu, không ngừng mở rộng tầm hiểu biết về các lĩnh vực của đời sống là một yêu cầu nghề nghiệp đối với nhà báo.

Những hiểu biết về người đối thoại cũng là một điều kiện cho cuộc phỏng vấn thành công. Sự hiểu biết càng phong phú về người bị phỏng vấn càng có nhiều khả năng thu nhận được những thông tin đắt. Có thể tìm hiểu người bị phỏng vấn từ nghề nghiệp, chuyên môn, quê hương, gia đình, lai lịch đến những thói quen, sự ham thích. Đôi khi chỉ một vài câu trao đổi ban đầu thích hợp có thể dẫn đến không khí làm việc rất cởi mở. Ngược lại khi câu chuyện mở đầu đã trúng vào những điều kỵ đối với người bị phỏng vấn, tất nhiên sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến nội dung cuộc phỏng vấn về sau.

Để hạn chế những sơ suất có thể xảy ra, nhà báo phải đặc biệt quan tâm đến những số liệu, tên tuổi, ngày tháng, chức vụ người bị phỏng vấn. Những sai lầm, bất cẩn cho dù rất nhỏ của nhà báo về những chi tiết này sẽ làm giảm lòng tin của người bị phỏng vấn, tạo ra phản ứng ngược, bất lợi.

Ví dụ:

- Với tư cách là Chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện, đồng chí có thể cho biết...

- Xin lỗi, tôi là Chủ tịch Hội đồng nhân dân huyện...

Trong trường hợp này, người phỏng vấn đã bị “lô” và rất có thể sẽ lúng túng, khó xử.

3.3. Dự kiến quá trình phỏng vấn và các câu hỏi

Căn cứ vào mục đích cuộc phỏng vấn và vốn hiểu biết về vấn đề được đề cập, nhà báo phải hình dung trước được toàn bộ quá trình của cuộc phỏng vấn từ tình huống chào hỏi - giao tiếp đầu tiên đến những khả năng nhằm kết thúc cuộc phỏng vấn một cách tế nhị.

Nói cho cùng thì các câu hỏi quyết định hiệu quả, thể hiện tư tưởng, mục đích cuộc phỏng vấn đồng thời cũng thể hiện năng lực nghiệp vụ, vốn hiểu biết và bản lĩnh nghề nghiệp của nhà báo. Chính vì thế, nhà báo phải tự đặt ra và trả lời trước các câu hỏi. Điều quan trọng là những câu hỏi phải xác đáng, có căn cứ và động viên, khuyến khích được người bị phỏng vấn trả lời một cách khách quan, trung thực, đầy đủ.

Chuẩn bị trước các câu hỏi là cần thiết và áp dụng linh hoạt các câu hỏi đó vào cuộc phỏng vấn thực tế cũng là đòi hỏi cần thiết. Quan trọng là người phỏng vấn không máy móc theo nội dung trình tự câu hỏi đã có mà phải biết tạo ra những câu hỏi mới thích ứng với những thông tin nhận được từ người bị phỏng vấn.

Những câu hỏi chung chung, hời hợt sẽ cho những câu trả lời mờ nhạt, nhàm chán. Thông tin từ những câu trả lời ấy là cái ai cũng biết hoặc cũng đoán được không mấy khó khăn. Để khai thác được những thông tin đắt, câu hỏi phải chứa đựng được sự hiểu biết tường tận, phong phú của nhà báo về lĩnh vực anh ta quan tâm.

3.4. Đăng ký thời gian, địa điểm và chuẩn bị các điều kiện tâm lý, bối cảnh cho cuộc phỏng vấn

Tính hiệu quả của cuộc phỏng vấn phụ thuộc một phần quan trọng vào tình huống tiến hành. Thời gian tiến hành phỏng vấn phải hợp lý với cả hai phía. Tiến hành phỏng vấn vào khi nào, điều đó còn phụ thuộc một phần vào người bị phỏng vấn. Tuy vậy, nhà báo vẫn có thể đưa ra các phương án thích hợp và khuyến khích phía bị phỏng vấn chấp nhận.

Ví dụ, không nên tiến hành một cuộc phỏng vấn giải thích về sự ra đời của một khu công nghiệp vào buổi chiều, cuối giờ làm việc. Đó là lúc người ta đã quá mệt mỏi với các công việc trong ngày, lúc đó trong tâm lý dễ xuất hiện các trạng thái kích động như khó chịu, nóng nảy. Đối với một sự kiện thời sự nóng hổi như vụ sập hầm lò, công bố kết quả bầu tổng thống, nhận giải thưởng lớn trong thể thao, v.v. thì thời điểm để tiến hành một cuộc phỏng vấn chân dung là ngay sau khi sự kiện xảy ra. Để lâu khi tính thời sự của sự kiện đã “nguội”, cuộc phỏng vấn không có ý nghĩa.

Địa điểm của cuộc phỏng vấn phải được lựa chọn sao cho phù hợp với những đặc điểm tâm lý - xã hội của người bị phỏng vấn như: chức trách, tuổi tác, tác phong, diện mạo,... Ví dụ, những cuộc phỏng vấn về đề tài sản xuất, có thể được tiến hành tại nơi làm việc. Việc có hay không có mặt những người

cùng làm việc với đối tượng bị phỏng vấn là vấn đề tế nhị, phụ thuộc nhiều yếu tố, được nhà báo chủ động quyết định.

Trong một số trường hợp, nhà báo mời đối tượng phỏng vấn đến tòa soạn. Điều này còn phụ thuộc điều kiện thời gian, công việc và hoàn cảnh cụ thể của người bị phỏng vấn. Vấn đề là làm sao để không có người can thiệp và không gây sự nặng nề quá mức đối với người bị phỏng vấn.

Về tâm lý cũng cần có sự chuẩn bị chu đáo. Khi phỏng vấn, nhà báo phải thật bình tĩnh, tự tin, linh hoạt và chủ động thực hiện vai trò của mình trong suốt cuộc phỏng vấn. Trong quá trình phỏng vấn, người phỏng vấn phải quyết định đưa ra những câu hỏi hợp lý, phải tập trung theo dõi, thu nhận thông tin mới, xử lý chúng thật kịp thời và dẫn dắt cuộc phỏng vấn theo chiều hướng hợp lý, có hiệu quả.

Người bị phỏng vấn dễ bị ức chế tâm lý do bị nhiều yếu tố chi phối. Điều đó làm cho việc trình bày ý kiến thiếu logic, mất tự nhiên, cấu trúc ngôn ngữ và giọng nói không bình thường. Nhà báo phải lường trước điều đó để khéo léo chuẩn bị cho người bị phỏng vấn bằng cách động viên, khuyến khích, khuyến khích hay tiến hành thử nghiệm để chứng tỏ với đối tượng là thực chất cuộc phỏng vấn không đáng ngại, không nặng nề, khó khăn như anh ta tưởng.

Công việc còn lại là nhắc nhở đối tượng để nhớ, chuẩn bị cho cuộc phỏng vấn vào thời gian, địa điểm đã hẹn. Việc này là rất cần thiết, nhất là đối với những người có trọng trách và nhiều công việc tác động, lôi kéo. Với những trường hợp như thế, nhắc qua thư ký là cách có hiệu quả nhất.

3.5. Chuẩn bị các phương tiện kỹ thuật nghiệp vụ

Tất cả đều phải được nhà báo quan tâm chuẩn bị kỹ từ phương tiện xe cộ đi lại, đến cây bút, cuốn sổ, máy ghi âm, máy

ghi hình, đèn chiếu sáng, v.v.. Sự chuẩn bị phải đảm bảo cho các phương tiện đó không chỉ có mà còn hoạt động tốt. Chỉ cần một trục trặc nhỏ như quên bút, quên kính thuốc, đèn chiếu sáng không làm việc, micrô không bắt tiếng... sẽ làm người bị phỏng vấn bị ức chế có thể dẫn đến việc trả lời thiếu bình tĩnh hay khó chịu, bực dọc. Nhưng trước hết, chính nhà báo trong trường hợp đó sẽ trở thành “lố” và có thể lúng túng, hạn chế kết quả cuộc làm việc.

Sự chuẩn bị về kỹ thuật đòi hỏi rất tỉ mỉ, cụ thể. Ví dụ khi chuẩn bị cho cuộc phỏng vấn người ở đường phố hay trong nhà máy mà dùng máy ghi âm phải lường trước được điều kiện ồn ào, hay có gió thổi để sử dụng loại micrô, máy ghi âm thích hợp.

4. Thực hiện cuộc phỏng vấn

4.1. Ba giai đoạn của cuộc phỏng vấn

Bất cứ một cuộc phỏng vấn nào cũng có 3 giai đoạn. Giai đoạn đầu (còn gọi là giai đoạn giao tiếp), giai đoạn chính và giai đoạn kết thúc.

a) Giai đoạn đầu

Yêu cầu của giai đoạn đầu phải tạo được thiện cảm hay ít ra là sự chấp nhận hợp tác làm việc của người bị phỏng vấn. Đây là cả một nghệ thuật. Nhà báo xuất hiện vừa như một người đối thoại hiểu biết, vừa với tư cách đại diện cho công luận, thay mặt cho đông đảo công chúng của cơ quan báo chí. Nhà báo cần tự giới thiệu về trách nhiệm của mình, về cơ quan mà mình đại diện, về lý do chọn đối tượng phỏng vấn, về những vấn đề cần được khai thác hoặc đáng quan tâm. Đồng thời, nhà báo cần phải tạo điều kiện để đối tượng phỏng vấn có thể trao đổi, giải bày. Tốt nhất là biến giai đoạn đầu thành một cuộc trao đổi ngắn gọn, làm cho cả hai phía hiểu biết lẫn

nhau, người phỏng vấn cũng có điều kiện kiểm tra lần cuối phương án thực hiện phỏng vấn.

b) Giai đoạn chính

Yêu cầu đặt ra cho giai đoạn chính là thu thập được những thông tin có tính mục đích của cuộc phỏng vấn. Tất nhiên đây là giai đoạn quyết định của cuộc phỏng vấn.

Để đạt được mục đích của cuộc phỏng vấn, yếu tố sống còn là đặt các câu hỏi (chúng ta sẽ nghiên cứu nghệ thuật hỏi ở phần sau). Mặc dù các câu hỏi đã được dự kiến trước, song nhà báo vẫn phải “tùy cơ ứng biến”, căn cứ vào những thông tin mới và những biểu hiện tâm lý tế nhị của người bị phỏng vấn để kịp thời đưa ra những câu hỏi phụ ngoài kế hoạch. Vì thế, việc rèn luyện khả năng nghe, suy nghĩ và phán đoán nhanh chóng là một yêu cầu tất yếu đối với nhà báo làm phỏng vấn.

Người phỏng vấn phải tạo được sự tin cậy đối với người bị phỏng vấn và hình thành khả năng chủ động điều khiển cuộc phỏng vấn theo kế hoạch đã có. Trong mọi trường hợp, người phỏng vấn (nhà báo) phải bình tĩnh, khách quan, giữ thế trung lập, không bộc lộ những quan điểm mang tính cá nhân đối với người bị phỏng vấn. Ngược lại, nhà báo sẽ mất quyền chủ động và biến cuộc phỏng vấn thành cuộc tranh cãi. Đó là điều tối kỵ với người phỏng vấn và kết quả cuộc phỏng vấn sẽ rất tồi nếu điều ấy xảy ra.

Nhịp điệu cuộc phỏng vấn phụ thuộc vào nhiều yếu tố như tính chất vấn đề trao đổi, đặc điểm của người bị phỏng vấn, thời gian và địa điểm diễn ra cuộc nói chuyện, v.v.. Tuy nhiên, trong mọi trường hợp không được hối thúc người bị phỏng vấn. Bởi vì điều ấy có thể dẫn tới phản ứng tiêu cực của người bị phỏng vấn như bực bội, lúng túng, mất hứng thú tiếp tục cuộc nói chuyện. Nếu người bị phỏng vấn trả lời lạc đề, nhà báo có

thể khéo léo đặt các câu hỏi phụ hay nhắc nhở tế nhị để hướng cuộc nói chuyện vào trọng tâm. Việc ngắt lời người bị phỏng vấn một cách trực diện, sỗ sàng là điều cấm kỵ. Muốn ngắt lời, nhà báo phải chờ thời điểm nghỉ - ngắt quãng trong lời nói của người bị phỏng vấn và có động tác báo hiệu, có lời giao đãi xin lỗi nhẹ nhàng.

c) Giai đoạn kết thúc

Bất cứ cuộc phỏng vấn nào cũng có hồi kết thúc. Đó chính là lúc thực hiện xong mục đích của cuộc phỏng vấn và tìm một “lối ra” hợp lý cho cả hai bên đối thoại. Người phỏng vấn phải chủ động lái cuộc phỏng vấn đến hồi kết thúc và cuối cùng nhất thiết phải có lời cảm ơn người bị phỏng vấn.

