BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO TRƯỜNG ĐẠI HỌC DUY TÂN ∞ଢ©

Khoa: Khoa học Xã hội & Nhân văn

Bộ môn: Văn Báo chí

Giảng viên: Hoàng Thị Hường

TẬP BÀI GIẢNG

Môn học: Lịch sử báo chí Thế giới và Việt Nam

Số tín chỉ: 02 Lý thuyết: 30 giờ Thực hành: 0

Dành cho sinh viên ngành: Văn học & Truyền thông đa phương tiện

Khoa/ Trung tâm: Khoa học Xã hội & Nhân văn

Bậc đào tạo: Đại học

Học kỳ: II, Năm học 2020-2021

MỤC LỤC

Phân Lịch sử báo chí thế giới	
* Chương 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG CỦA BÁO CHÍ THẾ GIỚI	2
1.1. Nguồn gốc và chức năng của báo chí	2
1.2. Vấn đề sức mạnh và quyền lực báo chí	9
1.3. Vấn đề tự do báo chí	10
1.4. Các mối quan hệ của báo chí	11
1.5. Những yếu tố chi phối sự phát triển của báo chí thế giới	11
* Chương 2: NHỮNG CHẶNG ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN CỦA BÁO CH	Í THẾ
GIỚI	15
2.1. Những hình thức truyền thông tiền báo chí	16
2.2. Những tờ báo đầu tiên trên thế giới	20
2.3. Thời kỳ ngự trị của báo in	23
2.4. Sự ra đời và phát triển của các hãng thông tấn	27
2.5. Sự ra đời và phát triển của phát thanh, truyền hình và báo mạng điện tử	39
* Chương 3: KHÁI QUÁT CHẶNG ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN BÁO CHÍ MƠ	ÔZ TÇ
QUỐC GIA VÀ CHÂU LỰC TRÊN THẾ GIỚI	55
3.1. Báo chí châu Âu	55
3.2. Báo chí châu Mỹ và nền báo chí Hoa Kỳ	60
3.3. Báo chí châu Á	67
3.4. Báo chí châu Phi	70
3.5. Báo chí châu Úc	72
* Chương 4: XU HƯỚNG PHÁT TRIỀN CỦA BÁO CHÍ HIỆN ĐẠI	74
41. Tập đoàn báo chí – truyền thông	74
4.2. Toàn cầu hóa báo chí	74
4.3. Thương mại hóa báo chí	76
4.4. Dòng chảy thông tin toàn cầu	80
4.5. Báo chí trong bối cảnh bùng nổ thông tin toàn cầu	81
Phần Lịch sử báo chí Việt Nam	
* Chương 1: BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1865-1925	86
1.1. Những điều kiên ra đời của báo chí Việt Nam	86

1.2. Diện mạo báo chí Việt Nam giai đoạn 1865-1945	88
1.3. Những tờ báo tiếng Việt đầu tiên	89
* Chương 2: BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1925-1945	94
2.1. Khái quát bối cảnh chính trị, xã hội giai đoạn 1925-1945	94
2.2. Đặc điểm báo chí giai đoạn 1925-1945	95
2.3. Nhận diện dòng báo chí cách mạng	96
2.4. Một số tờ báo tiêu biểu	96
2.5. Đánh giá về báo chí Việt Nam giai đoạn 1925-1945	97
* Chương 3: BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1945-1975	98
3.1. Báo chí Việt Nam giai đoạn từ 1945-1954	98
3.2. Báo chí Việt Nam giai đoạn từ 1954-1975	98
3.3. Đánh giá về báo chí Việt Nam giai đoạn từ 1945-1954	103
* Chương 4: BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1975 đến nay	105
4.1. Báo chí hoạt động trong điều kiện mới của đất nước	105
4.2. Nhiệm vụ của báo chí trong thời kỳ đổi mới (từ 1986 đến nay)	109
4.3. Diện mạo chung của báo chí Việt Nam ngày nay	113
4.4. Những tờ báo tiêu biểu	115
4.5. Chiến lược phát triển thông tin của chính phủ đến 2020	115

PHÂN BỐ GIỜ GIẢNG DẠY : 30 giờ

GIỜ THỨ	NỘI DUNG	TRANG
1	- Giới thiệu về môn học	
(1 giờ)	- Giới thiệu tài liệu học tập	
2-4	Phần 1. LỊCH SỬ BÁO CHÍ THẾ GIỚI	2-14
(2 giờ)	Chương 1: Những vấn đề chung của báo chí thế giới	
	1.1. Nguồn gốc và chức năng của báo chí	
	1.2. Vấn đề sức mạnh và quyền lực báo chí	
	1.3. Vấn đề tự do báo chí	
	1.4. Các mối quan hệ của báo chí	
	1.5. Những yếu tố chi phối sự phát triển của báo chí thế giới	
4- 6	Phần 1. LỊCH SỬ BÁO CHÍ THẾ GIỚI	15-54
(3 giờ)	Chương 2: Những chặng đường phát triển của báo chí	
	thế giới	
	2.1. Những hình thức truyền thông tiền báo chí	
	2.2. Những tờ báo đầu tiên trên thế giới	
	2.3. Thời kỳ ngự trị của báo in	
	2.4. Sự ra đời và phát triển của các hãng thông tấn	
	2.5. Sự ra đời và phát triển của phát thanh, truyền hình và	
	báo mang điện tử	
7-10	Phần 1. LỊCH SỬ BÁO CHÍ THẾ GIỚI	55-73
(4 giờ)	Chương 3: Khái quát sự phát triển báo chí một số quốc	
	gia và châu lục trên thế giới	
	3.1. Báo chí châu Âu	
	3.2. Báo chí châu Mỹ và nền báo chí Hoa Kỳ	
	3.3. Báo chí châu Á	
	3.4. Báo chí châu Phi	
	3.5. Báo chí châu Úc	
11-14	Phần 1. LỊCH SỬ BÁO CHÍ THẾ GIỚI	74-85
(4 giờ)	Chương 4: Xu hướng phát triển của báo chí hiện đại	
	4.1. Tập đoàn báo chí – truyền thông	
	4.2. Toàn cầu hóa báo chí	
L	1	

	4.3. Thương mại hóa báo chí				
	4.4. Dòng chảy thông tin toàn cầu				
	4.5. Báo chí trong bối cảnh bùng nổ thông tin toàn cầu				
15	Kiểm tra giữa kỳ				
(01 giờ)					
1-2	Phần 2: LỊCH SỬ BÁO CHÍ VIỆT NAM	86-93			
(2 giờ)	Chương 1: Báo chí Việt Nam từ 1865-1925				
	1.1. Những điều kiện ra đời của báo chí Việt Nam				
	1.2. Diện mạo báo chí Việt Nam giai đoạn 1865 -1925				
	1.3. Những tờ báo tiếng Việt đầu tiên				
3-6	Phần 2: LỊCH SỬ BÁO CHÍ VIỆT NAM	94-97			
(4 giờ)	Chương 2: Báo chí Việt Nam từ 1925 - 1945				
	2.1. Khái quát bối cảnh CT-XH giai đoạn 1925-1945				
	2.2. Đặc điểm báo chí giai đoạn 1925-1945				
	2.3. Nhận diện dòng báo chí cách mạng				
	2.4. Một số tờ báo tiêu biểu				
	2.5. Đánh giá về báo chí Việt Nam giai đoạn 1925 -1945				
7-9	Phần 2: LỊCH SỬ BÁO CHÍ VIỆT NAM	98-105			
(3 giờ)	Chương 3: Báo chí Việt Nam từ 1945-1975				
	3.1. Báo chí Việt Nam giai đoạn 1945-1954				
	3.2. Báo chí Việt Nam giai đoạn 1954-1975				
	3.3. Đánh giá về báo chí Việt Nam thời kỳ 1945-1975				
10-14	Phần 2: LỊCH SỬ BÁO CHÍ VIỆT NAM	106-115			
(5 giờ)	Chương 4: Báo chí Việt Nam từ 1975 đến nay				
	4.1. Báo chí hoạt động trong điều kiện mới của đất nước				
	4.2. Nhiệm vụ của báo chí trong thời kỳ đổi mới (từ 1986				
	đến nay)				
	4.3. Diện mạo chung của báo chí Việt Nam ngày nay				
	4.4. Những tờ báo tiêu biểu				
	4.5. Chiến lược phát triển thông tin của chính phủ đến 2020				
15	Ôn tập				
(01 giờ)					

CHƯƠNG 1

NHỮNG VÂN ĐỀ CHUNG CỦA BÁO CHÍ THẾ GIỚI

(2 giờ)

1. MŲC TIÊU

1.1. Kiến thức:

Sinh viên có nắm được những vấn đề chung về của báo chí thế giới như nguồn gốc, chức năng, sức mạnh, quyền lực và tự do báo chí; các mối quan hệ của báo chí

1.2. Kỹ năng:

Biết cách tiếp cận và đánh giá một số vấn đề chung của báo chí thế giớ

1.3. Thái độ:

Hiểu biết sâu sắc hơn về những vấn đề khái quát lịch sử báo chí thế giới

2. NÔI DUNG

- Nội dung 1: Nguồn gốc chức năng của báo chí
- Nội dung 2: Vấn đề sức mạnh và quyền lực báo chí
- Nội dung 3: Vấn đề tự do báo chí
- Nội dung 4: Các mối quan hệ của báo chí
- Nội dung 5: Những yếu tố chi phối sự phát triển của báo chí thế giới

3. HÌNH THỰC VÀ PHƯƠNG PHÁP DẠY – HỌC

- * Nội dung 1, 2, 3,4,5:
- Sử dụng phương pháp thuyết trình, nêu vấn đề ... nhằm phát huy tính tích clực, chủ động, sáng tạo của sinh viên.
- Trình chiếu Power Point, sử dụng hình ảnh sinh động để minh họa giúp sinh viên nắm được một cách khái quát các vấn đề chung của báo chí thế giới
- Thông qua hình thức thuyết trình, vấn đáp, thảo luận để giảng viên kiểm tra đánh giá mức độ hiểu bài, củng cố nội dung cơ bản của bài giảng và khả năng nắm bắt kiến thức, vận dụng vào thực tế của sinh viên.
 - Cung cấp tài liệu và thảo luận seminar

4. TÀI LIỆU

4.1. Giáo trình chính:

- [1] Phạm Thị Thanh Tịnh (2011), Lịch sử báo chí thế giới, NXB Chính trị Hành chính, H.
- [2] Huỳnh Văn Tòng (1992), Lịch sử báo chí Pháp, Anh, Mỹ, Liên Xô, NXB TP. Hồ Chí Minh.

4.2. Các tài liệu tham khảo khác:

- [1] Đỗ Xuân Hà (1998), Báo chí với thông tin quốc tế, NXB ĐHQG HN.
- [2] Vũ Quang Hào (2004), Báo chí và đào tạo báo chí Thuỵ Điển, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.
- [3] Đinh Thị Thúy Hằng (2008), Báo chí thế giới xu hướng phát triển, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
 - [4] Pierre Albert (2003), Lịch sử báo chí, NXB Thế giới, Hà Nội.
- [5] Dương Xuân Sơn (2000), Báo chí phương Tây, Nxb Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

* *

CHƯƠNG 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG CỦA BÁO CHÍ THẾ GIỚI

1.1. Nguồn gốc và chức năng của báo chí

1.1.1. Nguồn gốc của báo chí

Nguồn gốc sơ khởi: Nhu cầu thông tin (truyền tin và nhận tin): Trước khi báo chí ra đời, nhân loại cũng đã có những hình thức trao đổi thông tin. Chính sự trao đổi thông tin đó làm cho mọi thành viên xã hội liên kết với nhau mật thiết hơn, đồng thời xuất hiện nhu cầu cần phải trao đổi với nhau một điều gì đó. Chính nhu cầu trao đổi thông tin là nguyên nhân ra đời của ngôn ngữ và những hình thức giao tiếp. Hơn nữa, trong chế độ thị tộc, khi hoạt động thông tin chưa được chia thành lĩnh vực độc lập, khi mà chưa có công cụ cưỡng bức nào khác ngoài dư luận xã hội thì chức năng giao tiếp của ngôn ngữ càng giữ vai trò quan trọng trong việc hình thành tư tưởng, ý niệm và nhận thức con người.

Nhu cầu muốn lưu lại cho đời sau những sự kiện lớn, hoặc mô tả những thế giới xa lạ, đã sản sinh ra những tác phẩm na ná như cái tên gọi ngày nay là phóng sự, ký sự: từ Homère tới những người chép sử cuối thời Trung cổ, từ Hérodote tới Marco Polo...

Nhu cầu cai trị của các để chế lớn nhỏ thời cổ đại hoặc trung cổ: Do cần thiết để cai trị, các để chế lớn nhỏ thời cổ đại hoặc Trung cổ đã lập ra những mạng thu thập và

phổ biến tin tức, có những sứ giả đi truyền bá bằng miệng hoặc bằng văn bản những tin tức cần thiết, những tin tức này lại có thể quảng bá rộng hơn nữa bằng nhiều cách khác nhau, ví dụ qua lời rao vặt hoặc các bản cáo thị. Ở tất cả các nền văn minh có chữ viết, ngoài mạng lưới "chính thức" thì với những cộng đồng có tổ chức, nhà kinh doanh, những người ở tầng lớp lãnh đạo, những thư từ cá nhân cũng là một nguồn thông tin đều đặn vượt khỏi phạm vi chật hẹp của những mối quan hệ cá nhân hoặc nghề nghiệp.

Nhu cầu thông tin thương mại: → hình thức trước báo chí gần gũi nhất với báo chí hiện đại. Sau này, những tờ báo đầu tiên trước hết dành cho những nhà buôn, nhằm cung cấp tin tức về thị trường, giá cả, nguồn hàng, sự dao động về giá hàng trong nước và thế giới.

Như vậy, nguồn gốc trực tiếp của báo chí chính là **nhu cầu về thông tin** (truyền tin và tiếp nhận tin: truyền những điều mình nghe thấy, chứng kiến, tham gia... cho người khác cùng biết). Đây chính là một nhu cầu hết sức tự nhiên của con người. *Nhu cầu truyền tin -> Nhu cầu nhận tin = Thị hiếu*.

1.1.2. Những chức năng cơ bản của báo chí

Chức năng của báo chí là tổng hợp những vai trò, tác dụng của báo chí trong đời sống xã hội. Báo chí là một hiện tượng xã hội đa chức năng, tuỳ từng lúc mà nó được phát huy chức năng này hay chức năng khác. Thời mới ra đời, báo chí chủ yếu thực hiện các chức năng: thông tin, tuyên truyền, càng về sau, báo chí càng đảm nhận nhiều chức năng mới phù hợp với sự biến chuyển thời cuộc. Hiện nay, có thể kể đến những chức năng phổ biến của báo chí: *Chức năng tư tưởng; chức năng tổ chức, quản lí và giám sát xã hội; chức năng nâng cao dân trí và giải trí; chức năng thẩm định, phản biện và dự báo; chức năng kinh tế.* Các chức năng này trong thực tế lại đan xen, gắn bó với nhau khó có thể phân định một cách rạch ròi.

Trong các chức năng trên, bao giờ, chức năng thông tin cũng quan trong nhất. Báo chí ra đời do nhu cầu thông tin của con người và thông tin mãi mãi là nhu cầu sống còn của con người và xã hội. Xã hội càng phát triển, nhu cầu thông tin càng cao; cuộc đấu tranh xã hội càng phức tạp thì tính chất của thông tin không thể đơn giản. Việc đáp ứng nhu cầu thông tin ngày càng cao và phức tạp chính là điều kiện để báo chí ngày càng phát triển và trưởng thành.

1.2. Vấn đề quyền lực và sức mạnh của báo chí

Sức mạnh mà báo chí có được chính là sức mạnh của dư luận xã hội (là sức mạnh mà thông tin báo chí đem tới, những thái độ mạnh mẽ, điển hình của quần chúng - sự phẫn uất, sự ủng hộ...). Chính sức mạnh dư luận mà báo chí có được tạo nên một thứ quyền lực của định chế này.

Quyền lực đặc biệt của báo chí là quyền tạo lập và định hướng dư luận. Với quyền lực của mình, báo chí có thể làm đổi thay nhiều vấn đề trong xã hội theo những chiều hướng khác nhau. Với minh tâm, các nhà báo có thể góp phần làm xã hội biến chuyển theo chiều hướng tích cực; với tà tâm, nhà báo có thể đẩy người khác vào bước đường cùng, có thể làm giảm uy tín, làm điêu đứng, thậm chí đánh sập một cơ quan, doanh nghiệp, nghiêm trọng hơn, có thể đẩy một chế độ đứng bên bờ vực,...

"Quyền lực thứ tư" là một thuật ngữ xuất phát từ các nước tư bản phương Tây, manh nha từ vụ Watergate nổi tiếng ở Mỹ (1972-1974). Kiểu quyền lực này không quy định thành văn mà được tạo ra từ sức mạnh của dư luận.

Các nước châu Âu và Bắc Mỹ đã tôn vinh báo chí như một thứ quyền lực ngang hàng (đôi khi là trên) tam quyền phân lập (lập pháp, hành pháp và tư pháp). Với lí luận quyền lực thứ tư đó, họ cho rằng báo chí của họ là báo chí tự do.

Ở Việt Nam, chúng ta không coi báo chí là cơ quan quyền lực thứ tư dù rằng vẫn coi báo chí là một lĩnh vực có vai trò đặc biệt quan trọng. Hiến pháp Việt Nam không xây dựng trên nền tảng tam quyền phân lập nên chúng ta không có cái gọi là quyền lực thứ tư.

Mặt khác, nếu quan niệm như vậy sẽ tách báo chí ra khỏi quyền lực nhà nước, ra khỏi quyền lực của nhân dân. Ở Việt Nam, báo chí vừa là công cụ sắc bén của Đảng và Nhà nước, các tổ chức xã hội, vừa là diễn đàn của nhân dân. Cho nên, mọi lợi ích của báo chí đều phục vụ nhân dân và sự nghiệp xây dựng đất nước - "Báo chí là quyền lực của nhân dân.

Tất cả các quốc gia trên thế giới đều chưa thừa nhận BC là một cơ quan quyền lực. Tuy nhiên, "quyền lực" mà BC có được xuất phát từ sức mạnh dư duận. Sức mạnh này có thể tác động đến những vấn đề chính trị quan trọng của từng quốc gia.

1.3. Vấn đề tự do báo chí

Tự do báo chí là quyền của con người được thông tin, trao đổi, giao tiếp, bộc lộ chính kiến, quan điểm công khai về sự thật đời sống con người trên các phương tiện thông tin đại chúng trên cơ sở đảm bảo lợi ích cho dân tộc, nhân loại. Không có tự do

tuyệt đối. Tự do báo chí được thực hiện gắn với pháp luật và trách nhiệm xã hội của báo chí.

Tự do báo chí luôn là vấn đề nóng hỗi trong tiến trình lịch sử của báo chí thế giới (Mâu thuẫn giữa BC và các nhà cầm quyền là có thật; Việc báo chí, nhà báo bị đàn áp là có thật; Việc đấu tranh cho tự do báo chí là có thật)

Hoạt động báo chí có tự do là hoạt động hướng tới mục tiêu cao nhất: thông tin khách quan và rộng rãi cho xã hội về sự thật đời sống con người, trên tinh thần phụng sự cho hạnh phúc dân tộc, nhân loại, bất chấp những tác động lúc lạc bên ngoài. Vấn đề tự do báo chí phải đặt trên cơ sở phản ánh sự thật, không được dối trá, vu khống. Mặt khác, tự do báo chí phải đặt trên cơ sở sự thật cần thiết của mỗi quốc gia. Tự do gắn liền với kỷ cương xã hội, trách nhiệm công dân; tự do làm nghề gắn liền với đạo đức nghề nghiệp.

Ở phương diện lịch sử, báo chí khi mới ra đời <u>không có tự do</u> (điển hình ở Anh, ở Mỹ,...). Hiện nay, hầu hết các quốc gia đều thừa nhận tự do báo chí, nhưng mỗi quốc gia có quan niệm khác nhau có những cách hành xử riêng đối với báo chí và hoạt động báo chí (phụ thuộc hoàn toàn váo thể chế chính trị, văn hoá, phong tục,... của mỗi quốc gia).

Ở Việt Nam thời kì đổi mới, vấn đề tự do báo chí không chỉ được khẳng định về tư tưởng, quan điểm của Đảng mà còn được pháp luật của Nhà nước quy định và bảo hộ. Nhờ đó, trong thời kì đổi mới, hệ thống báo chí, truyền thông đại chúng Việt Nam đã có những bước trưởng thành vượt bậc cả về hình thức, chất lượng và số lượng. Báo chí Việt Nam hoạt động tự do trên cơ sở đảm bảo lợi ích của quốc gia, dân tộc, trong khuôn khổ của pháp luật.

1.4. Các mối quan hệ của báo chí

Báo chí là một thực thể tồn tại, vận hành trong các mối quan hệ. Hiện báo chí có 4 mối quan hệ cơ bản sau:

Quan hệ giữa báo chí với nhà nước và các Đảng phái: là quan hệ chi phối/phụ thuộc. Mối quan hệ giữa báo chí với nhà nước và báo chí với Đảng phái có khi thống nhất (như ở nước ta), có khi không thống nhất (ở những nước 1đa Đảng).

Quan hệ giữa báo chí và công chúng: là quan hệ cung - cầu. Công chúng quyết định sự tồn tại của báo chí, tham gia vào hầu hết các hoạt động của báo chí. Báo chí

phải hướng tới công chúng, thực hiện tốt những chức năng phục vụ công chúng, phục vụ sự phát triển của xã hội.

Quan hệ giữa báo chí với báo chí (giữa các tờ báo với nhau): là quan hệ cạnh tranh; hướng tới sự cạnh tranh lành mạnh trong công cuộc giành giữ công chúng, khẳng định uy tín và vị thế trong lòng công chúng.

Quan hệ giữa báo chí và kinh tế (về mặt quảng cáo, dịch vụ...).

Mỗi mối quan hệ có tính chất khác nhau và những tính chất đó có thể thay đổi theo thời gian. Ví dụ, trong mối quan hệ giữa báo chí với nhà nước: lúc mới ra đời báo chí phụ thuộc nhà nước, khi báo chí phát triển, báo chí có thể kiểm soát lại nhà nước.

Tùy thuộc vào từng thời kỳ mà mối quan hệ nào là quan trọng nhất. Trong giai đoạn đầu, quan hệ giữa báo chí và nhà nước là quan trọng nhất, càng về sau, mối quan hệ của báo chí chuyển dần sang lĩnh vực kinh tế.

Hiện nay, mối quan hệ giữa báo chí và kinh tế là mối quan hệ quan trọng và giữ vai trò chi phối. Tuy nhiên, mối quan hệ này không tách biệt mà có quan hệ mật thiết với các mối quan hệ khác.

1.5. Những yếu tố chi phối sự phát triển của báo chí thế giới

Báo chí thế giới vận hành và phát triển trong sự chi phối của nhiều yếu tố, có thể kể đến:

Điều kiện vật chất: ngôn ngữ, chữ viết, sự phát triển của khoa học kỹ thuật. Trong đó, khoa học kỹ thuật là yếu tố vật chất quan trọng hàng đầu ảnh hưởng, chi phối sự phát triển của báo chí thế giới.

Sự phát triển của khoa học công nghệ đóng một vai trò hết sức quan trọng trong sự hình thành và phát triển của báo chí, đặc biệt và trước hết là kỹ thuật in.

Kỹ thuật in xuất hiện ở Trung Quốc vào thế kỷ III TCN. Vua Tần Thuỷ Hoàng đã cho khắc trên những mảnh thân tre những tác phẩm thời cổ xưa. Kỷ thuật in trở thành nghề in ở Trung Quốc vào thời Tống thế kỷ X, người ta khắc các nét chữ lên một tấm gỗ, sau mặt gỗ được trát bằng một thứ bột nhão để in lên giấy. Sang thế kỷ XI, người ta dùng chất liệu thạch cao thay cho gỗ để in ấn.

Ở châu Âu vào thế kỷ XV, với việc phát minh ra máy in chữ bằng kim loại của Gutenberg - người Đức, lịch sử in ấn của thế giới bước sang một trang mới: chuyển từ in ấn thủ công sang in ấn hiện đại công nghiệp, và Gutenberg được coi là cha đẻ của

công nghiệp in ấn. Chính điều này cho phép sự ra đời những tờ nhật báo có số lượng phát hành ngày càng lớn.

Sự phát triển của khoa học kỹ thuật và công nghệ đã tạo điều kiện và động lực cần thiết cho việc mở rộng phạm vi ảnh hưởng của các phương tiện thông tin đại chúng. Năm 1901, nhà bác học Nga A.Pô-pốp đã phát minh ra ăng ten. Phát thanh ra đời. Năm 1933 vô tuyến truyền hình điện tử xuất hiện nhờ công của một người Mỹ gốc Nga Vladimir Kosma Zworykin chế tạo ra ống ghi hình - tiền thân của các camera vidieo hiện nay. Sau đó vào những năm 70 của thế kỷ XX phát minh ra điện tử, tin học, laze, vệ tinh nhân tạo, Internet đã đem lại cho báo chí những bước tiến mới trong việc đáp ứng nhu cầu thông tin - giao tiếp ngày càng lớn của xã hội.

Sự phát triển kinh tế, văn hoá, xã hội của mỗi quốc gia, mỗi dân tộc đều tự đặt ra cho mình những nhu cầu, đòi hỏi về thông tin khác nhau. Điều đó phụ thuộc rất nhiều vào sự phát triển kinh tế, văn hoá, xã hội của mỗi nước.

Trình độ phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội: Những nguyên nhân kinh tế - xã hội có ảnh hưởng quyết định đến sự xuất hiện của báo chí. Thế kỷ XVI - XVII chủ nghĩa tư bản phát triển mạnh, việc buôn bán giữa các nước tăng lên. Điều đó làm nảy sinh nhu cầu thông tin về thương mại và những tin tức khác về tình hình mỗi nước và tin tức thế giới.

Những tờ báo đầu tiên trước hết dành cho những nhà buôn, nhằm cung cấp tin tức về thị trường, giá cả, nguồn hàng, sự dao động về giá hàng trong nước và thế giới.

Xã hội càng phát triển, trình độ dân trí ngày càng được nâng cao, nhu cầu thông tin ngày càng lớn. Công chúng bây giờ không chỉ đòi hỏi thông tin về kinh tế mà còn về tất cả các lĩnh vực khác của cuộc sống như chính trị, văn hoá, khoa học, giáo dục, ý tế, an ninh, môi trường, ...

Các loại hình báo chí như phát thanh, truyền hình, internet xuất hiện nhằm đảm bảo tốc độ truyền phát, chất lượng nội dung thông tin. Nếu kinh tế kém phát triển sẽ khó có điều kiện mua sắm phương tiện, thiết bị để xây dựng cơ sở vật chất, máy móc, kỹ thuật. Công chúng báo chí bị thu hẹp do không có khả năng về kinh tế, tài chính để tiêu thụ những sản phẩm do báo chí phát ra.

Bên cạnh trình độ của kinh tế, văn hoá, xã hội, các vấn đề như truyền thống dân tộc, luân lý, đạo đức, luật pháp... cũng ảnh hưởng đến quy mô, tính chất của hệ thống thông tin đại chúng. Những phong tục, tập quán, truyền thống quê hương, gia

đình, lợi ích dân tộc, cá nhân, tập thể... cũng quy định nội dung và xu thế phát triển của các phương tiện truyền thông đại chúng. Những yếu tố về dân tộc, tôn giáo cũng có ảnh hưởng trực tiếp đến các khía cạnh hoạt động sáng tạo tác phẩm báo chí; sử dụng ngôn ngữ, thể loại báo chí đến các cách thức giao tiếp của các phương tiện thông tin đại chúng đối với công chúng và các hình thức phát hành báo chí trong xã hội cũng có ảnh hưởng lớn đến quá trình hình thành và phát triển báo chí.

Sự tác động của chế độ chính trị - xã hội. Đây là mối quan hệ hữu cơ, gắn bó mật thiết và chi phối lẫn nhau. Vì sự phát triển thông tin báo chí đều phụ thuộc vào thái độ, quan điểm của chế độ chính trị, xã hội. Do vậy, các thế lực xã hội khi lên nắm quyền đều sử dụng báo chí như một công cụ, vũ khí lợi hại để bảo vệ lợi ích của mình, coi báo chí như một phương tiện hữu ích để quản lý xã hội. Điều đó chỉ khác nhau ở chỗ là lợi ích như thế nào và mục đích quản lý xã hội theo định hướng nào. Nếu thể chế chính trị mang tư tưởng tiến bộ, cách mạng vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh, vì lợi ích quốc gia, dân tộc, vì sự tiến bộ chung của xã hội thì sẽ xây dựng nền báo chí cách mạng tiến bộ; còn một khi thiết chế đó đi ngược lại quyền loại của dân tộc, phản động, bảo thủ, trì trệ thì lại xây dựng cho mình một nền báo chí nhằm bảo vệ lợi ích một số người, đi ngược lại trào lưu dân chủ và tiến bộ xã hội. Có thể nói rằng, xã hội nào thì có nền báo chí đó. Báo chí là tấm gương phản ánh thể chế chính trị xã hội của mỗi quốc gia, mỗi dân tộc.

Nước ta đã và đang xây dựng một nền báo chí tiên tiến. Với mục đích và sự nghiệp cao quý vì con người, báo chí cách mạng Việt Nam đấu tranh cho độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội, vì hoà bình và tiến bộ trên thế giới.

Mối quan hệ giao lưu quốc tế. Hoạt động báo chí hiện đại không thể không kể đến mối quan hệ giao lưu quốc tế, đặc biệt là thời toàn cầu hoá ngày nay. Mối quan hệ giao lưu quốc tế ảnh hưởng lớn đến sự ra đời và phát triển của thông tin đại chúng ở các quốc gia. Sự ảnh hưởng đó được biểu hiện qua việc trao đổi các phương tiện kỹ thuật và các thiết bị cần thiết cho hoạt động báo chí - xuất bản. Những kinh nghiệm tổ chức và vận hành các cơ quan truyền thông đại chúng cũng được phổ biến rộng rãi. Các khuynh hướng tư tưởng trong hoạt động báo chí cũng được lan rộng khắp thế giới. Việc trao đổi kinh nghiệm làm báo, hoạt động phóng viên cũng được diễn ra thường xuyên.