Bản thân nội dung các câu hỏi hay là sự thỏa thuận ban đầu đã cho cả hai bên đối thoại biết lúc nào sẽ kết thúc. Tuy vậy, người phỏng vấn bao giờ cũng phải chủ động đưa ra những dấu hiệu báo cho người bị phỏng vấn biết là cần phải kết thúc cuộc phỏng vấn. Dấu hiệu dễ nhận thấy nhất là từ “cuối cùng”.

Thông thường, có hai kiểu kết thúc cuộc phỏng vấn. Kiểu thứ nhất, người phỏng vấn đưa ra câu hỏi cuối cùng vừa là dự báo, vừa là cơ hội cuối cùng cho người bị phỏng vấn bộc lộ thông tin. Ví dụ:

- Tóm lại, xin ông cho biết đâu là nguyên nhân chính của vấn đề?

- Cuối cùng xin đồng chí cho biết...?

Sau câu trả lời của người bị phỏng vấn, nhà báo sẽ có lời cảm ơn. Đây là kiểu kết thúc bình thường xảy ra với những cuộc phỏng vấn có dàn câu hỏi tương đối tự do.

Đối với những cuộc phỏng vấn mà trình tự các câu hỏi được xác định, sắp xếp chặt chẽ từ trước thì thường được kết thúc

bằng kiểu thứ hai. Trong kiểu này, nhà báo chủ động kết thúc cuộc phỏng vấn bằng một câu cảm ơn hoặc cùng với câu cảm ơn là những lời khẳng định tính chất và ý nghĩa thông tin mà người bị phỏng vấn đã cung cấp. Ví dụ:

- Thưa ông, những gì ông đã cho biết đều rất mới mẻ và bổ ích đối với độc giả của báo chúng tôi. Thay mặt độc giả, xin chân thành cảm ơn ông!

4.2. Năm phương diện trong cuộc phỏng vấn

Trong cuộc phỏng vấn, nhà báo không chỉ đơn giản là người đối thoại mà anh ta chính là người chỉ huy, đạo diễn tổ chức toàn bộ. Nhà báo phải chủ động và linh hoạt tổ chức thực hiện cuộc phỏng vấn trên 5 phương diện: kỹ thuật, mục đích, câu hỏi, giao lưu và thời gian.

- *Kỹ thuật* không có ý nghĩa quan trọng nếu người phỏng vấn thu nhận thông tin bằng cây bút và cuốn sổ. Nhưng nếu có máy ghi âm, ghi hình, yếu tố kỹ thuật sẽ có vai trò rất quan trọng vì nó quyết định chất lượng âm thanh, lời nói thu được. Trong mọi trường hợp cần có động tác thử micrô và máy trước khi bắt đầu. Trong quá trình phỏng vấn phải luôn quan tâm đến hướng micrô, vị trí của người bị phỏng vấn so với micrô và các yếu tố kỹ thuật khác.

- *Mục đích* của cuộc phỏng vấn biểu hiện qua nội dung thông tin cần thu thập, qua chiều hướng vận động của cuộc phỏng vấn. Người phỏng vấn phải nắm vững và luôn bám chắc mục đích của cuộc phỏng vấn để điều chỉnh liều lượng, tính chất thông tin, thúc đẩy chiều hướng cuộc phỏng vấn thật hợp lý.

- *Câu hỏi* là phương diện chính yếu, cốt tử của cuộc phỏng vấn. Bảng câu hỏi được dự kiến cho cuộc phỏng vấn là xương

sống của cuộc đối thoại. Tuy nhiên, khi phát hiện ra những thông tin mới mẻ từ câu trả lời, nhà báo cần chủ động đưa ra câu hỏi phụ nhằm khai thác sâu hơn. Trong trường hợp phát hiện thông tin trong câu trả lời là không cần thiết hoặc không chân thực, nhà báo phải chủ động “lái” người bị phỏng vấn bằng các câu hỏi phụ thích hợp. Tóm lại, chủ động và quyết đoán là đức tính cần có của người phỏng vấn khi triển khai cuộc đối thoại.

- *Giao lưu* giữa người phỏng vấn và người bị phỏng vấn phải được duy trì trong suốt cuộc phỏng vấn thông qua đối thoại, ánh mắt, nét mặt và các cử chỉ. Sự giao lưu ấy là điều kiện đảm bảo cho cuộc phỏng vấn không bị gián đoạn “một điều kỳ trong phỏng vấn”. Ánh mắt của người phỏng vấn phải luôn thể hiện sự đồng điệu, cảm thông và khích lệ đối với người bị phỏng vấn. Tất cả những cử chỉ của đầu, của tay người phỏng vấn đều có ý nghĩa là sự đồng tình, thiện chí, hưởng ứng thông tin của người bị phỏng vấn hay ngược lại. Vì thế, người phỏng vấn cần phải cân nhắc các cử chỉ, tránh những hành vi gây ức chế khó chịu với người bị phỏng vấn.

- *Thời gian* có ý nghĩa rất quan trọng với các cuộc phỏng vấn, đặc biệt là phỏng vấn phát thẳng trong phát thanh hay truyền hình. Yếu tố thời gian liên quan chặt chẽ với nội dung cuộc phỏng vấn cũng như kết cấu chung của cả chương trình lớn. Đối với những cuộc phỏng vấn phát thẳng, người phỏng vấn phải nắm chắc quyền chủ động điều hành thời gian, không được phép có sai sót dù chỉ là vài chục giây. Để chủ động điều khiển thời gian, người phỏng vấn có thể thường xuyên trao đổi với người bị phỏng vấn bằng ánh mắt, bằng các cử chỉ tay hay đầu. Trong những trường hợp cụ thể có thể có người giúp việc

ở vị trí thích hợp theo dõi và làm các dấu hiệu nhắc nhở về thời gian cho người bị phỏng vấn.

4.3. Ghi chép tài liệu

Tuỳ theo mục đích, yêu cầu của các cuộc phỏng vấn và tính chất loại hình cơ quan báo chí mà người ta có thể ghi chép tài liệu bằng bút - sổ, máy ghi âm, máy ghi hình.

Khi mà khoa học kỹ thuật đã phát triển, các phương tiện ghi âm, ghi hình ngày càng hiện đại, tiện dụng và có hiệu quả thì việc ghi chép tài liệu của các cuộc phỏng vấn bình thường trở nên rất đơn giản. Tuy nhiên, vẫn cần phải cân nhắc khi sử dụng máy ghi âm, ghi hình với những người không quen phát biểu trước công chúng, hay những trường hợp mà người bị phỏng vấn vì lý do gì đó mà không muốn xuất hiện trước công chúng.

Tất nhiên, chỉ nên sử dụng máy ghi âm, ghi hình khi có sự đồng ý của đối tượng. Ngay cả với những cuộc phỏng vấn có mục đích phê bình, việc thuyết phục đối tượng chấp nhận sử dụng máy ghi âm hay ghi hình là tối ưu. Ở đây ngoài tính thuyết phục của nội dung thông tin còn cho phép nhà báo đưa ra những bằng cứ, minh chứng cho lẽ phải và sự trung thực của nhà báo.

Dù sao thì khả năng ghi nhớ vẫn tạo ra lợi thế của nhà báo khi làm việc phỏng vấn. Trong những hoàn cảnh cụ thể không cho phép ghi chép tức thời, nhà báo có thể dựa vào trí nhớ của mình để ghi chép lại nội dung cuộc phỏng vấn sau khi kết thúc. Ngoài ra, khả năng ghi nhanh bằng các ký hiệu riêng hay bằng phương pháp tốc ký bao giờ cũng có lợi cho nhà báo. Trong những cuộc phỏng vấn quan trọng, cho dù là để đăng tải trên báo in, vẫn nên có một người giúp việc để theo dõi, ghi chép nội dung cuộc phỏng vấn.

5. Câu hỏi và phương pháp hỏi

Như những phần trên đã khẳng định, câu hỏi là yếu tố sống còn của cuộc phỏng vấn. Câu hỏi là phương tiện gần như duy nhất để giúp nhà báo đạt được mục đích đặt ra cho cuộc phỏng vấn. Nó cũng là cái biểu hiện chủ yếu về tài năng nghề nghiệp và trình độ tri thức của nhà báo.

Nội dung các câu hỏi được quy định bởi yêu cầu thông tin cần thu thập trong cuộc phỏng vấn. Thông thường, các câu hỏi hướng vào việc thu thập các chi tiết thông tin cơ bản về sự kiện như sau:

- 1) Sự kiện đó là gì?
- 2) Sự kiện đó xảy ra khi nào?
- 3) Sự kiện đó xảy ra ở đâu?
- 4) Ai là chủ thể hành động hay liên quan đến sự kiện đó?
- 5) Sự kiện đó có những tình tiết liên quan nào?
- 6) Nguyên nhân xảy ra sự kiện đó là gì?
- 7) Sự kiện đó diễn biến như thế nào?
- 8) Nhân vật đánh giá về sự kiện như thế nào?

(ở các nước phương Tây, người ta khái quát thành công thức 6W + 1H: What, When, Where, Who, Which, Why + How).

Trên đây chỉ bao gồm nội dung những câu hỏi cơ bản, thường gặp trong các loại phỏng vấn. Trong những trường hợp khác, do yêu cầu thông tin, tính chất nguồn tin và mục đích phỏng vấn có thể xuất hiện những câu hỏi có nội dung khác. Ví dụ: Thái độ, tình cảm của người bị phỏng vấn đối với sự kiện; đánh giá về ý nghĩa xã hội của điều kiện; đánh giá về khuynh hướng vận động của sự kiện; ai là người có lợi, có hại từ sự kiện; kiến nghị về cách xử lý đối với hậu quả của sự kiện, v.v..

Về phương pháp, người ta có thể thấy các loại câu hỏi sau:

5.1. Câu hỏi mở

Đây là loại câu hỏi cho phép người bị phỏng vấn tự do lựa chọn phương án, cách thức và cả khuynh hướng nội dung của câu trả lời. Đôi khi, đó không hẳn là một câu hỏi mà chỉ đơn giản là một yêu cầu, một lời đề nghị. Ví dụ:

- Đồng chí cảm thấy thế nào về...?
- Ông có thể cho biết một vài ý kiến về vấn đề...?

Loại câu hỏi này thường được dùng trong trường hợp mở đầu các cuộc phỏng vấn hoặc để lấp chỗ trống khi người phỏng vấn chưa đưa ra câu hỏi lý thú hơn. Ở một mức độ nào đó, nó có thể giúp người bị phỏng vấn có cơ hội rộng rãi bày tỏ ý kiến của mình và không quá lo lắng, hồi hộp. Tuy nhiên, do câu hỏi không đủ tính mục đích, phạm vi thông tin không xác định nên đôi khi nó lại làm cho người bị phỏng vấn lúng túng không biết bắt đầu từ đâu. Thông thường, những câu hỏi mở có ý nghĩa hạn chế đối với những cuộc phỏng vấn nhằm thu thập thông tin về những sự kiện cụ thể.

5.2. Câu hỏi đóng

Đó là loại câu hỏi bắt buộc người bị phỏng vấn chỉ có thể trả lời “có” hoặc “không” mà không có phương án nào khác. Ví dụ:

- Thưa ông bộ trưởng, phải chăng sắp tới Nhà nước sẽ tăng giá xăng, dầu?

- Có phải đồng chí là người có sáng kiến tổ chức cuộc thi này?

Thông thường, câu hỏi đóng sẽ dẫn tới một câu trả lời xác định rõ ràng. Tuy nhiên, trong trường hợp này, câu trả lời cũng rất ngắn gọn và nhà báo cần phải có sự chuẩn bị để đưa ra câu hỏi tiếp theo nếu như cần có những thông tin rộng rãi hơn và để cuộc phỏng vấn không bị gián đoạn.

Câu hỏi đóng có thể được dùng để lựa chọn, xác định nguồn tin. Nhà báo sẽ quyết định tiếp tục phỏng vấn hay không sau khi có câu trả lời. Ví dụ:

- Anh có xem trận bóng đá chiều chủ nhật vừa rồi không?

Nếu nhà báo muốn tìm hiểu, thu thập thông tin của các khán giả về trận bóng đá đó thì sẽ cảm ơn hay xin lỗi người bị hỏi ngay sau khi nhận được câu trả lời: “- Không”.

Trong trường hợp cuộc phỏng vấn nhằm mục đích phê phán thì những câu hỏi đóng cần được cân nhắc kỹ. Bởi vì các câu hỏi loại đó dễ tạo ra phản ứng tiêu cực của người bị phỏng vấn. Ví dụ:

- Theo ông hành vi đó là tham nhũng hay không?

- Có người nói rằng ông là người đã ký quyết định đuổi việc cán bộ đó, việc đó có đúng không?

Trong nhiều trường hợp, người ta không đưa ra những câu hỏi căng thẳng như thế nếu còn muốn khai thác thông tin ở người bị phỏng vấn.

5.3. Câu hỏi logic

Loại câu hỏi logic thường đưa ra hai phương án trả lời định sẵn và giữa hai phương án ấy là từ: “hoặc”. Nội dung hai phương án là kết quả logic của những thông tin mà nhà báo đã thu được trước đó. Người bị phỏng vấn có cơ hội lựa chọn một trong hai phương án có sẵn. Đôi khi câu trả lời cũng gồm cả hai phương án đưa ra trong câu hỏi. Chính vì thế, người ta còn gọi đây là loại câu hỏi lựa chọn. Ví dụ:

- Vấn đề này là do bên A hay bên B chịu trách nhiệm?
Thưa đồng chí!

- Hoạt động này của các anh chỉ đơn thuần là nhân đạo hay nhằm mục tiêu lợi nhuận?

Loại câu hỏi logic rất gần gũi với loại câu hỏi đóng. Nó thể hiện rõ ý đồ và khuynh hướng mong muốn của nhà báo. Tuy nhiên, hạn chế của loại câu hỏi này là phạm vi câu trả lời bị bó hẹp trong các khả năng có sẵn. Người bị phỏng vấn không thể trả lời theo những phương án riêng của mình.

Để làm “mềm” câu hỏi, nhà báo có thể đưa ra một câu hỏi nguyên nhân chứ không phải là đưa ra những gợi ý theo logic của mình.

5.4. Câu hỏi nguyên nhân

Đó là loại câu hỏi bắt đầu bằng “Tại sao”. Mục đích của nó là hướng tới các chi tiết thông tin về nguyên nhân của sự kiện, vấn đề. Ví dụ:

- Tại sao các ông lại quyết định xây cây cầu ở vị trí này?
- Tại sao kỳ thi tốt nghiệp phổ thông trung học năm nay đạt kết quả thấp? Thừa đồng chí!
- Tại sao phía đối tác đơn phương hủy bỏ hợp đồng?

Đối với nhà báo, câu hỏi nguyên nhân là loại câu hỏi thông thường, hay xuất hiện và dễ đưa ra. Tuy nhiên, đối với người bị phỏng vấn đây là câu hỏi khó trả lời, nhất là đối với những vấn đề phức tạp chưa có điều kiện nhận thức đầy đủ hay những sự kiện tế nhị trong chính trị, trong quan hệ quốc tế. Vì thế, đôi lúc sau khi đưa ra câu hỏi loại này, nhà báo chỉ thu được câu trả lời chung chung, không rõ ràng hoặc một cách trả lời có tính chất lẩn tránh câu trả lời.

Trong đa số các trường hợp, câu hỏi nguyên nhân được đưa ra vào gần cuối hay cuối cuộc phỏng vấn.

5.5. Câu hỏi xác định

Câu hỏi xác định là loại câu hỏi nhằm làm rõ các chi tiết thông tin cụ thể về sự kiện, vấn đề. Đây là loại đơn giản, tần

số xuất hiện nhiều trong phỏng vấn. Cách đặt câu hỏi cũng không phức tạp. Ví dụ:

- Chiếc máy bay đó cất cánh từ sân bay nào?
- Đồng chí nghe thấy tiếng nổ lúc nào?
- Anh đã bắt đầu công việc với bao nhiêu vốn?
- Năng suất cà phê vụ này là bao nhiêu?

Đây là loại câu hỏi nhằm thu thập những thông tin quan trọng chủ yếu về một sự kiện. Vấn đề là nhà báo phải chủ động đưa câu hỏi ra một cách hợp lý và không để người bị phỏng vấn sa đà vào những chi tiết vụn vặt, vô bổ.

5.6. Câu hỏi chủ ý

Đây là loại câu hỏi thể hiện rõ ràng chủ ý của nhà báo. Thông thường câu hỏi chủ ý bao gồm hai bộ phận: nội dung phán đoán mà nhà báo đưa ra một cách có chủ ý và cụm từ hỏi xác định. Ví dụ:

- Ông có nghĩ đến hậu quả của việc trừ dập cán bộ ở cơ quan của ông không?
- Anh giải thích thế nào về hành vi trốn thuế đó?
- Với hiệu quả tốt như vừa qua liệu anh có tiếp tục mở rộng sản xuất kinh doanh không?

Những câu hỏi trung tính hay có thiện ý (như câu hỏi thứ ba) sẽ không tạo ra phản ứng gì đặc biệt đối với người bị phỏng vấn và công chúng tiếp nhận thông tin. Trong trường hợp câu hỏi ác ý hay hóc búa (như câu hỏi thứ nhất và thứ hai), người bị phỏng vấn rơi vào tình thế khó xử, không còn có cơ hội để thanh minh hay phủ nhận phán đoán mà nhà báo đưa ra. Mặt khác, quan điểm của nhà báo cũng bộc lộ quá rõ ràng, dễ đẩy người bị phỏng vấn về phía đối địch, bất hợp tác. Một khi anh ta không trả lời trực tiếp câu hỏi mà quay lại chỉ trích người ra câu hỏi hay phủ nhận phán đoán mà nhà báo đưa ra cũng có ý

nghĩa là câu hỏi đã hoàn tất nhiệm vụ của nó với thông tin có giá trị cao. Có thể coi đó như là cú đánh nốc ao.

Tuy vậy, cách xử sự như thế chưa hẳn đã là tốt nhất. Trong những trường hợp cụ thể, người phỏng vấn vẫn có thể đưa ra những câu hỏi nhã nhặn hơn, dễ chấp nhận hơn đối với người bị phỏng vấn. Thông thường người ta tìm cách khách quan hóa các phán đoán hay biến chúng thành các giả thiết làm cho quan hệ giữa người phỏng vấn và người bị phỏng vấn không trở thành đối địch. Ví dụ:

- Ông nghĩ gì nếu một số người coi đó là hành vi trù dập cán bộ?

- Nếu có người coi đó hành vi trốn thuế thì anh giải thích thế nào?

Một số người gọi dạng câu hỏi trên là câu hỏi khích. Thực ra, đó chỉ là một dạng của loại câu hỏi chủ ý.

5.7. Câu hỏi không hỏi

Đó là những từ, những mệnh đề, những câu khẳng định nhưng được hiểu như là câu hỏi trong ngữ cảnh cụ thể của cuộc phỏng vấn.

Ví dụ:

- Chúng tôi bắt đầu công việc sản xuất kinh doanh khi trong tay chỉ có vền vền 3 triệu đồng tiền vốn và 60 m² nhà xưởng.

- 3 triệu đồng vốn!

Việc nhắc lại “3 triệu đồng vốn” có thể chỉ là dấu hiệu biểu thị sự đồng tình của nhà báo nếu kèm theo một chút ngạc nhiên trong ánh mắt hay cử chỉ. Trong trường hợp khác, đó là câu hỏi nhằm xác định chính xác số vốn ban đầu có đúng là 3 triệu đồng không.

Ví dụ:

- Mặt khác, điều đó cũng có nghĩa là...

- Vấn đề này cũng có mặt sau của nó.

Đây là những phán đoán phù hợp hay quan hệ logic với chi tiết thông tin mà trước đó người bị phỏng vấn đã đưa ra. Người bị phỏng vấn đương nhiên coi đó như là câu hỏi. Câu hỏi không hỏi này có tính chất như sự khuyến khích tế nhị để người phỏng vấn bổ sung tiếp các chi tiết thông tin cần thiết. Tuy nhiên, người phỏng vấn cần tránh đưa ra những câu hỏi không hỏi để người bị phỏng vấn coi như là sự khiêu khích.

Ví dụ:

- Một số người cho rằng việc tuyển dụng của đơn vị ta có vấn đề.

- Có người chỉ trích rằng sự việc vừa rồi là không công bằng.

- Nhiều người mong muốn học tập kinh nghiệm tổ chức sản xuất của các đồng chí.

Câu hỏi thứ ba thể hiện cảm tình của nhà báo, dễ được người bị phỏng vấn trả lời một cách hồ hởi. Hai câu trước, thực chất là hình thái “mềm hoá” của loại câu hỏi chủ ý. Tính chất khiêu khích được giảm tối thiểu do bỏ đi thành phần hỏi trong đó. Thực ra, đó vẫn là một hình thức khẳng định, một lời bình luận có tính phê phán đối với người bị phỏng vấn. Việc dùng dạng câu hỏi này như con dao hai lưỡi. Cơ hội có kết quả tốt hay xấu trong thái độ và nội dung câu trả lời của người bị phỏng vấn là như nhau.

5.8. Câu hỏi kiểm tra

Đây là loại câu hỏi dùng để kiểm tra tư cách người bị phỏng vấn cũng như những chi tiết thông tin thu được trong cuộc phỏng vấn.

Trong trường hợp kiểm tra tư cách người bị phỏng vấn, người ta có thể dùng câu hỏi đóng để sàng lọc đối tượng. Ví dụ:

- Anh có tham dự cuộc họp đó không?

- Ông có trực tiếp xem trận đấu đó không?
- Khi vụ tai nạn xảy ra, chị có nhìn rõ không?

Đôi khi, người ta dùng cách bẫy để kiểm tra khả năng, hình độ của người đối thoại. Bẫy ở đây có thể là những tri thức mà chắc chắn người bị phỏng vấn không thể biết hay một cái gì đó không tồn tại trong thực tế (ví dụ một cuốn sách, một bộ phim không có thật). Nếu câu trả lời khẳng định thì rõ ràng sự trung thực của đối tượng là đáng ngờ. Tuy nhiên, việc sử dụng biện pháp này phải rất cẩn thận, kín đáo nếu không muốn làm méch lòng người đối thoại, mất lòng tin vào nhà báo. Hơn nữa, chỉ một câu trả lời không trung thực chưa hẳn tất cả các câu trả lời khác đã là lừa dối. Đối với các nhà lãnh đạo quan trọng, các nhân vật có vai trò to lớn, uy tín rộng khắp trong xã hội, việc đưa ra câu hỏi bẫy như thế này có thể bị coi là hành vi khiếm nhã, do đó có thể nhận được phản ứng tiêu cực cả từ người bị phỏng vấn và công chúng.

Để kiểm tra các thông tin đã thu thập được, người ta có thể nhắc lại các chi tiết, so sánh các dữ liệu, liên hệ với các sự kiện khác.

Ví dụ:

- Thừa đồng chí như vậy là chỉ trong 6 tháng đầu năm nay, số sản phẩm xuất xưởng của nhà máy ta đã gần bằng số lượng của cả năm trước?

- Như vậy, giá trị số hàng lậu lên đến 102 tỷ đồng?

- Nếu tôi không nhầm thì tổng số vốn đầu tư vào công trình này là 4.000 tỷ đồng?

Sự diễn giải so sánh ở câu hỏi thứ nhất để kiểm tra số liệu mà người bị phỏng vấn đưa ra khi nhà báo cảm thấy chưa hoàn toàn tin tưởng. Hai câu nhắc lại sau cũng nhằm tìm kiếm sự khẳng định chắc chắn con số mà nhà báo vừa nghe được.

Nói chung, việc kiểm tra như thế này không ảnh hưởng tiêu cực đến tâm lý người bị phỏng vấn trừ khi anh ta phủ định hoặc chữa lại số liệu đã đưa ra. Trong trường hợp đó nhà báo nên có thái độ thông cảm, động viên giúp người đối thoại bình tâm tiếp tục câu chuyện.

6. Kiểm tra thông tin từ các cuộc phỏng vấn

Phỏng vấn là một phương pháp không đảm bảo độ tin cậy cao trong hoạt động thu thập tài liệu vì nó mang tính chủ quan hai lần: Tính chất chủ quan của nguồn tin và tính chất chủ quan của nhà báo - người tiếp nhận thông tin.