Ở Việt Nam, quan hệ giao lưu quốc tế trong hoạt động báo chí có ảnh hưởng trực tiếp vào nước ta từ những ngày đầu khi báo chí mới hình thành như phương thức làm báo, kỹ thuật in, phát sóng, thể loại báo chí... Ngày nay, mối quan hệ này càng có ý nghĩa trong điều kiện mở rộng và đa dạng hoá thông tin báo chí. Nó tạo điều kiện cho báo chí nước nhà sớm tiếp cận với nền báo chí hiện đại nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin ngày càng phong phú và đa dạng của nhân dân.

Với sự phát triển vượt trội của loại hình báo chí mới là báo mạng điện tử chạy trên mạng internet, thông tin báo chí trở thành hệ thống thông tin mở, từng giây từng phút được chia sẻ trên toàn cầu. Mối giao lưu quốc tế ngày càng đóng vai trò quan trọng, là cầu nối giữa các quốc gia, dân tộc, làm tăng hiệu quả truyền thông đại chúng.

→ Tóm lại, báo chí ra đời và phát triển trên cơ sở tổng hợp của nhiều điều kiện, trong đó phải kể đến trước hết là nhu cầu thông tin giao tiếp của công chúng. Điều kiện về sự phát triển của khoa học công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc hiện đại hoá hoạt động báo chí.

* Câu hỏi ôn tập

- 1. Anh/ chị hãy nêu nguồn gốc và chức năng của báo chí?
- 2. Báo chí có sức mạnh và quyền lực như thế nào?
- 3. Nêu và phân tích vấn đề tự do báo chí?
- 4. Nêu và phân tích các mối quan hệ của báo chí?
- 5. Nêu và phân tích những yếu tố chi phối sự phát triển của báo chí thế giới?

* Bài tập

Lớp chia nhóm thảo luận về các vấn đề:

- Những nguyên nhân làm cho báo chí nhiều nước trên thế giới chậm phát triển
- Yếu tố nào chi phối mạnh mẽ nhất đến sự phát triển của báo chí thế giới
- Báo chí có quyền lực như thế nào đối với đời sống xã hội.

CHUONG 2

NHỮNG CHẶNG ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN CỦA BÁO CHÍ THẾ GIỚI (2 giờ)

1. MŲC TIÊU

1.1. Kiến thức:

Sinh viên có nắm được những chặng đường phát triển của báo chí thế giới

1.2. Kỹ năng:

Biết cách tiếp cận và đánh giá một số vấn đề liên quan đến quá trình hình thành và phát triển của báo chí

1.3. Thái độ:

Hiểu biết sâu sắc hơn về những chặng đường phát triển của báo chí thế giới

2. NỘI DUNG

- Nội dung 1: Những hình thức truyền thông tiền báo chí
- Nội dung 2: Những tờ bá đầu tiên trên thế giới
- Nội dung 3: Thời kỳ ngự trị của báo in
- Nội dung 4: Sự ra đời và phát triển của các hãng thông tấn
- Nội dung 5: Sự ra đời và phát triển của phát thanh, truyền hình và báo mạng điện tử

3. HÌNH THỰC VÀ PHƯƠNG PHÁP DẠY – HỌC

- * Nội dung 1, 2, 3,4,5:
- Sử dụng phương pháp thuyết trình, nêu vấn đề ... nhằm phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên.
- Trình chiếu Power Point, sử dụng hình ảnh sinh động để minh họa giúp sinh viên nắm được một cách khái quát chặng đường phát triển của báo chí thế giới
- Thông qua hình thức thuyết trình, vấn đáp, thảo luận để giảng viên kiểm tra đánh giá mức độ hiểu bài, củng cố nội dung cơ bản của bài giảng và khả năng nắm bắt kiến thức, vận dụng vào thực tế của sinh viên.
 - Cung cấp tài liệu và thảo luận seminar

4. TÀI LIỆU

4.1. Giáo trình chính:

[1] Phạm Thị Thanh Tịnh (2011), Lịch sử báo chí thế giới, NXB Chính trị - Hành chính, H.

[2] Huỳnh Văn Tòng (1992), Lịch sử báo chí Pháp, Anh, Mỹ, Liên Xô, NXB TP. Hồ Chí Minh.

4.2. Các tài liệu tham khảo khác:

- [1] Đỗ Xuân Hà (1998), Báo chí với thông tin quốc tế, NXB ĐHQG HN.
- [2] Vũ Quang Hào (2004), Báo chí và đào tạo báo chí Thuỵ Điển, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.
- [3] Đinh Thị Thúy Hằng (2008), Báo chí thế giới xu hướng phát triển, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
 - [4] Pierre Albert (2003), Lịch sử báo chí, NXB Thế giới, Hà Nội.
- [5] Dương Xuân Sơn (2000), Báo chí phương Tây, Nxb Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

* *

CHƯƠNG 2: NHỮNG CHẶNG ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN CỦA BÁO CHÍ TG

2.1. Một số hình thức truyền thông thời sơ khai

Khi nhà nước xuất hiện, cùng với việc trao đổi vật chất, con người vẫn sử dụng ngôn ngữ làm phương tiện trao đổi thông tin. Hình thức phổ biến lúc bấy giờ là truyền miệng. Hoạt động này xuất hiện nhiều nhà hùng biện tài ba như: Xi-xi-rôn, Đê-mô-xtan, Đi-na-zô, E-xkhin, Li-cu-rơ, I-xay, Xô-crat, Li-xi, An-đô-kit và An-chi-pông của Hy lạp và La Mã cổ đại. Họ vừa là những nhà hùng biện, nhà triết học, nhà tư tưởng, nhà hoạt động chính trị - xã hội trong việc truyền bá chủ trương, chính sách, các sắc lệnh, chỉ thị của nhà nước cho dân chúng. Sự tuyên truyền của các nhà hùng biện nhằm mục đích tác động tới hoạt động tâm lý - tư tưởng của công chúng, hình thành ở họ những quan điểm, ý niệm, mong muốn hướng họ vào những hoạt động vật chất hay tinh thần.

(ĐN truyền thông: Truyền thông là một quá trình liên tục trao đổi hoặc chia sẻ thông tin, tình cảm, kỹ năng nhằm tạo sự liên kết lẫn nhau để dẫn tới sự thay đổi trong hành vi và nhận thức.)

Thông qua diễn thuyết để thông báo tin tức và để đạt được mục đích tuyên truyền, hình thức thông tin bằng miệng này người ta còn gọi là *báo nói* - những tin tức ấy có tính chất báo chí hay còn có thể gọi là những hiện tượng tiền báo chí.

Như vậy, báo nói là hình thức truyền thông đầu tiên mang tính báo chí (tất nhiên, xét theo tính hiện đại thì báo in được xem là anh cả trong làng báo)

Về sau, báo viết tiếp thu đặc điểm chính của báo nói mang tính báo chí buổi ban đầu. Đó là: khi nói thì nói những điều đơn giản nhất, diễn đạt dễ hiểu nhất. Sau này, tính dễ hiểu, dễ tiếp thu chính là đặc điểm của ngôn ngữ báo chí và là thuộc tính của báo chí nói chung.

* Ngoài hình thức báo nói ở Hy Lạp - La Mã, có nhiều hình thức truyền thông khác:

- Trung Quốc cổ đại sử dụng một công cụ truyền tin gọi là các đạc.

Đạc là cái chuông lớn (từ điển Đào Duy Anh); là cái chuông có quả lắc bên trong (từ điển Anh, Mỹ). Có hai loại đạc là *kim đạc* (quả lắc bằng sắt) và *mộc đạc* (quả lắc bằng gỗ). *Kim đạc* truyền đi các tin tức về chiến tranh, quân sự, còn *mộc đạc* truyền đi các tin tức về dân sự, văn sự.

Ngoài ra, ở Trung Quốc cũng sử dụng nhiều các hình thức khác như: cái trống, cái loa, cái kèn, đặc biệt là cái $m\tilde{o}$.

(SV: Tìm hiểu về "Anh Mõ" trong xã hội Việt Nam thời xưa?)

- Ở Pháp có vị quan truyền lệnh được gọi là Héraut (sứ giả, người đưa tin). Chữ Héraut ở đây gần với chữ Herald trong tiếng Anh và chữ Hérabdo trong tiếng Tây Ban Nha. Chữ Herald này thường được dùng để đặt tên cho các tờ báo (Herald Tribune,...)
 - Các hình thức truyền thông phổ biến khác khắp Đông Tây như:

Lửa: người ta dùng lửa để truyền đi các tin tức về chiến tranh. Ví dụ: sau khi xây dựng Vạn Lý trường thành, vua Tần ra lệnh: khi có giặc ngoại xâm thì đốt lửa báo hiệu. Việc này trước kia vua Kiệt cũng từng làm, trong Hịch tướng sĩ cũng có nhắc đến điều này.

- Chim bồ câu đưa thư, các bài đồng dao, các câu chuyện cổ tích cũng là những hình thức truyền thông ngày xưa. Chuyện cổ tích nêu lên những tin tức của cộng đồng ở một giai đoạn phát triển, những vấn đề lớn truyền lại.
- → Trên đây đều là những hình thức truyền thông đơn giản buổi ban đầu của báo chí.

* Hình thức bia kí

Khi đã có chữ viết, con người chưa có báo viết ngay như ngày nay mà chữ viết được con người dùng để ghi lại tin tức trên các vật liệu khác: đá, vỏ cây, thân tre... Và một trong những hình thức đáng chú ý là hình thức bia kí.

<u>Bia kí</u>: các bài viết trên các tấm bia, ghi lại các sự kiện, các biến cố xảy ra cùng lúc hoặc trước việc ghi một tháng, hai tháng hoặc lâu hơn. Hình thức này có tính chất văn chương hơn, các yếu tố lịch sử, tính chất sự kiện rõ hơn các hình thức khác. *Vấn đề đặt ra ở đây là: bia kí giống với sử hay giống với báo?*

Về tính chất kịp thời thì bia kí không giống với báo chí, nhưng ở phương diện khác, phương diện một sự biệt thì bia kí giống báo chí hiện nay vì báo chí hiện nay cũng giống như một bộ sử biệt của các nhà viết sử. Vấn đề đặt ra là phải đọc và dịch các bia kí đó một cách cẩn thận để có thể hiểu đúng nó.

Nhà nghiên cứu lịch sử thế giới Cagnat cho rằng: người xưa không có những tờ báo truyền tin cho công chúng biết những cuộc thắng trận của nhà vua, những công việc của chính phủ, những cuộc thảo luận của luật pháp, những công việc ban giáo quốc tế như báo chí ngày nay. Muốn ghi chép những sự việc trong nước, họ chỉ biết khắc và viết để trưng ra trước công chúng. Khi con người có chữ viết rất xưa, họ ghi lại trên các hang động, bia đá, pho tượng, ghi lại bằng những sự kiện, biến cố. Một số sự kiện, biến cố này được các nhà khảo cổ học đọc và hiểu. Nhờ đó, người ta biết được nội dung của chúng là rất gần với các tin tức về báo chí.

Nhu:

Ở Ai Cập có ngôi đền Ami Simbel, trước đền có một bức tượng, hai chân tượng có ghi tên vị vua Psammetichus.

Ở một đền thờ Hy Lạp Esculape ở vùng Épidaure, tương truyền, các vị thần ở đền này rất thiêng và giỏi chữa bệnh. Ở trên bia có có 20 trường hợp đã chữa khỏi bệnh được ghi, một trong những trường hợp đó là: Có một anh thanh niên nuốt phải một con đỉa và rất lo sợ và anh ta đã nhờ thần Esculape chữa bệnh. Ban đêm ngủ ở đền, anh ta thấy thần mổ bụng mình lấy con đỉa ra rồi khâu lại, thế là hết bệnh. Anh này có một bà mẹ vợ độc ác đã pha con đỉa vào mật ong cho anh uống.

Những hình thức ghi lại ở các tường đá, bia đá ngày xưa có hầu khắp trên thế giới, nhưng trải qua thời gian, vì lí do chủ quan và khách quan đã mất dần.

- Ở La Mã cổ đại có một hình thức khác gọi là đại biên niên của các giáo sĩ ở các nhà thờ. Những tin tức trên đại biên niên gần giống với tin tức trên báo ngày nay. Hình thức của nó là một cái bảng sơn màu trắng và được ghi tin tức về kinh thánh ở trên đó. Ví dụ: Một vị tướng Hannibal vây hãm thành Casilimum khiến cho dân chúng khó khăn; Một người đi bán một con chuột, được tiền nhưng đói, người mua thì no...

* Hình thức nhật ký và du ký

So sánh bia kí và nhật kí, du kí:

- Bia kí không ghi rõ tác giả là ai, bia kí chú ý các sự kiện, biến cố của nhà nước, được viết ra khách quan.
- Nhật kí và du kí thường có tác giả. Hình thức này chú ý đến những việc bình thường, thường nhật, thể hiện một cách nhìn, cách đánh giá mang tính cá nhân.
- Nhật kí mà chúng ta nghiên cứu có nội dung rộng, đó là những điều tác giả chứng kiến, nghe thấy hoặc tham gia vào, thường có liên quan đến số đông và trong phạm vị không gian rộng (không phải là kiểu nhật kí cá nhân của mỗi người).

Hình thức nhật kí này rất giống với du kí, tất nhiên, du kí thì phải đi xa và được viết trên các cuộc hành trình. Nếu nhật kí viết trong cuộc hành trình thì đó chính là du kí. Du kí thường chỉ ghi lại mà không phân tích, bình luận, lí giải.

Ở Pháp có tập nhật kí nổi tiếng: Le journal d'un Boargeois de Paris - Nhật kí của một thị dân Pais.

Cuốn du kí của nhà thám hiểm người Ý thế kỷ XIII *Le Livre de Marco Polo* đã làm cho cả thế giới ngạc nhiên vì những gì ông viết về Trung Quốc (*những câu chuyện* về than đá, về nhà tắm công cộng, sự kiện cá sấu xuất hiện...)

Du kí chính là tiền thân của thể loại phóng sự đường dài/ kí sự đường xa ngày nay.

* Hình thức các bức thư riêng

Đây là hình thức người viết thư kể lại những sự kiện, biến cố công cộng, những bức thư này có có giá trị như những tờ báo và những tập sử liệu.

Một trong những tập thư riêng:

- Tập thư của Cibéron (một nhà hùng biện người La Mã): ông viết rất nhiều thư cho bạn bè về các sự kiện, biến cố của thành La Mã, về chiến tranh, về triều đình, về kinh tế... Đến nay, người ta vẫn còn giữ được những tập thư như vậy.

Van Houtte - nhà bác học người Mỹ khi nghiên cứu về các bức thư này đã có kết luận: Đó là những tờ báo viết tay ra đời trước khi có tờ báo in thông dụng như hiện nay.

- Ở nước Đức có dòng họ Fugger - một dòng họ tài phiệt tại vùng Augsboug, có quyền hành bao trùm và nắm gọn cả hệ thống ngân hàng trong vùng - đã tổ chức một hệ thống mạng lưới viết thư riêng ở khắp các thành phố thương mại lớn ở châu Âu. Thư viết về những tin tức, biến cố về kinh tế, chính trị... mới nhất ở các thành phố ấy. Hiện nay, nhiều bộ thư của dòng họ này vẫn còn được lưu giữ ở thư viện.

Một người chuyên nghiên cứu những bộ thư này là giáo sĩ René Ansel đã kết luận: Những bức thư đó là một tờ báo, một thiên phóng sự lớn, một hệ thống tin tức được tổ chức rất nghiêm chỉnh.

- Ở Pháp, những bức thư riêng được trao đổi giữa vua Pháp với các giáo sĩ, các nhà khoa học, ngoại giao... suốt các thế kỷ XIII, XIV, XV về mọi lĩnh vực trong xã hội như kinh tế, chính trị, triết học, tôn giáo, chiến tranh... những bức thư này có giá trị như những sử liệu.
- Ở Anh, viết thư riêng thành một nghề và nghề này đã nổi tiếng với việc: có những bức thư được đăng tải nguyên văn như hình thức của một bài báo, có một vài dòng là chuyện riêng, còn lại là bàn về các sự kiện, biến cố. Cách tổ chức tập hợp những người viết thư riêng thời đó cũng là tiền thân của việc tổ chức mạng lưới cộng tác viên và thông tin viên hiện nay.

2.2. Những tờ báo đầu tiên trên thế giới

2.2.1. Tờ nhật báo chép tay đầu tiên

* Vấn đề tên gọi

Tồn tại 4 tên gọi sau:

Acta Diurna: Nhật báo (Diurna(l) = hàng ngày - Tiếng Anh nghĩa cổ)

Acta Senatus: Nguyên lão nghị viện công báo

Acta Publica: Công văn

Acta Populiromani: La Mã tân báo

Cho đến nay, người ta chưa xác định được bốn tên gọi này chỉ một hay bốn tờ báo, hay bốn giai đoạn khác nhau của một tờ báo, hay bốn tên gọi khác nhau của một tờ báo trong một thời kỳ.

Theo nhà nghiên cứu Terrill Baker: tên gọi *Acta Diurna* là tên gọi chung hay là một tờ báo được niêm yết hàng ngày, nội dung là những chuyện kinh thánh ở kinh

thành La Mã. *Acta Senatus* ghi chép những pháp chế, diễn văn trong viện nguyên lão La Mã. *Acta Publica* thì rộng hơn, đó là bản tường trình về tài chính trong để chế La Mã và những chuyện công cộng. Tờ *Acta Populiromani* ông không đề cập đến.

Các nhà nghiên cứu khác thì cho rằng chỉ có một tờ báo.

Nhà nghiên cứu người La Mã lý giải: thời đó có những người chép tin ra thành nhiều bản khác nhau (nghề chép tin) nên có những tên gọi khác nhau.

Bằng cách tìm dấu vết trong ngôn ngữ, người ta có sự giải thích cụ thể hơn, đó là: Acta Diurna là tờ báo chính, rồi trong quá trình chép tin, họ thêm các tin tức khác liên quan đến những vấn đề cụ thể nào thì họ ghi tên tờ đó, trên các bảng Acta khác nhau.

Như vậy, có nhiều ý kiến thống nhất rằng, chỉ có một tờ báo duy nhất và tờ báo này có bốn tên gọi khác nhau.

* Thời kỳ ra đời

Thời kỳ ra đời tờ nhật báo chép tay đầu tiên đến nay vẫn chưa có sự thống nhất.

Theo một nhà văn La Mã là Asellio (TK II TCN), trong một tài liệu còn lại, ông nói: ông đã rút ra ở tờ Acta Diurna các sự kiện liên quan đến cuộc chiến tranh giữa La Mã và thành bang Carthaqe (264 - 146 TCN). Như vậy thì tờ báo tồn tại khoảng trong thời gian TK III TCN.

Nhà văn khác của La Mã là Pline thì cho rằng: 639 năm sau khi thành La Mã được xây dựng (năm 753 TCN), như vậy thì tờ Acta Diurna ra đời năm 114 TCN.

Kết quả của một số nghiên cứu gần đây:

M. Keezer (Keegev) trong chương trình viết về các nhà khoa học, ông khẳng định tờ báo ra đời trong thời kỳ hoàng để La Mã Julius Ceazar (49 - 44 TCN - tức giữa TK I TCN) -> đây là ý kiến được các nhà nghiên cứu sau này chú ý nhất.

Baker: tờ báo ra đời cuối thời cộng hoà La Mã và đầu thời kỳ đế quốc La Mã (27 TCN - 410) - chính là thời kỳ trị vì của Julius Ceazar . Ý kiến này gần giống với ý kiến của M. Keezer. Một số nhà nghiên cứu khác cũng đồng tình với hai ý kiến trên đây.

Và họ kết luận: *Rất có thể Acta Diurna ra đời trước thời Julius Ceazar, nhưng Ceazar có công cải cách đối với tờ báo, làm cho tờ báo trở nên ổn định, nội dung phong phú.* Họ cho rằng Julius Ceazar là người có công lớn đối với tờ Acta Diurna và Julius Ceazar chính là nhà báo Ý đầu tiên. Năm 1932, người ta đã dựng tượng Julius Ceazar cao 2,85m để tưởng nhớ công lao của ông.

* Về nội dung và hình thức:

Hình thức:

Là một tờ nhật báo (dĩ nhiên không được đầy đủ như ngày nay). Tờ này như là những tờ cáo thị khổ nhỏ được chép tay và dán lên hàng ngày.

Phát hành: mỗi ngày nó được niêm yết ở những nơi công cộng cho công chúng đọc. Nó còn có cách phát hành khác - theo sử gia La Mã Tacite - ngoài việc niêm yết ở nơi công cộng, báo còn được gửi đến các doanh trại quân đội để giúp họ biết về những

tin tức từ kinh thành. Như vậy, tờ báo có hai hình thức phát hành đó là *niêm yết nơi* công cộng và gửi đến các doanh trại quân đội.

Nội dung: Có hai mảng: chuyện công và chuyện tư.

Chuyện công: là những tin tức, liên quan đến nhà nước, tin tức chiến tranh, sắc lệnh của nhà vua, dự thảo về pháp luật, tin tức về toà án, những cuộc tranh luận về chính tri...

Chuyện tw: là các tin tức vụn vặt liên quan đến đời tư như chuyện sinh đẻ của các phu nhân, chuyện li dị, cưới hỏi, giết người...

Ví du:

- Sénèque một học giả người La Mã, thầy của Néron, viết rằng: Các phu nhân của kinh thành La Mã không biết xấu hổ khi cho đăng những tin tức liên quan đến chuyện li hôn của họ.
- Vua Tiberius cho đăng trên tờ Acta những tin tức cho thấy dân chúng La Mã phản đối ông. Có một số tin tức do Tiberius bịa đặt, vì ông muốn dựa vào đây để tiến hành các cuộc trấn áp, kiểu: "Tin về một vị kiến trúc sư đã bẩy cổng của thành La Mã đứng thẳng. Vua không cho đăng tên vị kiến trúc sư này vì sợ ông ta nổi tiếng hơn mình"
- → Acta Diurna có một vai trò hết sức quan trọng, có tác động thực sự đến xã hội lúc bây giờ.

Về phương diện nội dung: nó giống với báo chí hiện đại, "thượng vàng hạ cám" đều có đủ. Acta Diurna có phạm vi nội dung rộng và đã ổn định qua thời gian. Đặc biệt là dưới thời vua Julius Ceazar, ông đã dùng tờ báo như một công cụ để kiểm tra hoạt động của nguyên lão nghị viện La Mã; đăng tải nhiều tin tức liên quan đến nguyên lão nghị viện La Mã.

Số lượng phát hành cho đến nay không biết cụ thể là bao nhiều. Tuy nhiên, chúng ta cũng không cần chú ý đến yếu tố này.

*Về tuổi thọ

Acta Diurna có tuổi thọ hơn 400 năm, đình bản khi để chế La Mã bị sụp đổ. Cho đến nay, đây vẫn là tờ báo có tuổi thọ dài nhất thế giới.

2.2.2. *Tờ báo đầu tiên ở phương Đông

* Thời điểm và địa điểm ra đời:

Người ta khẳng định tờ báo in đầu tiên ra đời tại Trung Quốc, tuy nhiên, thời điểm thì chưa xác định chắc chắn. Sau đây là một số ý kiến:

- Voltair: Ở Trung Quốc từ hàng ngàn năm trước đã có tờ báo in trên giấy lụa > người ta nghĩ rằng Voltair đã nói về tờ báo in đầu tiên.
- George Soulie, một nhà nghiên cứu về báo chí Trung Quốc, cho rằng: ngay từ thời nhà Hán (202 8 TCN) đã có vết tích cuả tờ báo in đầu tiên -> ý kiến này rất mơ hồ.

Về sau, có khá nhiều ý kiến về tờ báo in đầu tiên này, nhiều ý kiến tập trung cho rằng: tờ báo in đầu tiên có lẽ ra đời vào thời nhà Đường (618 - 906) và họ chắc chắn là

dưới thời Đường Huyền Tông (713 -756). Tờ báo được các nhà văn Trung Quốc nhắc đến là tờ Đế báo.

*Tên gọi:

Có 4 tên gọi khác nhau: Đế báo, Đế cảo, Kinh cảo, Kinh báo

4 tên gọi này chỉ cho một tờ báo dưới bốn thời kỳ khác nhau.

Rất có thể tờ **Đế báo** ra đời từ thời nhà Đường, sang đời Tống (960 - 1279). Tờ này được phát hành thường xuyên hơn (tuy chưa có tính định kỳ), và nó được in bằng bản khắc gỗ (những con chữ không thay đổi được). Đến thời nhà Minh, nó được in bằng chữ rời và sang thời nhà Thanh thì nó được đổi tên là *Kinh báo*.

* Hình thức và nội dung

- Hình thức: là một tờ nội san triều đình (được phát hành trong nội bộ triều đình, là phương tiện truyền tin giữa nhà vua và quan lại, giữa quan lại với nhau)

Cho đến nay, những tư liệu viết về hình thức của tờ báo cũng không được rõ ràng. Ví dụ: Voltair nói nó được in trên giấy lụa; trên tạp chí Toute thì cho rằng nó được in bằng giấy vàng; nhà nghiên cứu lịch sử báo chí Ả rập Terrez bảo tờ Đế báo của Trung Quốc được in một ngày ba lần, sáng in bằng giấy màu vàng, chiều in bằng giấy màu trắng và tối in bằng giấy màu hồng -> đây là một ý kiến huyễn hoặc.

- Nội dung:

Đế báo chỉ đăng tải những nội dung thuộc nội bộ triều đình Trung Quốc: các sắc dụ, pháp lệnh của vua, các biểu tấu của quan lại, sau nữa là cho đăng tải các tin tức liên quan đến việc vinh phong, bổ nhiệm, khiển trách, đày các quan lại.

→ Mặc dù người ta không rõ lắm về cả hình thức và nội dung của tờ báo này, nhưng tất cả các nhà nghiên cứu đều công nhận Đế báo là tờ báo in đầu tiên ở phương Đông và trên thế giới.

2.2.3. Tờ tuần báo chép tay đầu tiên

Ra đời dưới thời Julius Ceazar trị vì. Người phụ trách tờ báo là Gaius Cripus (86 - 34 TCN), là một sử gia và là bạn thân, cận thần của Julius Ceazar.

Ceazar yêu cầu ông phát hành một tờ tuần báo có tên Commentarius rerun novarum (Bình luận tin mới).

Để thực hiện được việc này, một vị tướng La Mã bấy giờ có tên là Lucullus đã sai 300 nô tì, mỗi ngày mỗi người chép 5 bản ($300 \times 5 \times 7 = 10.500$ bản).

Cho đến nay, những gì còn lại của tờ báo hết sức mơ hồ. Trên tạp chí Toute l'edition số 11/3/1993, bài báo "Người viết báo và báo chí thời cổ La Mã" của tác giả Ludmila Savizky cho rằng: *tờ báo Commentarius rerun novarum xuất bản vào thứ tư hàng tuần*.

→ Nếu đây là một tờ báo có thật thì nó là tờ tuần báo đầu tiên của thế giới.

2.3. Thời kì ngự trị của báo in

2.3.1. Những tiền đề vật chất cho sự ra đời của báo in

Chữ viết: Những văn tự Trung Hoa cổ đại xuất hiện vào năm 1600 TCN. Đầu những năm 1100, việc liên lạc bằng chữ viết bắt đầu bằng tiếng Latin. Năm 1300 – 1400, việc biết đọc, biết viết trở thành một điều bình thường đối với giới thượng lưu, thương nhân và trí thức. Những phương tiện lưu giữ chữ viết trước khi giấy ra đời: đá, vỏ cây, mai rùa, thanh tre, tơ lụa,...

Nghề làm giấy: Hình mẫu bước đầu của giấy xuất hiện khoảng năm 100 TCN. Giấy được phát minh vào thời Tây Hán, được Sái Luân phát triển ở thời Đông Hán – 105 gọi là giấy "Sài Hầu". Sau sáng chế của Sái Luân năm 105, giấy được phổ biến ở Trung Quốc. Từ năm 751, kỹ thuật làm giấy Å Rập, người Å Rập phương Tây; TK 19, giấy được sản xuất đại trà trên thế giới.

Việc phát minh ra giấy là một trong những phát minh quan trọng nhất trong lịch sử (Sái Luân được xếp hạng 7 trong danh sách 100 người quan trọng nhất - theo Wikipedia.org). Đối với riêng ngành công nghiệp báo chí, giấy là nguyên liệu quan trọng bậc nhất.

Kỹ thuật và công nghệ in: Kỹ thuật in xuất hiện ở Trung Quốc vào thế kỷ III TCN. Vua Tần Thuỷ Hoàng đã cho khắc trên những mảnh thân tre những tác phẩm thời cổ xưa. Kỹ thuật in trở thành nghề in ở Trung Quốc vào thời Tống thế kỷ X, người ta khắc các nét chữ lên một tấm gỗ, sau mặt gỗ được trát bằng một thứ bột nhão để in lên giấy. Sang thế kỷ XI, người ta dùng chất liệu thạch cao thay cho gỗ để in ấn.

Phát minh máy in chữ bằng kim loại của Gutenberg - người Đức (khoảng 1400 - 1468) đã đưa lịch sử in ấn của thế giới bước sang một trang mới – <u>điều kiện vật chất có tính quyết định cho sự ra đời của báo in.</u>

2.3.2. Sự xuất hiện các tập **sách tin in** cuối thế kỷ 16

Máy in xuất hiện người ta in các sự kiện ra và bán trong các phiên chợ, hình thức đầu tiên này người ta gọi là **Pamphlet** (những tập tin mỏng) -> Báo chí ngày nay học tập hình thức này để in các tờ tin nhanh - news pamphlet.

Người Đức từ 1588 cứ nửa năm thì tập hợp các tập tin nhỏ đó lại và làm thành một cuốn sách, gọi là Messrelationen (news book). Sau đó, việc làm này phát triển ra các nước khác. -> Hình thức này cũng là tiền thân của tạp chí ngày nay.