Trước hết, người bị phỏng vấn trình bày sự kiện, vấn đề theo quan điểm riêng của mình hoặc đôi khi nói sai một cách cố ý. Ngay cả khi người bị phỏng vấn hoàn toàn trung thực thì những thông báo của người đó cũng không thể hoàn toàn tin cậy vì lý do trí nhớ có hạn hoặc những nhầm lẫn do sự căng thẳng tâm lý khi trả lời phỏng vấn. Hơn nữa, thông báo của người bị phỏng vấn đưa ra phụ thuộc một phần vào trạng thái sức khỏe, sự am hiểu, vốn sống của anh ta hay tình huống bối cảnh diễn ra cuộc phỏng vấn và khả năng nói chuyện của nhà báo. Cũng như người bị phỏng vấn, nhà báo bị chi phối bởi những quy luật tâm lý như khả năng lựa chọn của trí nhớ, sự chú ý, khả năng hiểu và ghi nhớ các thông điệp,...

Người ta thấy có các nhân tố sau đây có thể ảnh hưởng đến độ tin cậy của thông tin trong cuộc phỏng vấn:

(1) Nội dung và mục đích của cuộc phỏng vấn: Độ tin cậy của các thông tin trong cuộc phỏng vấn càng nhỏ khi nội dung và mục đích của nó càng tách rời khỏi lợi ích của người bị phỏng vấn. Việc toàn bộ thông tin từ cuộc phỏng vấn sẽ được công bố trước công luận một mặt dẫn tới sự ý thức rõ ràng về

trách nhiệm của nguồn tin. Song mặt khác, nó cũng là nguyên nhân khiến người bị phỏng vấn cố tình diễn đạt sự kiện theo hướng có lợi cho mình.

(2) Cách đặt câu hỏi và hành vi của người phỏng vấn: Đây là yếu tố đặc thù của từng cuộc phỏng vấn. Việc đưa ra các câu hỏi và các hành vi giao lưu, đối thoại của người phỏng vấn có thể tạo ra phản ứng tích cực hoặc tiêu cực ở người đối thoại, kích thích hoặc ngăn cản việc trình bày chính xác, chân thực các sự việc, hiện tượng.

(3) Phẩm chất, năng lực nghề nghiệp, tính chất tâm lý, mức độ khách quan và kỹ năng chuyên môn của nhà báo.

(4) Những phẩm chất, năng lực cá nhân của người bị phỏng vấn (trí nhớ, khả năng quan sát, khả năng tư duy, phân tích, năng lực biểu đạt các thông điệp...).

Từ các căn cứ trên đây, cần thiết phải kiểm tra lại các thông tin thu từ phỏng vấn bằng hai phương pháp: kiểm tra gián tiếp và kiểm tra trực tiếp.

- Kiểm tra gián tiếp là đối chiếu, so sánh những ý kiến của người bị phỏng vấn với các số liệu, thông tin của các nguồn tin đã nghiên cứu từ trước. Đó có thể là những ý kiến của người khác, các loại tài liệu đã có, sự quan sát của nhà báo, kết quả các thí nghiệm, nghiên cứu do chính nhà báo tiến hành.

- Kiểm tra trực tiếp là phương pháp kiểm tra căn bản, quyết định nhất. Nó nhằm xác định tính chất tin cậy của các thông tin ngay trong quá trình diễn ra cuộc phỏng vấn. Trong kiểm tra trực tiếp có những biện pháp cụ thể như: phân tích tính liên tục và logic của các tài liệu, phân tích hành vi của người bị phỏng vấn.

Do ảnh hưởng của các câu hỏi và những phán đoán về mục đích, tính chất cuộc phỏng vấn mà người bị phỏng vấn có

thể cảnh giác, đề phòng để có những suy xét, đánh giá lại các sự kiện dẫn đến thay đổi thái độ, lập trường về các sự kiện đó. Tất nhiên, trường hợp trên không phải là phổ biến. Tuy nhiên, người bị phỏng vấn vẫn phải quan tâm đặc biệt đến việc phát hiện những điểm bất đồng, sai lệch, trái với logic bình thường trong ý kiến của người bị phỏng vấn. Cần làm điều đó để nhằm kiểm tra, xác minh và bổ sung kịp thời ngay trong cuộc phỏng vấn.

Thông thường có một số trường hợp biểu hiện sự xuyên tạc khi kể lại các sự kiện, vấn đề trong phỏng vấn mà ta thường gặp như sau:

- Bỏ qua một số chi tiết, tất nhiên đây là những chi tiết thông tin bất lợi đối với người bị phỏng vấn.

- Thêm thắt, phát triển, cường điệu hóa.

- Thay thế - kết quả của quan hệ loại trừ giữa cái thêm thắt và cái bị bỏ qua.

- Bịa đặt - được hiểu là mô tả các sự kiện không đúng như thực tế nó xảy ra mà là phù hợp với sự hình dung, tưởng tượng của người bị phỏng vấn.

- Bố trí lại - tức là sắp xếp lại logic của các sự kiện thực tế theo quan điểm, cách diễn đạt chủ quan của người bị phỏng vấn dẫn đến bóp méo thông tin.

Phân tích hành vi của người bị phỏng vấn là kết quả logic của việc quan sát nhằm kiểm tra độ tin cậy của thông tin thu nhận được.

Trước hết, cần lưu ý xem người bị phỏng vấn phản ứng như thế nào trong hoàn cảnh cuộc phỏng vấn nói chung, thái độ khi nhận lời ra sao, địa điểm nào bắt đầu cuộc gặp gỡ, ánh mắt như thế nào khi nói chuyện, cần có người thứ ba không, phong thái nói chuyện như thế nào, có xúc động lo lắng không hay tự

tin cõi mở (trạng thái tâm lý như thế nào),... Trong quá trình cuộc phỏng vấn cần chú ý theo dõi phản ứng người bị phỏng vấn đối với từng câu hỏi và chi tiết trong các câu hỏi (trong trường hợp nào thì nhân vật lờ đi hay cố gắng né tránh câu trả lời, trong trường hợp nào anh ta nóng nảy hoặc sôi nổi trả lời một cách hăng hái, suôn sẻ...) Ngoài ra, tất cả các biểu đạt tâm lý của người đối thoại như: nét mặt, điệu bộ, ngữ điệu,... đều phải nằm trong tầm quan sát của nhà báo. Đó là những chỉ dẫn, dấu hiệu nhiều khi rất quan trọng giúp nhà báo phát hiện những chi tiết, thông tin sai lạc, không trung thực.

Ngoài những điều đã trình bày trên đây, nhà báo còn phải rất quan tâm kiểm tra độ chính xác của các tài liệu cụ thể như: Họ và tên, địa danh, ngày tháng, các con số, thông số kỹ thuật, các thuật ngữ phiên âm tiếng nước ngoài. Cần phải chính xác hóa tất cả những gì còn nghi vấn về các tài liệu này. Sự sai sót do chủ quan có thể gây hậu quả xấu khi tài liệu được công bố.

Nếu nghi ngờ các tỷ lệ phần trăm thì tốt nhất là chuyển sang các con số tuyệt đối và có sự xác nhận của người bị phỏng vấn. Việc cảnh giác với ý muốn làm tròn số của người đối thoại đối với các số liệu, thông số kinh tế - kỹ thuật bao giờ cũng cần thiết. Ngay cả khi đơn giản là người bị phỏng vấn thông báo tên, họ, ngày tháng năm sinh, quê quán và các chi tiết khác về lý lịch cũng phải tập hợp, lựa chọn logic hóa lại, đề phòng những sai sót do nguyên nhân từ cả hai phía đối thoại.

Việc kiểm tra thông tin là công việc bình thường, phổ biến trong các cuộc phỏng vấn. Nó là điều kiện đảm bảo cho độ tin cậy, tính chính xác của các tài liệu thu được. Song cần lưu ý là việc kiểm tra trong quá trình phỏng vấn phải cố gắng thực hiện một cách khéo léo, tránh để người bị phỏng vấn mặc cảm, khó chịu hoặc có phản ứng tiêu cực. Ngay cả trong trường hợp

phát hiện chắc chắn là người bị phỏng vấn cố tình trình bày xuyên tạc về sự kiện, nhà báo vẫn phải bình tĩnh giữ thái độ thật khách quan, dùng các biện pháp nghiệp vụ lái đối tượng trở lại phương hướng đúng đắn.

Phỏng vấn là một hoạt động đầy tính sáng tạo của nhà báo. Mỗi cuộc phỏng vấn đều có điều kiện, tính chất riêng và không thể có một khuôn mẫu chung cho tất cả. Tri thức sâu sắc, kỹ năng nghiệp vụ thành thục, kinh nghiệm sống và kinh nghiệm nghề nghiệp phong phú là điều kiện để nhà báo biến phỏng vấn thành hoạt động nghề nghiệp mang tính nghệ thuật. Điều đó cũng làm đảm bảo cho sự thành công và hiệu quả của các cuộc phỏng vấn.

34

LẠI BÀN VỀ VẤN ĐỀ PHÂN LOẠI TÁC PHẨM BÁO CHÍ, LOẠI BÁO CHÍ*

Trước hết, cần phải khẳng định rằng, phân loại là một trong những phương pháp tiếp cận nghiên cứu các tác phẩm báo chí. Việc phân loại tác phẩm báo chí là vấn đề rất phức tạp, trước hết do hoạt động thực tiễn báo chí vô cùng sinh động, đa dạng. Nhà báo luôn bị câu thúc bởi hạn định thời gian do tính định kỳ của sản phẩm báo chí, cũng như yêu cầu thông tin phong phú của công chúng. Đặc biệt, làm báo là tham dự vào cuộc chạy đua về thông tin. Việc đưa tin nhanh về các sự kiện thời sự nóng hổi được công chúng khát khao chờ đón là dấu hiệu đặc biệt quan trọng về sự thành công của nhà báo, những “niêm luật” về thể loại nhiều khi chỉ có ý nghĩa rất tương đối, không bắt buộc, thậm chí không quan tâm.

Mặt khác, sản phẩm báo chí (tờ báo, tạp chí, chương trình phát thanh, chương trình truyền hình, v.v.) được tạo thành bởi nhiều loại chất liệu khác nhau. Các tác phẩm báo chí chỉ chiếm vị trí và dung lượng nào đó - thường là lớn nhất và có vai trò quyết định. Những tư liệu, những văn bản hoặc đoạn trích văn bản hành chính, biểu đồ, bản đồ, bảng thống kê, những tranh,

* Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, số 6 (tháng 11+12)/2005.

ảnh, hình vẽ hoặc các tác phẩm văn học nghệ thuật đều có thể được sử dụng để hình thành nên một sản phẩm báo chí hoàn chỉnh. Vì thế, trước khi phân loại tác phẩm báo chí, cần phải phân biệt chúng với các tác phẩm thuộc các loại hình sáng tạo khác mà trước hết và chủ yếu là văn học nghệ thuật.

1. Về một ranh giới giữa báo chí và văn học nghệ thuật

Có thể nói, trong quan hệ giữa tác phẩm văn học nghệ thuật và tác phẩm báo chí thì đặc điểm rõ nét nhất để phân biệt là tính chất hư cấu và tính chất sự kiện. Trong văn học nghệ thuật, tác phẩm được hình thành trên cơ sở hư cấu. Nhà văn chiếm lĩnh cuộc sống, nhận thức nó và tái tạo cuộc sống thành hình tượng nghệ thuật trong tác phẩm của mình. Những con người, cảnh vật, quan hệ xã hội trong tác phẩm là sự phản ánh khái quát, điển hình hóa của cuộc sống hiện thực. Nó hoàn toàn không phải là sự phản ánh trực tiếp những con người, cảnh vật, mối quan hệ xã hội cụ thể của cuộc sống.

Khác với văn học nghệ thuật, báo chí phản ánh trực tiếp các sự kiện, hiện tượng cụ thể của đời sống. Tất nhiên, đó là những sự kiện, hiện tượng có tính thời sự, được công chúng rộng rãi quan tâm. Sự kiện trong tác phẩm báo chí chính là những phán đoán trực tiếp của nhà báo về các sự kiện, hiện tượng có thật, vừa mới xảy ra. Vai trò của nhà báo là phát hiện ra sự kiện và những giá trị thời sự của sự kiện, phản ánh một cách khách quan sự kiện đó vào tác phẩm báo chí của mình. Chính tính chất khách quan cũng là một giá trị quan trọng cùng với tính hấp dẫn của thông tin về sự kiện tạo nên hiệu quả của tác phẩm báo chí. Bởi vì tính khách quan, trực tiếp tạo nên đặc điểm kênh thông tin, quy định tính chất giao tiếp nhà báo với công chúng cũng như thái độ tiếp nhận thông tin

báo chí của công chúng. Mặt khác, công chúng xã hội vừa là nhân vật, đối tượng phản ánh của báo chí, vừa là đối tượng tiếp nhận thông tin của báo chí. Họ là người kiểm soát khắt khe nhất tính chất khách quan của sự kiện được phản ánh trong tác phẩm báo chí.

Chính sự khác biệt trên đã quy định sự khác nhau về phương pháp sáng tạo giữa nhà văn và nhà báo. Trong khi nhà văn có thể dành thời gian dài để nghiên cứu thực tế, rồi suy ngẫm về nhân vật của mình trước khi đặt bút viết tác phẩm, thì nhà báo phải đi săn tin, phải sống cùng nhịp sống với các sự kiện nóng bỏng đang xảy ra và tính từng giây, từng phút cho sự ra đời tác phẩm của mình.

Khi xem xét quan hệ giữa tác phẩm văn học nghệ thuật với tác phẩm báo chí cũng không thể bỏ qua những vùng chồng lấn, giao thoa giữa hai loại hình sáng tạo này. Trước hết là trong văn học cũng có những thể loại phản ánh người thật, việc thật như một số thể ký. Tuy nhiên, một số thể ký này không đòi hỏi tính thời sự khắt nghiệt như báo chí. Hơn nữa, trong thể ký luôn hàm chứa nhiều cái chủ quan của nhà văn như những suy luận ngoại đề, những nhận xét về giá trị hay những hiện tượng từ tình cảm và quan niệm của cá nhân người viết. Đây là những yếu tố mà không phải là hoàn toàn đáp ứng yêu cầu, tính chất sự kiện của báo chí - tính chất đòi hỏi thông tin báo chí phải khách quan, chính xác và cụ thể.

2. Phóng sự - văn học hay báo chí, hay...

Cũng trong mối quan hệ giữa văn học và báo chí, có không ít tác giả coi phóng sự là thể loại tác phẩm văn học nghệ thuật hay ít ra là đưa ra ranh giới giữa phóng sự văn học và phóng sự báo chí. Trên thực tế, nếu xét cho cùng thì từ “phóng sự”

không chỉ mang ý nghĩa khái niệm về một thể loại tác phẩm mà còn mang ý nghĩa là một phương pháp sáng tạo đặc thù của báo chí. Xét về phương pháp, phóng sự xuất hiện gắn liền với sự ra đời của báo chí, chỉ cách người ta phát hiện, phản ánh và thể hiện các sự kiện trên báo chí để mang đến cho người tiếp nhận thông tin có được thông tin trực tiếp, khách quan về các sự kiện đó. Xét từ ý nghĩa thể loại tác phẩm, phóng sự xuất hiện đầu tiên trên báo chí nước Anh hồi giữa thế kỷ XIX. Đó chính là những bài viết mô tả, tường thuật lại các cuộc họp nghị viện, tai nạn giao thông hay những trận chiến, những vụ thiên tai, hỏa hoạn. Cùng với sự phát triển của báo chí, theo thời gian, phóng sự đã trở thành một trong những thể loại tác chiến hàng đầu của báo chí. Trong các loại hình phương tiện truyền thông đại chúng hiện đại như phát thanh, truyền hình, mật độ xuất hiện của phóng sự càng nhiều hơn. Ngôn ngữ biểu đạt và các thiết bị kỹ thuật, công nghệ hiện đại mang lại cho phóng sự sức sống mới mạnh mẽ và năng lực chuyển tải thông tin sinh động, phong phú hơn.

Ở nước ta, sự ra đời của báo chí vào nửa sau thế kỷ XIX đã thực sự tạo nên một cuộc cách mạng về văn phong, ngôn ngữ. Trong xã hội xuất hiện một lối văn mới - *tân văn* hay *văn phóng sự*, lấy diễn đạt ý là mục đích tối thượng, không câu nệ vào sự cân đối, hài hòa cũng như “vẻ đẹp” hình thức câu văn của lối “văn ngôn”. Các nhà báo, nhà văn khi làm báo đều sử dụng lối văn này để diễn đạt tin tức hay viết các tác phẩm phóng sự.

Vậy có cần và có cơ sở không khi đặt ra ranh giới giữa phóng sự văn học và phóng sự báo chí? Phải chăng trên thực tế chỉ có phóng sự, cho dù là nhà văn viết hay nhà báo viết ra nó! Thật ra thì nhà văn hay nhà báo khi viết phóng sự đều

nhằm mục đích để in trên báo. Ở nước ta, những thiên phóng sự nổi tiếng thời trước Cách mạng Tháng Tám năm 1945 như: “Cơm thầy cơm cô”, “Lục xì”, “Kỹ nghệ lấy tây”, “Cạm bẫy người” của Vũ Trọng Phụng, “Tôi kéo xe” của Tam Lang, “Trong làng chạy” của Trọng Lang, “Thanh niên trụ lạc”, “Từ tình ái đến hôn nhân” của Nguyễn Đình Lạp, “Việc làng” của Ngô Tất Tố, v.v.. đều được đăng tải dài kỳ trên báo, về sau mới tập hợp lại để in thành sách. Khi viết các tác phẩm phóng sự này, các tác giả đã thực sự xâm nhập thực tế, điều tra, khai thác thông tin đúng như phương pháp thực thụ của các nhà báo. Tam Lang đã khoác áo đóng vai phu xe để viết “Tôi kéo xe”; Vũ Trọng Phụng đóng làm người đi ở để viết “Cơm thầy cơm cô”; Nguyễn Đình Lạp đã lang thang nhiều đêm trên hè phố Hà Nội để quan sát, tìm hiểu, khai thác tài liệu viết “Thanh niên trụ lạc” và “Từ tình ái đến hôn nhân”...¹. Về mục đích, rõ ràng những tác phẩm này nhằm phản ánh thực trạng đời sống xã hội hiện thực ở những bình diện khác nhau. Giá trị quan trọng nhất mà các phóng sự này mang lại là phê phán hiện thực xã hội ở cấp độ thời sự nhất. Nói cách khác, đó là những phóng sự có chất thời sự, mang đầy đủ những đặc trưng của sáng tạo báo chí. Ngoài các thiên phóng sự nổi tiếng kể trên, cũng chính các tác giả này đã viết nhiều phóng sự khác. Tuy nhiên, vì lý do nào đó mà những phóng sự ấy đã không được in thành sách, không trở nên nổi tiếng.

3. Trở lại một bảng phân loại tác phẩm báo chí

Trong cuốn sách *Tác phẩm báo chí, tập 1* (Nxb. Giáo dục, xuất bản năm 1995), chúng tôi đã đưa ra một bảng phân loại

1. Xem: Lê Thị Đức Hạnh viết “Lời giới thiệu” in trong sách *Nguyễn Đình Lạp tác phẩm*, Nxb. Văn hóa - Thông tin, Hà Nội, 2003.

tác phẩm báo chí. Trong bài viết này, chúng tôi xin được trình bày lại và bổ sung một số ý kiến mới xung quanh vấn đề này.

Chúng ta đều biết, cơ sở đầu tiên có ý nghĩa quyết định đối với sự phân loại là tiêu chí phân loại. Một hệ thống tiêu chí hợp lý là tiền đề sống còn cho một hệ thống phân loại hợp lý. Thông thường, người ta dựa vào 3 tiêu chí sau để phân loại tác phẩm báo chí:

- Quy mô, tính chất của sự kiện, vấn đề;
- Hình thức, phương pháp phản ánh, chuyển tải thông tin;
- Mục đích, chức năng thông tin của tác phẩm.

Theo các tiêu chí trên, có thể phân loại tác phẩm báo chí thành ba nhóm thể loại: nhóm thể loại tác phẩm thông tấn; nhóm thể loại tác phẩm chính luận; nhóm thể loại tác phẩm chính luận - nghệ thuật.

Nhóm thể loại tác phẩm thông tấn gồm có các thể loại: tin, phỏng vấn, ghi nhanh, tường thuật, phóng sự, điều tra, bài báo. Ngoài tin và phỏng vấn, các thể loại tác phẩm còn lại của nhóm này rất gần gũi với nhau về tính chất và phương pháp thể hiện. Một số tác giả còn gọi chung các loại hình ghi nhanh, tường thuật, điều tra và bài báo là loại bài phản ánh. Cũng có ý kiến cho rằng, phóng sự, điều tra, tường thuật và ghi nhanh có cùng nguồn gốc chung là phóng sự. Nói cách khác, điều tra, tường thuật và ghi nhanh chỉ là những thể loại phái sinh của phóng sự. Chúng chỉ có sự khác biệt ít nhiều mức độ về tính chất, dung lượng thông tin và nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin về một khía cạnh nào đó, như tìm hiểu nguyên nhân hay phản ứng xã hội về một hiện tượng, vấn đề hay sự kiện thời sự cụ thể.

Nhóm thể loại tác phẩm chính luận bao gồm các thể loại như: xã luận, bình luận, chuyên luận, tiểu phẩm. Mục đích

chung của nhóm tác phẩm này là thông tin giúp người đọc hiểu sâu hơn về các mối quan hệ, tính chất, tiếp cận đến bản chất của sự kiện, hiện tượng hay vấn đề thời sự. Chính vì thế, phương pháp thể hiện của nhóm tác phẩm này là logic, luận lý và khái quát, trên cơ sở chứng cứ rõ ràng, các luận điểm chặt chẽ.

Nhóm thể loại cuối cùng, các tác phẩm chính luận - nghệ thuật, là tập hợp khá phức hợp các thể loại ở khu vực giao thoa giữa báo chí với loại hình sáng tạo văn học - nghệ thuật như: bút ký, ký sự, ghi chép, ký chân dung...¹.

Cũng cần nhấn mạnh rằng, việc phân loại tác phẩm báo chí có ý nghĩa tương đối, dựa vào tính trội của những biểu hiện dưới hệ quy chiếu của các tiêu chí phân loại. Sự tương đối này thể hiện từ bảng phân loại theo cấp độ nhóm đến cấp độ thể loại, ở mỗi thể loại, việc phân chia ra các thể cũng mang tính chất tương đối. Ví dụ, trong thể loại tin, người ta có thể dựa vào dung lượng, phương pháp thể hiện để chia thành các thể tin ngắn, tin vắn, tin có bình, tin công báo, tin sâu, tin tường thuật... Tuy nhiên, trong một số giáo trình báo chí phương Tây, đôi khi người ta lại dựa vào đề tài, đối tượng phản ánh để chia thành các thể tin: tin tòa án, tin bầu cử, tin quốc hội, tin khoa học, tin tội phạm, tin giáo dục, tin thể thao, tin tôn giáo, v.v..².

Đồng thời với tiến trình lịch sử của báo chí Việt Nam, các thể loại báo chí ở nước ta cũng có một quá trình phát triển phong phú và sinh động. Quá trình phát triển đó được triển

1. Xem Tạ Ngọc Tấn (chủ biên): *Tác phẩm báo chí, tập 1*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội, 1995.

2. Xem John Hoenberg: *Ký giả chuyên nghiệp*, Nxb. Hiện đại, Sài Gòn, 1974.

khai chủ yếu theo hai phương hướng chính: *Phương hướng thứ nhất* là sự phân nhánh và hình thành các thể loại phái sinh nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin ngày càng phong phú của xã hội, và *phương hướng thứ hai* là sự tiếp nhận các yếu tố khác trong văn hóa dân tộc nhằm tăng cường năng lực thông tin và sức hấp dẫn của các sản phẩm báo chí.

Có thể nói rằng, sự hình thành của *phóng sự điều tra* (hay *thể loại điều tra*) chính là trên cơ sở thể loại phóng sự mà điều chỉnh phương pháp sáng tạo, phát hiện các tài liệu, làm rõ chứng cứ, nhằm mục đích phanh phui nguyên nhân, hệ quả, giải đáp nghi vấn về thực chất của một vấn đề, hiện tượng cụ thể. Nói cách khác, phóng sự điều tra chính là kết quả của sự phát triển thể loại báo chí theo phương hướng thứ nhất. Theo phương hướng thứ hai, các thể loại báo chí đã tiếp nhận các yếu tố như mô thức kể chuyện và các hình thức thể hiện trong văn hóa dân gian, phương pháp tu từ, cách biểu đạt trong ca dao, dân ca, thành ngữ, tục ngữ, v.v. để làm giàu thêm khả năng thông tin của các thể loại tác phẩm báo chí. Chính hướng phát triển này là một trong những cơ sở quan trọng nhất làm cho các thể loại tác phẩm báo chí không chỉ là những mô thức biểu đạt có tính quốc tế, mà còn mang đậm tính chất dân tộc, đặc trưng văn hóa của mỗi quốc gia, dân tộc.