1597, hoàng đế Rodolphe (Đức) khuyến khích xuất bản những tin tức mới hơn và đều hơn. Hệ thống bưu điện cũng được cải tiến để chuyển tin nhanh hơn giữa Đức - Ý

Tại Hà Lan những bản tin của Abraham Verhoven (thợ in) được xuất bản tuy chưa đều đặn lắm, nhưng ngoài tin tức, còn có hình ảnh, bản nhạc. Từ Hà Lan, hình thức xuất bản này tràn sang Anh.

Một tập hình thức Messrelationen viết bằng tiếng Latinh có tên Mercurius Gabbubegincus ò Ab-Iselt được phổ biến tại Anh vào khoảng thế kỷ XVI.

Sau này, tiếng Anh có từ **Mercury**, tiếng Pháp có từ **Mercure**, có nghĩa là những sứ giả hay những người đưa tin trong thần thoại Hy Lạp.

2.3.3. Báo in đồng loạt ra đời ở TK 17

Từ sách tin in, đến đầu thế kỷ XVII, hàng loạt báo in ở các nước trên thế giới ra đời:

Strasbourg Relation (Đức,1605); Die Nieuwe Tijdingen (Bỉ, 1606); Ordinari Wochenzeitung (Thụy Sĩ, 1610), Weekly News (Anh, 1621), La Gazette (Pháp,1631); Gaceta Cemanal (Tây ban Nha 1641) The London Gazette (Anh, 1665),... [Đầu năm 2005, Hiệp hội báo chí thế giới (WAN) chính thức công nhận tờ báo đầu tiền trên thế giới in bằng máy in là tờ Relation, ra đời tại Strabourg vào năm 1605 (nay thuộc Pháp, nhưng lúc đó còn thuộc Đức)]

Cũng từ TK 17, báo chí lần lượt ra đời ở các nước châu Á. Cuối TK 17 và đầu TK 18, báo in ra đời ở Mỹ.

Sự ra đời của hàng loạt tờ báo in đầu thế kỷ XVII một phần do sự giao lưu ảnh hưởng lẫn nhau giữa các nước. Những tờ báo in đầu tiên ra đời, tồn tại và phát triển đã đáp ứng được những tiêu chí của báo chí hiện đại, đó là:

- + Đảm bảo tính định kỳ (1tháng 1 kỳ hoặc 2 kỳ, hoặc 4 kỳ, lúc đó, tính định kỳ vẫn chưa được ổn định)
- + Số lượng phát hành: có tính chất lan rộng, là điều kiện để đánh giá tờ báo. Buổi ban đầu, số lượng phát hành chỉ khoảng 200 1200 bản, cơ sở vật chất chưa mấy hiện đại cũng ảnh hưởng đến lượng phát hành...
 - + Tính cập nhật thông tin: đảm bảo thông tin mới nhất.

Một số tuần báo đầu tiên trên thế giới

Tên báo	Năm ra đời	Nước
Leipziger Zeytung	1661	Đức
Daily Current	1702	Anh
General-Unzeiger	1725	Đức

News Letter	1737	Bắc Ailen
Yokrshine Post	1754	Anh
Diario de Madrid	1758	Tây Ban Nha
Journal de Paris	1777	Pháp
Times	1785	Anh
Diario de Barcelone	1792	Tây Ban Nha
Gibraltar Chronica	1801	Gibranta
New York Post	1801	Mỹ

^{*}Nguồn: V.V. Vôrôsilốp (2004), Ngiệp vụ báo chí – Lý luận và thực tiễn , NXB Thông Tấn, H – tr.71

- * Tạp chí chuyên ngành: năm 1645, ở Nga xuất hiện tạp chí Toán học đầu tiên do nhà bác học Lômônôxốp khởi xướng.
- * Tạp chí, thời báo thưa kỳ xuất hiện và phát triển đa hình, đa dạng, có thể chia: theo đối tượng độc giả (độ tuổi: thanh niên, phụ nữ, người cao tuổi... trong đó, báo dành cho đối tượng phụ nữ chiếm số lượng lớn nhất); theo vấn đề chuyên ngành, đặc biệt là chuyên ngành về các ngành khoa học kỹ thuật ngày càng phát triển. Các nhà khoa học đánh giá rất cao về những tạp chí về khoa học, bởi đấy là nơi thu giữ những tìm tòi, phát minh, sáng tạo những vấn đề khoa học có tầm cỡ nhân loại.
- * Một số tạp chí phát thanh, truyền hình với tư cách là tạp chí công cụ có số phát hành rất lớn ở một số nước phát triển, có khi lên tới 13 triệu bản/kỳ. Những loại tạp chí này chỉ có mục đích là giới thiệu chương trình của các kênh phát thanh, truyền hình, giúp cho người đọc lựa chọn chương trình.

Tờ tạp chí đầu tiên trên thế giới (1731) là <u>The Gentleman</u> được xuất bản vào năm 1731 tại thủ đô London của nước Anh. Edward Cave, người biên tập đầu tiên của tạp chí này với bút danh "Sylvanus Urban", là người đầu tiên sử dụng thuật ngữ "magazine" (tạp chí) để chỉ loại hình báo chí này. Nhưng đáng tiếc, tháng 9/1907, tờ tạp chí này bị buộc ngừng xuất bản.

(Theo Báo điên tử Dân trí)



Tờ tạp chí lâu đời hiện vẫn được in: *The Scots Magazine* – 1739

2.3.4. Một số điểm đặc biệt liên quan việc ra đời các tờ báo in đầu tiên

Do sáng kiến của các chủ nhà in/ chủ hiệu sách, quán cà phê người viết, người in, người biên tập là một.

Liên quan đến ngành bưu điện: những người làm việc ở bưu điện thu thập thông tin sau đó in ấn và phát hành. Cũng nhờ sự phát triển của ngành bưu điện mà hệ thống phát hành báo chí có cơ hội phát triển.

Một số ông vua tiến bộ muốn quá trình chuyển tải thông tin nhằm nâng cao trình độ dân trí đã cố gắng chú trọng vào việc in ấn báo chí.

Báo chí thuộc địa: do các để quốc chiếm hữu thuộc địa thành lập (Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, Indonesia, Việt Nam,),...

2.3.5. Sự phát triển của báo in và những kỷ lục

*Các mốc phát triển

- + Thời kỳ báo chí mới ra đời giá báo đắt, người dân thường khó tiếp cận, khó có cơ hội đọc báo. Sau khi kỹ thuật in được cải tiến cuộc cách mạng trong báo in nổ ra, bắt đầu từ phong trào báo giá rẻ.
- + Phong trào báo chí giá rẻ: Bắt đầu từ nước Mỹ "phong trào báo chí 1 xu" New York. Tờ báo 1 xu đầu tiên là tờ The New York Sun của Benjamin Day (1833) dựa vào việc tăng số lượng báo bán báo và nguồn thu từ quảng cáo. Pháp 1936; Anh 1830 (Penny Gazette) 1855 bãi bỏ thuế tem

*Hình thức trình bày

- Một thời gian rất dài, báo được in trên những loại giấy chất lượng thấp; hình thức trình bày cũng chưa được chú trọng. Từ những năm 1980, ngành công nghiệp làm giấy phát triển báo được in trên giấy chất lượng tốt. Những năm cuối Tk 20, với sự hỗ trợ của các phần mềm đồ hoạ, trình bày hình thức báo in ngày càng được chú trọng, bắt mắt, khoa học,... thuận tiện cho việc đọc.

*Những kỷ lục về báo in

- Số lượng cơ quan nhật báo:

Mỹ đứng đầu với - 1645 cơ quan nhật báo

Ân Độ - 1350 nhật báo

Pháp - 400 nhật báo

Nhật - 165 nhật báo

Anh - 105 nhât báo

- Số lượng cơ quan báo chí so với số dân:

Na Uy đứng đầu với 700 nhật báo/ 3 triệu người một số nước Bắc Âu như Thụy Điển, Đan Mạch

- Những kỷ lục khác: quy mô, lượng phát hành, trang báo, cân nặng tờ báo, số người đọc báo in,...

* Bí quyết thành công của một số cơ quan báo in có số phát hành kỷ lục

- Có sự tính toán đến các phương án kỹ thuật và mỹ thuật, sắp xếp trang in phù
 hợp, thông tin nhanh nhạy, đáp ứng nhu cầu của công chúng
- Có sự tính toán đến phương thức phát hành sao cho đến với công chúng một cách nhanh nhất (điển hình phát hành báo in ở Nhật)
- Hạ giá thành tuyệt đối để công chúng có thể mua được báo nhằm thu hút được lượng quảng cáo lớn (Giá báo 1xu ở Mỹ, Anh,..Nhật giá Yomiuri Shinbun 180 Yên nhưng chỉ bán 90 yên phát hành trên 14 triệu bản/ngày).
- Sử dụng các hình thức khuyến mại mua báo, ví dụ quay xổ số, đưa ra các giải thưởng, thực hiện tốt khâu quan hệ công chúng của riêng tờ báo...

2.4. Sự ra đời và phát triển của các hãng thông tấn

* Hãng thông tấn, hay còn gọi là thông tấn xã, là một tổ chức thu thập, biên tập và phân phối tin tức đến các báo, các đài phát thanh, truyền hình, cơ quan chính phủ và những người tiêu dùng khác.

Hãng thông tấn có thể đại diện cho một chính phủ, một tổ chức hay mang tính trung lập.

Hãng thông tấn không nhất thiết phải cho đăng tải tin tức mà nó chủ yếu bán tin tức đến khách hàng của mình. Các hãng thông tấn thường "bán sỉ" thông tin cho các khách hàng, ngoài ra, họ cũng tăng doanh thu bằng việc kinh doanh thêm các ấn phẩm bán lẻ dựa vào tài nguyên và nhân lực sẵn có.

*Sản phẩm của hãng thông tấn rất phong phú, từ tin tức (nội dung) đến các giải pháp kỹ thuật để truyền nội dung ấy. Phần tin tức thường là các tin nóng (tin viết, tin ảnh, đồ họa, vidieo thời sự) hoặc các phóng sự chuyên đề với hình thức tương tự tin nóng, song có khác biệt về thời gian sự kiện xảy ra trong tin đến thời điểm chúng được đưa lai.

*Khách hàng của một hãng thông tấn rất đa dạng. Phần lớn đó là các tờ báo in, báo điện tử, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình. Ngoài ra, khách hàng còn là các nhà nghiên cứu chính sách đến nhà đầu tư, kinh doanh, có thể là cá nhân hay tổ chức, là cơ quan của chính quyền hoặc trong khối doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế thị trường.

Nếu hãng thông tấn thường bán tin theo hình thức bán buôn thì chính những khách hàng kể trên là những nhà bán lẻ. Do đó, một hãng thông tấn không nhất thiết phải có báo in để bán sản phẩm của mình.

Hợp đồng mua bán tin tức bao gồm việc mua tin lẻ hoặc mua trọn gói, theo từng lĩnh vực hoặc thể loại nhất định như: thời sự, thể thao, giải trí, tài chính...

* Sự ra đời và phát triển của các hãng thông tấn:

Vào những năm nửa đầu thế kỷ XIX, nhu cầu thông tin của công chúng Mỹ nói riêng và châu Âu nói chung tăng rất cao. Để đáp ứng nhu cầu thông tin đó, ở Mỹ xuất hiện những tổ hợp báo lớn để thu thập và chia sẻ thông tin. Từ đó, hình thành nên những hãng thông tấn nhằm làm cho việc thu thập và cung cấp thông tin khách quan, chính xác và mang về lợi nhuận cao hơn. Hãng Associated Press of Illinois thành lập năm 1846. Hãng United Press thành lập năm 1882.

Ở châu Âu có 3 hãng lớn là Agency Havas of Paris (Pháp) thành lập năm 1835, đến năm 1944, hãng này kết hợp với một bộ phận chuyển tin của Pháp lập nên hãng AFP; hãng Contunental Telegraphen compagnie of Berlin (Đức) ra đời năm 1849 - gọi tắt là Wolff Arency, đây là hãng đầu tiên dùng máy điện báo chạy điện để thu

thập tin tức.; Hãng Reuter Telegram Company of London (Anh) gọi tắt là Reuter ra đời năm 1851. Các hãng này ban đầu chủ yếu cung cấp tin về tài chính – ngân hàng và tin thế giới. Kể từ 1886, nhiều hãng thông tấn của các nước ra đời ở châu Âu, các hãng này cung cấp thông tin cho nội địa lẫn nước ngoài.

Năm 1897, United Press phá sản. Associated Press of Illinois thì tái cấu trúc và đổi thành Associated Press (AP) vào năm 1900. Năm 1906 William Randolpn Hearst lập Internetional News Service (INS) để cung cấp tin cho các tờ báo của ông. Hãng United Press Associated còn gọi là United Press (UP) thành lập là một cơ quan của báo Scripps-Howard và sau đó trở thành một hãng thông tấn lớn.

AP, UP và INS phát triển hùng mạnh. Vào những năm 1930 các văn phòng của các hãng này đã giúp các hãng không còn phụ thuộc vào các hãng thông tấn châu Âu. Năm 1958, INS sáp nhập vào UP, tạo thành United Press International (UPI). Đến năm 1992, hãng này thuộc sở hữa của Middle East Broadcasting Limited.

... Cho đến nay, các hãng thông tấn phát triển rất mạnh, với 125 quốc gia có chủ quyền thì thế giới có khoảng 400 hãng thông tấn, nhiều nước có nhiều hãng thông tấn khác nhau.

Ví du:

Ac-hen-ti-na có 6 hãng thông tấn; Hoa Kỳ có khoảng 350 dịch vụ thông tin (tương đương với hãng thông tấn, nằm trong các công ty báo chí.); Ấn Độ có 5 hãng thông tấn (trong đó có một hãng của Đảng cộng sản Ấn Độ); Anh và Nhật Bản mỗi nước có 3 hãng thông tấn; Trung Quốc có 2 hãng thông tấn; Cu Ba có 2 hãng thông tấn, đứng đầu là hãng <u>Prensa Latina</u>; Lào có hãng thông tấn KPL, Cam-pu-chia có hãng thông tấn SPK.

*Các hãng thông tấn chính phủ:

Từ 1900, nhiều hãng thông tấn của chính phủ ra đời. Năm 1904 có Telegraph Arency ra đời tại St.Petersbug do chính phủ Nga thành lập. Năm 1918, chính quyền Xô Viết thành lập Rosta, năm 1925 Rosta trở thành TASS và ngày nay đổi thành ITAR-TASS. Tại Trung Quốc có New China News Arency vào năm1931 còn gọi là Red China News Arency. Hãng này cung cấp các tin tức chính phủ, tài chính; phát hành nhiều tờ báo và tạp chí; có quảng cáo và mối quan hệ với các công ty và các trường du lịch. Từ 1990 có những hãng thông tấn độc lập xuất hiện ở Đông Âu như Interfax ở Nga và A.M.Press ở Romaria.

♦ Một số hãng thông tấn lớn trên thế giới

(1) Hãng thông tấn AP (Associated Press - báo chí liên kết)

Tháng 5 năm 1846 (1848?), hãng Associated Press ra đời trên cơ sở sự liên kết của sáu tờ nhật báo tại New York. Ban đầu, hãng phát triển chậm vì sự cạnh tranh gay gắt giữa các báo, đặc biệt là trong giai đoạn chiến tranh ly khai ở Mỹ.

Nhưng qua giai đoạn này, AP không ngừng lớn mạnh nhờ những chiến lược hợp lý và độc chiếm thị trường tin tức Mỹ cho đến đầu những năm của thế kỷ XX do chia sẻ thông tin với UP (United Press thành lập năm 1907).

Đến nay, AP vẫn là một tổ chức hợp tác và là một hãng thông tấn của Hoa Kỳ lớn nhất trên thế giới. Với phóng viên báo và phóng viên ảnh làm việc trong hơn 200 văn phòng trên khắp hành tinh. AP là một trong những nguồn cung cấp tin tức lớn nhất cho thế giới. AP cung cấp tin tức, ảnh chụp, ảnh đồ họa và những dịch vụ phát thanh cho hơn 1700 tờ báo và khoảng 10.000 đài phát thanh và 1.500 đài truyền hình ở Hoa Kỳ. Ngoài ra, khoảng 8500 kênh truyền thông đa phương tiện bên ngoài Hoa Kỳ cũng đăng ký những dịch vụ thông tin của AP. AP truyền tin tức qua cáp dây và vệ tinh.

Hãng AP dùng phương tiện kỹ thuật rất hiện đại: năm 1980, AP đã có vệ tinh viễn thông riêng để làm nhiệm vụ chuyển tải thông tin. Năm 1975 hãng AP đã dùng máy vi tính để thực hiện quá trình chuyển tải thông tin. AP tự động hoá quá trình thu thập và xử lý các tin tức không chỉ ở trung tâm mà còn ở các phân xã, các chi nhánh của mình.

AP là một hãng lớn nhưng sử dụng lao động rất tiết kiệm và hiệu quả. Năm 1990 có 2.850 nhân viên tại trung tâm hãng AP, đến những năm 2000 là 3.600 người.

Số người đọc tin tức của AP hàng ngày ước lượng là xấp xỉ 1 tỉ người.

AP được hợp nhất thành một tổ chức hợp tác không lợi nhuận của hơn 1500 thành viên là các báo tin tức hàng ngày ở Hoa Kỳ. Các thành viên này bầu ra ban điều hành tổ chức.

AP đặt trụ sở tại thành phố New York.

Số liệu mới (tháng 03/2008)

AP có 243 văn phòng đại diện trên 97 quốc gia, 1700 tờ báo hàng ngày, hàng tuần ở Mỹ. Cung cấp thông tin cho 5000 kênh truyền hình và truyền thanh, sở hữu 850 kênh truyền thanh tin tức, cung cấp thông tin truyền hình và hợp tác với 550 hãng truyền thông quốc tế, phục vụ cho 121 quốc gia. Tin tức của AP được cung cấp bằng 4 thứ

tiếng và được dịch ra nhiều thứ tiếng khác. AP có 4100 toà soạn, 3000 trụ sở báo chí với nhân viên hành chính và nhân viên thông tin liên lạc trên toàn thế giới. Đến nay, AP đã nhận được 49 giải thưởng báo chí quốc tế, trong đó có 30 giải ảnh báo chí.

(2) Reuters

"Be first but be first right" (tạm dịch: Hãy là người đầu tiên, nhưng phải là người đầu tiên đưa tin chính xác)

Đối với người trong nghề báo, ít ai không biết đến Reuters. Không chỉ có vậy, ngày càng có nhiều doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam (như cà phê, gạo, cao su...) là khách hàng của Reuters.

Hãng Reuters được thành lập tại Luân Đôn vào tháng 10 năm 1851. Công đầu thuộc về Julius Reuter - một người gốc Đức và là một thành viên cũ của Havas. Hồi đó, ông lập ra đàn chim bồ câu đưa thư giữa Pháp và Đức (1848 - 1850). Lúc đầu, ông quan hệ đơn thuần về tài chính với khách hàng nước Anh, sau mở rộng phục vụ các tờ báo lớn ở Luân Đôn. Nhiều tờ báo lớn thừa nhận công lao của Reuter như tờ *Times*. Hãng Reuters phát triển nhanh chóng và có tầm cỡ thế giới một phần nhờ Luân Đôn là ngã ba thế giới và trung tâm của mạng lưới đường cáp điện báo lớn nhất.

Đến đầu thế kỷ XX và những năm chiến tranh thế giới, Reuters vẫn giữ vai trò quan trọng với những thông tin tài chính chất lượng cao. Năm 1926, Hội Presse Association - tổ chức tập hợp chủ báo các tỉnh- cũng tham gia đầu tư vào Reuters, nhận trách nhiệm thu thập thông tin trong nước. Năm 1941, Hội Newspaper Propietors Association - tổ chức của các chủ báo Luân Đôn - trở thành cổ đông của hãng. Sau chiến tranh, các hội chủ báo các nước của Liên hiệp Anh cũng tham gia vào.

Người ta cũng gọi là tập đoàn Reuters (tiếng Anh: Reuters Group plc) là một trong những hãng thông tấn lớn nhất thế giới. Reuters cung cấp bài viết, hình ảnh, đồ họa và video cho những tờ báo, đài phát thanh, đài truyền hình, Internet và các phương tiện truyền thông khác.

Reuters kiếm tiền do những lợi tức thu được từ việc truyền tải dữ liệu rộng khắp toàn cầu của thị trường tài chính điện tử – tỷ giá hối đoái tiền tệ, giá cổ phiếu, giá hàng hoá – tới những ngân hàng, thương gia, môi giới, nhà đầu tư và những công ty khắp nơi trên thế giới. Dữ liệu liên tục được cập nhật khi các thị trường tài chính thay đổi. Reuters cũng bán phần mềm cho phép những nhà phân tích dữ liệu tài chính và cho những giao dịch trực tiếp từ một máy tính đầu cuối.

*Buớc ngoặt lớn của Reuters:

Ngày 17 tháng 4 năm 2007, Reuters đã được bán cho Thomson (một công ty dữ liệu Canada) với giá 15,6, tỉ UDS và trở thành tập đoàn mới Thomson Reuters. Sau khi sáp nhập số nhân viên của tập đoàn là 50 ngìn người (2007), tổng doanh thu là 5,2 tỉ USD, chiếm 34% thị phần (cao hơn Bloomberg: 33%). Với cuộc mua bán này, Reuters cũng từ bỏ một trong những nguyên tắc căn bản nhất của mình được đặt ra vào năm 1984 khi hãng bước lên sàn chứng khoán London và Nasdaq: *không một cổ đông nào được sở hữu quá 15% tổng số vốn của hãng nhằm đảm bảo tính độc lập của thông tin*.

Với 2.500 nhà báo, biên tập viên, phóng viên ảnh và quay phim có mặt tại 150 nước trên thế giới, Reuters là một trong những hãng thông tấn lớn nhất thế giới hoạt động trong lĩnh vực truyền thông và thông tin tài chính nhưng điểm mạnh và lợi nhuận chủ yếu của Reuters là cung cấp thông tin tài chính. Reuters bắt đầu công việc kinh doanh là gửi các chỉ số chứng khoán từ London sang Paris qua hệ thống cáp Calais-Dover.

Theo số liệu thống kê thì 90% thu nhập của Reuters là từ lĩnh vực thông tin tài chính. Mặc dù Reuters chiếm 1/3 thị trường thông tin tài chính nhưng vẫn yếu hơn đối thủ số một là Bloomberg. Reuters cũng có nhiều năm liền đứng đầu thế giới về tin tức tài chính trước khi mất vị trí này vào tay hãng Bloomberg. Báo cáo phân tích dữ liệu nội bộ thị trường tài chính công bố tháng 4/2007 cho biết, Bloomberg chiếm 33% thị phần của thị trường thông tin tài chính, Reuters nắm giữ 23% và Thomson là 11%.

Như vậy, việc sáp nhập giữa Thomson và Reuters đã đẩy thị phần trong lĩnh vực thông tin tài chính của tập đoàn này lên 34%, hơn Bloomberg 1% và lấy lại vị trí đứng đầu trên thế giới về tin tức tài chính. Sự chênh lệch này là quá ít vì vậy Reuters vẫn phải vật lộn nhằm duy trì thị phần với Bloomberg, tuy nhiên, cả hai đều phải phụ thuộc vào sự lên xuống của thị trường tài chính.

Reuters cung cấp 5,5 triệu các dữ liệu tài chính/ngày từ hơn 160 thị trường và sàn chứng khoán, thị trường phi tập trung.

Mỗi giây cập nhật khoảng 8000 dữ liệu tài chính, tốc độ tối đa là 23000 dữ liệu/giây.

Trong một bức thư gửi các nhân viên của mình năm 1883, Reuter yêu cầu đánh điện trong thời gian ngắn nhất, chi tiết nhất có thể, về những vụ hỏa hoạn, vụ nổ, ngập lụt, tai nạn giao thông đường sắt, những vụ lộn xộn ở các thành phố, những vụ đấu

súng, tự tử, giết người...nói chung là những chuyện có tính giật gân. Ông tin rằng những tin tức này sẽ mang lại nhiều khách hàng hơn là việc chỉ thông tin một cách đơn giản về thị trường tài chính.

Reuters dần trở thành hãng thông tấn chuyên về những tin tức độc quyền. Và trong suốt lịch sử phát triển của mình, hãng chưa bao giờ ngưng việc tăng cường thế mạnh này. Chỉ tới những năm 1960 – 1970, với sự ra đời của nhiều công cụ, phương tiện thông tin mới, Reuters mới thực sự chuyển sang lĩnh vực thông tin tài chính.

Hãng Reuters sử dụng vi tính từ năm 1967. Năm 1980, hãng có vệ tinh viễn thông làm nhiệm vụ thu thập, chuyển tải, xử lý thông tin. Lượng khách hàng của Reuter từ 12 - 15 ngàn.

(3) Hãng thông tấn AFP

AFP (Agence France-Press) là hãng thông tấn lâu đời nhất trên thế giới. AFP là trung tâm tiếng Pháp lớn nhất và thông tấn xã lớn thứ ba trên thế giới, đứng sau AP và Reuters. Không giống các đối thủ của nó, AFP phần lớn được đặt dưới sự quản lý của chính quyền Pháp, do đó, hoạt động của AFP bị giới hạn bởi một chuỗi những quy định từ 1957. Giới hạn lớn nhất là việc không cho phép tư nhân đầu tư vào AFP. Bên cạnh đó, AFP cũng được yêu cầu đưa ra ngân sách cân đối cho mỗi năm. Đây là hai điều ngăn cản làm giới hạn khả năng AFP tăng nguồn vốn cần thiết để đầu tư vào các lĩnh vực và thị trường mới trong đó có internet. Những cản trở này làm giảm năng lực trực tiếp của AFP so với các đối thủ. Tuy thế, AFP vẫn là một hãng thông tấn lớn không chỉ vì nó tồn tại lâu đời nhất mà còn bởi uy tín cung cấp sản phẩm, dịch vụ có chất lượng.

AFP do Charles Louis Havas thành lập và tháng 12 năm 1835 với tên gọi lúc đầu là Agence Havas.

*Giai đoạn 1835 - 1840

Hãng thông tấn Havas thoạt đầu chỉ là cơ quan dịch tin tức trên báo nước ngoài để cung cấp cho các tờ nhật báo Pháp (tháng 8 năm 1832), nó thu hút thêm nhiều cơ sở tương tự, lập ra Hãng thông tấn Havas vào tháng 12 năm 1835. Nhờ được chính phủ ủng hộ, hãng phát triển nhanh và đến giữa thế kỷ XIX thì thâu tóm độc quyền về tin tức điện báo. Hãng cung cấp tin tức cho các báo dưới dạng những tờ in nguyên cảo, và thu thập được tin tức qua các cơ quan chính phủ cùng mạng lưới thông tín viên ở Pháp và ở nước ngoài. Một phần thành công đầu tiên của hãng là truyền đi nhanh chóng các

tin tức về tài chính của sở giao dịch chứng khoán Luân Đôn bằng bồ câu đưa thư. Thời các cuộc chiến tranh của Đệ nhị Đế chế, hãng càng phát huy tác dụng và nổi tiếng trên thế giới. Đến năm 1870, hãng Havas hoàn toàn chiếm vị trí độc tôn ở Pháp. Cuối thế kỷ XIX, Agence Havas đã trở thành kênh phân phối tin tức quốc tế lớn nhất thế giới.

Cho đến giữa thế kỷ XIX, quảng cáo vẫn còn rất xa lạ, tuy nhiên, sự phát triển của hệ thống phân phối mới đã tạo ra một bước nhảy trong ngành truyền thông quảng cáo. Agence Havas nhanh chóng nhận ra được tiềm năng to lớn nên đã có sự chuyên sâu vào quảng cáo năm 1852. Hoạt động này được đẩy mạnh vào năm 1857 khi Havas kết hợp với Societe Generale des Annonces. Havas trở thành công ty quảng cáo đầu tiên ở Pháp và toàn châu Âu. Ngày nay, Havas tách khỏi hoàn toàn với AFP và là một trong những hãng quảng cáo lớn trên thế giới.

Dịch vụ quảng cáo và phân phối tin tức cùng tạo cho Agence Havas sự nổi bật trong nền chính trị vì họ có thể sử dụng quyền lực để gây sự ảnh hưởng đối với cộng đồng. Việc chiếm nhiều hay ít sự độc quyền trong việc phân phối tin tức giúp cho Agence Havas trở thành đối tác nổi bật đối với các hãng báo chí nước ngoài và dành được sự ủng hộ của nhân dân cũng như chính quyền Pháp. Agence Havas có đủ khả năng đáp ứng được nhu cầu về tin tức nước ngoài cho đất nước, nhất là trong thời gian chiến tranh thế giới thứ nhất.

* Giai đoan 1940 - 1946

Tuy nhiên cũng chính quyền lực về thị trường truyền thông và tin tức đã dẫn đến sự sụp đổ của Agence Havas ngay đầu thế chiến thứ hai. Khi đó, Agence Havas đã bị tước bỏ những dịch vụ phân phối truyền thông của nó bị chính quyền Pháp tiến hành quản lý, kiểm duyệt. Nó được đổi tên thành Office France d'information (France Information Office - FIO) vào 1940. Tiếp theo, hãng thông tấn mới này nhanh chóng bị thâu tóm bởi Bazis sau khi Pháp đầu hàng phát xít Đức. Mạng lưới phân phối trước đây của Agence Havas được sử dụng lại lại phục vụ cho Nazi và chính quyền Vichy.

Năm 1944 việc hoạt động của hãng FIO được điều khiển bởi một nhóm cựu thành viên của Fench Resistance và FIO được đổi tên thành Agency France Press (AFP). Những người này lấy lại quyền điều hành và nhanh chóng lấy lại được cơ cấu cũng như danh tiếng toàn cầu của Agence Havas trước đây. Tuy nhiên, việc trợ vốn chủ yếu của chính quyền đã làm cho AFP không lâu sau đó chịu sự kiểm soát của chính quyền.