35

NHẬN DIỆN THỂ LOẠI TÁC PHẨM TRONG DI SẢN BÁO CHÍ CỦA NGÔ TẮT TỐ*

Ngô Tất Tố là một nhà văn - một nhà báo, một người viết nhiều và đa dạng. Từ trước đến nay đã có nhiều công trình nghiên cứu Ngô Tất Tố với tư cách nhà văn cũng như những di sản văn học của ông. Tuy nhiên, có thể nói còn rất ít những công trình đề cập đến sự nghiệp báo chí của Ngô Tất Tố, mặc dù trong suốt cả cuộc đời mình, ông là người gắn bó với nghiệp làm báo và di sản báo chí của ông cũng đồ sộ, phong phú không thua kém di sản văn học. Hơn nữa, không ít công trình nghiên cứu về trước tác của Ngô Tất Tố còn chưa đánh giá xứng tầm hoặc có ít nhiều sự thiên lệch và nhầm lẫn khi nhận xét về hoạt động báo chí của ông. Trong bài viết này, chúng tôi mong muốn thông qua khảo sát di sản báo chí của ông để trên cơ sở đó trao đổi một số ý kiến khái quát về các thể loại cũng như nội dung và nghệ thuật thể hiện các tác phẩm báo chí của ông.

Nếu kể từ năm 1926 khi được Tản Đà (Nguyễn Khắc Hiếu) mời ra làm tờ *An Nam tạp chí* đến năm 1945, Ngô Tất Tố đã có 19 năm liên tục làm báo. Theo TS. Cao Đắc Điểm, cuộc đời làm báo của Ngô Tất Tố đã để lại gần 1.500 tác phẩm trên 27

* Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, số 1 (tháng 1+2)/2006.

tờ báo, tạp chí từ Nam Kỳ ra Hà Nội đến Chiến khu Việt Bắc với 26 bút danh khác nhau. Tính đến giữa năm 2005, theo tài liệu của bà Ngô Thị Thanh Lịch - con gái Ngô Tất Tố, được sử dụng khi biên soạn niên biểu hoạt động báo chí của ông trong cuốn sách *Di sản báo chí Ngô Tất Tố - ý nghĩa lý luận và thực tiễn* (Nxb. Văn học, xuất bản năm 2005), có thể thấy, chỉ có tác phẩm *Cẩm Hương đình* của ông dịch từ truyện cổ Trung Hoa được *Tản Đà Tu thư cục* và - *Nghiêm Hàm ấn quán* in thành sách từ năm 1923 và những sách biên dịch, khảo cứu về triết học phương Đông như Kinh Dịch, Mặc Tử, Lão Tử, v.v. còn lại hầu hết các tác phẩm văn học hay báo chí của Ngô Tất Tố đều được chào đời trên các trang báo, tạp chí. Đối với các tác phẩm báo chí, hình thức tồn tại đầu tiên trên trang báo, tạp chí là đương nhiên, không phải bàn cãi. Đó là công việc thuộc về trách nhiệm của nhà báo và yêu cầu sinh tồn của cơ quan báo chí. Nhưng đối với các tác phẩm văn học nghệ thuật thì không hoàn toàn như vậy. Không phải tác phẩm nào cũng được đăng tải trên các trang báo, tạp chí. Có thể cắt nghĩa hiện tượng các tác phẩm văn học nghệ thuật của Ngô Tất Tố đều bắt đầu được đăng tải trên báo chí theo hai nguyên nhân. *Nguyên nhân thứ nhất* là do nhận thức của tác giả về sức mạnh to lớn của báo chí đối với công chúng xã hội. *Nguyên nhân thứ hai* là các tác phẩm văn học nghệ thuật của Ngô Tất Tố thực sự có ý nghĩa thời sự, gắn bó với nhịp sống đương thời và có khả năng đáp ứng một phần nào đó nhu cầu thông tin của công chúng báo chí. Về nguyên nhân thứ hai, có thể dựa vào nhận xét của Vũ Trọng Phụng - một nhà văn - nhà báo lớn, tài năng cùng thời với Ngô Tất Tố khi nhận xét tiểu thuyết *Tắt đèn* của ông: “Tắt đèn là một thiên tiểu thuyết có luận đề xã hội, một áng có thể gọi là kiệt tác, tòng lai chưa từng thấy và cũng là áng văn mới

mẻ nhất về loại văn chương xã hội ngày nay” (báo *Thời vụ*, số 100, ra ngày 31/01/1939).

Các tác phẩm văn học nghệ thuật của Ngô Tất Tố đã được đề cập trong hàng trăm công trình nghiên cứu chung hoặc chuyên biệt về *Tắt đèn*, *Trong rừng nho*, *Lều chõng* và các truyện dã sử, các truyện ngắn. Về thể loại của các tác phẩm này, các ý kiến hầu như đều thống nhất về cơ bản, không có sự dị biệt nào đáng kể. Riêng đối với di sản báo chí của Ngô Tất Tố, tình hình khác nhiều. Trước hết, số công trình nghiên cứu trực tiếp về di sản báo chí của ông hầu như còn rất ít. Trong khi đó một vài công trình nghiên cứu về di sản báo chí của Ngô Tất Tố lại xuất phát từ hệ quy chiếu văn học. Chính vì thế, đôi khi những nhận định, đánh giá về thể loại, nội dung hay giá trị đích thực của các tác phẩm báo chí của Ngô Tất Tố chưa toàn diện hoặc chưa thật hợp lý. Mặt khác, việc nghiên cứu một cách toàn diện các tác phẩm báo chí của Ngô Tất Tố cũng như của các nhà báo đồng thời với ông cũng gặp một số khó khăn, trong đó có khó khăn hầu như không thể vượt qua. Khó khăn đầu tiên là việc tập hợp tư liệu. Tác giả là người viết nhiều. Tác phẩm của ông đăng tải trên nhiều sản phẩm báo chí khác nhau. Trong khi đó, việc lưu giữ các sản phẩm báo chí ấy rất không đầy đủ do sự khắc nghiệt của thời gian, khí hậu, sự phá hoại của chiến tranh. Năm 1954, một bộ phận quan trọng nhất trong khu lưu trữ báo chí của ta đã bị người Pháp di chuyển đi khỏi Hà Nội, đưa vào Sài Gòn và đưa sang Pháp. Vì thế, khó có hy vọng tìm kiếm, tập hợp đầy đủ trước tác báo chí của Ngô Tất Tố. Hơn nữa, khi viết báo, do nhiều nguyên nhân tế nhị và phức tạp khác nhau mà nhà báo thay đổi các bút danh, thậm chí không ký tên dưới các bài báo. Cho nên, ngay cả khi có đầy đủ bộ sưu tập báo chí trong tay thì cũng

không dễ tìm kiếm, xác định đầy đủ tất cả các tác phẩm của Ngô Tất Tố.

Khảo cứu một phần quan trọng trong số các tác phẩm báo chí của Ngô Tất Tố bao gồm 311 tác phẩm mà TS. Cao Đắc Điểm đã sưu tầm trên các báo, tạp chí: *An Nam tạp chí*, *Đông Pháp thời báo*, *Thần Chung* (*Đông Pháp thời báo* chuyển tên), *Ngọ báo*, *Con ong*, *Phổ thông*, *Đông Phương công luận*, *Thực nghiệp dân báo*, *Tương lai*, *Thời vụ*, *Cứu quốc*, *Văn nghệ*, có thể thấy phân bố thể loại tác phẩm như sau:

STT	Thể loại	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Tin	1	0,32
2	Phóng sự	4	1,29
3	Bài báo (khảo cứu)	13	4,18
4	Bình luận	9	2,89
5	Tiểu phẩm	209	67,20
6	Tản văn	18	5,79
7	Bút ký	7	2,25
8	Khác	50	16,08
	Tổng số	311	100

Số lượng tác phẩm báo chí dẫn trong bảng thống kê trên được dẫn theo tài liệu do TS. Cao Đắc Điểm cung cấp và chỉ là một phần trong tổng số các tác phẩm báo chí của Ngô Tất Tố. Khi thống kê các tác phẩm này, chúng tôi không tính các tác phẩm văn học nghệ thuật như truyện ngắn, tiểu thuyết. Trong khuôn khổ những tư liệu hiện có, bao gồm những tư liệu đã được các nhà nghiên cứu công bố trước đây và những tư liệu mới nhất do TS. Cao Đắc Điểm sưu tầm, có thể thấy trong di sản báo chí của Ngô Tất Tố có các thể loại tác phẩm như: tin, phóng sự, bài báo (khảo cứu), bình luận, tiểu phẩm, tản văn, bút ký, v.v..

Trong bảng thống kê xuất hiện hai định danh thể loại: tản văn, tiểu phẩm. Điều này xuất phát từ quan niệm có sự khác biệt về đặc điểm thể loại giữa tản văn với tiểu phẩm. Ở nước ta, nhiều tác giả không thống nhất quan điểm hoặc đánh đồng khái niệm: tạp văn, tản văn, tiểu phẩm.

Trong bài báo “*Tiểu phẩm của Ngô Tất Tố*” đăng trên phụ san báo *Văn nghệ*, tháng 5/1993, Trương Chính coi “những áng văn xuôi bàn thế sự, thời sự gọn nhẹ” là tiểu phẩm. Tuy nhiên, trong bài giới thiệu cuốn *Tạp văn* của Lỗ Tấn có tên là “Về tạp văn Lỗ Tấn” viết năm 1998, cũng chính tác giả Trương Chính lại khẳng định: “Tạp văn của Lỗ Tấn muôn hình muôn vẻ, bao gồm những bài cảm xúc, cảm nghĩ, luận văn, bút chiến, thư từ, hồi ký, hồi ức, nhật ký, dạ ký, cả thơ văn xuôi nữa. Nói như ông “bất cứ thể văn gì, các thứ góp lại với nhau, thế là thành tạp văn”¹. Trong quan niệm thứ hai của Trương Chính, tạp văn không bao hàm những yếu tố đồng nhất về đặc điểm phân loại. Nói cách khác, tạp văn là một định danh chung cho những thể loại khác nhau, trong đó bao gồm tiểu phẩm và tản văn. Như vậy, nếu trong quan niệm thứ nhất, Trương Chính đã coi tiểu phẩm là một khái niệm tương đối tổng hợp, ranh giới không thật rõ ràng, thì trong quan niệm thứ hai, ông đã phân biệt rõ ràng tiểu phẩm với tản văn ở hai bậc phân loại khác nhau.

Lê Thị Đức Hạnh coi tiểu phẩm chính là các bài báo. Tác giả viết: Ngô Tất Tố không chỉ là nhà văn hiện thực nổi tiếng với những tác phẩm *Tắt đèn*, *Việc làng*... Những tiểu phẩm của ông tức những bài báo, rất giàu tính nghệ thuật...².

1. Lỗ Tấn: *Tạp văn* (Trương Chính giới thiệu và tuyển dịch), Nxb. Văn hóa - Thông tin, Hà Nội, 2003, tr.8.

2. Xem *Tạp chí Văn học*, số tháng 6/1983.

Tác giả Hà Minh Đức trong bài “Tiểu phẩm văn học và báo chí của Ngô Tất Tố” đăng trên *Tạp chí Văn học* số tháng 11/1998 phân biệt ranh giới giữa văn học và báo chí trong tiểu phẩm của Ngô Tất Tố. Tuy nhiên, ông không chỉ ra một cách cụ thể tác phẩm nào là tiểu phẩm văn học, tác phẩm nào là tiểu phẩm báo chí. Hơn thế nữa, ông lại khẳng định một quan niệm có tính nhị nguyên hay hòa tan chất văn học và chất báo chí vào một thể thống nhất: Tiểu phẩm văn học, báo chí của Ngô Tất Tố vừa mang đầy đủ đặc điểm của tiểu phẩm báo chí lại vừa là những tiểu phẩm văn học. Ở ngay đoạn tiếp theo sau đó, tác giả Hà Minh Đức viết: ký văn học nhất là ký báo chí yêu cầu có địa chỉ xác thực về người và việc. Tính thời sự của các tiểu phẩm văn học và báo chí của Ngô Tất Tố rất kịp thời, mới mẻ, đồng hành với câu chuyện sự việc đang diễn ra. Tính luận chiến của tiểu phẩm văn học và báo chí của Ngô Tất Tố không thu hẹp trong một địa hạt nào mà mở rộng trên nhiều phạm vi chính trị, xã hội, văn hóa, đạo lý, thẩm mỹ... do đó tác dụng xã hội khá rộng rãi. Nghiên cứu kỹ quan niệm của tác giả Hà Minh Đức thể hiện trong bài viết trên, có thể thấy về thực chất, ông chỉ đưa ra đánh giá về chất văn chương, giá trị văn học có tính chung dung, không xác định rõ một ranh giới tương đối nào đó về nội dung, hình thức hay phương pháp. Bởi vì, khi tác giả phân tích các giá trị văn học của tác phẩm báo chí của Ngô Tất Tố, người ta vẫn nhận thấy chủ yếu trong đó là các giá trị đích thực của báo chí. Nói cho đúng thì tác giả vẫn chỉ bàn về một thứ tiểu phẩm đăng báo của Ngô Tất Tố - thứ tác phẩm mà tác giả thừa nhận là báo chí nhưng có giá trị văn học.

Cũng trong bài báo nói trên, tác giả Hà Minh Đức đưa cả một số phóng sự, bình luận vào ví dụ để phân tích về tiểu

phẩm. Đó là trường hợp phóng sự *Làm no hay cái ăn trong những ngày ngập nước*. Tác giả khẳng định tiểu phẩm *Làm no hay cái ăn trong những ngày ngập nước* “tuy mang tính chất châm biếm nhưng bên trong lại là nỗi xót xa thật chạnh lòng”. Trong cuốn sách *Di sản báo chí Ngô Tất Tố - ý nghĩa lý luận và thực tiễn* do Phan Cự Đệ chủ biên, các tác giả coi tác phẩm này là phóng sự. Trên thực tế, căn cứ vào tất cả các tiêu chí phân loại, tuyệt đại bộ phận các nhà nghiên cứu đều khẳng định tác phẩm “*Làm no hay cái ăn trong những ngày ngập nước*” là một phóng sự đích thực. Trong tác phẩm cũng không thể tìm ra một chi tiết, một từ ngữ nào thể hiện sự châm biếm, phê phán - một tính chất cơ bản, không thể thiếu của thể loại tiểu phẩm hay nói cách khác, không có tính chất ấy không thể thành tiểu phẩm. Hơn nữa, thực tình mà nói thì là Ngô Tất Tố hay cho dù là ai khác nữa cũng không nỡ lòng nào châm biếm cái hoàn cảnh dở sống, dở chết của những người dân đói khổ, lâm vào cảnh lũ lụt, phải ăn cả đất để đánh lừa cái đói, tìm đến cảm giác no, sống cho qua ngày, đoạn tháng.

Vượt lên trên tất cả những bất đồng, dị biệt trong quan niệm, phân biệt, tập hợp hay định danh về tiểu phẩm, các tác giả đều có chung đánh giá về tính chất châm biếm, phê phán của tiểu phẩm. Có thể coi đây là cơ sở then chốt, quyết định để đi đến một quan niệm thống nhất về thể loại tiểu phẩm. Từ quan niệm đó, có thể phân định tiểu phẩm nói chung và tiểu phẩm của Ngô Tất Tố là những tác phẩm báo chí thông qua sự phản ánh các sự kiện thời sự và phương pháp biện luận trào lộng để châm biếm, phê phán cái xấu, cái tiêu cực cũng như những mặt hạn chế trong xã hội.

Định danh thứ hai trong bảng phân loại tác phẩm báo chí của Ngô Tất Tố là tản văn mang hàm nghĩa khác. Đó chính

là những tác phẩm báo chí gọn nhẹ, bàn tản mạn về một vấn đề, sự kiện thời sự nào đó. Ở tản văn không có sự chằm biếm. Nó chỉ là sự thể hiện những ý kiến, suy tư hay tình cảm từ sự nhận thức về vấn đề, sự kiện mà dư luận xã hội quan tâm. Tản văn không đòi hỏi sự chặt chẽ về logic cũng như những kết luận, luận điểm mang tính khái quát cao. Đó cũng chính là đặc điểm phân biệt tản văn với bình luận, một thể loại hướng tới mục đích là phát lộ ra bản chất, những giá trị, ý nghĩa hay là những mối quan hệ đặc thù đằng sau cái sự kiện thời sự bằng phương pháp nghị luận. Tiểu phẩm, tản văn cùng một số thể tài khác là những bộ phận hợp thành của tạp văn. Sự phân định này trở về phù hợp với cách hiểu của Lỗ Tấn - “bất cứ thể văn gì, cứ ghép lại với nhau, thế là thành tạp”.

Ngô Tất Tố viết tản văn không nhiều và đa phần viết vào thời kỳ trước năm 1930. Trong số các tác phẩm được khảo sát, chỉ có 18 tác phẩm là tản văn, chiếm tỷ lệ chưa đến 6%. Đề tài của tản văn Ngô Tất Tố là những vấn đề của đời sống xã hội hiện thực đương thời, tuy nhiên ở mức độ nào đó chưa cụ thể, sát sườn, chưa vạch mặt chỉ tên như các vấn đề, sự kiện trong tiểu phẩm. Đặc điểm ấy có thể thấy qua các tác phẩm: *Bình dân đối với nước* (*Đông Pháp thời báo* số 655, năm 1927), *Một thứ tiếng nói chung cho cả nước* (*Đông Pháp thời báo* số 658, năm 1927) - suy nghĩ về quốc tế ngữ, *Nhân tài với xã hội* (*Đông Pháp thời báo* số 665, năm 1927), *Việc làm sách và dịch sách ở nước ta ngày nay* (*Đông Pháp thời báo* số 693, năm 1928), *Luận về tư cách nhân tài của xã hội* (*Đông Pháp thời báo* số 705, năm 1928), *Một sự cảm hoài về ngày xuân* (*Đông Pháp thời báo* số 678, năm 1928), *Gia đình với đời người* (*Thần chung* số 57, năm 1929), v.v. về cơ bản, chỉ cần qua đầu đề đã có thể biết tác giả muốn luận bàn, suy tư, nhận xét về vấn đề cụ thể nào.

Các thể loại tác phẩm bình luận cũng góp mặt trong di sản báo chí của Ngô Tất Tố, chủ yếu trong thời kỳ trước năm 1930. Đó là các bài bình luận, chuyên luận về những vấn đề chính trị - xã hội trong nước và quốc tế đăng trên *Đông Pháp thời báo*, *Thần chung*. Trong năm 1929, trên tờ *Thần chung* các số 59, 69, 82, 110, Ngô Tất Tố viết 4 bài bình luận về tình hình thời cuộc ở Trung Quốc và những vấn đề liên quan đến Chính phủ Quốc dân Đảng của Tưởng Giới Thạch. Trước đó, trên *Đông Pháp thời báo* năm 1928, có các bài bình luận thời sự quốc tế của ông như: “Nước Tàu có thể thống nhất được chăng?”, “Mỹ, Nhật sẽ giết nhau nay mai”, “Cục diện ba tỉnh miền Đông” (miền Đông của Trung Quốc - TNT). Các bài bình luận này phần lớn là đăng trong các chuyên mục có tính chất bình luận như: Thời cuộc nước Tàu, Thế giới thời bình.

Cũng trong bảng phân loại tác phẩm báo chí của Ngô Tất Tố có các thể loại phóng sự và bút ký. Độc giả đã khá quen biết với phóng sự của Ngô Tất Tố qua các tác phẩm nổi tiếng của ông như: *Việc làng*, *Dao cầu thuyền tán*, *Tập án cái đình*. Đây cũng chính là những tác phẩm đã được giới nghiên cứu văn học chú ý, đánh giá cao về giá trị, ý nghĩa xã hội và nghệ thuật thể hiện. Ngoài ra, còn có một số thiên phóng sự ngắn hơn, ít được quan tâm như: *Làm no hay cái ăn trong những ngày ngập nước* (Thời vụ - số 24 ngày 03 và số 25 ngày 06/5/1938), *Cuộc đi thăm mấy trại di dân ở Yên Bái* (Thời vụ - số 65 ngày 23/9/1938). Những tác phẩm này đều có chung một đặc trưng thể loại là mô tả, thuật lại sự kiện theo logic phát triển. Nhà báo thuật lại những điều mắt thấy, tai nghe một cách khách quan. Tác giả xuất hiện trong tác phẩm vừa như người kể chuyện, vừa có vai trò của người chứng kiến, chỉ quan sát, phát hiện và thuật lại các chi tiết theo logic vận động của sự

kiện mà không can thiệp hay không trực tiếp bày tỏ thái độ, quan điểm của mình. Đó cũng chính là những đặc điểm cơ bản của thể loại phóng sự báo chí. Những đặc điểm ấy thể hiện rất đậm nét trong các phóng sự của Ngô Tất Tố. Đọc *Đạo cầu thuyền tán*, có thể thấy cả một kỳ báo “IV. Giết người bằng vương đạo” chỉ là lời than thở, chửi rửa đau xót và phẫn nộ của bà phán Phước vì con mới chết do thuốc độc của mấy ông lang băm bốc nhảm.

Ở phóng sự *Làm no hay cái ăn trong những ngày ngập nước*, tác giả là người trực tiếp đối thoại với nhân vật. Câu chuyện qua lại trong tác phẩm nói về gia đình bác nông dân tên là Ba Tuy, đã nghèo khổ lại lâm vào cảnh ngập lụt, để sống qua ngày đã phải ăn từ sơ mít, đọt cau đến cả đất. Suốt từ đầu đến cuối tác phẩm chỉ là những câu đối thoại qua lại và thỉnh thoảng đưa vào những câu dẫn chuyện hay mô tả thái độ, cử chỉ của nhân vật. Tác giả không một lần thể hiện thái độ, tình cảm của mình về nỗi khổ của người dân đói ăn vì ngập lụt. Cả đến câu kết của bài phóng sự “bác khom khom cho vó xuống, tôi thần thờ nhìn ánh nước dập dồn trên bức vách”, cũng vẫn chỉ là sự mô tả động thái một cách khách quan. Tác giả không có một câu phản nản hay an ủi về nỗi khổ của người dân. Không phải vì ông không yêu thương, thông cảm với họ, mà là vì ông muốn đứng lùi ra làm người đưa tin khách quan, để cho người đọc tự cảm nhận. Sức thuyết phục, sức mạnh tác động của tác phẩm chính là những chi tiết đặc sắc về các món ăn từ đất, từ đậu phụ, đọt cau, sơ mít mà tác giả đã phát hiện qua lời kể của nhân vật. Với những chi tiết đắt như thế, đôi khi những lời bình chủ quan chỉ làm giảm giá trị.

Nếu phóng sự là logic phát triển khách quan của sự kiện thì bút ký lại là sự bày tỏ cái tôi chủ quan trước sự kiện.

Trong bút ký, tác giả vừa là người kể chuyện, vừa là nhân vật của tác phẩm. Sự kiện được phản ánh không tách rời những biểu hiện, đánh giá về giá trị dưới con mắt thẩm định của tác giả. Người viết không giấu giếm những tình cảm, thái độ, quan điểm của mình đối với sự kiện. Từ cách hiểu ấy, có thể xác định những tác phẩm của Ngô Tất Tố là bút ký như: *Một buổi đi chơi chùa Hương* (Ngọ báo các ngày 21, 22, 23/4/1931), *Trước miếu Trung Liệt sự nhớ công đức ông Nguyễn Quang Trung* (Đông phương, 17/6/1931), *Vài chấm nhỏ của thời đại đã qua* (Thời vụ, ngày 10, 14/3/1939), *Quà Tết bộ đội* (Cứu quốc - số Xuân Kỷ Sửu - 01/1949), *Buổi chợ Trung du* (Văn nghệ, số 8 và 9, Xuân Kỷ Sửu - 1949).

Những bài báo khảo cứu của Ngô Tất Tố chủ yếu xuất hiện vào thời kỳ từ năm 1930 về trước. Đây là những bài báo có dung lượng tương đối lớn, có thể coi như những công trình khảo cứu về các vấn đề chính trị, xã hội, triết học trong nước và quốc tế. Tác phẩm “*Cuộc vận động về dân tộc của người Ai Cập (Arabes) và người Do Thái (Juils) ở xứ Palestine*” đăng trên 8 số báo liên tiếp từ 790, 793 đến 799 năm 1928 của tờ *Thần Chung*. Bài “*Vương Dương Minh và Fichte*” đăng trên 3 số 779, 781, 782 năm 1928 của tờ *Đông Pháp thời báo*. Tuy nhiên, cũng có bài chỉ khoảng 1.000 chữ đăng trên một số báo như: “*Đảng cách mạng Tàu ở nước ta*” - *Đông Pháp thời báo* số 784 - năm 1928. Trong những bài khảo cứu này, tác giả không chỉ đưa ra các tư liệu, thông tin khách quan mà còn phân tích, bình luận về các tư liệu ấy, đưa ra những nhận xét, đánh giá cụ thể. Một số nhận xét xuất phát từ sự liên hệ với tình hình chính trị - xã hội của Việt Nam.

Theo thời gian, có thể phân định hoạt động sáng tạo báo chí của Ngô Tất Tố thành ba thời kỳ chính: - thời kỳ thứ nhất

từ năm 1926 đến năm 1929, thời kỳ thứ hai từ năm 1930 đến tháng 8/1945, thời kỳ thứ ba từ sau Cách mạng Tháng Tám năm 1945 đến tháng 4/1954.