*Giai doan 1946 – 1975

AFP vẫn còn là cánh tay đắc lực của chính phủ cho đến năm 1950. Khi đó hãng đối mặt với sự cạnh tranh mới trong nước với hãng Agece Centrade Press hoạt động từ 1951 cũng như các hãng thông tấn là AP, Reuter... Trong khi các hãng thông tấn khác hoạt động độc lập và có khuynh hướng về thương mại thì AFP bị giới hạn là một hãng thông tấn của chính phủ. Tuy nhiên, dưới sự điều hành của **Jean Marin** từ 1954 đến 1975, AFP bắt đầu có cải cách nhằm thay đổi hoạt động.

Năm 1957, AFP có được một số tự do trong việc phát triển thương mại và cả trong chính sách biên tập. Tuy nhiên chính quyền Pháp vẫn còn giữ sự kiểm soát mạnh mẽ trong mọi hoạt động của hãng. Trong khi luật mới ban hành vào tháng 10/1957, AFP được hoạt động độc lập với những quyền dân sự, luật còn ngăn cấm hãng tích góp vốn thông qua việc bán cổ phần cho các nhà đầu tư tư nhân. Cùng thời gian này, luật cũng yêu cầu hãng báo cáo ngân sách cân đối cho mỗi năm.

Một gánh nặng cho hãng là phải cung cấp sản phẩm cho các khách hàng thiết yếu bao gồm: 8 nhà đại diện từ các tờ báo ngày trong nước và 5 đại diện của chính phủ nằm trong ban điều hành giám đốc của AFP.

Năm 1969, AFP cung cấp tin bằng tiếng Ả Rập.

Năm 1971, hãng thuê vệ tinh chuyển phát tin

Giai đoạn này, AFP sớm bị các đối thủ qua mặt vì không chịu áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật kịp thời trong khi AP, Reuter nắm bắt các kỹ thuật mới. Trong truyền thông như sử dụng máy vi tính và hệ thống mạng từ 1964 thì AFP không có đầu tư gì và áp dụng các kỹ thuật cũ cho đến năm 1990. Chính vì thế, AFP để mất thị phần về thị trường tài chính vốn là thế mạnh của mình về tay Reuter. Ngoài ra, AFP còn để mất thị phần cung cấp tin tức cho những vùng mà họ vốn đã xây dựng mối quan hệ tốt từ rất lâu là vùng châu Á, Trung Đông và Nam Phi.

Trong những năm tháng này, Jean martin tiếp tục đấu tranh cho việc độc lập trong việc biên tập thông tin theo quy định từ 1957. Tuy nhiên, sự đấu tranh của ông dẫn đến việc ông bị mất ghế vào năm 1975.

*Giai đoạn 1975 – 1999

Năm 1984, hãng cung cấp dịch vụ âm thanh và đến 1988 cung cấp dịch vụ về hình ảnh và đồ họa. Vào năm 1995, AFP kết thúc hợp tác với AP để lấy thông tin về

Mỹ và châu Mỹ và châu Mỹ nói chung. Thay vào đó, hãng đã lập trụ sở riêng của mình tại Mỹ.

Từ giữa 1980, doanh thu và lợi nhuận của AFP giảm đáng kể và chỉ là một phần nhỏ so với những đối thủ của nó. Đến 1985, AFP mới bắt đầu có một số thay đổi nhằm hiện đại hóa những hoạt động của mình. Nhiều trụ sở được thành lập trên khắp thế giới như Washington D.C, Hồng Kông, Nicosia, Cyprus... Những trụ sở này giúp thông tin của AFP đầy đủ và phong phú hơn. Doanh thu của hãng dần đần được phục hồi, tuy vậy, tin được bán ra chủ yếu vẫn nhờ vào chính phủ Pháp.

Vào những năm 1990, AFP mới thật sự trang bị những thiết bị hiện đại và cải thiện vị trí của nó trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng. Vào năm 1991, hãng cho ra đời côn ty AFX News chuyên cung cấp tin về tài chính có liên quan với báo Financial Times của Anh. Trong những năm 1990, công ty này mở rộng và có những trụ sở chính ở hầu hết các quốc gia châu Âu, đến tháng 3/2000 thì công ty này trực thuộc hoàn toàn vào AFP.

Mặc dù sự thành công của AFX News là rõ ràng, tuy nhiên, các nhà lãnh đạo AFP vẫn chưa có những chiến lược thật sự mang tính quyết định như các đối thủ. Đặc biệt, trong kỷ nguyên internet, các hãng thông tấn, các cơ quan báo chí đã nắm bắt và phát huy thế mạnh của mình.

Cuối những năm 1990, doanh thu của AFP đạt 1,13 tỉ FFr, kém 13 lần so với Reuter. Tuy nhiên, AFP cũng đã chuẩn bị những phương tiện, con người để phát triển trong thế kỷ XXI. Hãng đã đầu tư vào thị trường truyền hình vệ tinh bằng công ty PolyCom với 5000 trạm phát trên 100 quốc gia. Hãng còn hợp tác với Agefi, một nhà cung cấp thông tin về tài chính nước Pháp. AFP những năm cuối thế kỷ XXcũng đã tập trung khai thác và cung cấp thông tin qua Internet và điện thoại di động. Nguồn dữ liệu ảnh từ 1930 cũng được đưa lên Internet. Với dự đoán thị trường điện thoại di động sẽ chiếm ưu thế về việc truyền tải dữ liệu lẫn âm thanh vào đầu thế kỷ XXI nhất là giao thức thông qua mạng không dây WAP, thậm chí điện thoại di động có thể thay thế cả máy tính cá nhân - AFP đã liên kết với hãng NOKIA (Phần Lan) nhằm cung cấp tin tức trong nhiều lĩnh vực như thể thao, giải trí, tài chính... bằng các thứ tiếng Anh, Pháp, Đức, Bồ Đào Nha và Tây Ban Nha.

Năm 1999, Eric Giuily làm CEO, ông tiến hành những cải cách trong đó có cho phép tư nhân tham gia đầu tư. Cũng năm này, AFP phá vỡ truyền thống có tổng biên tập là một người Pháp bằng việc thuê một người biên tậo Scotland – ông Eric Wishart.

* Từ 1999 đến nay

Năm 2000, AFP mở dịch vụ cung cấp dữ liệu về các kỹ thế vận hội thông qua internet. Năm 2005 Pierre Louette được chỉ định làm giám đốc điều hành. Năm 2006 Jean-Pierre Vignolle làm tổng giám đốc, còn Denis Hiault làm giám đốc truyền thông.

Như thế, bước vào thế kỷ XXI, AFP thật sự vẫn còn được quản lý chặt chẽ bởi chính phủ trong khi các nhà lãnh đạo luôn mong muốn AFP có sự đóng góp của các nhà đầu tư. Tuy vậy, AFP vẫn duy trì được uy tín mà không có hãng thông tấn nào vượt qua được là nhờ sự nhất quán, khách quan và độc lập trong các tin bài.

AFP là hãng thông tấn lâu đời nhất, lớn thứ ba và là trung tâm tiếng Pháp lớn nhất trên thế giới.

*Trụ sở: AFP có 5 trụ sở chính, mỗi trụ sở đại diện cho một khu vực lớn và tại mỗi khu vực có nhiều văn phòng đại diện.

Trụ sở chính	Khu vực	Số văn phòng
Washington	Bắc Mỹ	9
Montevideo	Mỹ latinh	21
Hong Kong	Châu Á – Thái Bình Dương	25
Paris	Châu Âu và Châu Phi 36 & 16	
Nicosia (CH Síp)	Trung Đông	

*Khách hàng và đội ngũ nhân viên: AFP có 15.000 khách hàng thường xuyên và có mối quan hệ rộng khắp với 8000 cộng tác viên thường xuyên và 2000 cán bộ công nhân viên toàn cầu. 1250 nhà báo (trong đó có 150 nhiếp ảnh gia), 300 kỹ thuật viên (gồm 100 kỹ sư cao cấp), 100 nhà điều hành, 350 nhân viên hỗ trợ.

*Ngôn ngữ hỗ trợ: Cung cấp tin bằng 6 thứ tiếng chính: Anh, Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Bồ Đào Nha và Ả Rập. Một số tin bài cũng được cung cấp bằng tiếng Nga, Nhật và Trung Quốc.

*Lượng tin: Agency France-Press cung cấp mỗi ngày 400,000 – 600,000 từ dạng văn bản (khoảng 1000 trang A4), 1000 hình (minh họa) và 50 tin ảnh.

*Các sản phẩm, dịch vụ của AFP rất đa dạng:

- + Văn bản (text) là dạng sản phẩm chủ yếu, được dùng để đưa tin về tất cả các lĩnh vực mà AFP quan tâm.
- + Hình ảnh (pictures): dạng hình tin tức, minh họa, trang trí... được chụp trong thế giới thực mà không qua chỉnh sửa.
- + Đồ họa (Graphics): là dạng hình đã có sự chỉnh sửa hoặc các sản phẩm vẽ tay, kỹ thuật số.
- + Ảnh động (dynamic graphics): là những hình ảnh động dùng để minh họa, được tạo ra từ những hình ảnh tĩnh, phim... có thể kết hợp với âm thanh.
- + Phim (video): là những đoạn phim thời sự, những bài phỏng vấn, phóng sự, ký sự...

*VÀI CON SỐ THỐNG KÊ SỬ DỤNG TIN TỪ AFP Ở VIỆT NAM

Ví dụ tại Hội nghị APEC diễn ra tại Hà Nội cuối năm 2006. Trong 2 tháng 10 và 11, AFP đưa tổng cộng 481 tin cho thế giới về APEC Hà Nội. Trong những ngày thường, AFP có từ 2 đến 5 tin về Việt Nam. (Ngày 24/4/2007 là 2 tin, ngày 23/4/2007 là 3 tin). Riêng tin về tất cả các nước thì trung bình AFP có khoảng 600 tin/ngày. Giá bán mỗi tin là 3€. Đây chỉ là những tin tức được AFP cung cấp cho khắp nơi, riêng về những sản phẩm khác như bài phóng sự, tin tài chính... thì không tính đến.

(4) Hãng UPI (hãng thông tấn mang tính chất quốc tế)

Năm 1907, UPI ra đời trên cơ sở đóng góp cổ phần của hiệp hội báo chí các nước. Năm 1993, UPI bị hãng báo chí của A rập xê-út mua đứt. Từ năm 1995 đến 1996, UPI tạm thời bị phá sản. Mặc dù vậy, trong những năm tháng tồn tại, UPI đã để lai những điều đáng ghi nhớ.

Lượng thông tin phát đi của UPI là 13 triệu từ/ngày, cung cấp thường xuyên cho 12 - 15 ngàn khách hàng. Kỹ thuật làm việc hoàn hảo: có hệ thống vi tính, tự động hoá quá trình thu thập và xử lý thông tin, có vệ tinh viễn thông riêng, có 270 phân xã ngoài nước và 130 văn phòng trong nước, có số người làm việc chỉ khoảng 2.000 người ở trung tâm.

Ngoài ra còn một số hãng thông tấn lớn khác trên thế giới:

* **Hãng thông tấn Itartass** (Nga): ra đời năm 1904. Năm 1925 có tên là Tass, sau này đổi thành ITAR-TASS. Theo thống kê năm 1990, mỗi ngày hãng chuyển đi 3 triệu từ (khoảng 10 ngàn trang đánh máy)

- * **Hãng Kyôđô** (Nhật): Mỗi ngày cung cấp khoảng 50 60 ngàn dòng chữ Nhật, tương đương với 1 triệu từ và thông tin ra nước ngoài bằng 6 thứ tiếng khác nhau.
- * **Tân Hoa xã** (Trung Quốc): ra đời trong khoảng năm 1930 1932. Hãng có đội ngũ phóng viên khoảng 6.000 người, trong đó một nửa là dưới 35 tuổi.
 - * Liên kết các hãng thông tấn quốc tế:
- Từ năm 1957, các hãng thông tấn quốc tế đã có sự liên kết với nhau vì mục đích:
- + Trao đổi thông tin, hỗ trợ về kỹ thuật, đào tạo phóng viên, khai thác các phương tiện kỹ thuật mới, mở rộng hợp tác...
- + Đưa ra những quy định trong việc hoạt động báo chí (phân chia khu vực, lãnh địa hoạt động...)
- + Đối với các nước Nam Mỹ và các nước đang phát triển, việc liên kết hợp tác nhằm tạo ra luồng thông tin chính thống chống lại các luồng thông tin phản động khác.
 - + Cung cấp dịch vụ thông tin cho các cơ quan báo chí.
 - Có 7 liên kết cơ bản:
- (1) Liên kết các hãng thông tấn khu vực châu Âu: hình thành và bắt đầu hoạt động ngày 2/8/1957, bao gồm 24 nước với 24 hãng thông tấn.
- (2) Liên kết các hãng thông tấn châu Á Thái Bình Dương: bao gồm 25 hãng thông tấn của 20 nước và được thành lập theo sáng kiến của UNESCO vào năm 1961. Tổ chức này có sự cải tổ mạnh vào năm 1984. Việt Nam chúng ta cũng là một thành viên của tổ chức này.
- (3) Liên kết các hãng thông tấn châu Phi: liên kết bắt đầu từ năm 1979, nhưng đến ngày 25/5/1983 mới bắt đầu hoạt động. Lúc đầu chỉ có 15 quốc gia tham gia, đến năm 1985 có tới 40 thành viên.
- (4) Liên kết các hãng thông tấn Å-rập: được thành lập năm 1965, nhưng thực sự hoạt động từ năm 1974 do sự phức tạp về tình hình chính trị, đất nước.
- (5) Liên kết các hãng thông tấn châu Mỹ (mang tính chất dịch vụ): tổ chức này được đặt trụ sở tại Mêhicô, cung cấp thông tin cho 27 nước châu Mỹ và vùng vịnh Caribê.

- (6) Liên kết các hãng thông tấn nam châu Mỹ la tinh: được thành lập năm 1979, đặt trụ sở tại thủ đô Caracac (Vênêzuêla). Tổ chức này có xu hướng trung lập và có quan điểm ủng hộ xã hội chủ nghĩa.
- (7) Liên kết các hãng thông tấn của các nước không liên kết POOL- bao gồm 94 quốc gia tham dự với 94 hãng thông tấn, thành lập vào tháng 1/1975 nhưng đến 1976 mới thực sự đi vào hoạt động. Việt Nam cũng là một thành viên của POOL, có nhiệm vụ chuyển tải thông tin cho 16 nước trong khu vực.

2.5. Sự ra đời và phát triển của phát thanh

Báo phát thanh là một loại hình báo chí sử dụng kĩ thuật sóng điện từ và hệ thống truyền thanh truyền đi âm thanh, trực tiếp tác động vào thính giác của người tiếp nhận. Là một loại hình truyền thông độc đáo, hấp dẫn, có khả năng tạo được sức hút và thiện cảm đối với đông đảo công chúng, báo phát thanh có tầm quan trọng rất lớn trọng công tác tuyên truyền, cổ động, nhất là trong các lĩnh vực nhạy cảm như giáo dục, y tế, dân số...

Sau đây là những điểm quan trọng về sự hình thành và phát triển của báo phát thanh trên thế giới và ở Việt Nam.

Trên thế giới

Công nghiệp hoá trong trong thế kỷ XIX thúc đẩy các ngành kỹ thuật phát triển đã tạo cơ sở vật chất cho sự đổi mới kỹ thuật truyền thông đại chúng. Nguồn gốc sâu xa của rađiô xuất phát từ ý tưởng ban đầu là *truyền tin không cần dây* của Ambrose Fleming - cố vấn khoa học của nhà bác học Halia Marconi. Những tiến bộ vật lý sau đó với tên tuổi của các nhà khoa học nổi tiếng Farađây, Maxwell mở ra khả năng về mặt lý thuyết cho việc phát hiện ra sóng điện từ.

Năm 1887 - Rudolf Hertz phát hiện ra sóng điện từ.

Năm 1895 - Alexandre S.PoPov (Nga) phát minh ra ăngten vô tuyến điện. Ngày 7/5, ông giới thiệu máy thu sóng điện tử đầu tiên tại Hội vật lý và hoá học Saint – Petersbourg. Cũng năm này, G.Marconi (người Ý) thí nghiệm thành công việc truyền tín hiệu vô tuyến đầu tiên trên khoảng cách 400m, rồi 2000m.

Năm 1912 - những máy rađiô nghiệp dư bắt được tín hiệu kêu cứu (SOS) do tàu chở khách Titanic phát đi.

Năm 1913 - các máy thu thanh băng galen có thể nghe được những buổi truyền thanh ca nhạc hàng tuần đầu tiên được phát đi từ một căn nhà phụ của lâu đài Lacken (Bỉ).

Năm 1915 - phát thanh quốc tế đầu tiên được phát đi từ Đức: mỗi ngày một bản tin.

Năm 1917 - những người Bôn-sê-vích (Nga) sử dụng rađiô để tác động đến thái độ của người Đức trong cuộc đàm phán hiệp ước Bust-Litovsk.

Năm 1920

- Tại Úc có cuộc thao diễn đầu tiên về truyền tin rađiô;
- Tại Pháp sản xuất được các máy thu thanh có đèn và tai nghe chạy bằng pin thay ăcquy;
- -Tại Liên Xô bắt đầu chạy các chương trình phát thanh ra nước ngoài.

Năm 1922

- Chính phủ Canađa đánh thuế mối máy thu thanh 1 đôla.
- Ngày 16/8, từ Matxcova phát đi chương trình phát thanh cho toàn thể các đài phát thanh Xô viết.
 - Vào tháng 10/1922, đài BBC được thành lập.
 - Cũng năm này, đài phát thanh Trung Quốc ra đời tại Thượng Hải.

Năm 1923 – Phát thanh đều đặn xuất hiện đầu tiên tại Đức, Bỉ, Phần Lan, Na Uy, Thuỵ Điển, Tiệp Khắc, Úc.

Năm 1925 - Liên hiệp quốc tế phát thanh (UIR) được thành lập tại Geneve do Hôi Quốc Liên (SDN) bảo hô.

Năm 1927

- Một đạo luật thứ hai tại Hoa Kỳ liên kết vấn đề phát thanh với bản bổ sung đầu tiên của Hiến pháp và thành lập Ủy ban phát triển liên bang (FRC: Federal Radeo Commission). Từ nay, muốn phát thanh phải có giấy phép.
 - Ngày 11/11, BBC phát sóng ngắn từ Chelmstord.

Năm 1929 – Đài phát thanh quốc tế Maxcova bắt đầu phát trên sóng ngắn bằng tiếng Đức, tiếng Pháp, tiếng Anh theo đúng nhiệm vụ ghi trong kế hoạch 5 năm đầu tiên.

Năm 1930 – đài phát thanh thành phố Agen báo động cho dân chúng cơn lũ đột ngột của sóng Garoune và sau đó chính đài này bị cuốn trôi.

Năm 1933 - Hội viên của UIR họp tại Lurcene (Thuỷ Sĩ) thoả thuận phân chia các sóng.

Năm 1936

- Ngày 23/9: Công ước về sử dụng truyền thanh vì lợi ích của hoà bình được ký tại Geneve Thuy Sĩ.
- Tường/ thuật vụ cháy *Lâu đài pha lê (Crystal palall)* tại Luân Đôn kèm theo lời bình trực tiếp tại chỗ cùng với tiếng động xung quanh là các thông tin đặc biệt đầu tiên của BBC.
- 1937 Quảng cáo đem lại 70 triệu đô la cho các đài phát thanh thương mại của Mỹ.

Năm 1939

- Đức phát thanh ra thế giới bằng 26 thứ tiếng.
- Tháng 9, chính phủ Đức cấm nghe các đài phát thanh nước ngoài, ai vi phạm sẽ bi tử hình.

Đại chiến thế giới thứ nhất (1914 - 1918) và cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới 1929 – 1933 đã góp phần thúc đẩy kỹ thuật truyền thông phát triển, trong đó phát thanh chiếm ưu thế. Số liệu thống kê cấp giấy phép mua rađiô năm 1939 gấp đôi 1933:

Năm	Đức	Anh	Pháp
1933	5.033.000	6.000.000	1.308.000
1939	13.711.000	8.900.000	4.992.000

* Cơ cấu tổ chức của các đài phát thanh trên thế giới

- Đài phát thanh do nhà nước quản lý theo hệ thống dọc, trong đó, vai trò của đài phát thanh địa phương được quan tâm và đánh giá cao.
- Đài tư nhân: hiện nay, các nước phát triển ở châu Âu và châu Mỹ tồn tại song song cả đài phát thanh Nhà nước và đài phát thanh tư nhân. Bản thân những đài phát thanh tư nhân sống được nhờ vào quảng cáo.
- Đài do các công ty độc quyền báo chí hay công ty độc quyền báo chí xuyên quốc gia.
- Đài phát thanh "lậu": vào khoảng 1960, một số nước thấy tình hình quảng cáo tràn lan, không đảm bảo, do đó, nhà nước đã cấm những quảng cáo này. Trước tình

hình đó, xuất hiện các đài phát thanh "lậu" để đọc quảng cáo. Loại đài phát thanh này cần được đấu tranh loại bỏ.

* Xu hướng phát thanh của các nước:

- Phân nhỏ đối tượng thính giả để phục vụ có chất lượng.
- Hình thành các đài địa phương với công suất nhỏ.
- Đa dạng hoá các dịch vụ phát thanh mới.

. . .

Quá trình phát triển kỹ thuật phát thanh trên thế giới có hai bước nhảy vọt quan trọng. Đó là vào những năm bốn mươi phát thanh FM ra đời, phát triển. Cuối thế kỷ XX, phát thanh số DAB ra đời.

Phát thanh FM ra đời đánh dấu bước nhảy vọt quan trọng về chất lượng sóng và chi phí đầu tư, khai thác rẻ hơn, gọn nhẹ hơn. Để phát huy tối đa vùng phủ sóng và bảo đảm thuận lợi cho người nghe, các nhà sản xuất, quản lý phát thanh đã kết hợp hài hoà giữa sóng trung, sóng ngắn và cực ngắn FM. **Phát thanh số** khắc phục những nhược điểm cơ bản của phát thanh truyền thống như: can, nhiễu, méo, pha đinh trong truyền sóng, giao thoa và đặc biệt là giải quyết được sự chật chội, chen chúc của giải tần số. Phát thanh số vượt trội hẳn về chất lượng âm thanh (hơn cả FM stereo) tương đương với đĩa CD. Phát thanh số đến với người nghe tại nhà, trong ô tô, trên cánh đồng hay bất kỳ một nơi nào khác với chất lượng âm thanh tốt như nhau. Phát thanh số không chỉ đạt chất lượng âm thanh như đĩa CD mà đồng thời còn có khả năng truyền dữ liệu dưới dạng văn bản, ảnh, hình. Máy thu thanh số trở thành phương tiện đa chức năng giúp con người tiếp nhận được nhiều loại thông tin khác nhau. Có thể nói, phát thanh số là phát thanh có chất lượng sóng cao không chỉ đáp ứng nhu cầu thông tin mà còn thoả mãn nhu cầu thưởng thức, giải trí của con người ngày càng cao và khó tính.

Đến năm 2000 có 34 nước và khu vực trên thế giới phát thử thường xuyên phát thanh số. Singapore là nước đi đầu về phát thanh số ở khu vực châu Á.

Lựa chọn tiêu chuẩn thích hợp và sản xuất rađiô với giá cả phải chăng là hai vấn đề của phát thanh số thế giới. Xu hướng của các nhà xản xuất là giảm đến mức tối đa giá thành rađiô số để người tiêu dùng có thể sử dụng rộng rãi.

Phát thanh phát triển ngày càng rộng rãi với tốc độ nhanh là xu thế tất yếu. Vấn đề số hoá kỹ thuật phát thanh ở Việt Nam được đài tiếng nói Việt Nam quan tâm nghiên cứu từ những năm đầu thập kỷ chín mươi. Cùng với việc thực hiện quy hoạch

phủ sóng và áp dựng công nghệ phát thanh hiện đại, Đài Tiếng nói Việt Nam đã từng bước trang bị và đưa vào sử dụng hệ thống sản xuất chương trình, hệ thống thu thập tin tức và truyền dẫn qua vệ tinh bằng kỹ thuật số.

Sự bùng nổ thông tin đã đặt khái niệm thông tin và tuyên truyền vào những cung bậc khác nhau về tính chất và giá trị. *Thông tin khách quan hơn tuyên truyền*. Nhưng không ai lại không sử dụng vũ khí tuyên truyền khi thông tin. Các cường quốc kinh tế, quân sự thông thường là cường quốc về thông tin. Ai nắm được thông tin là nắm được quyền lực. Nước càng nghèo, nội lực truyền thông càng yếu thì sự lệ thuộc càng cao. Trong chiến tranh thế giới thứ hai, Hítle đã tận dụng triệt để lợi thế của phát thanh để tuyên truyền cho chủ nghĩa phát xít. Hítle trắng trọn tuyên bố: "Mọi nhận thức mới về thế giới được dạy cho cả một dân tộc, thậm chí nếu cần có thể bắt buộc họ".

Trong thời đại bùng nổ thông tin, thực tiễn và lý luận phát thanh nghiêng về khái niệm "thông tin tức thì". Đài phát thanh các nước Mỹ, Anh, Pháp, Canađa, Đức, Thuy Điển, Nhật Bản, Trung Quốc, Singapore... đều có bản tin ngắn dưới 5 phút xen kẻ giữa các chương trình phát thanh để kịp thời truyền thẳng những thông tin mới nhất đến công chúng. Nhiều nước dùng đài phát thanh phát chương trình tiếng dân tộc thiểu số để cứu những ngôn ngữ đang trên đường diệt vong. Câc nhà nghiên cứu ngôn ngữ cho rằng hiện nay trên thế giới có trên 6000 ngông ngữ đang được sử dụng, 90% các ngôn ngữ trên thế giới xẽ bị diệt vong trong vòng 100 năm tới nếu không có biện pháp bảo vê.

Ở Việt Nam

Trước Cách mạng tháng Tám 1945, Việt Nam chưa có đài phát thanh với tính chất là cơ quan truyền thông đại chúng của một quốc gia có chủ quyền, mà chỉ có đài phát thanh tư nhân với công suất nhỏ để quảng cáo thương mại hoặc đài của thực dân Pháp phục vụ chính sách cai trị.

Đài tiếng nói Việt Nam phát sóng chương trình đầu tiên vào hồi 11h30 ngày 7 tháng 9 năm 1945. Chương trình phát thanh đầu tiên được bắt đầu bằng câu: "Đây là tiếng nói Việt Nam, phát thanh từ Hà Nội, thủ đô nước Việt Nam dân chủ cộng hoà" do bà Dương Thị Ngân xướng và ông Nguyễn Văn Nhất xướng lại. Đằng sau hai phát thanh viên là 10 thanh nữ do Hội phụ nữ cứu quốc cử đến hát bài *Diệt phát xít* của tác giả Nguyễn Đình Thi. Sau lời phi lộ, ông Nguyễn Văn Nhất trang trọng đọc bản Tuyên

ngôn độc lập và danh sách các thành viên của Chính phủ lâm thời. Sau bản tin thời sự 30 phút là 30 phút chương trình "ca nhạc sống" do Đoàn quân nhạc ngồi ở ngoài sân biểu diễn. Tiếp đến là chương trình tiếng Anh 15 phút và chương trình tiếng Pháp 15 phút. Như vậy, buổi phát thanh đầu tiên của Đài tiếng nói Việt Nam gồm 4 chương trình: *Thời sự, Ca nhạc, Tiếng Anh, Tiếng Pháp* với tổng thời lượng là 90 phút. Buổi ban đầu không có máy ghi âm nên mọi chương trình, kể cả Ca nhạc đều đọc và phát trực tiếp.

Từ buổi ban đầu đầy khó khăn thách thức ấy, đến nay, đài tiếng nói Việt Nam VOV và hệ thống đài phát thanh địa phương của chúng ta đã không ngừng lớn mạnh về cả chất và lượng. Đặc biệt, hệ thống phát thanh địa phương có mạng lưới sâu rộng đến từng thôn, xã.

Với diện phủ sóng trên 95% cả nước và số thính giả thường xuyên từ 70 nước, Đài Tiếng nói Việt Nam tiếp tục là một trong những phương tiện truyền thông rộng khắp và có hiệu quả nhất ở đất nước Việt Nam hiện nay, là cầu nối gần gũi với công chúng nghe đài trong nước cũng như ở nước ngoài. Trong công cuộc đổi mới, công nghiệp hoá và hiện đại hoá đất nước, Đài Tiếng nói Việt Nam đang từng bước phát triển để trở thành một tổ hợp truyền thông đa phương tiện nhằm phục vụ tốt hơn nhu cầu của thính giả và độc giả.

Các kênh phát sóng của VOV:

- **VOV 1**: Hệ thời sự Chính trị tổng hợp, phát sóng 19 giờ/ngày trên sóng trung và sóng ngắn, tần số từ (594, 630, 648, 655, 666, 675, 690, 711) kHz và (5975, 9530, 7210) kHz, và trên sóng FM 102,7 MHz.
- **VOV 2**: Hệ chương trình chuyên đề văn hóa và đời sống xã hội, phát sóng 19 giờ/ngày trên sóng trung tần số (549, 558, 580, 702, 729, 738, 783, và 1089) kHz và (9875, 5925, 6020) kHz, và trên sóng FM 102,7 MHz
- **VOV 3**: Hệ âm nhạc, thông tin và giải trí, phát sóng 24 giờ/ngày trên sóng FM dải tần số (88, 108) MHz: 100, 101, 103, 104, 105, 106 MHz.
- **VOV 4**: Kênh dành cho đồng bào dân tộc ít người. Hiện đang phát các chương trình tiếng Khơ-me, H'Mông, Ê-đê, Gia-rai, Ba-na, K'Ho, Thái và Xê-đăng; phát sóng 12 giờ/ngày trên sóng trung và sóng ngắn trên các tần số 690kHz, 747 KHz, 819 KHz, 873kHz, 1089kHz, 5035kHz và 6165 kHz, 6020 kHz, 7210 kHz.

VOV 5: Kênh dành cho cộng đồng người nước ngoài ở Việt Nam bằng 12 thứ tiếng: Anh, Pháp, Nga, Tây Ban Nha, Nhật Bản, Bắc Kinh, Quảng Đông, Lào, Thái Lan, Campuchia, Indonesia và tiếng Việt trên sóng FM, tần số 105,5MHz, nghe được ở Hà Nội, Quảng Ninh, thành phố Hồ Chí Minh và các vùng lân cận.

VOV 6: Kênh dành cho người Việt Nam và người nước ngoài ở các nước trên thế giới. Phát trên sóng ngắn và sóng trung trên các tần số:

Đông Nam Á: (1242) KHz

Châu Phi, Trung Đông: (7220, 9550) KHz

Châu Âu: (7280, 9730, 7150) KHz

Châu Mỹ: (6175) KHz.

3.4. Sự ra đời và phát triển của truyền hình

Trên thế giới

Truyền hình thực sự xuất hiện trên thế giới vào đầu Thế kỷ XX, song, những bước chuẩn bị để ra đời một loại hình truyền thông mới đã bắt đầu từ giữa thế kỷ XIX:

Năm **1843**, nhà khoa học người Anh đăng kí phát minh "Phương pháp thu được các bản ảnh ở xa nhờ điện". Đây là cái móc đầu tiên báo hiệu sự ra đời của máy truyền ảnh (fax) và truyền hình (television).

Sau đó, vào năm **1862**, nhà vật lí người \circ – tu sĩ G.Casselli đã thí nghiệm thành công việc tái tạo hình ảnh qua khoảng cách.

Năm 1884, một sinh viên người Đức tên là Nipkow phát minh ra đĩa Nipkow. Đây là một đĩa đục lỗ, quay trước vật cần phân tích và chia ra các điểm của nó theo từng hàng một, cho phép phân chia hình ảnh thành các hàng.

Năm **1896** Marconi đăng kí phát minh về vô tuyến điện tại Anh, cùng với kỹ thuật sóng điện từ cho phép các kí hiệu điện tương ứng với từng điểm được phân tích.

Việc phát minh ra ống Iconi scop - tiền thân của chiếc camera ngày nay, do một người Mỹ gốc Nga - ông Zworykin đăng kí phát minh vào năm **1923** cho phép biến năng lượng ánh sáng thành năng lượng điện.

Như vậy, một phương tiện truyền thông đại chúng mới là truyền hình đã ra đời.

Những năm 20 của Thế kỷ XX, truyền hình phát huy vai trò quan trọng của mình trên nhiều mặt của đời sống: chính trị, kinh tế, quân sự... và được người dân đặc biệt yêu mến. Với ưu điểm là không có khoảng cách, ở khắp nơi trên thế giới, người ta đều có thể tiếp cận nắm bắt thông tin qua phương tiện truyền hình.

Từ 1927 đến 1940, truyền hình phát triển mạnh mẽ nhờ những phát minh về kỹ thuật liên tiếp ra đời. Phương tiện truyền hình ngày càng được công chúng ưa chuộng. Đặc biệt là trong chiến tranh thế giới lần thứ hai, nhiều nước công nghiệp phát triển đã tận dụng triệt để vai trò của truyền hình làm công cụ truyền bá tư tưởng xâm lược và bành trướng của Hit-le. Năm 1939, có 24 quốc gia dùng truyền hình để gửi thông điệp ra nước ngoài. Người ta gọi thời gian này là *cuộc chiến tranh lạnh giữa các làn sóng điện*.

Giai đoạn văn hoá truyền hình cũng bắt đầu từ chiến tranh thế giới lần thứ hai. Nhờ sự tiến bộ của kỹ thuật và công nghệ, truyền hình có mặt trong các gia đình, phục vụ từng các nhân - truyền hình thực sự trở thành *phương tiện truyền thông đại chúng*.

Năm 1952, lần đầu tiên, truyền hình được nối từ Pari sang Luân Đôn. Năm 1954, một số quốc gia châu Âu liên kết với nhau trong lĩnh vực truyền hình và đặt trụ sở tại Bruxelle -Bi.

Truyền hình bắt đầu phát triển với tốc độ nhảy vọt vào những năm 60 với sự kiện áp dụng và khai thác truyền hình cáp (cable) do Mỹ và Canada khởi đầu. Sự kiện này cho phép tiếp nhận các chương trình truyền hình ở những nơi mà sóng điện từ không đến được. Truyền hình trở thành đối thủ nặng kí của phát thanh sau thế chiến lần thứ hai.

Ngày 10/7/1962, vệ tinh liên lạc viễn thông dân sự Telstar lần đầu tiên được cơ quan hàng không vũ trụ NASA của Mỹ phóng lên không gian, cho phép truyền tới mọi nơi trên thế giới. Nhờ vậy, tháng 11/1963, dân chúng châu Âu có thể xem truyền hình trực tiếp từ Mỹ sang Pháp về lễ tang của tổng thống Mỹ Kennedy. Cũng vào những năm 60, Liên Xô (cũ) phóng một loạt các vệ tinh có nhiệm vụ truyền các chương trình truyền hình đến mọ miền đất nước.

Kể từ đó, truyền hình không ngừng phát triển với tốc độ nhanh chóng. Năm 1990, người ta ước tính số máy truyền hình đen trắng trên thế giới khoảng 300 triệu chiếc và truyền hình màu khoảng 800 triệu chiếc. Chỉ năm năm sau, số truyền hình màu dự tính khoảng 1 tỷ chiếc. Những năm đầu thế kỷ XXI, ở những nước phát triển như Mỹ, Canada, Nhật Bản, Nga, gần như 100% các gia đình có tivi. Như vậy có thể thấy rằng, truyền hình đã thâm nhập vào từng gia đình, trở nên thân thuộc và không thể thiếu trong cuộc sống.

Sau đây là một số mốc quan trọng của sự ra đời, phát triển của truyền hình thế giới:

1887: Heinrich Hertz (người Đức) chứng minh những tính chất của sóng điện từ.

1890-1895: Edouart Branly (người Pháp), Oliver Lodge (người Anh) và Alexandre Popov (người Nga) hoàn chỉnh điện báo vô tuyến.

1895: Guglielmo Marconi (người Ý) ứng dụng những công trình nghiên cứu về vô tuyến điện.

Tháng 3/1899: Liên lạc vô tuyến quốc tế đầu tiên ra đời ở Anh và Pháp, dài 46 Km

1923: Vladimir Zworykin (người Nga) phát minh ra ống iconoscop, cho phép biến năng lượng ánh sáng thành năng lượng điện.

1929: Chương trình phát hình đâu tiên của BBC được thực hiện từ kết quả nghiên cứu của John Baird về quét cơ học.

Tháng 4/1931: Chương trình phát hình đầu tiên được thực hiện ở Pháp dựa trên những nghiên cứu của René Barthélemy.

1934: Vladimir Zworykin hoàn chỉnh nghiên cứu về iconoscop và bắt đầu ứng dụng vào việc xây dựng và phát sóng truyền hình.

1935: Pháp đặt máy phát trên tháp Eiffel

1936: Thế vận hội Berlin được truyền hình tại một số thành phố lớn.

1939: Truyền hình Liên Xô phát đều đặn hàng ngày

1941: Mỹ chấp nhận 525 dòng quét với bộ phân giải của mình

Trong và sau chiến tranh thế giới thứ II: Các cường quốc chạy đua gay gắt để phát các chương trình truyền hình nhằm vận động nhân dân ủng hộ các chiến lược quân sự và kinh tế của mình.

1948: Pháp chấp nhận chuẩn 819 dòng quét, kết quả nghiên cứu của Henri de France.

1954: Đài RTF phát những buổi tryền hình đầu tiên bằng điều biến tần số.

1956: Hãng Ampex giới thiệu máy ghi hình từ (thu hình ảnh trên băng từ)

Tháng 10/1960 truyền hình trực tiếp cuộc tranh luận trên kênh truyền hình giữa 2 ứng cử viên tổng thống Mỹ: Richard Nixon và John Kennedey

1964: Vệ tinh đĩa tĩnh đầu tiên được phóng lên quỹ đạo mang tên Early Bird.

1965: Diễn ra cuộc chiến về các chuẩn truyền hình màu SECAM (Pháp) và PAL (Đức) tại Châu Âu

Tháng 10/1967: Khánh thành truyền hình màu ở Pháp và Liên Xô

1969: Cuộc đổ bộ lên bề mặt trăng của tàu Apollo 11 được chuyền hình trực tiếp qua Mondovision.

1970: Hiệp hội viễn thông quốc tế phân chia các sóng truyền hình centimet cho các nước và giới thiệu loại băng hình video dùng cho công chúng.

1992: Truyền hình kỹ thuật số trở thành hiện thực

Như vậy, có thể thấy, lịch sử phát triển của truyền hình luôn nằm trong và cùng song hành với lịch sử tiến bộ nhân loại. Truyền hình ngày một lớn mạnh là do nhu cầu thông tin của công chúng ngày càng cao, khoa học kỹ thuật phát triển và xuất hiện nhu cầu được giao lưu quốc tế. Chính bản thân các vấn đề sự kiện chính trị, xã hội cũng góp phần thúc đẩy truyền hình phải tự phát triển và phát huy hơn nữa những ưu thế của mình, từ đó dần tạo nên những đặc trưng riêng biệt mang tính loại hình trong hệ thống các phương tiện truyền thông đại chúng hiện nay. Được thiết kế với những màn ảnh rộng áp dụng kỹ thuật hình ảnh 1125 dòng quét ngang thay cho máy thu hình truyền thống chỉ 525 hoặc 625 dòng quét.

Với ưu thế về hình ảnh và tốc độ truyền thông tin, truyền hình trở thành phương tiện truyền thông có sức mạnh ghê gớm. Truyền hình phát triển đến mức người ta gọi là "công nghệ truyền hình". Ngày nay, ngành truyền hình là một trong những ngành đem lại nguồn lợi khổng lồ. Một số nhà tỉ phú trên thế giới đều sở hữu vài đài truyền hình trong tay, ví dụ như Ted Tuner với hãng CNN...

Cuộc sống vật chất của con người ngày một cao, nhu cầu tinh thần của họ cũng phát triển không ngừng: nhu cầu nhìn xa trông rộng, đi nhiều gặp nhiều, những thú khám phá bí mật của tự nhiên... ngày càng trở nên cần thiết. Với thế mạnh của mình, truyền hình đã phần nào đáp ứng được nhu cầu và thị hiếu đó bằng cách tăng thời lượng phát sóng lên 24/24giờ, tăng kênh phát, xây dựng các chương trình đa dạng, bổ ích về tất cả các phương diện, lĩnh vực của đời sống con người. Truyền hình thực sự trở thành một món ăn tinh thần không thể thiếu trong đời sống xã hội và đời sống mỗi người, chiếm vị trí đặc biệt trong so sánh với các phương tiện truyền thông đại chúng khác.

Ở Việt Nam

Mặc dù truyền hình còn khá mới mẻ đối với Việt Nam, nhưng được sự quan tâm của Đảng và Nhà nước, truyền hình ở Việt Nam cũng có những bước phát triển nhanh chóng và đạt được nhiều thành công.

Công tác chuẩn bị đón nhận và làm truyền hình được Bộ Biên tập của Đài Tiếng nói Việt Nam thực hiện từ những năm 1967 -1968. Kết quả là vào lúc 19 giờ ngày 7 tháng 9 năm 1970, buổi phát sóng truyền hình đầu tiên đã được thực hiện thành công tại 58 Quán Sứ - Hà Nội. Sau đó, các chương trình truyền hình thí nghiệm đã được phát sóng đều đặn 2 tối mỗi tuần rồi 3 tối mỗi tuần. Số máy thu hình tại Hà Nội và vùng phụ cận đã tăng lên đáng kể. Ngày 18/5/1971, Thủ tướng Phạm Văn Đồng kí nghị định 91-CP chính thức giao cho Đài tiếng nói Việt Nam nhiệm vụ chuẩn bị xây dựng ngành truyền hình – thành lập ban Vô tuyến truyền hình trực thuộc Đài Tiếng nói Việt Nam.

Sau ngày đất nước thống nhất, truyền hình được quan tâm đầu tư phát triển. Giữa năm 1976, Ban biên tập Vô tuyến truyền hình được chuyển thành Đài Truyền hình trung ương, có cơ sở làm việc mới xây dựng là trung tâm Giảng Võ. Nghị định 72/HĐBT ngày 30/4/1984 chuyển Đài Truyền hình trung ương trực thuộc Chính phủ và mang tên **Đài Truyền hình Việt Nam.** Từ đây, đài chính thức được Nhà nước xác định là đài truyền hình quốc gia.

Truyền hình Việt Nam đã đi qua những năm tháng đầy khó khăn và thử thách, màn ảnh nhỏ luôn là tấm gương phán chiếu trung thực diện mạo của đất nước. Và có thể nói rằng, truyền hình đã từng bước trưởng thành cùng với sự trưởng thành của đât nước. Đến nay, truyền hình Việt Nam đã đạt những thành tựu đáng kể, qua những mốc quan trọng:

Sau khi hiệp định Pari được ký kết, các chương trình của đài THVN lại được tiếp tục phát sóng. Các chương trình của đài lần lượt được ra mắt công chúng như: Vì an ninh Tổ quốc (27.1.1973) (Buổi phát sóng đầu tiên của chương trình này là tối 16-8-1972), Câu lạc bộ nghệ thuật (21.2.1976) Văn hoá xã hội (21.3.1976) Quân đội nhân dân (24-4-1976), Thể dục thể thao (26.5.1976), Kinh tế (9.5.1976). Tới khi chuyển về trung tâm truyền hình Giảng Võ, từ 16/6/1976 mới phát chính thức hàng ngày.

- Thời kỳ phát sóng chính thức hàng ngày

Ngày 16/6/1976 việc khai thác sóng chuyển từ 58 Quán Sứ về trung tâm Giảng Võ. Tại đây đã có một trung tâm hoàn chỉnh với 3 trường quay (S1, S2, S3), tổng khống chế (master control room), máy phát 1kW kênh 6 và cột ăngten cao 60m.

Năm 1976, Đài truyền hình thành phố Hồ Chí Minh đã thử nghiệm phát hình màu. Một năm sau, 1977, Đài truyền hình Trung ương cũng bắt đầu phát thử nghiệm truyền hình màu vào các sáng Chủ nhật. Từ giữa năm 1980, khi Đài Hoa sen đi vào hoạt động, chương trình phát sóng của Đài truyền hình Trung ương xen kẽ lúc có màu, lúc không do sử dụng nhiều chương trình màu thu từ Đài Hoa sen.

Ngày 1/8/1986, Đài truyền hình Trung ương chuyển hẳn sang phát màu hệ SECAM 3b bằng các thiết bị chuyên dùng, từ bỏ hoàn toàn truyền hình đen trắng. Sở dĩ chúng ta chọn hệ màu SECAM 3b vì đây là hệ màu được Liên Xô và phần lớn các nước xã hội chủ nghĩa sử dụng.

Bắt đầu từ ngày 1/1/1991, hệ truyền hình màu của Đài truyền hình Việt Nam chuyển từ hệ SECAM 3b sang phát bằng hệ PAL/D/K. Sự thay đổi này là đúng đắn và kịp thời, định hướng thống nhất cho sự phát triển mạnh mẽ của ngành trong những năm sau đó và thúc đẩy các mối quan hệ hợp tác với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Ngày 30/1/1991, Chính phủ ra quyết định số 26/CP giao cho Tổng cục bưu điện thuê vệ tinh Intesputnik truyền dẫn tín hiệu phát thanh truyền hình năm 1991. Tết âm lịch Tân Mùi (đầu năm 1991) bắt đầu truyền chính thức bằng cách phủ sóng qua vệ sinh chương trình truyền hình quốc gia cho các đài địa phương.

Ngày 31/3/1996, Đài truyền hình Việt Nam chính thức tách kênh VTV1, VTV2, VTV3. Đây là một bước nhảy vọt của Đài truyền hình Việt Nam về cả nội dung chương trình lẫn thời lượng phát sóng. VTV1 lấy nội dung trọng tâm là chính trị - kinh tế - xã hội với thời lượng 11,5h/ngày trên kênh 9 và phủ sóng qua vệ tinh. VTV2 chú trọng phần khoa học - giáo dục, phát sóng 13h/ngày trên kênh 9 và phủ sóng qua vệ tinh. VTV3 là kênh giải trí - văn hoá thể thao, kinh tế, thời lượng 12h/ngày trên kênh 22 UHF và cũng được phủ sóng qua vệ sinh. Ngoài ra, đài truyền hình Việt Nam còn có chương trình MMDS (9 kênh) và chương trình VTV4 dành cho cộng đồng người Việt sinh sống ở nước ngoài, phát sóng qua vệ sinh, 4 giờ/ngày. Từ 10-12-2002 kênh VTV5 truyền hình tiếng dân tộc thiểu số của Trung ương đã phát chính thức qua vệ

tinh 3 lần/tuần và phát lại 3 lần/tuần với thời lượng 2 giờ để các đài địa phương thu lại và phát sóng phục vụ đồng bào vào thời lượng thích hợp.

Truyền hình Việt Nam không ngừng nâng cao chất lượng, đã và đang hoàn thành lộ trình mạng lưới phát sóng từ trung ương đến địa phương, hiện đại hoá cơ sở vật chất kỹ thuật, phục vụ đắc lực sự nghiệp đổi mới của đất nước, đặc biệt là làm tốt công tác đối ngoại.

Hiện truyền hình Việt Nam phát trên các kênh:

- VTV1: Là chương trình thời sự tổng hợp phục vụ cho đối tượng toàn xã hội.
- VTV2: Là chương trình khoa học, giáo dục.
- VTV3: Là kênh thể thao giải trí và thông tin kinh tế.
- VTV4: Là chương trình đối ngoại dành cho người Việt Nam đang sống ở nước ngoài.
 - VTV 5: Kênh truyền hình tiếng dân tộc
 - VTV6: Kênh dành cho thanh thiếu niên giáo dục từ xa
 - VTV 9: là kênh truyền hình mới dành riêng cho các tỉnh Nam bộ.

Hệ thống truyền hình cáp và đầu thu truyền hình kỹ thuật số cho đến nay đã khá quen thuộc và phổ biến với người dân Việt Nam, đặc biệt là ở các thành phố lớn như Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, tỉ lệ gia đình sử dụng dịch vụ truyền hình cáp và đầu thu truyền hình kỹ thuật số tặng khá nhanh. Đáng kể trong số đó phải kể đến Công ty Đầu tư và Phát triển Công nghệ truyền hình Việt Nam, thuộc Bộ Bưu chính Viễn thông (VTC). Với một đầu thu kỹ thuật số VTC, người dân ở vùng sâu vùng xa nhất cũng có thể tiếp nhân rất nhiều kênh truyền hình trong và ngoài nước, với nhiều chương trình văn hoá - giải trí bổ ích hấp dẫn. VTC còn có hai kênh chuyển tải chương trình thời sự quốc tế (Kênh 5 truyền hình Pháp và Kênh thời sự quốc tế của Mỹ -CNN). Những kênh thời sự nổi tiếng này hiện thu hút sự quan tâm theo đối của hàng tỉ người trên hành tinh vì tính cập nhật thông tin của nó. VTC cũng đang bước đầu tự sản xuất chương trình truyền hình phát sóng số mặt đất, chủ yếu là chương trình giải trí, nhưng cũng cho thấy tín hiệu canh tranh sản xuất giữa ngành bưu điện với ngành truyền hình. Chương trình truyền hình của VTC hiện chiếm được nhiều cảm tình của người xem trong nước. Ngoài ra còn phải kể đến Truyền hình Cáp Việt Nam (CVTV), Truyền hình cáp Sài Gòn (SCTV), Truyền hình cáp Hà Nội, truyền hình cáp Đà Nẵng Sông Thu... và một số công ty sản xuất và kinh doanh loại hình truyền hình mới này đang có sự cạnh tranh quyết liệt và không ngừng phát triển, cung cấp cho người xem nhiều kênh, nhiều chương trình đặc sắc được đầu tư thực hiện công phu và nhiều kênh mua bản quyền từ nước ngoài. Đây cũng là một trong những xu hướng của truyền hình mà chúng ta sẽ bàn kỹ hơn ở phần sau.

Đến nay, hệ thống truyền hình Việt Nam đã có 1 Đài truyền hình quốc gia, 5 đài truyền hình khu vực (Huế, Đà Nẵng, Cần thơ, Phú Yên, Sơn La) và 64 đài phát thanh - truyền hình địa phương; 4 kênh truyền hình cáp hữu tuyến CATV; tổng thời lượng 200 giờ/ngày được phủ sóng 80% toàn quốc. Ngoài việc nâng cao cơ sở vật chất, kỹ thuật, trang thiết bị hiện đại về máy móc1.... Truyền hình Việt Nam chú trọng việc đẩy mạnh đào tạo đội ngũ cán bộ, công nhân viên, cán bộ kỹ thuật, đặc biệt là đội ngũ phóng viên, biên tập, tiêu chuẩn hoá đội ngũ cán bộ phục vụ cho ngành truyền hình hiện đại phù hợp với xu thế toàn cầu hoá trong truyền thông đại chúng thế giới.

Tóm lại, mặc dù là loại hình truyền thông có tuổi đời còn khá trẻ ở Việt Nam, nhưng ngành truyền hình của chúng ta đã có những bước phát triển vượt bậc về mọi phương diện. Hiện tại, cơ quan lãnh đạo, quản lí báo chí nói chung và những người làm truyền hình nói riêng tiếp tục phấn đấu để ngày càng trở nên chuyên nghiệp, hiện đại, phục vụ tốt hơn cho công chúng Việt Nam.

3.5. Sự ra đời và phát triển của báo mạng

Trên thế giới

Khái niệm "trực tuyến" lần đầu tiên được nhắc đến vào những năm 70 của thế kỷ XX để chỉ các dịch vụ cung cấp thông tin qua đường điện thoại hoặc tín hiệu vô tuyến điện là Teletext và Videotext.

Teletext là công nghệ mã hóa và chuyển văn bản nhờ cáp dẫn hoặc phát trên không trung qua sóng vô tuyến. Thông tin được tổ chức thành từng trang. Hãng truyền thông BBC là nhà cung cấo dịch vụ Teletext đầu tiên trên thế giới. Ngày 9/2/1971, hãng này giới thiệu dịch vụ có tên là Ceefax, dịch vụ này phát triển nhanh chóng từ đó đến nay.

Videotext là một bước phát triển của Teletext. Dịch vụ này cho phép xem văn bản, hình ảnh trên màn hình TV hoặc máy vi tính. Thông tin được chuyển tải và thu nhận qua đường điện thoại, cáp hoặc mạng máy tính. Videotext chính là tiền thân của công nghệ world wide web (www), linh hồn của báo chí trực tuyến ngày nay.

-

¹Những con số này thay đổi theo từng thời điểm phát triển

Năm 1995, Prodigi - nhà cung cấp dịch vụ mạng ở Mỹ đã thực hiện bước đột phá vào lịch vực báo chí trực tuyến khi tung ra thị trường dịch vụ www. Ngay lập tức, một loạt tờ báo lớn của Mỹ như Los Angeles Times, USA Today, New York Newsday, San Jose Mecury News, Dayly Teleghraph, Chicago Tribune... xuất hiện trên mạng internet. Cùng năm này, 11 tờ báo khác của châu Á cũng xuất hiện trên mạng như: China Daily (Trung Quốc), Utusan (Malaysia), Kompas (Indonesia), Ashabi Shinbun (Nhật)...

Tính đến ngày 23/10/2001, đã có khoảng 12.954 địa chỉ trang web truyền thông trên mạng, trong đó: 4.090 địa chỉ tạp chí, 4.918 địa chỉ tờ báo, 2.158 địa chỉ đài phát thanh và 1.428 địa chỉ đài truyền hình.

Ở Việt Nam

Năm 1997, Việt Nam mạng xa lộ thông tin toàn cầu. Những năm đầu, internet và báo chí trực tuyến ở Việt Nam vẫn là một lĩnh vực mới mẻ và lạ lẫm. Tuy nhiên, kể từ năm 2001, báo chí trực tuyến phát triển nhanh và bắt đầu theo kịp nhịp độ phát triển của khu vực và thế giới.

Tờ báo trực tuyến đầu tiên ở Việt Nam là tờ *Tạp chí Quê Hương* – cơ quan của Ủy ban về người Việt Nam ở nước ngoài - được đưa lên mạng vào tháng 2/1998. Sự kiện này ghi dấu mốc trong lịch sử báo chí nước ta. Từ đây, hệ thống thông tin đại chúng của Việt Nam có thêm một thành viên mới, một loại hình báo chí mới, hiện đại và đặc biệt hữu ích.

Ngay sau Tạp chí Quê Hương phát hành, một loạt cơ quan báo chí lớn tiến hành hoạt động thử nghiệm và lần lượt xuất bản ấn phẩm báo chí của mình trên mạng internet. Một số tờ tờ tiêu biểu:

- Báo Nhân Dân cơ quan ngôn luận của Đảng Cộng sản Việt Nam- là một trong những tờ đi tiên phong trong việc ứng dụng những tiến bộ của khoa học, công nghệ internet để thực hiện nhiệm vụ thông tin tuyên truyền, đặc biệt là tuyên truyền đối ngoại. Ngày 21/6/1998, Nhân Dân điện tử (Tiếng Việt) ra đời tại địa chỉ www.nhandan.org.vn (phát thử nghiệm 2ngày/lần). Chưa đầy một năm sau, ngày 11/3/1999, báo chính thức cập nhật. Ngày 2/9/2000, Nhân Dân điện tử có thêm phiên bản tiếng Anh.
- Ngày 2/9/2001, trang chủ <u>www.vnn.vn</u> lần đầu tiên ra mắt công chúng với tên
 VASC ORIENT trên nền mạng VNN (tiền thân là mạng thông tin trực tuyến VNN ra

đời ngày19/12/1997). VASC ORIENT phát triển theo hướng thời sự, chuyên sâu; công chúng có thể thu thập thông tin, thảo luận, trao đổi trực tiếp về mọi vấn đề trong và ngoài nước. Kể từ khi mới hoạt động, trang web này thu hút lượt người truy cập tương đối lớn và nhanh chóng phát triển theo hướng một tờ báo trực tuyến chuyên nghiệp.

- Ngày 26/2/2002, công ty FPT chính thức đưa lên mạng tờ Tin nhanh Việt Nam ở địa chỉ: www.vnexpress.net. Ngày 25/11/2002, tờ báo này chính thức được cấp giấy phép hoạt động báo chí và trở thành tờ báo trực tuyến độc lập đầu tiên ở Việt Nam. Vnexpress hoạt động trên nguyên tắc thông tin nhanh, trung thực, khách quan. Năm 2006, Vnexpress lọt vào top 200 tờ báo được đọc nhiều nhất trên thế giới.

Vài năm gần đây, báo chí trực tuyến ở Việt Nam phát triển nhanh chóng và vươn lên đứng đầu ở khu vực Đông Nam Á, tiếp tục góp phần cùng hệ thống các phương tiên thông tin đại chúng Việt Nam xây dựng, củng cố và hoàn thiện hình ảnh đất nước, con người, văn hóa dân tộc Việt Nam trong mắt bè bạn quốc tế.

* Một số vấn đề liên quan đến những chặng đường phát triển của BC thế giới

- Khoa học kỹ thuật: Yếu tố quan trọng và có tính quyết định.
- *Nhiếp ảnh*: phục vụ đắc lực cho báo in và phát triển thành một loại hình báo chí đặc biệt.
- Điện ảnh: phát triển trên cơ sở thành tựu của nhiếp ảnh và có liên quan mật thiết đến truyền hình. *Nhiếp ảnh & Điện ảnh*: là hai lĩnh vực liên ngành, đặt nền tảng cho sự phát triển của loại hình ảnh báo chí và báo hình.
- Công tác đào tạo báo chí: yếu tố nền tảng thúc đẩy sự phát triển của báo chí theo hướng chuyên nghiệp.
- *Các tổ chức báo chí*: các tổ chức mang tầm quốc tế, là sự kết nối, giao lưu, giúp đỡ lẫn nhau. WAN (World Association of Newspapers); RWB (Reporters Without Border) (RFS); HFPA Hiệp hội Báo chí nước ngoài ở Hollywood giải Quả cầu vàng; "Biennial African Editor" Diễn đàn của các tổng biên tập châu Phi; **APU** Hiệp hội Phát thanh Truyền hình châu Á -Thái Bình Dương (Asia Pacific Broadcasting Union) 1964, VN là thành viên từ 1976;...
- Các giải thưởng báo chí: nhằm ghi nhận, động viên, khuyến khích người làm báo tiếp tục sáng tạo và cống hiến. Một số giải thưởng nổi bật: Giải Pulizer (1904,

1917 - Đại học Columbia, **Mỹ**), World Press Photo (1955 – Hà Lan – Phi lợi nhuận – Tổ chức hàng năm), ...

* Câu hỏi ôn tập:

- 1. Anh (chị) có nhận xét gì về báo chí thời kỳ sơ khai? Tại sao lại có nhận xét ấy?
 - 2. Máy in ra đời khi nào?
 - 3. Hãy kể tên những hình thức truyền thông tiền báo chí?
 - 4. Hãy kể tên những tờ báo đầu tiên trên thế giới?
 - 5. Báo in đã ngự trị vào thời điểm nào trong xã hội loài người?
 - 6. Các hangx thông tấn trên thế giới ra đời và phát triển như thế nào?
- 7. Hãy nêu những chặng đường hình thành và phát triển của phát thanh, truyền hình và báo mạng?

* Bài tập thực hành:

1. Seminar về vấn đề: . Sự ra đời của máy in không chỉ là một tiến bộ về mặt kỹ thuật của ngành in ấn, xuất bản mà còn là bước ngoặc quan trọng thúc đẩy báo chí phát triển. Ý kiến của sinh viên về vấn đề này và đưa ra những luận điểm phân tích, chứng minh.

CHUONG 3

KHÁI QUÁT SỰ PHÁT TRIỂN BÁO CHÍ MỘT SỐ QUỐC GIA VÀ CHÂU LỤC TRÊN THẾ GIỚI

(4 giờ)

1. MŲC TIÊU

1.1. Kiến thức:

Sinh viên có nắm được những chặng đường phát triển của báo chí một số quốc gia và châu lục trên thế giới.