Từ năm 1926 đến năm 1929 là thời kỳ nhà nho - nhà giáo Ngô Tất Tố bắt đầu tham gia hoạt động báo chí. Khởi đầu sự nghiệp báo chí của Ngô Tất Tố là cộng tác với Tấn Đà (Nguyễn Khắc Hiếu) trên tờ *An Nam tạp chí*. Sau đó ông viết cho *Đông Pháp thời báo* những năm 1927-1928. Năm 1929, ông làm báo *Thần Chung* (Đông Pháp thời báo chuyển tên). Trong thời kỳ này, Ngô Tất Tố đăng tải các bài dịch thuật, bài khảo cứu, thơ ca, bình luận thời sự chính trị - xã hội và một số tản văn, phê bình văn học. Hầu hết các tác phẩm này không thuộc các thể loại hàng đầu trên mặt báo. Đề tài của các tác phẩm này chưa thật gắn bó chặt chẽ với dòng thời sự chủ lưu. Nhiều tác phẩm có dung lượng lớn, đề cập đến những đề tài lạnh, hay là những vấn đề không thật bức xúc đối với công chúng. Nhìn vào diện mạo trước tác của ông trong thời kỳ này, có thể thấy có vẻ như nhà nho - nhà giáo Ngô Tất Tố đang trần trở tìm đường tới một nhà báo - Ngô Tất Tố.

Thời kỳ thứ hai trong hoạt động sáng tạo báo chí của Ngô Tất Tố từ năm 1930 đến tháng 8/1945. Có thể nói, đây là thời kỳ nở rộ tài năng làm báo của Ngô Tất Tố. Ông đã đứng vững trên đôi chân nghề nghiệp làm báo, trở thành một trong những cây bút hàng đầu trong làng báo, làng văn, mạnh về bút lực và lớn về uy danh. Tiểu phẩm và phóng sự - hai thể loại thành công nhất, chiếm vị trí quan trọng nhất trong di sản báo chí của Ngô Tất Tố cũng ra đời chủ yếu trong thời kỳ này. Chính điều kiện hiện thực xã hội và kiến thức uyên bác của một nhà trí thức nho học đã đưa đẩy Ngô Tất Tố đi đến việc lựa chọn hai thể loại cho sáng tạo báo chí của mình là phóng sự - một

thể loại cho phép phản ánh sinh động, trực diện và tương đối sâu hiện thực xã hội và tiểu phẩm - một thể loại cho phép nhà báo phát huy mạnh mẽ sự hiểu biết uyên bác, sự quan sát tinh tế, phương pháp tư duy logic để phát hiện những mối quan hệ sâu sắc, những góc khuất bất ngờ, những sự đòi éo le, trớ trêu để đưa ra sự xét đoán, phân định có tính châm biếm, trào lộng. Đây cũng là những thể loại có thể giúp nhà báo phản ánh nhanh những sự kiện, vấn đề thời sự nóng hổi trong dòng thời sự chủ lưu của xã hội. Và có thể nói, cũng chính là hoạt động báo chí với việc tiếp nhận hàng ngày dòng thông tin thời sự đã là một trong những động lực thúc đẩy, gợi ý Ngô Tất Tố trong sáng tạo văn học nghệ thuật, giúp ông có cái nhìn tổng thể cũng như sự lựa chọn những chi tiết điển hình cho các tác phẩm văn học, trong đó có tác phẩm lớn nhất trong di sản văn học của ông - tiểu thuyết *Tất đèn*.

Thời kỳ thứ ba trong sáng tạo báo chí của Ngô Tất Tố bắt đầu từ sau Cách mạng Tháng Tám năm 1945 đến khi ông qua đời ngày 20/4/1954. Nếu như cảm hứng chủ đạo của hai thời kỳ trước là phê phán, tố cáo và lên án những cái xấu, những biểu hiện không lành mạnh của đời sống xã hội thực dân, phong kiến, thì trong thời kỳ thứ ba, ngợi ca là âm hưởng chủ đạo của các tác phẩm báo chí của Ngô Tất Tố. Ông đón nhận Cách mạng Tháng Tám như đón nhận sự giải phóng, giải phóng cả cuộc đời hiện thực và giải phóng khỏi những âu lo, trăn trở về thế sự trong tâm hồn ông. Trong các tác phẩm như *Quà Tết bộ đội*, *Anh Lộc*, *Buổi chợ trung du* v.v., có thể nhận thấy một niềm vui lớn, sự hứng khởi của tác giả. Cho dù là viết về những gian nan trong kháng chiến, về máy bay địch đe dọa trên bầu trời, nhưng mỗi câu, mỗi chữ trong các tác phẩm của Ngô Tất Tố đều như ngân lên âm hưởng của niềm

vui, niềm tin. Trong đó, không tìm đâu ra bóng dáng những trần trở, trào lộng, châm biếm đã từng thấm đẫm trong các tác phẩm báo chí của ông ở các thời kỳ trước.

Cũng cần nói rằng, Ngô Tất Tố là một trong số ít những nhà văn - nhà báo cùng thời thể hiện sự nhất quán cao về tư tưởng, thái độ chính trị - xã hội trong suốt cả cuộc đời sáng tạo văn học và báo chí của mình. Thời kỳ sau cao trào cách mạng năm 1930, thực dân Pháp tiến hành khủng bố gắt gao, các cơ sở cách mạng bị phá vỡ, nhiều chiến sĩ cách mạng yêu nước bị sát hại trên trường bắn, hay bị giam cầm trong ngục tối. Một bộ phận xã hội, trong đó có nhiều trí thức bi quan, thất vọng. Trong văn học nghệ thuật, trào lưu Thơ mới và Tự Lực văn đoàn ra đời... Nhiều văn nghệ sĩ bế tắc trong sáng tác, chui vào cái tôi rối rắm, mộng mị hay hoài cổ, than mưa, khóc gió, cố tình quên đi những bất công, tăm tối của cuộc sống hiện thời. Với lòng yêu nước, sự đồng cảm, sẻ chia với nhân dân, nhà trí thức - nhà báo Ngô Tất Tố đã chọn con đường khác - con đường vạch trần, phê phán những cái xấu, mặt tối trong xã hội, hướng tới những điều tốt đẹp theo đạo lý nhân dân, dân tộc. Trong thời kỳ sau khi Mặt trận Bình dân Pháp sụp đổ, chính quyền thực dân đàn áp gắt gao; hay khi Chiến tranh thế giới thứ hai bùng nổ đội quân của quân phiệt Nhật Bản cấu kết với bộ máy phong kiến và thực dân Pháp thi hành chính sách thống trị tàn bạo; hoặc trong hoàn cảnh kháng chiến gian khổ, ác liệt, tất cả các trước tác của Ngô Tất Tố vẫn luôn luôn thấm đẫm tình yêu thương, đồng cảm với nhân dân, vẫn nguyên một thái độ không khoan nhượng với cái xấu, cái ác, vẫn trọn vẹn một niềm tin trong sáng, sắt son vào con đường giải phóng dân tộc.

*

Từ một cái nhìn tổng quát có thể thấy, trong di sản báo chí của Ngô Tất Tố, nội dung và tính chất, tư tưởng, chủ đề của các tác phẩm thống nhất với thể loại. Nội dung và tư tưởng, chủ đề là cơ sở đầu tiên cho sự lựa chọn một hình thức thể loại hợp lý và có hiệu quả nhất. Mặt khác, bằng tài năng của mình, bằng sự quan sát hiện thực sắc sảo, Ngô Tất Tố đã mang lại cho các thể loại báo chí những khả năng biểu hiện mới, làm nên cái đặc sắc mang tính phong cách cá nhân. Đó chính là một trong số yếu tố quan trọng hàng đầu mang lại giá trị lịch sử và nghệ thuật cho hai thể loại quan trọng nhất trong di sản báo chí của ông: tiểu phẩm và phóng sự.

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
<i>Lời Nhà xuất bản</i>	5
Phần một	
HỒ CHÍ MINH - NGƯỜI KHAI SINH NỀN BÁO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM	7
1. Nhận diện hoạt động báo chí của Hồ Chí Minh	9
2. Quán triệt tư tưởng Hồ Chí Minh trong quản lý và phát triển nền báo chí hiện nay	31
3. Người làm báo Việt Nam học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh một cách thiết thực	42
4. Quan hệ Việt Nam - Ấn Độ qua một tác phẩm báo chí của Hồ Chí Minh	55
5. Sự giao hòa trong sáng tạo báo chí và văn học của Hồ Chí Minh	67
Phần hai	
SỰ PHÁT TRIỂN BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG HIỆN ĐẠI	97
6. Phác thảo phân kỳ 80 năm báo chí cách mạng Việt Nam	99
7. Sự phát triển của báo chí dưới sức ép của công nghệ thông tin	108
8. Phát triển báo chí trước những yêu cầu mới của đất nước	113
9. Những bài học của một nền báo chí chiến đấu	123
10. Một số vấn đề về phát triển báo chí nước ta hiện nay	131
11. Các tập đoàn báo chí phương Tây: thực chất và quyền lực	146
	437

12. Về vấn đề phát triển tập đoàn báo chí ở Việt Nam	155
13. Nhận diện về kinh tế truyền thông	161
14. Xuất bản báo, tạp chí trên mạng - xu thế không thể khác	174

Phần ba

BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG VÀ CHÍNH TRỊ	187
15. 70 năm đảng lãnh đạo báo chí với những vấn đề nóng hổi tính thời sự	189
16. Báo chí cách mạng phải đặt lợi ích quốc gia, dân tộc lên trên hết	202
17. Lại bàn về tự do báo chí	208
18. Hoạt động truyền thông chính trị của báo chí Việt Nam: Kinh nghiệm và gợi mở	231
19. Truyền thông chính sách ở Việt Nam hiện nay: Cơ hội và thách thức	244
20. Những biểu hiện cơ hội, thực dụng, vụ lợi trong báo chí hiện nay	255
21. Nhận dạng các nội dung thông tin sai trái, thù địch chống phá Việt Nam qua mạng Internet	276

Phần bốn

BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG VÀ ĐỜI SỐNG XÃ HỘI	285
22. Truyền thông đại chúng - động lực phát triển của xã hội hiện đại	287
23. Văn hóa dưới sức ép toàn cầu hóa truyền thông đại chúng	295
24. Một số kinh nghiệm tuyên truyền ở các nước đang phát triển	303
25. Vai trò các phương tiện thông tin đại chúng trong tuyên truyền, vận động dân số và phát triển	312
26. Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng và những hệ quả của nó	319
27. Phát huy truyền thống báo chí cách mạng, nâng cao chất lượng các tạp chí, bản tin của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh	335

Phần năm	
NHÀ BÁO VÀ NGHỀ NGHIỆP	347
28. Trách nhiệm và lương tâm	349
29. Nhọc nhằn và vinh quang: lao động của nhà báo	352
30. Đào tạo cán bộ báo chí, xuất bản: vấn đề không chỉ cho hôm nay	360
31. Nâng cao tính chuyên nghiệp trong đào tạo nhà báo	372
32. Ý nghĩa của quan sát trong hoạt động báo chí	378
33. Một số vấn đề cơ bản về phỏng vấn	384
34. Lại bàn về vấn đề phân loại tác phẩm báo chí, loại báo chí	414
35. Nhận diện thể loại tác phẩm trong di sản báo chí của Ngô Tất Tố	422

NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA SỰ THẬT, Số 6/86 Duy Tân, Cầu Giấy, Hà Nội
ĐT: 080 49221, Fax: 080 49222, Email: suthat@nxbctqg.vn, Website: www.nxbctqg.vn

TÌM ĐỌC SÁCH CỦA NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA SỰ THẬT

Hội đồng Lý luận Trung ương

- **TĂNG CƯỜNG SỰ LÃNH ĐẠO CỦA ĐẢNG
ĐỐI VỚI CÔNG TÁC BÁO CHÍ VÀ TRUYỀN THÔNG
TRONG TÌNH HÌNH MỚI**

**Cục Tuyên huấn - Tổng cục Chính trị Quân đội nhân dân Việt Nam -
Trung tâm Thông tin Khoa học quân sự - Bộ Quốc phòng**

- **VAI TRÒ CỦA BÁO CHÍ TRONG PHÒNG, CHỐNG
“DIỄN BIẾN HOÀ BÌNH”
TRÊN LĨNH VỰC TƯ TƯỞNG, VĂN HOÁ**

TS. Lê Thanh Hải

- **TRUYỀN THÔNG PHÁT TRIỂN
TRONG NỀN KINH TẾ NỔI KẾT**



Giá: 177.000đ