1.2. Kỹ năng:

Biết cách tiếp cận và đánh giá một số vấn đề liên quan đến quá trình hình thành và phát triển của báo chí một số quốc gia và châu lục trên thế giới.

1.3. Thái độ:

Hiểu biết sâu sắc hơn về những chặng đường phát triển của một số quốc gia và châu lục trên thế giới

2. NỘI DUNG

- Nội dung 1: Báo chí châu Âu
- Nội dung 2: Báo chí câu Mĩ và nền báo chí Hoa Kỳ
- Nội dung 3: Báo chí châu Á
- Nội dung 4: Báo chí châu Phi
- Nội dung 5: Báo chí châu Úc

3. HÌNH THÚC VÀ PHƯƠNG PHÁP DẠY – HỌC

- * Nội dung 1, 2, 3,4,5:
- Sử dụng phương pháp thuyết trình, nêu vấn đề ... nhằm phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên.
- Trình chiếu Power Point, sử dụng hình ảnh sinh động để minh họa giúp sinh viên nắm được một cách khái quát chặng đường phát triển của một số quốc gia và châu lục trên thế giới.
- Thông qua hình thức thuyết trình, vấn đáp, thảo luận để giảng viên kiểm tra đánh giá mức độ hiểu bài, củng cố nội dung cơ bản của bài giảng và khả năng nắm bắt kiến thức, vận dụng vào thực tế của sinh viên.
 - Cung cấp tài liệu và thảo luận seminar

4. TÀI LIỆU

4.1. Giáo trình chính:

- [1] Phạm Thị Thanh Tịnh (2011), Lịch sử báo chí thế giới, NXB Chính trị Hành chính, H.
- [2] Huỳnh Văn Tòng (1992), Lịch sử báo chí Pháp, Anh, Mỹ, Liên Xô, NXB TP. Hồ Chí Minh.

4.2. Các tài liệu tham khảo khác:

- [1] Đỗ Xuân Hà (1998), Báo chí với thông tin quốc tế, NXB ĐHQG HN.
- [2] Vũ Quang Hào (2004), Báo chí và đào tạo báo chí Thuỵ Điển, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.
- [3] Đinh Thị Thúy Hằng (2008), Báo chí thế giới xu hướng phát triển, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
 - [4] Pierre Albert (2003), Lịch sử báo chí, NXB Thế giới, Hà Nội.
- [5] Dương Xuân Sơn (2000), Báo chí phương Tây, Nxb Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

* *

CHƯƠNG 3: KHÁI QUÁT SỰ PHÁT TRIỂN BÁO CHÍ MỘT SỐ QUỐC GIA VÀ CHÂU LUC TRÊN THẾ GIỚI

3.1. Báo chí châu Âu

- Nền báo chí châu Âu có truyền thống, có bề dày lịch sử, tích luỹ được kinh nghiệm làm báo lâu năm.
- Có nhiều cơ quan báo chí từ khi ra đời đến nay vẫn tồn tại và phát triển nhiều cơ quan có tuổi đời vài trăm năm, chỉ tạm gián đoạn trong thời gian chiến tranh thế giới (Tờ báo ra đời ở Viên Áo năm 1703, đến nay tồn tại đã hơn 300 năm; Tờ báo của Hội văn nghệ Thuỵ Điển ra đời vào năm 1645; hai tờ báo Ahh là tờ *Công việc hàng ngày* ra đời năm 1690 và tờ *Người quan sát* ra đời năm 1791)
- Có nhiều dòng báo chí khác nhau, đa dạng về quan điểm chính trị, nội dung, hình thức và có nhiều dòng báo chí cùng tồn tại (VD: Đảng bảo thủ, Đảng cộng sản, Đảng cánh hữu... đều có những tờ báo riêng cùng tồn tại)
 - Báo chí châu Âu phát triển khá đồng đều giữa các nước.

- * Những nét chung của báo chí châu Âu:
- + Chủ yếu là báo chí của các nước TBCN
- + Tồn tại dòng báo chí của các Đảng cộng sản trong các nước tư bản: Từ đầu thế kỷ XX, dòng báo chí này bắt đầu hình thành và đến nay vẫn đang phát triển (ở Pháp năm 1904 chỉ có tờ báo *Nhân đạo*, đến những năm đầu của thế kỷ XXI đã có 150 cơ quan báo chí đảm bảo cho đảng bộ cơ sở có báo để đọc). Nó phát triển chậm hơn so với các dòng báo chí khác vì những khó khăn về kinh tế (năm 1947, tại Pháp, báo chí của ĐCS Pháp chiếm 16% trên tổng số báo chí, đến năm 1983, chỉ còn 5 %). Nhiều nhà báo đã hi sinh cho sự nghiệp cách mạng của mình (trong chiến tranh thế giới thứ II, tờ *Lumainté* có tới 4 tổng biên tập bị sát hại). Giữ vai trò quan trọng trong việc bảo vệ quyền lợi người lao động; truyên truyền về CNXH một cách đúng đắn, nghiêm túc. Nổi bật là các tờ *Thống nhất* của Ý, *Nhân đạo* của Pháp, *Thép nóng bỏng* của Đức...
- + Báo chí các nước XHCN trước khi Đông Âu sụp đổ đã để lại nhiều bài học kinh nghiệm quý báu.

Dẫu có những bước thăng trầm nhưng cuối cùng cũng đã tạo được hệ thống báo chí có kế hoạch, đáp ứng được nhu cầu của xã hội (VD: Nga – Xô Viết vào những năm 1920 có 691 cơ quan báo chí, do kinh tế khó khăn trong cuộc nội chiến đã giảm đi một nửa, đến 1929 mới trở lại mức ban đầu.)

(Ở Việt Nam, năm 1976 có 160 cơ quan báo chí, đến năm 1979 có 190 cơ quan báo chí. Sau chiến tranh biên giới đã giảm đi 38 cơ quan. Đến nay (2014), số cơ quan báo chí ở Việt Nam là 803)

Ở Đông Âu, năm 1934 có 10.000 cơ quan báo chí. Năm 1936 còn 8000 cơ quan. Đến trước khi Đông Âu sụp đổ năm 1989, hệ thống báo chí là 8000 tờ báo, 5000 tạp chí, hệ thống phát thanh truyền hình phát 1.500 giờ/ngày.

Báo chí luôn bám sát chủ trương, đường lối của Đảng, tuyên truyền, phát hiện những vấn đề nảy sinh trong quá trình tuyên truyền những chủ trương, chính sách đó: Công nghiệp hoá đất nước 1920 – 1925 ở Liên Xô; nông nghiệp hoá đất nước 1929 – 1935; Chiến tranh thế giới thứ II và vấn đề bảo vệ tổ quốc; vấn đề khôi phục kinh tế đất nước; vấn đề xây dựng CNXH; nâng cao chất lượng hàng hoá...

Những bài học trong nghiệp vụ báo chí: tính giai cấp, sự nhanh nhạy, truyền truyền 3 chức năng: tuyên truyền, cổ động, tổ chức. Ở Liên Xô, nhiều bài học về báo

chí tổ chức phong trào thi đua: khai thác than, cày ruộng, dệt... được nhiều người, nhiều ngành hưởng ứng và đạt được nhiều thành tựu đáng kể.

+ Báo chí các nước XHCN sau khi Đông Âu sụp đổ:

Khó khăn: thiếu kinh phí hoạt động, thiếu sự trợ giúp của nhà nước; giá cả vật tư nguyên liệu ngày càng tăng ảnh hưởng đến quá trình sản xuất; những người làm báo vô sản chưa biết tận dụng lợi ích của quảng cáo, thiếu nguồn trợ cấp...

Những điều đó đã dẫn đến những khiếm khuyết:

Về nội dung: thông tin thiếu lành mạnh, giật gân để thu hút bạn đọc; đàm tiếu, nói xấu lãnh tu, để lô bí mât...

Giải pháp tình thế: các cơ quan báo chí liên kết với nhau để cùng hoạt động; gọi vốn đầu tư nước ngoài (điều này đã chi phối nội dung báo chí...); một số cơ quan báo chí không thể ký được hợp đồng với các vua báo chí phải nhờ Liên hiệp quốc và Unesco.

- * Báo chí Anh: News là tờ tin chép tay đầu tiên đưa tin về các chuyến tàu buôn. Đây chính là tiền thân của ấn phẩm thường kỳ đầu tiên được xuất bản ngày 23/6/1588, tờ English Mercury. Năm 1702, tờ nhật báo đầu tiên Daily Current ra mắt bạn đọc. Cuối Thế kỷ XIX đầu Thế kỷ XX, báo chí ở Anh bắt đầu phân chia thành báo chí chất lượng và báo chí đại chúng. Dẫn đầu về báo chất lượng là tờ The Times (1785). Báo chí loại này có nội dung và thông tin phong phú, nhiều bài phân tích, tuy nhiên số lượng phát hành không lớn bằng báo chí đại chúng mà đại diện là tờ The Sun (1964). Báo chí đại chúng (hay báo chí phổ thông) hướng tới diện độc giả rộng, đăng ít bài phân tích, có số lượng phát hành lớn. Ở Anh còn có sự phân chia giữa các ấn phẩm chủ nhật. Loại chất lượng cao có các đại diện The Sunday Times (1822), Sunday Telegraph (1961)..., ấn phẩm đại chúng có News of the world (1843), Mail on Sunday (1982), Sunday Mirror (1915), People (1881). Trên các hòn đảo khác của nước Anh còn có mạng lưới báo, tạp chí tỉnh lẻ, chủ yếu đưa tin về địa phương của mình, không quan tâm đến vấn đề quốc gia. Về các loại hình báo chí điện tử thì phát thanh kỹ thuật số đặc biệt phát triển ở Anh những năm gần đây.
- * **Báo** chí **Pháp**: Tờ tuần báo đầu tiên ở Pháp là tờ *Gazett* được Theofrast Renodo sáng lập năm 1631. Đây là tờ báo thu hút sự chú ý của độc giả nhờ tính chất văn học, thông tin đa dạng, phát hành đều đặn và lâu dài. Đến năm 1777, tờ nhật báo đầu tiên ra đời là tờ *Journal de Paris*. Cuộc cách mang Pháp (1789 1799) đã tao điều

kiên cho sư ra đời của nền báo chí chính tri và dân chủ cách mang. Số lương các tờ báo tăng lên từ 25 tờ đến 350 tờ chỉ trong vòng 10 năm. Giai đoạn từ 1870 đến 1914 là sự phát triển mạnh mẻ của báo chí tư bản. Tờ *Humanite* (1904) trở thành cơ quan trung ương của Đảng cộng sản Pháp năm 1921. Năm 1931, tờ nhật báo buổi chiều Paris-Soir ra đời với những cải tiến về kỹ thuật, nội dung đa dạng, nhiều minh họa, phong cách gợi mở... đã chinh phục được đông đảo công chúng. Trong số các sự kiện nổi bật của lịch sử báo chí Pháp cần kể đến sự ra đời của báo chí kháng chiến giai đoạn chiến tranh thế giới thứ hai, cũng như quá trình phát triển mạnh mẽ của báo chí chính trị giai đoạn giải phóng (1944 – 1946). Ngày nay tại Pháp có nhiều tờ báo trung lập: Le Figaro, Le Monde...; báo chuyên nghiệp: Thanh niên, phụ nữ, Khoa học kỹ thuật...; báo kinh tế; báo giải trí... Một đặc điểm điển hình của nền báo chí Pháp là có nhiều ấn phẩm chiu ảnh hưởng của nhà thờ, như tờ Công giáo *La Croix* 1880 và tờ tuần báo La Vie 1945. Trước chiến tranh thế giới thứ hai, việc thu thập và phát hành thông tin tại Pháp do hãng thông tấn Havas đảm nhận. Đến tháng 9/1944, hàng thông tấn AFP (Agency France Press). Cho đến nay, AFP nằm trong số những cơ quan thông tin lớn nhất thế giới. Phát thanh và truyền hình tại Pháp phát triển sớm và phát triển manh.

*Báo chí Đức: Với phát minh vĩ đại của Gutenberg về máy in năm 1450, nước Đức là nơi phát triển và nhân rông ngành xuất bản trên thế giới. Năm 1690, những ấn phẩm đầu tiên của Đức là Reliation và Aviso ra đời, còn tờ nhật báo đầu tiên ra đời năm 1691 là tờ Leipziger Zeitung. Tai đây, trên tờ báo "Báo mới vùng Rhein", vào những năm 1840, Các Mác và Ăngghen đã bắt đầu hoat đông báo chí – xã hôi, sau này, tác phẩm của hai ông được đặng trên tờ Volkstaat (Nhà nước nhân dân) – cơ quan của Đảng Dân chủ - Xã hội Đức, xuất bản từ 1869 đến 1876. Nhưng nước Đức đã phải chịu một giai đoạn phát triển dài 12 năm của báo chí phát xít cực đoan. Đặc điểm hiện nay của báo chí Đức là: báo buổi sáng chiếm ưu thế và tính chất khu vực đậm nét của các ấn phẩm. 95% các ấn phẩm thường kỳ đều là ấn phẩm địa phương. Phát thanh và truyền hình bắt đầu khá sớm tại Đức. Người dân được nghe chương trình phát thanh đầu tiên vào tháng 10/1923, đến 1923, cả nước đã có 1 triệu thính giả. Truyền hình công cộng mở cửa từ tháng 3/1935. Ngày nay phát thanh và truyền hình Đức tiếp tục tồn tại và phát triển nhờ vào quảng cáo. Tại Tây Đức có hơn 500 hãng thông tấn, lớn nhất là DPA (Hãng thông tấn Đức) thành lập năm 1949 và DDP (Bưu điện Đức) thành lâp 1971.

(Sinh viên tìm hiểu lịch sử báo chí của một số nước châu Âu khác; Ý, Hy Lạp, Thụy Điển... – bài tập - thảo luận)

3.2. Báo chí châu Mỹ và nền báo chí Hoa Kỳ

3.2.1. Khái quát chung về báo chí châu Mỹ

- Báo chí nước Mỹ phát triển rất mạnh, đứng đầu thế giới về số lượng cơ quan báo chí và trình độ phát triển thông tin.

Báo in gồm 1645 nhật báo tương đương với 61 triệu bản; 9500 báo thưa kỳ (sống bằng rao vặt và quảng cáo); 11.500 tạp chí; có các kỷ lục về trang báo và số lượng phóng viên; 10.000 đài phát thanh, 1.500 đài truyền hình; 300 hãng thông tấn.

Tin tức báo chí Mỹ có nội dung giật gân.

- Báo chí Canada: giống báo chí Mỹ về tính chất, phát triển rất mạnh và là sân sau của báo chí Mỹ.
 - Báo chí Mêhicô: phát triển đa dạng và có nhiều khuynh hướng về chính trị.
- Báo chí Banxin: là bàn đạp để Mỹ chuyển tải thông tin xuống phía Nam châu Mỹ. Báo chí Braxin tương đối mạnh, thường ăn nên làm ra trong các Thế vận hội.
- Báo chí Achentina: luôn cố gắng đứng trên quan điểm trung lập (là vị trí chiến lược chống lại thông tin của Mỹ)
- Các nước nhỏ vùng vịnh Caribe: báo chí phát triển yếu kém, khó khăn do điều kiện kinh tế, chính trị, có nước chỉ có 6% dân sô có tiền mua báo, các chỉ số nghe nhìn rất thấp.
- * Ở châu Mỹ tồn tại dòng báo chí ĐCS2, tiêu biểu là báo chí ĐCS Canada và ĐCS Mỹ, có vai trò quan trọng trong việc đấu tranh việc chế tạo vũ khí giết người; tuyên truyền về CNXH; hỗ trợ Cu Ba.
- Báo chí Cu Ba: giữ vai trò quan trọng trong các nước Châu Mỹ la tinh. Số cơ quan báo chí đông, năm 1990 có 484 ấn phẩm báo chí. Báo hàng ngày phát triển (1-2 tỉnh liên kết lại cho ra một tờ báo ngày). Vai trò của tờ báo Granma3 của ĐCS Cu Ba phát triển, có số lượng lớn: 620.000 bản/ngày). Từ năm 1989 đến nay do chính sách cấm vận của Mỹ đã làm ảnh hưởng đến kinh tế, chính trị, đời sống và báo chí Cu Ba

² Hiện ĐCS Mỹ có khoảng 15-17 nghìn đảng viên với một tổ chức quần chúng là Đoàn Thanh niên Cộng sản Mỹ. Cơ quan ngôn luận của Đảng gồm có: Tuần báo thế giới nhân dân (The Peole's Weekly-World); hai tạp chí Quan hệ Chính trị (Political Affairs) và Thông tin ĐCS Mỹ (Information CPUSA), ra hằng tháng. Đặc biệt, ĐCS Mỹ đã thành lập trang Web trên mạng Internet để tăng cường trao đổi thông tin với các đẳng cộng sản, công nhân và cánh tả trên thế giới; bày tổ các ý kiến về toàn cầu hoá, về ý đồ và chiến lược của chủ nghĩa đế quốc (TC Xây dựng Đảng 2002)

³ Chiếc thuyền *Granma* mà <u>Fidel Castro</u> và toán du kích của ông đổ bộ vào <u>Cuba</u> năm 1956. Sau cách mạng, nhiều thứ ở Cuba được đặt tên này để tưởng nhớ con thuyền này: <u>Báo *Granma*</u>, báo chính thức của <u>Đảng Cộng sản Cuba</u>; <u>Tinh Granma</u>, tinh đông nam Cuba; <u>Đại học Granma</u> ở <u>Bayamo</u>, Cuba.

(một số tờ báo đã bị đình bản, giờ phát sóng truyền hình cũng giảm mạnh: từ 213 giờ/ngày còn 153 giờ/ngày).

Cu Ba có mối quan hệ chặt chẽ, thân thiết với Việt Nam, Cu Ba đã cho chúng ta phát sóng 3000 giờ sang Mỹ trong cuộc đấu tranh chống Mỹ cứu nước – chính sự tác động này đã có ảnh hưởng lớn đến người dân yêu chuộng hoà bình của Mỹ, làm lan rộng các phong trào phản chiến ở Việt Nam.

3.2.2. Nền báo chí Hoa Kỳ

Người ta nhận xét rằng, báo chí Mỹ là một nền báo chí có nhiều điều cho chúng ta học tập, cũng là một nền báo chí tồi tệ.

Câu chuyện về nền báo chí Hoa Kỳ là một câu chuyện phức tạp phản ánh chủ nghĩa đa nguyên của chính đất nước. Một trong những miêu tả được ưa thích là: sự đa dạng. Chúng ta sẽ tìm hiểu nền báo chí đa dạng này.

* Thời kỳ thuộc địa (1690 - 1765)

Sơ lược lịch sử và đặt vấn đề về thời kỳ báo chí thuộc địa:

Năm 1607, một nhóm người Anh di cư đến Mỹ vì lí do kinh tế, họ đến sinh sống ở phía Nam nước Mỹ.

Năm 1620, nhóm người thứ hai di cư đến Mỹ vì lí do tôn giáo (Thanh giáo - một hệ phái của đạo Tin Lành), họ đến vùng New England. Trong nhóm di cư thứ hai này có rất nhiều tiến sĩ.

Năm 1685, nhóm người thứ ba gọi là Quaker từ Anh di cư sang Mỹ, ở vùng Trung Mỹ, chủ trương "tứ hải giai huynh đệ".

Vùng đất Mỹ có những người Anh di cư đến này trở thành thuộc địa của nước Anh.

Các giai đoan lịch sử của báo chí Mỹ:

- Giai đoạn thuộc địa (1690 1765)
- Cách mạng (1775 1782)
- Giai đoạn đảng phái (1783 1830)
- Giai đoạn báo chí 1 xu (1830 1860)
- Giai đoạn mở rộng (1860 1872)
- Giai đoạn độc lập (1872 1890)
- Giai đoạn đỉnh cao (1890 1920)
- Giai đoạn bảo hoà (1920 1945)

- Giai đoan sau 1945

Lịch sử nước Mỹ bắt đầu từ 1607 nhưng lịch sử báo chí thì bắt đầu muộn hơn. Năm 1690, báo đầu tiên ra đời tại Mỹ cho đến 1765 khi báo chí Mỹ lên tiếng về cuộc đấu tranh giành độc lập.

Như vậy là sau gần 90 năm sau khi đất Mỹ có người định cư mới có tờ báo đầu tiên. Có hai nguyên nhân giải thích sự việc này:

Thứ nhất, chính quyền Anh quốc bấy giờ đã có kinh nghiệm về sức mạnh của báo chí, họ sợ sức mạnh của báo chí sẽ ảnh hưởng có hại đối với chính sách cai trị của ho.

Thứ hai, bấy giờ, người dân Anh và dân một số quốc gia khác tập trung vào việc định cư, khai thác thuộc địa, họ chưa quan tâm đủ đến hoạt động báo chí. Hơn nữa, cư dân lúc đó còn sống rải rác, chưa tập trung thành từng vùng đông đúc, vì vậy, chưa đủ các điều kiện căn bản cho sự ra đời của báo chí ở nước này.

* Những bước đầu của báo chí Hoa Kỳ

- Tờ báo đầu tiên: Bảy mươi năm sau khi những người thực dân đầu tiên đặt chân đến châu Mỹ, vào ngày 25 tháng 9 năm 1690, chủ nhân của một hiệu sách vừa là tiệm cà phê ở Boston là Benjamin Harris cho ra mắt tờ báo bốn trang không giấy phép có tên *Publick Occurrences Both Foreign and Domestick* (Thời sự công cộng, cả ngoại quốc lẫn nội bộ). Vì tờ báo chứa những tin tức và ý kiến khiêu khích (tố cáo vua Louis XIV của Pháp là vô luân, lên án bọn da đỏ Mohawk đồng minh của người Anh, đã đối xử dã man với tù binh Pháp) nên đã bị viên toàn quyền Massachusetts ra công bố đóng cửa. Như vậy, số đầu tiên của "Thời sự công cộng" cũng là số cuối cùng bị đóng cửa ngaỳy 29/6/1690. Tuy nhiên, đây là tờ báo tiên phong của báo chí Hoa Kỳ sau này.
- Tờ báo thứ hai, *The Boston News Letter* (Thư tín Boston) do ông chủ bưu điện John Cambell chủ trương, ra đời ngày 24/04/1704. Đây là tờ báo có giấy phép, xuất bản suốt 27 năm và bị đình bản sau khi binh lính Anh rút khỏi Boston, bởi vì đây là một tờ báo của Đảng bảo thủ Anh, phục vụ chho chính sách cai trị.
- Tờ *Boston Gazetta* (báo Boston) ra đời ngày 21/12/1719. Người sáng lập là William Brooker người được bầu làm giám đốc bưu điện thay cho John Cambell. William mời anh em nhà Franklin phụ trách tờ báo. Boston Gazetta là một tờ báo tiến bộ, có ảnh hưởng lớn đối với nghề làm báo ở Mỹ, là diễn đàn chính thức của cuộc đấu

tranh cách mạng tại Mỹ, thường đăng tải các bài báo nói rõ lập trường cách mạng, điển hình là tác giả Sam Adams. Tờ báo sống qua thời cách mạng và đình bản năm 1798.

- Tờ *American Weekly Mercury*: ra đời sau Boston Gazetta một ngày, 22/12/1719 tại Philadenphia do Andrew Bradford (con trai của người có công đưa nghề in vào vùng Philadenphia, Bradford). Đây là tờ báo thứ tư trong lịch sử báo chí Hoa Kỳ và là tờ báo đầu tiên ở vùng Trung Mỹ.
- Tờ *New England Courant*: ra đời ngày 7/8/1721 tại New England do anh em nhà Franklin sáng lập. Khi không còn được mời làm báo Boston Gazetta do William nghỉ làm giám đốc bưu điện Boston, anh em nhà Franklin mới lập ra tờ báo này. New England Courant tồn tại được 5 năm thì bị đóng cửa. Mặc dù tồn tại thời gian ngắn nhưng tờ báo có ảnh hưởng lớn đối với nền báo chí Hoa Kỳ, đặc biệt là ảnh hưởng của người chủ của nó.

Tờ báo này chống lại đường lối Matter trong việc cai trị ở vùng New England. (Matter là tên gọi một gia đình có nhiều vị mục sư Thanh giáo nổi tiếng. Bấy giờ, nhà thờ và nhà nước là một, gia đình này đã đưa các quan điểm tôn giáo vào việc cai trị cộng đồng. Anh em nhà Franklin đã phản đối kịch liệt thông qua tờ báo; đồng thời, tờ báo cũng phản đối đường lối cai trị của Anh quốc)

Đây cũng là tờ báo đầu tiên đề cập đến hoạt động văn chương (học tập cách làm báo người Anh lúc bấy giờ), về sau xu hướng này trở thành truyền thống trong báo chí Mỹ, gắn liền với hoạt động văn học.

Vì chống lại đường lối thống trị của Thanh giáo, của Anh quốc nên James Franklin bị buộc tội từ một tháng và không được làm báo nữa. Sau đó, ông chuyển quyền chủ báo cho em là Benjamin Franklin.

Khi làm chủ báo, Benjamin Franklin cho đăng một loạt bài có cùng tên là Dogood Papers. Dogood là tên riêng của một thiếu phụ (hư cấu). Ông đã châm biếm lối sống của các trưởng giả người Mỹ. Qua một loạt tác phẩm này, Franklin đã góp phần mở ra một dòng văn chương trào phúng trong văn học Mỹ (sau này Mac Tuên là đại diện xuất sắc). Sau này, giữa hai anh em Franklin xảy ra những mâu thuẫn, Benjamin bỏ New England qua Philadenphia sống và tiếp tục sự ngiệp báo chí của mình.

- Tờ *New york Gazetta*: là tờ báo thứ sáu của Mỹ và tờ đầu tiên của vùng New York. Ra đời năm 1725 do William Bradford sáng lập. Ngay từ khi ra đời, tờ báo ủng

hộ đường lối cai trị của đế quốc Anh (trong khi tờ báo của con trai ông, tờ American Weekly Mercury, không rõ ràng về đường lối chính trị). Các nhà nghiên cứu lịch sử báo chí cho rằng, tờ báo là "cái loa" của vương triều Anh, và thực sự tờ báo đã trở thành cơ quan ngôn luận chính thức của đế quốc Anh ở đây.

- Tờ *The Universal Intructor in all Arts and sciences and Pennsylvania Gazetta* (Người hướng dẫn chung về nghệ thuật, khoa học và công báo vùng Pennsylvania): Khi tới Philadenphia, Benjamin Franklin làm việc in ấn cho Samuel Reimer, nhờ gợi ý của Reimer, Benjamin cho ra đời tờ báo này vào năm 1728.

Sở dĩ tờ báo có tên dài là do Reimer chủ trường đăng thường kỳ bộ Bách khoa toàn thư của E.chambers - một người bạn của ông.

Năm 1729, Reimer bán lại tờ báo cho Benjamin Franklin. Khi làm chủ tờ báo này, Benjamin bỏ mục in bách khoa và tờ báo chỉ còn lại tên Pennsylvania Gazetta.

- *Tờ Pennsylvania Gazetta* thời Benjamin Franklin: theo đánh giá thì đây là tờ báo đầu tiên thực sự đặc sắc. Qua tờ báo này, Benjamin đã chứng tỏ khả năng làm báo. Từ báo chí, ông đã bước sang lĩnh vực chính trị, ông là người đã đóng góp cho bản tuyên ngôn độc lập của Mỹ. Ông còn là một nhà khoa học, một người đã phát minh ra cột thu lôi.

Năm 1766, ông giao lại tờ báo cho người cộng sự của mình là David Hall. Tờ báo được tiếp tục theo đường lối của Benjamin Franklin.

- Tờ **Weekly Journal**: ra đời năm 1733, sau tờ New york Gazetta 8 năm. Người sáng lập là John Peter Zenger (là một người Đức di cư đến Mỹ, trước đó làm cho tờ New york Gazetta). Năm 1733, ở New york bùng lên mâu thuẫn giữa thống đốc tiểu bang là Cosby với nhân dân New York.

Tờ báo đứng về phía nhân dân, chống lại để quốc Anh, chống lại thống đốc tiểu bang và chống lại tờ New york Gazetta.

Vì những việc làm trên, John Peter Zenger bị thống đốc tiểu bang bắt tống giam. Nhân dân New York đã thuê một luật sư nổi tiếng từ Philadenphia là Andrew Hamilton. Luật sư này đã bào chữa cho John Peter Zenger trắng án. Sự kiện này được ghi lại trong một tập sách và được lưu truyền khắp nơi. Những nhà nghiên cứu lịch sử Hoa Kỳ gọi đây là một vết son trong lịch sử báo chí Hoa Kỳ.

→ Như vậy, 9 tờ báo đầu tiên của Hoa Kỳ ra đời ở ba thành phố lớn. Trong vòng 30 năm kể từ năm 1704 đến 1733, báo chí Hoa Kỳ đã có những dấu hiệu trưởng

thành. Cuộc đấu tranh cho sự thật, cho tự do của John Peter Zenger đã tạo ra một truyền thống cho báo chí nước Mỹ. Đến năm 1775 có 34 tờ báo, năm 1782 có 43 tờ báo. Tuy nhiên, hơn một nửa trong số đó không sống được đến cuối thời kỳ. Cho đến giữa thế kỷ XX chỉ tồn tại duy nhất là tờ Maryland Gazetta.

Cho đến đầu thế kỷ XVIII, báo chí Hoa Kỳ mới chính thức ra đời, là một công cụ nhỏ của giới trí thức tinh hoa và là một đại biểu vô tư trong đời sống chính trị của các đảng phái. Đó là các tờ báo in khổ nhỏ, được điều hành bởi những người phụ trách bưu điện thuộc địa và những nhà in với chính kiến riêng. Phải ít nhất là một thế kỷ sau, báo chí Hoa Kỳ mới tự chuyển đổi hình thức thành một phương tiện truyền thông không bị lệ thuộc bởi ý thức hệ, phù hợp với những nhu cầu, sự năng động và đa dạng của đất nước.

9 tờ báo đầu tiên của Hoa Kỳ ra đời trong vòng 40 năm là sự mở đầu đầy ấn tượng của "câu chuyện báo chí" vô cùng phức tạp và cũng vô cùng sinh động ở đất nước này.

* Giai đoạn báo chí cách mạng (1765 - 1782)

Kinh tế Anh khó khăn đặt những yêu cầu, đạo luật nặng nề lên Mỹ (13 xứ thuộc địa Bắc Mỹ phải bán nguyên vật liệu cho Anh; không được cạnh tranh về chế phẩm với Anh)

- ✓ Đặt ra hàng loạt thứ thuế: thuế đường, thuế tiền tệ, thuế đài thọ quân đội, thuế trà, thuế tem,...
- ✓ Thuế tem trực tiếp ảnh hưởng đến hoạt động báo chí làn sóng chống đối Anh của người Mỹ.

7-10-1765 diễn ra cuộc họp của 9/13 tiểu bang: "Chúng tôi không nộp bất cứ một thứ thuế nào không do tự chúng tôi hoặc đại biểu của chúng tôi biểu quyết".

BC phân hoá theo 2 hướng: Báo chí chống Anh và báo chí thân Anh.

- * Giai đoạn báo chí đảng phái (1783 1830)
 - ✓ Tuyên ngôn Mỹ 4-7-1776 Chiến tranh CM chính thức bắt đầu
 - ✓ 19-11-1781: 13 xứ thuộc địa chiến thắng quân đội Anh trong trận đánh cuối cùng dưới sự chỉ huy của Geoge Whasington
 - ✓ 1782: Chính phủ Anh ngồi bàn thương thuyết
 - ✓ 1783: Công nhận nền độc lập của 13 xứ thuộc địa với tên gọi Hợp chủng quốc Hoa Kỳ

- ✓ Mở ra thời kỳ độc lập về lịch sử
- ✓ Mở ra thời kỳ đảng phái trong hoạt động báo chí
- * Giai đoạn báo chí một xu (1830 1860)

Bước ngoặt về tính hiện đại trong báo chí (1830 -1835). Biểu hiện hiện đại:

- ✓ Nội dung chú ý đến kinh tế
- ✓ Phân phối rộng rãi đến mọi công chúng giảm giá bán
- ✓ Vai trò của Bc được khẳng định một tổ chức có tránh nhiệm với XH
- ✓ Đặc điểm

Giá báo giảm, số lượng phát hành tăng

Khổ báo nhỏ hơn

Vai trò XH của BC được củng cố

✓ Nội dung

Đề cập nhiều vấn đề kinh tế

Chú ý đến lợi ích công cộng, lợi ích địa phương và lợi ích con người nói chung

Phơi bày sự lam dụng quyền lực của chế độ nhà thờ và một số quan chức *Giai đoạn mở rộng (1860 - 1872)

Vấn đề mở rộng: Mở rộng biên giới lãnh thổ mở rộng phạm vi hoạt động của báo chí.

Giữa TK 19 – phát hiện mỏ vàng ở Clifonia dân chúng tập trung về miền Tây đường xe lửa, điện báo nối liền 2 miền Đông – Tây Toàn bộ phương tiện truyền thông được cải tổ, mở rộng. Những năm 1860, nước Mỹ có gần 3000 tờ báo (gần 300 nhật báo).

Báo chí và cuộc nội chiến Mỹ 1861 – 1865 (thời TT Lincoln). Nguyên nhân: Quan niệm khác nhau về vấn đề nô lệ da đen. Miền Bắc chủ trương bãi bỏ trong khi Miền Nam chủ trương duy trì nội chiến bùng nổ. Báo chí chịu 3 áp lực: quân đội, bưu điện và dân chúng báo chí hoạt động hạn chế và gặp nhiều khó khăn. Một số tờ báo bị đình bản: tiêu biểu: New York Daily News và Chicago Times.

Sau thời kỳ mở rộng, càng ngày, báo chí càng trở nên độc lập đối với các khuynh hướng chính trị, chuyển sang một thời kỳ mới và kéo dài cho đến ngày nay - thời kỳ độc lập

- * Giai đoạn độc lập (từ 1872): Sau 1872, nghề báo trở thành nghề kinh doanh ngành công nghiệp phát triển hùng mạnh. Vị trí độc lập của BC ngày càng được khẳng định. Nghề làm báo mới đồng nghĩa với làm giàu. Người tiên phong cho nghề làm báo mới là Joseph Pulitzer.
 - Nghề làm báo vàng
 - ✓ Bên cạnh Pulizer, BC Mỹ giai đoạn này xuất hiện một tên tuổi khác: William Randolph Hearst.
 - ✓ Hearst vào cuộc cạnh tranh với New York World của Pulizer bằng tò báo New York Journal.
 - ✓ Trong cuộc cạnh tranh, Hearst tỏ ra là người nhạy bén với những tin tức tỉ mỉ, nóng hổi nhất, gay cấn, đời tư những nhân vật tiếng tăm,...
 - ✓ Hearst còn thu hút một nửa nhân lực của New York World (và Richard F. Outcault)

Cuộc cạnh tranh giữa Hearst và Pulizer được gọi là cuộc cạnh tranh của nghề làm báo vàng: Trên tờ New York World, Pulizer cho đăng nhiều kỳ truyện tranh có tên "Yellow Kid", lập tức Hearst cũng cho đăng loạt truyện tranh có cùng tựa đề như vậy nhưng nội dung khác. Loạt truyện tranh chính là biểu tượng của cuộc cạnh tranh. Hai nhà báo đã tập trung tài năng vào cuộc cạnh tranh. Cuộc cạnh tranh ảnh hưởng đến toàn bộ đời sống báo chí Mỹ. Cuộc cạnh tranh nguội dần vào đầu TK20.

- * Giai đoạn đỉnh cao (1890 1920): 1/3 báo chí theo xu hướng "nghề làm báo vàng". Độc giả báo chí ngày càng tăng quảng cáo ngày càng tăng. Từ năm 1850 đến 1900: số lượng phát hành báo chí tăng lên gấp 20 lần (từ 758 ngàn bản đến 15,1 triệu bản). BC thương mại hoá (sâu sắc). 1914, số lượng BC kỷ lục > 15000 nhật báo. Sau 1914 dần bảo hoà
- * Giai đoạn bảo hoà (1920 1945): Ngành công nghệp báo chí phát triển đến cực điểm (doanh thu từ bán báo & quảng cáo tăng quá nhanh, quá cao). Sau đó, số lượng báo chí bão hoà. Hình thành các tập đoàn báo chí và dây chuyền sản xuất báo chí.
- * Báo chí Mỹ từ sau 1945: Số lượng báo chí dần ổn định. Tất cả các loại hình báo chí cùng phát triển. Đội ngũ làm báo mạnh nhất thế giới; phương tiện KT làm báo hiện đại nhất thế giới. Xu hướng tập trung trong báo chí ngày càng cao: các công ty báo chí gắn bó với các hãng công nghiệp độc quyền, các ngân hàng, các công ty xuyên quốc gia...

* Những đặc điểm của báo chí Mỹ hiện đại: Đa dạng (về hình thức tổ chức, nội dung, khán giả, khu vực...). Quan hệ chặt chẽ với kinh tế. Truyền thông đa phương tiện phát triển mạnh trong khi báo in suy giảm. Giới tài phiệt Mỹ thông qua các hình thức tín dụng ngân hàng sở hữu cổ phần của các công ty báo chí. Giữa giới chủ tư bản và giới báo chí, ngoài sự ràng buộc về tài chính còn có mối liên hệ với các hãng công nghiệp, các ngân hàng lớn, các tập đoàn đa quốc gia. Báo chí Mỹ được coi như ngành công nghiệp có đóng góp khá lớn cho nền kinh tế Mỹ. Các tập đoàn báo chí lớn ở Mỹ vừa đóng vai trò kinh doanh, vừa gây ảnh hưởng về chính trị. Dựa vào sức mạnh kỹ thuật và tài chính, đế quốc Mỹ đã xây dựng bộ máy thông tin khổng lồ nhằm chi phối và gây ảnh hưởng đến các nước trên thế giới về mọi mặt. Những mâu thuẫn về quyền lợi giữa các thế lực kinh tế, chính trị thể hiện trên báo chí.

3.3. Báo chí châu Á

- Ra đời muộn hơn so với các châu lục khác (nhất là châu Âu), bắt đầu từ đầu thế kỷ XIX (Thái Lan 1844; Hàn Quốc 1896)
- Một số nước châu Á có nền báo chí phát triển nhất thế giới, lại có những nước xếp vào loại yếu kém. Sự chênh lệch lớn này còn thể hiện trong quy luật phân bố thông tin không đồng đều giữa các vùng, giữa các nước trong châu Á.
- + Đứng đầu nền báo chí châu Á là Nhật Bản, là quốc gia có 125 triệu dân là một cường quốc báo chí (một năm Nhật xuất bản 3 tỷ cuốn sách, tương đương với 22 cuốn/người/năm; về báo chí in có 4000 cơ quan báo in trong đó có 165 nhật báo với số lượng phát hành 70 triệu bản/ngày. Phát hành báo của Nhật vượt cả Mỹ. Hệ thống đài PT TH của Nhật khá mạnh, đài NHK (Nippon Hoso Kyoka) do nhà nước quản lý, có chương trình phát thanh ra nước ngoài phát 48giờ/ngày với 10 thứ tiếng. Nổi bật nlà truyền hình có 4 kênh: kênh tổng hợp, kênh giáo dục không thu tiền, kênh phát trực tiếp qua vệ tinh viễn thông, phát cho các máy vô tuyến truyền hình có độ nét cao 18giờ/ngày với hệ thống chuẩn mouse. Là truyền hình của nhà nước, có 15.000 người làm việc và có nhiều trung tâm làm chương trình không chỉ có ở thủ đô mà còn ở 51 địa phương khác làm chương trình trực tiếp, có 74 studio phát thanh và 53 đài truyền hình. Cột phát s

óng cao 333 mét có 3.800 điểm tiếp âm, có 11 máy bay lên thẳng gắn với các camera tự động để có thể phát hiện được động đất...)

+ Ấn Độ là nước có nền báo chí phát triển về diện rộng:

Có tới 20.000 cơ quan báo in trong đó có 1350 nhật báo; trung bình số báo chí của Ấn Độ khoảng 50 triệu bản/ngày, trong đó chỉ có 5000 tờ dung ngôn ngữ Ấn Độ, 3.500 tờ sử dụng tiếng Anh, còn lại dung dùng bằng 87 thứ tiếng khác – đây chính là nét khác biệt của báo chí Ấn Độ.

Hệ thống phát thanh truyền hình do nhà nước quản lý, có khoảng 200 đài PT-TH, phấn đấu phủ sóng đến 90% diện tích đất nước.

- + Hàn Quốc: có 12 tờ nhật báo, 700 báo tuần, báo tháng...
- Báo chí châu Á thua kém các nước khác về cơ sở vật chất kỹ thuật, giấy báo chất lượng kém... một số nước châu Á có số người mù chữ cao như Pakistan, Nepan, Ấn Độ...
- Một số nước sau khi giành độc lập có hệ thống báo chí phát triển khá mạnh,
 đã tự thành lập các cơ quan thông tin đại chúng.
 - Công tác đào tạo nhà báo quốc tế ở khu vực châu Á khá tốt.
- Báo chí châu Á có tính chính trị cao biểu hiện ở các nước có hệ thống báo chí tuân thủ các nguyên tắc nhà nước đặt ra (có rất nhiều lãnh đạo báo chí ở Malaixia bị bỏ tù không qua xét xử do cho phép đăng tải những điều nhà nước không mong muốn)
- * Thế giới đánh giá cao báo chí châu Á về nội dung, đặc biệt là tuyên truyền về XHCN.
 - Báo chí Trung Quốc đại diện cho sự lớn mạnh của báo chí XHCN ở Châu Á.

Số lượng cơ quan báo chí tăng nhanh: từ 1.777 cơ quan năm 1990 đã lên đến 2.500 cơ quan năm 1995. Có một số tờ báo nổi tiếng như: Nhân dân nhật báo phát hành 4,5 triệu bản/ngày, tạp chí Quân đội phát hành 14 triệu bản/kỳ bằng 4 thứ tiếng; Thanh niên phát hành 12 triệu bản/kỳ; Thiếu niên phát hành 11 triệu bản/kỳ; Nông nghiệp 6,6 triệu bản/kỳ; Điện ảnh 19 triệu bản/kỳ.

Đài phát thanh tăng nhanh: 660 đài năm 1990 – 1000 đài năm 1995.

Đài truyền hình: 520 đài năm 1990 – 800 đài năm 1995.

Số lượng nhà báo lớn: hơn 300 hội nhà báo với hơn nửa triệu phóng viên.

+ Một số bài học kinh nghiệm của báo chí Trung Quốc; thế giới đánh giá về sự tổn thất của cách mạng văn hoá; kỹ năng năng báo của Trung Quốc khá mạnh; báo chí Trung Quốc có ảnh hưởng lớn đến các nước trong khu vực...

- Báo chí Mông Cổ: khi Đông Âu sụp đổ, Mông Cổ mới có 70 cơ quan báo chí, đến nay Mông Cổ đã có 800 cơ quan báo chí.
- Báo chí ASEAN: Singapo và Thái Lan là hai nước có nền báo chí phát triển mạnh. Singapo là một nước nhỏ nhưng có tới 8 nhật báo. Thái Lan có hàng trăm tờ báo tư nhân. Tờ Bưu điện Băng Cốc dày tới 60 trang và có 1.200 phóng viên.

Đối với các nước Asean, luật báo chí rất quan trọng.

3.4. Báo chí châu Phi

- Từ năm 1961, báo chí châu Phi bắt đầu phát triển nhưng chỉ chiếm 1% về lĩnh vực báo chí trên thế giới mặc dù dân số chiếm đến 10%. Các mục đích đảm bảo về mặt tư tưởng cho yêu cầu cũng cố tự cường chính trị và ổn định kinh tế tại các nước đã được giải phóng.

Song song với các ấn phẩm được xuất bản sau năm 1960, những tờ báo được sáng lập từ thế kỷ XIX vẫn được tiếp tục xuất bản. Các ấn phẩm thường kỳ của lục địa này xuất hiện từ những năm 1798 – 180. Đó là những năm diễn ra cuộc hành quân của Napoleon đến Ai Cập. Có thể kể đến một số tờ báo đầu tiên như *Royal Gazette and Siera-Leon Advertisern* (1801) hay *Captown Gazette* (1800). Báo chí phổ biến tại các vùng của châu Phi là đối tượng và phương tiện trong các cuộc bành trướng thuộc địa của Anh, Pháp, Bồ Đào Nha vào thếếkỷ XIX, làm xuất hiện báo chí truyền đạo – báo chí thực dân. Hình thành những tập đoàn độc quyền lớn trên lĩnh vực hoạt động báo chí (*African Standart*, Kenia, 1902). Sau khi các tổ chức và Đảng chống thực dân ra đời, báo chí lại đóng vai trò trong việc hướng dẫn và nâng cao ý thức cho người dân châu Phi. Các thủ lĩnh chính trị và công đoàn coi báo chí là nhân tố quan trọng bậc nhất trong công cuộc giải phóng lục địa châu Phi.

Thập kỷ 1960, vị trí các ấn phẩm tiếng dân tộc được củng cố, các hãng thông tấn quốc gia được thành lập, ra đời liên đoàn các nhà báo châu Phi. Năm 1965, Liên đoàn các hãng thông tấn Ảrập – FANA được thành lập, tập hợp các hãng thông tấn của 14 nước Ảrập (5 nước châu Phi và 9 nước châu Á). Tháng 5/1983, hãng thông tấn toàn Phi PANA ra đời, đây là tổ chức bao gồm các hãng và cơ quan thông tấn của 40 nước châu Phi. PANA phản đối việc các phương tiện thông tin đại chúng ngoài châu lục đưa tin một cách thiên vị các vấn đề của châu Phi, ủng hộ quá trình trao đổi hiệu quả giữa các thành viên của tổ chức thống nhất châu Phi – OEA cũng như thông tin khách quan về đời sống các nước trong châu lục.

Thập kỷ 1970, đài phát thanh vượt lên trên tất cả các phương tiện thông tin đại chúng khác, nó không chỉ đưa tin mà còn đảm trách việc giáo dục và hướng dẫn dân chúng. Cũng với mục đích đó, các chương trình khoa giáo được giới thiệu trên truyền hình. Các công ty của Pháp, Anh, Mỹ, Đức... tích cực thực hiện các dự án truyền hình và giữ vị trí quan trọng trong hoạt động truyền thông đại chúng tại châu Phi. Tuy nhiên, châu Phi muốn thành lập các hệ thống truyền hình PANA – Phi (PANAFTEL), Liên hiệp các công ty phát thanh và truyền hình quốc gia, Liên minh quốc tế các nhà báo châu Phi (MSAL) nhằm mục đích tập trung nguồn lực quốc gia và các khu vực trên lĩnh vực thông tin.

Báo chí Châu Phi thập kỷ 1980 phát triển bình ổn. Tình trạng thiếu cán bộ, thiếu thốn về vật chất kỷ thuật, vốn, tỉ lệ người dân mù chữ nhiều... là những yếu tố cản trở báo chí phát triển. Nhiều tờ báo chuyển sang in bản tin thay vì báo ngày, một số tờ báo không tồn tại được. Trong các nước Arập Châu Phi, Angiêri có nền báo chí phát triển nhất với hơn 150 ấn phẩm thường kỳ, trong đó có 4 nhật báo; Tuynidi có 200 tờ báo và tạp chí; Marốc có 100 ấn phẩm; Ai Cập là 300.

Thập lỷ 1990 với sự kiện nổi bật: chế độ Apacthai bị lật đổ tại Cộng hòa Nam Phi, nơi có khoảng 4triệu người da trắng và 19 triệu người da đen sinh sống. Trước đó, từ 1980, dưới chế độ này, báo chí bị ngăn cấm và trừng phạt gắt gao. Năm 1984, chính phủ hỗn hợp sắc tộc mới lên nắm quyền và bắt đầu xây dựng xã hội dân chủ. Quyền tự do báo chí được ban hành trong Hiến pháp, những quy định cụ thể về quyền và trách nhiệm của người làm báo cũng thay đổi tạo điều kiện cho việc phát triển nghề báo. Ở Nhâu Phi, phát thanh và truyền hình có ảnh hưởng đáng kêt đến người dân Nam Phi hơn báo in. Báo in chủ yếu phát hành ở các thành phố, trung tâm, nơi có nhiều người dân có học thức.

Gần như ngay sau khi từ bỏ chế độ Apacthai, Nam Phi bước vào kỷ nguyên công nghệ mới. Năm 1998, số người sử dụng internet đã vượt quá con số 1 triệu (thời điểm này, ở Nga chỉ só 300 người sử dụng trên 145 triệu dân). Các loại hình báo chí, đặc biệt là các loại hình báo chí điện tử ở Nam Phi rất phát triển trong so sánh với các nước lớn trên thế giới.

3.5. Báo chí Australia và Châu Đại dương

Lịch sử ra đời của nền báo chí châu Đại Dương gắn liền với sự ra đời của báo chí Australia. Đặc điểm nổi bật của báo chí châu lục này là sự phát triển không đồng

đều giữa nền báo chí các nước trong khu vực. Phần lớn báo chí tập trung và phát triển ở hai quốc gia Australia và New Zealand, các nước thuộc các đảo khác chỉ có một đến hai cơ quan báo chí.

Australia là nước giữ một trong những vị trí hàng đầu trên thế giới về số lượng ấn phẩm thường kỳ tính trên đầu người. Số vô tuyến truyền hình trên đầu người cao; có 500 cơ quan báo in, trong đó có 37 tờ nhật báo; 2 hệ thống đài PTTH (ABC, SBC) nổi danh, một hãng thông tấn phát đi 3,5 triệu từ/ngày.

Những tờ nhật báo quốc gia lớn nhất là *Australian* (1964), *Age* (1854). *Sydney Morning Herarl* (1831), *Herarl* (1840).

Ôxtrâylia là nước có mức độ tập trung hóa báo chí cao nhất trên thế giới. Tất cả các tờ báo lớn đều thuộc 4 tập đoàn cạnh tranh gay gắt với nhau là *Herald and Weekly Times* (Menbuốc), *John Feirfax limited* (Sydney), *Consolidated Prees Holdings* (Sydney) và *News Cooporation* của Rupert Murdoch- là tập đoàn hoạt động sôi nổi hơn cả.

Đặc điểm nổi bật của báo chí Australia là các ấn phẩm có số trang lớn. Ví dụ, một số của *Sydney Morning Herarl* có 144 trang, *Age* có 130 trang. Số lượng phát hành cũng khá lớn: tờ *Sun News Pictorial* phát hành gần 1 triệu bản, còn tờ *Australian* phát hành đồng thời tại 5 thành phố.

Ở Australia phổ biến hình thức báo chí tỉnh lẻ và báo chí "ngoại ô", có 343 tờ báo tỉnh lẻ trong đó có 37 tờ là nhật báo. Đa số các thành phố nhỏ đều có ấn phẩm riêng và đóng vai trò quan trọng đối với đời sống của người dân địa phương. Có 50 tờ báo ngoại ô tập trung vào các vấn đề đại diện quyền lợi cho người dân địa phương.

Ngoài ra, Ôxtrâylia còn có 85 tờ báo bằng tiếng nước ngoài.

- Ở các nước cộng hòa non trẻ của Châu Đại dương, báo chí đang ở giai đoạn hình thành, ngoại trừ New Zealand.

*New Zealand: Với dân số chỉ khoảng gần 4 triệu người nhưng có tới gần 150 tờ báo, trong đó có 28 tờ nhật báo. Lớn nhất là *New Zealand Herald* (1863), *Evening Post* (1865). Có 337 vô tuyến truyền hình/1000 dân.

Cũng như tại đất nước láng giềng Australia, báo chí New Zealand có mức độ độc quyền cao.

* Câu hỏi hướng dẫn học tập:

- 1. Báo chí châu Âu hình thành và phát triển như thế nào?
- 2. Báo chí châu Mỹ và nên báo chí Hoa Kỳ hình thành và phát triển như thế nào?
 - 3. Báo chí châu Á hình thành và phát triển như thế nào?
 - 4. Báo chí châu Phi hình thành và phát triển như thế nào?
 - 5. Báo chí châu Úc hình thành và phát triển như thế nào?

* Thảo luận:

Chia nhóm và mỗi nhóm nêu nhận xét, đánh giá tổng quát vị trí của nền báo chí các châu Lục

CHUONG 4

NHỮNG KHUYNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA BÁO CHÍ HIỆN ĐẠI (4 giờ)

1. MUC TIÊU

1.1. Kiến thức:

Sinh viên có nắm được xu hướng phát triển của báo chí hiện đại

1.2. Kỹ năng:

Biết cách tiếp cận và đánh giá, phân tích xu hướng phát triển của báo chí hiện đại.

1.3. Thái đô:

Hiểu biết sâu sắc hơn về xu hướng phát triển của báo chí hiện đại.

2. NỘI DUNG

- Nội dung 1: Tập đoàn báo chí truyền thông
- Nội dung 2: Toàn cầu hóa báo chí
- Nội dung 3: Thương mại hóa báo chí
- Nội dung 4: Dòng chảy thông tin toàn cầu
- Nội dung 5: Báo chí trong bối cảnh bùng nổ thông tin toàn cầu

3. HÌNH THỰC VÀ PHƯƠNG PHÁP DẠY – HỌC

- * Nội dung 1, 2, 3,4,5:
- Sử dụng phương pháp thuyết trình, nêu vấn đề ... nhằm phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên.

- Trình chiếu Power Point, sử dụng hình ảnh sinh động để minh họa giúp sinh viên nắm được xu hưởng phát triển của báo chí hiện đại
- Thông qua hình thức thuyết trình, vấn đáp, thảo luận để giảng viên kiểm tra đánh giá mức độ hiểu bài, củng cố nội dung cơ bản của bài giảng và khả năng nắm bắt kiến thức, vận dụng vào thực tế của sinh viên.
 - Cung cấp tài liệu và thảo luận seminar

4. TÀI LIỆU

4.1. Giáo trình chính:

- [1] Phạm Thị Thanh Tịnh (2011), Lịch sử báo chí thế giới, NXB Chính trị Hành chính, H.
- [2] Huỳnh Văn Tòng (1992), Lịch sử báo chí Pháp, Anh, Mỹ, Liên Xô, NXB TP. Hồ Chí Minh.

4.2. Các tài liệu tham khảo khác:

- [1] Đỗ Xuân Hà (1998), Báo chí với thông tin quốc tế, NXB ĐHQG HN.
- [2] Vũ Quang Hào (2004), Báo chí và đào tạo báo chí Thuỵ Điển, NXB Lý luận chính tri, Hà Nôi.
- [3] Đinh Thị Thúy Hằng (2008), Báo chí thế giới xu hướng phát triển, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
 - [4] Pierre Albert (2003), Lịch sử báo chí, NXB Thế giới, Hà Nội.
- [5] Dương Xuân Sơn (2000), Báo chí phương Tây, Nxb Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

* *

CHƯƠNG 4: NHỮNG KHUYNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA BC HIỆN ĐẠI

4.1. Tập đoàn báo chí – truyền thông

Thực chất tập đoàn báo chí chính là tập đoàn kinh tế. Con đường hình thành tập đoàn báo chí: Sáp nhập, liên kết, được các tập đoàn kinh tế thành lập.

Các dang Tập đoàn báo chí:

- Hoạt động chính trong lĩnh vực báo chí
- Từ hoạt động báo chí mở rộng ra các loại hình khác

 Báo chí là một trong nhiều lĩnh vực hoạt động (không quan trọng về lợi nhuận)

Sức mạnh của tập đoàn báo chí: Sức mạnh kinh tế; sức mạnh chính trị.

Ưu điểm của tập đoàn báo chí: Tiềm lực kinh tế lớn; Tạo ảnh hưởng về chính trị; Đón đầu công nghệ; Tiềm lực thông tin; Sự năng động; Sự chuyên nghiệp; ...

Nhược điểm của tập đoàn báo chí: Tập trung hóa cao độ về báo chí Tập trung quyền lực; Tạo sự <u>mất cân đối</u> thông tin giữa các khu vực trong một nước, giữa các nước, các khu vực trên thế giới; Yếu tố lợi nhuận/kinh tế chi phối những sản phẩm báo chí thuần túy hàng hóa vấn đề đạo đức các giái trị xã hội,...

4.2. Toàn cầu hóa báo chí

Mỗi giờ, mỗi ngày, thông tin ở khắp mọi nơi trên thế giới được cập nhật và truyền tải liên tục, nhiều chiều và dễ dàng tới cho công chúng – đó chính là biểu hiện của toàn cầu hóa trong lĩnh vực thông tin. Toàn cầu hóa thông tin đã trở nên phổ biến và quen thuộc trong đời sống mọi người, mọi quốc gia trên thế giới.

Toàn cầu hóa hay quốc tế hóa về bản chất là liên kết (hay sáp nhập) xuyên biên giới quốc gia. Ngày càng nhiều công ty báo chí truyền thông nhắm đến thị trường nước ngoài do nhiều thị trường trong nước đã bảo hòa và khi phân phối các sản phẩm truyền thông của mình ra nước ngoài, các công ty truyền thông chủ yếu có được lợi nhuận. Mặt khác cần chú ý đó là việc tạo ảnh hưởng về mặt chính trị thông qua truyền thông. Đối với toàn cầu hóa báo chí truyền thông, biên giới quốc gia đối với các sản phẩm và kênh báo chí truyền thông ngày càng bị xóa nhòa. Sự lớn mạnh của công nghệ và kỹ thuật truyền thông chính là điều kiện cho việc chuyển tải thông tin trong môi trường quốc tế trở nên dễ dàng.

Nói cách khác, bản chất quốc tế hóa báo chí chính là việc một tờ báo/một sản phẩm báo chí được sản xuất và tiêu thụ ở nhiều quốc gia hoặc là sản xuất ở quốc gia này nhưng đem bán ở các quốc gia khác. Quốc tế hóa báo chí thể hiện rõ trên toàn hệ thống báo chí truyền thông, trong đó, mỗi loại hình báo chí có những biểu hiện riêng, nổi bật.

Đối với báo in, xu hướng quốc tế hóa biểu hiện ở việc: Báo chí in ấn ở nước này, nhưng lại được phát hành ở nhiều nước trên thế giới; Báo chí in ấn ở nhiều nước cùng một lúc (thí dụ Nhân dân Nhật báo của Trung quốc, tạp chí Tuyển tập (Readers Digest); Hai nước liên kết với nhau xuất bản một số báo; Cơ quan báo chí mở nhiều

chi nhánh ở nước ngoài; Các tập đoàn báo chí phát triển những tờ báo cho từng quốc gia hoặc khu vực riêng với ngôn ngữ của chính quốc gia hay khu vực đó.

Đối với phát thanh, việc truyền thanh ra nước ngoài được các nước chú trọng và hoạt động rất sớm vì những lợi ích và ưu thế của nó (lan toả nhanh, ít bị ảnh hưởng về không gian, kinh phí thấp...). Năm 1919, phát thanh của Mỹ phát ở trong nước thì năm 1924 đã phát ra nước ngoài. Phát thanh không đem lại nhiều lợi nhuận về mặt kinh tế cho các nước chủ nhà nhưng nó là kênh rất quan trọng về mặt chính trị, được nhà nước quan tâm: Lãnh đạo phải là người đáng tin cậy, kinh phí do nhà nước cấp gần như hoàn toàn.

Hiện có khoảng trên 80 đài phát thanh pát ra nước ngoài với tổng số 20.000 giờ trong tuần, bằng 48 thứ tiếng, phủ sóng toàn cầu. *Một số đài tiêu biểu như:* VOA của Mỹ phát 200 giờ/ tuần với 40 thứ tiếng; BBC của Anh phát khoảng 120 giờ/ ngày với 38 thứ tiếng; Làn sóng Đức phát 100 giờ/ ngày, với 40 thứ tiếng; Đài CRI (Trung quốc) phát sóng 680 giờ/ngày với 43 thứ tiếng.

Khuynh hướng chiến lược của các đài phát thanh (phát đi đâu?): Các nước TBCN phát sang châu Âu, hướng vào các nước đang phát triển và phát trao đổi với các nước khối TBCN. Các nước XHCN cũng hướng tập trung vào các nước đang phát triển, các nước TBCN, các nước XHCN (Trước đây khi còn tồn tại, Liên Xô đã từng phát sóng 250giờ/ngày bằng 77 thứ tiếng)

Những nội dung thông tin mà đài phát thanh tư bản thường đề cập tới là việc mô tả cuộc sống giàu có, thanh bình ở các nước tư bản như là mô hình cuộc sống ước mơ của các nước khác trên thế giới, bên cạnh đó, họ không đưa ra đầy đủ những mặt trái, mặt tiêu cực của của xã hội tư bản để công chúng có cái nhìn bao quát khách quan. Đứng trên quan điểm TBCN, họ đồng nhất mục tiêu chế độ tư bản chủ nghĩa với chủ nghĩa cộng sản, phê phán chủ nghĩa Mác, chống phá các nước XHCN, tăng cường các chiến lược diễn biến hòa bình...

Tính nghệ thuật của phát thanh ngày càng cao để đáp ứng nhu cầu của công chúng hiện đại (có bộ phận nghiên cứu nhu cầu của công chúng riêng), tạo sự đan xen các chương trình công chúng ưa thích, có ban/chương trình dạy tiếng nước ngoài,...).

Đối với truyền hình, từ lợi thế về mặt thông tin hình ảnh (tính phổ cập và quảng bá), nhiều đài truyền hình trên thế giới tăng cường phát các chương trình truyền hình đối ngoại gắn với lồng tiếng hoặc có chữ dịch hiện trên màn hình. Do kinh phí đắt nên

không có khả năng làm truyền hình bằng nhiều thứ tiếng khác nhau, các nhà đài thường sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh như một giải pháp hữu hiệu. Hiện đã có nhiều đài truyền hình của khu vực, châu lục, là kết quả hợp tác về mặt truyền thông của các tổ chức, bên cạnh đó các đài truyền hình của các tập đoàn báo chí lớn trên thế giới ngày càng phủ sóng rộng khắp, cập nhật tin tức sự kiện một cách nhanh chóng, chính xác. Truyền hình đã và đang biến thế giới thành 1 ngôi nhà chung, có khả năng thu hút 1 lượng người xem lớn hướng vào 1 sự kiện (ví dụ các trận đấu bong ở World Cup...).

Đối với báo mạng điện tử, hiện nay, hầu hết các cơ quan báo chí lớn nhỏ đều có trang web như mộ sự ghi danh mình vào hàng ngủ báo chí thế giới, trong đó vừa giới thiệu hoạt động của bản thân cơ quan báo chí vừa đưa tin bài. Các phiên bản báo in đưa lên mạng ngày càng có sự chuyên nghiệp, cập nhật thông tin nhanh, mới chứ không chỉ là "phiên bản báo in" với thông tin nguội đơn thuần. Các tờ báo mạng đúng nghĩa ngày càng được đầu tư bài bản, sử dụng tối đa khả năng đa phương tiện để truyền đạt thông tin một cách hiệu quả nhất.

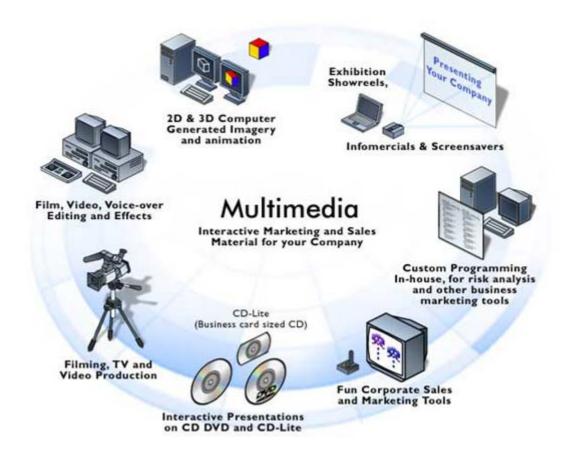
Có thể nói rằng, mạng internet và loại hình báo chí được sản sinh từ công nghệ này là môi trường tốt nhất thực hiện quá trình quốc tế hóa các sản phẩm báo chí. Tuy nhiên, sự dung nạp vô hạn khối lượng thông tin trên môi trường internet đặt ra vấn đề cần phải loại bỏ thông tin nhiễu, thông tin ít độ tin cậy và những thông tin không có lợi cho những chủ nhân của các tờ báo, các nền báo chí. Muốn vậy, loại hình báo chí này cần tiếp tục được quan tâm nghiên cứu để phát triển đến những trình độ cao hơn.

4.3. Xu hướng hội tụ báo chí – truyền thông

Sự phát triển và bùng nổ của internet trong khoảng hơn chục năm trở lại đây đã tác động mạnh mẽ đến đời sống xã hội của con người và ảnh hưởng sâu sắc đến sự phát triển của báo chí thế giới. Khi chưa có sự ra đời của internet, các loại hình báo chí truyền thống (báo in, phát thanh, truyền hình) phát triển tương đối độc lập, mỗi loại hình có những ưu thế riêng không bị lấn át. Nhưng internet ra đời kéo theo sự ra đời của báo mạng, thông tin được cung cấp cho công chúng theo hình thức đa phương tiện sinh động, hấp dẫn, nóng hổi hơn và đang là sự lựa chọn số một của lớp công chúng trẻ và tiếp tục ảnh hưởng tới lớp công chúng kế cận.

Có thể hiểu, hội tụ của các loại hình báo chí chính là sự kết hợp giữa các loại hình báo chí riêng lẻ (báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng) vào một phương thức hoạt động mới để đưa các dịch vụ tới người sử dụng. Phương thức này có tên gọi là

truyền thông đa phương tiện (multimedia). Như vậy, truyền thông đa phương tiện với sự kết hợp của ngôn ngữ viết, hình ảnh, video, âm thanh, thiết kế đồ họa và các phương thức tương tác khác trên trang web có thể chuyển tải thông tin một cách sinh động, phong phú, đa diện, nhanh chóng và thuận tiện. Mỗi hình thức thể hiện của mỗi loại hình báo chí góp phần tạo nên câu chuyện thuyết phục nhất và đầy đủ thông tin nhất.



Sự phát triển của công nghệ truyền thông với những thành công vượt trội chính là bệ đỡ cho sự ra đời của loại hình truyền thông tích hợp nhiều phương tiện. Mặt khác, nhu cầu tiếp nhận và tiêu thụ thông tin của công chúng báo chí hiện đại cũng chính là nguyên nhân thúc đẩy báo chí phát triển theo hướng đa phương tiện. Công chúng báo chí ngày nay đang ngày càng bị hập dẫn bởi nhiều hình thức cung cấp thông tin động, hấp dẫn, tiếp cận trên toàn bộ các giác quan, cảm quan: đọc, nghe, nhìn, đối thoại, tham gia trực tiếp... Tương lai của báo chí đang thay đổi dữ dội bởi các khả năng khác nhau để chuyển tải thông tin nóng đến người đọc.

Như vậy có thể thấy, hội tụ truyền thông thể hiện ở khía cạnh tích hợp các loại hình báo chí chính là một xu thế tất yếu của báo chí hiện đại. "Sự phân loại báo của

báo chí đã trở thành quá khứ. Hội tụ số là hiện tại, đa phương tiện báo chí sẽ là tương lai" 4.

Bên cạnh sự hội tụ về mặt tích hợp các loại hình báo chí, khái niệm hội tụ truyền thông hay truyền thông đa phương tiện còn xét đến hình thức sự tập trung sở hữu truyền thông đại chúng. Các tập đoàn báo chí, một công ty sở hữu nhiều loại kinh doanh báo chí khác nhau. Điều này dẫn đến sự hội tụ về kinh tế: các hãng truyền thông hội tụ qua việc liên kết, sáp nhập hoặc mua cổ phần của nhau. Nhìn ở khía cạnh này, có thể thấy quá trình hội tụ trên thế giới diễn ra vài thế kỷ qua. Tuy nhiên, sự phát triển của công nghệ thông tin vào cuối thế kỷ XX đã làm nở rộ sự phát triển của các tập đoàn truyền thông đa phương tiện và các tập đoàn truyền thông toàn cầu, khiến cho sự tập trung sở hữu báo chí và thương mại hóa báo chí ngày càng nhanh chóng (90% thị phần truyền thông và hệ thống phân phối sản phẩm trên thế giới nằm trong tay khoảng hơn 10 tập đoàn truyền thông quốc tế khổng lồ).

Những sản phẩm báo chí đa phương tiện cụ thể có thể kể đến: Báo giấy và phiên bản sản phẩm báo mạng điện tử đi kèm; Các tờ báo còn có thể làm đài phát thanh, kênh truyền hình và đặc biệt là báo mobile (gửi các bản tin cho bạn đọc qua điện thoại di động); Dùng giao thức Internet để phát chương trình phát thanh, truyền hình (số hóa);... Sản phẩm báo chí đa phương tiện thể hiện trong từng tác phẩm báo chí cụ thể, ví dụ: Một bản tin được đăng trên báo in, công chúng đọc tờ báo và tiếp nhận thông tin ấy qua thị giác và tư duy ngôn ngữ. Nhưng cũng cùng thông tin ấy, khi thể hiện chúng trên Wedsite, ngoài bản text (chữ) còn đính kèm hình ảnh, đoạn video có liên quan, khi đó công chúng tiếp nhận thông tin bằng nhiều giác quan khác nhau.

Ở Việt Nam, khái niệm về truyền thông đa phương tiện bắt đầu quen thuộc dần. Phần lớn các cơ quan báo chí ở Việt Nam đã mở thêm trang web để cập nhật thông tin nhanh chóng và phục vụ một số lượng đông đảo người dùng internet. Một số tờ báo in lớn ngoài việc đưa phiên bản báo in lên mạng đã bắt đầu biết khai thác lợi thế của internet bằng việc phát trực tuyến hoặc phát lại các các chương trình TV, phim, radio, hay các đoạn video clip (Tuổi trẻ). Các trang báo mạng ngày càng biết tận dụng lợi thế trong việc tích hợp nhiều cách thể hiện ở từng tác phẩm báo chí cụ thể. Nhiều đài truyền hình, phát thanh lớn cũng đã đa dạng hóa và hoàn thiện dần các sản phẩm báo

82

-

⁴ Tạp chí Hiệp hội tiếp thị báo chí, INMA (dẫn theo Đinh Thị Thúy Hằng, *Báo chí thế giới – xu hướng phát triển*, NXB Thông tấn, 2008)

chí của mình thời đa phương tiện, ví dụ đài truyền hình ra thêm các tạp chí (VTV, HTV, VTC,..., riêng Đài tiếng nói Việt Nam VOV hiện đã hoàn chỉnh hệ thống truyền thông của mình với việc sở hữu và phát hành bốn loại hình báo chí cơ bản: đài phát thanh, báo Tiếng nói Việt Nam, Kênh truyền hình VOV, trang mạng VOVnews).

Thời báo chí đa phương tiện cũng đòi hỏi nhà báo phải trang bị cho mình nhiều loại kỹ năng để đáp ứng những đòi hỏi của đặc trưng công việc. Ngoài khả năng viết lách với "tư duy báo chí", nhà báo đa phương tiện (multimedia journalist) phải nắm chắc và sử dụng thành thạo những sản phẩm công nghệ phục vụ cho công việc khai thác, sử dụng và truyền bá thông tin.

4.4. Vấn đề dòng chảy thông tin toàn cầu

- Khái niệm "dòng chảy thông tin": Với sự hỗ trợ của kỹ thuật hiện đại, ngày nay, năng lực thông tin của các hãng thông tấn lớn trên thế giới rất lớn, tính đến con số hàng chục triệu từ, hình ảnh, đồ họa và các sản phẩm báo chí truyền thông khác
- → Chính sự lưu chuyển thông tin trên phạm vi toàn thế giới, người ta ví nó là dòng chảy thông tin toàn cầu.
 - Tác động của dòng chảy thông tin toàn cầu:
- + Những nước phát triển nhận được sự quan tâm của các hãng thông tấn hơn một số nước khác, các nước giàu được quan tâm nhiều hơn các nước nghèo.
- + Sự thống trị của các hãng thông tấn phương Tây dẫn đến mâu thuẫn giữa các nước phát triển và các nước đang phát triển: 75% tin nước ngoài tại các nước đang phát triển được lấy từ nguồn tin phương Tây.
- + Dòng chảy thông tin theo chiều từ các nước phát triển đến các nước đang phát triển:
- → Hình ảnh của các nước giàu/ quyền lực và các nước đang phát triển lặp lại theo một mô-típ quen thuộc: Hình ảnh giàu sang, hạnh phúc của các nước giàu; Hình ảnh khủng hoảng, đói nghèo, thiên tai, bạo lực, tội ác của các nước đang phát triển.
 - → các nước phương Tây tiếp tục duy trì vị trí "cường quốc văn hóa".
- + Vấn đề đấu tranh lập lại trật tự thông tin toàn cầu đã được đặt ra và thực hiện vài chục năm trở lại đây.

Ngày nay, các nước đang phát triển đã vươn lên, nhiều nước làm chủ được các phương tiện thông tin đại chúng của mình, hạn chế việc phụ thuộc thông tin vào các nước phát triển bằng cách phát triển hãng thông tấn quốc gia hoặc các hãng thông tấn khu vực.

+ Chính trị cởi mở hơn đi cùng với nền kinh tế và khoa học kỹ thuật phát triển là những yếu tố quan trọng hỗ trợ cho "dòng chảy thông tin" toàn cầu tự do và công bằng hơn.

4.5. Xu hướng báo chí công dân (Citizen Journalism)

Khái niệm Citizen Journalism được nhắc tới từ vụ ám sát Tổng thống Mỹ John F.Kennedy ngày 22/11/1963. Nhà nhiếp ảnh nghiệp dư Abraham Zapruder (1905-1970) tình cờ ghi lại được khoảnh khắc kinh hoàng này và nhiều hãng truyền thông đã chạy đua để mua được những hình ảnh đó. "Báo chí công dân" (citizen journalism) được nhìn nhận như một loại hình báo chí thì mới sinh ra trong kỷ nguyên Internet, đang trở thành trào lưu mạnh mẽ trên toàn thế giới. Có thể hiểu báo chí công dân là loại hình báo chí mà thông tin được thu thập, phân tích và phổ biến bởi những công dân bình thường.

Trào lưu "báo chí công dân" thực sự nảy sinh từ nước Mỹ sau cuộc bầu cử tổng thống 1988. Chính tổng thống George Bush và đảng Cộng hòa nhận thấy tác dụng của vũ khí truyền thông mới mẻ này. Các nhân viên hỗ trợ Bush tổ chức thăm dò ý kiến ở hàng chục thành phố lớn qua radio, tivi, báo và Internet, tỏ ra quan tâm đến nguyện vọng của người dân về trường học, bệnh viện, bộ máy hành chính... và khuyến khích họ đề đạt giải pháp. Jay Rosen, giáo sư báo chí ở Đại học New York là một trong những người tiên phong cổ xuý trào lưu này.

Năm 1999, những nhà hoạt động xã hội ở Seattle (Mỹ) sáng lập Trung tâm Truyền thông độc lập (Independent Media Center - IMC) đầu tiên để bày tỏ phản ứng trước việc tổ chức hội nghị WTO tại đây trong khi các kênh truyền thông chính thống không hề đại diện cho tiếng nói và nguyện vọng của họ. Từ đó, IMC đã được thiết lập ở hơn 2.000 thành phố khắp thế giới.

Cùng lúc với sự phát triển của các trung tâm IMC, những kênh thông tin của các "nhà báo công dân" bắt đầu bùng nổ trên internet dưới các hình thức weblog, chat room, forum, wikis... Ở Hàn Quốc, website OhMyNews.com ra đời năm 2000 trở thành tờ báo trực tuyến nổi tiếng và thành công về mặt thương mại với khẩu hiệu: "Mỗi công dân là một nhà báo". 80% tin bài trên website này là do các thường dân cộng tác.

Năm 2001, website ThemeParkInsider.com của Mỹ là tờ báo trực tuyến đầu tiên giành được một giải thưởng báo chí quan trọng của Hiệp hội Báo chí trực tuyến Mỹ và khoa báo chí Đại học.

Ý tưởng cốt lõi trong triết lý và hệ thống giá trị của báo chí công dân (civic journalism) là niềm tin cho rằng báo chí có một nghĩa vụ đối với đời sống công cộng.

Ưu thế vừa là sức mạnh của báo chí công dân thể hiện ở khả năng thông tin nhanh chóng những sự việc vừa xảy ra bởi cái nhìn khách quan của đại diện người dân trong cộng động – những cái nhìn, góc nhìn không bị chi phối bởi bất kì cơ quan, tổ chức nào. Chính sự phát triển của khoa học kỹ thuật đã tạo cơ hội cho người dân bày tỏ quan điểm và chính kiến của mình qua việc cung cấp thông tin mang tính cá nhân. "Chúng ta thấy rằng khi báo chí cung cấp phương tiện hành động cho độc giả, họ sẽ hành động". Jan Schaffer - giám đốc điều hành Trung tâm nghiên cứu dư luận và báo chí PEW (có trụ sở tại Washington - Mỹ) từng kết luận.

Đại diện chính cho báo chí công dân chính là những tờ báo mạng, trang tin tức và cộng đồng web-blog khổng lồ. Một số trang "báo chí công dân" khá nổi tiếng là NowPublic.com, với 99.214 "phóng viên" ở 3651 thành phố, OhmyNews.com, một trong những trang tin điện tử có ảnh hưởng nhất Hàn Quốc hiện nay thu hút hơn 1 triệu độc giả mỗi ngày với 50.000 "nhà báo công dân", YouWitnessNews của Yahoo! chuyên đăng tải nội dung do người dùng gửi về, sau khi đã qua màn chỉnh trang của các biên tập viên chuyên nghiệp, YouTube chuyên đăng tải các đoạn video cá nhân "hút" hàng triệu lượt truy cập mỗi ngày..., trang tin bách khoa trực tuyến WikiPedia (wikipedia.org) hiện có tới hơn chục ngàn cộng tác viên tích cực, với hàng triệu bài viết dưới nhiều ngôn ngữ khác nhau (cả tiếng Việt). Nói đến báo chí công dân là phải nhắc tới cộng đồng web - blog. Theo thống kê của hãng nghiên cứu Technorati (Mỹ), hiện tại trên toàn thế giới có khoảng 55 triệu blog (2006) đến nay đã lên tới 72 triệu blog. Cứ 0.5 giây 1 blog ra đời, mỗi ngày trên Internet lại có thêm khoảng 100 nghìn blog mới và khoảng 1,3 triệu đề mục được đăng tải.

Vụ khủng bố 11/9 ở Mỹ năm 2001, vụ đánh bom tàu điện ngầm ở London năm 2005 và hàng loạt các thiên tai ở Đông Nam Á đều được những thường dân chụp ảnh, quay phim bằng máy điện thoại di động và được phản ánh đầy đủ qua blog, vlog, podcast, mạng xã hội và các website chia sẻ như Flickr, YouTube... và nhanh chóng truyền tin đi khắp thế giới. Ở Việt Nam, những clip như vụ tỏ tình rúng động Đại học

Bách Khoa hay loạt ảnh cảnh sát bắt taxi "điện"... cũng cho thấy mọi công dân đều có thể trở thành nhà báo. Vai trò của "nhà báo công dân" đã được thiết lập.

Với sự phổ biến của các phương tiện kỹ thuật số, việc truyền dữ liệu - hình ảnh, âm thanh và video - từ ĐTDĐ đến ĐTDĐ hay đưa lên các website ngày càng đơn giản, các nhà báo công dân hoàn toàn có thể phát huy năng lực của mình.

Sự phát triển như vũ bão của mô hình này khiến giới truyền thông toàn cầu phải tự đặt câu hỏi, liệu đây có phải là tương lai của báo chí?

Mặc dù sở hữu những ưu thế vượt trội, báo chí công dân cũng có nhiều hạn chế, điểm yếu. Hạn chế chủ yếu và dễ thấy nhất đó là độ tin cậy báo chí của các "nhà báo công dân" rất khó kiểm chứng, đặc biệt là yếu tố chủ quan của người thông tin rất cao. Vì thế, việc xã hội hoá báo chí theo kiểu này đôi khi là "con dao 2 lưỡi" đối với các tờ báo thiếu biên tập viên và tỉnh táo có tay nghề cao và nhạy cảm với "thời tiết thông tin". Không phải công dân nào cũng đưa ra được những thông tin chính xác, có thể đó chỉ là những nhận định chủ quan vô căn cứ của họ, hay như vì một mục đích cá nhân họ sẵn sàng gửi đến các tòa soạn những thông tin sai lệch... điều đó sẽ gây ra hậu quả nghiêm trọng khi thông tin được đăng và thông tin tới cho toàn bộ công chúng.

Ở Việt Nam, blog phát triển muộn nhưng tốc độ phát triển cực nhanh. "Thành phần dân số" của blog Việt Nam hết sức đa dạng, từ dân xì-tin (giới trẻ) đến các nhà báo, ca sĩ, nhạc sĩ nổi tiếng và thậm chí cả những doanh nhân thành đạt... Hiện chưa có thống kê chính thức về số blog có tại Việt Nam, nhưng có thể khẳng định rằng con số này không hề nhỏ, ước tính có khoảng trên 80% thanh niên sử dụng mạng Internet tham gia vào cộng đồng blog. Sự phát triển trên cũng đã đặt ra những vấn đề đáng lưu tâm ở khía cạnh quản lý, dư luận xã hội, văn hóa mạng,... ở nước ta.

Ngày nay, công chúng không chỉ đóng vai trò là người tiếp nhận sản phẩm báo chí mà còn có thể tham gia vào quá trình sản xuất thông tin. Trào lưu "báo chí công dân" đã thể hiện rằng báo chí và nền dân chủ phải kết hợp với nhau để cùng tồn tại. Trong tương lai, các cơ quan báo chí và các nhà báo công dân sẽ sự liên kết với nhau để tạo nên một xã hội thông tin đa chiều.

Vụ khủng bố 11/9 ở Mỹ năm 2001, vụ đánh bom tàu điện ngầm ở London năm 2005 và hàng loạt các thiên tai ở Đông Nam Á đều được những thường dân chụp ảnh, quay phim bằng máy điện thoại di động và được phản ánh đầy đủ qua blog, vlog, podcast, mạng xã hội và các website chia sẻ như Flickr, YouTube... và nhanh chóng

truyền tin đi khắp thế giới. Ở Việt Nam, những clip như vụ tỏ tình rúng động Đại học Bách Khoa hay loạt ảnh cảnh sát bắt taxi "điên"... cũng cho thấy mọi công dân đều có thể trở thành nhà báo. Vai trò của "nhà báo công dân" đã được thiết lập.

Với sự phổ biến của các phương tiện kỹ thuật số, việc truyền dữ liệu - hình ảnh, âm thanh và video - từ ĐTDĐ đến ĐTDĐ hay đưa lên các website ngày càng đơn giản, các nhà báo công dân hoàn toàn có thể phát huy năng lực của mình.

Sự phát triển như vũ bão của mô hình này khiến giới truyền thông toàn cầu phải tự đặt câu hỏi, liệu đây có phải là tương lai của báo chí?

Mặc dù sở hữu những ưu thế vượt trội, báo chí công dân cũng có nhiều hạn chế, điểm yếu. Hạn chế chủ yếu và dễ thấy nhất đó là độ tin cậy báo chí của các "nhà báo công dân" rất khó kiểm chứng, đặc biệt là yếu tố chủ quan của người thông tin rất cao. Vì thế, việc xã hội hoá báo chí theo kiểu này đôi khi là "con dao 2 lưỡi" đối với các tờ báo thiếu biên tập viên và tỉnh táo có tay nghề cao và nhạy cảm với "thời tiết thông tin". Không phải công dân nào cũng đưa ra được những thông tin chính xác, có thể đó chỉ là những nhận định chủ quan vô căn cứ của họ, hay như vì một mục đích cá nhân họ sẵn sàng gửi đến các tòa soạn những thông tin sai lệch... điều đó sẽ gây ra hậu quả nghiêm trọng khi thông tin được đăng và thông tin tới cho toàn bộ công chúng.

Ở Việt Nam, blog phát triển muộn nhưng tốc độ phát triển cực nhanh. "Thành phần dân số" của blog Việt Nam hết sức đa dạng, từ dân xì-tin (giới trẻ) đến các nhà báo, ca sĩ, nhạc sĩ nổi tiếng và thậm chí cả những doanh nhân thành đạt... Hiện chưa có thống kê chính thức về số blog có tại Việt Nam, nhưng có thể khẳng định rằng con số này không hề nhỏ, ước tính có khoảng trên 80% thanh niên sử dụng mạng Internet tham gia vào cộng đồng blog. Sự phát triển trên cũng đã đặt ra những vấn đề đáng lưu tâm ở khía cạnh quản lý, dư luận xã hội, văn hóa mạng,... ở nước ta.

Ngày nay, công chúng không chỉ đóng vai trò là người tiếp nhận sản phẩm báo chí mà còn có thể tham gia vào quá trình sản xuất thông tin. Trào lưu "báo chí công dân" đã thể hiện rằng báo chí và nền dân chủ phải kết hợp với nhau để cùng tồn tại. Trong tương lai, các cơ quan báo chí và các nhà báo công dân sẽ sự liên kết với nhau để tạo nên một xã hội thông tin đa chiều.

Vậy nên đánh giá báo chí công dân ra sao? Ít nhất thì ở thời điểm hiện nay nó có tác dụng bổ sung, nhưng chưa thể thay thế truyền thông chuyên nghiệp kinh điển. Dù có những ưu thế vượt trội trong thời đại kỹ thuật số, song báo chí công dân vẫn

chưa hội đủ những điều kiện trở thành một loại hình báo chí đứng ngang hàng với bốn loại hình báo chí khác trong ngôi làng báo chí truyền thông toàn cầu.

* Câu hỏi ôn tập:

- 1. Hãy nêu những xu hướng phát triển của báo chí hiện đại?
- 2. Tập đoàn báo chí truyền thông được hình và hoạt động như thế nào?
- 3. Xu hướng báo chí hội tụ có phải là sự hình thành tất yếu mang tính qui luật của xã hội hiện đại không? Hãy phân tích vấn đề này?
- 4. Tại sao xu hướng báo chí công dân ra đời?
- 5. Trong bối cảnh bùng nổ thông tin toàn cầu xu hướng báo chí nào đã xuất hiện?

* Thực hành:

- Thảo luận về về vấn đề đặt ra đối với hoat động báo chí truyền thông trong bối cảnh hiện đại.
- Thảo luận vấn đề xu hướng báo chí hội tụ

Phần II: Lịch sử báo chí Việt Nam

CHƯƠNG 1

BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1986-1925

(2 giờ)

1. MŲC TIÊU

1.1. Kiến thức:

Sinh viên nắm được những vấn đề về báo chí VN từ 1986 - 1925

1.2. Kỹ năng:

Biết cách tiếp cận và đánh giá một thời kì báo chí thông qua cái nhìn tổng thể và ý thức được tinh thần thời đại đã ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự ra đời các khuynh hướng báo chí khác nhau.

1.3. Thái độ:

Hiểu biết sâu sắc hơn về những vấn đề lịch sử báo chí giai đoạn này

2. NỘI DUNG

- Nội dung 1: Những điều kiện ra đời của báo chí Việt Nam
- Nội dung 2: Diện mạo báo chí Việt Nam giai đoạn 1865 -1925
- Nội dung 3: Những tờ báo tiếng Việt đầu tiên

3. HÌNH THỰC VÀ PHƯƠNG PHÁP DẠY – HỌC

- * Nội dung 1, 2, 3:
- Sử dụng phương pháp thuyết trình, nêu vấn đề ... nhằm phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên.
- Trình chiếu Power Point, sử dụng hình ảnh sinh động để minh họa giúp sinh viên nắm được một cách khái quát các vấn đề về lịch sử báo chí Việt Nam từ 1986-1925.
- Thông qua hình thức thuyết trình, vấn đáp, thảo luận để giảng viên kiểm tra đánh giá mức độ hiểu bài, củng cố nội dung cơ bản của bài giảng và khả năng vận dụng vào thực tế của sinh viên.
 - Cung cấp tài liệu và thảo luận seminar

4. TÀI LIỆU

[1] Đỗ Quang Hưng (2001), Lịch sử báo chí Việt Nam 1868-1945, NXB Quốc gia, Hà Nội.

- [2] Đào Duy Quát, Đỗ Quang Hưng, Vũ Duy Thông (2010), Tổng quan lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam (1925-2010), NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [3] Huỳnh Văn Tòng (1973), Lịch sử báo chí Việt Nam từ khởi thủy đến 1930, NXB Hà Đăng, Sài Gòn.

* *

CHƯƠNG 1

BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1986-1925

1.1. Những điều kiện cho sự ra đời của báo chí ở Việt Nam

1.1.1. Những biến động về chính trị – xã hội nửa cuối thế kỷ 19

- * Chế độ phong kiến bắt đầu suy tàn, triều Nguyễn lạc hậu, kém cỏi cả về kinh tế, chính trị xã hội.
- Mâu thuẫn xã hội ngày càng sâu sắc, các cuộc khởi nghĩa nổ ra và nhanh chóng bị dấm trong biển máu
- Người Pháp đến với kế hoạch xâm lược nước ta và bắt đầu bằng con đường truyền giáo, Việt Nam mở cửa thông thương với nước ngoài.
- Giai cấp phong kiến tan rã, sự phân hoá các giai tầng trong xã hội đã làm nảy sinh một tầng lớp người Việt Nam mới: những viên chức người Việt làm việc trong bộ máy Nhà nước do Pháp bảo hộ. Đây là tầng lớp tri thức cấp tiến, chịu ảnh hưởng khá sâu sắc những nếp sinh hoạt của phương Tây, đặc biệt là thói quen tiếp nhận. Do vậy, họ đã nảy nở ý nghĩa: Phải làm một tờ báo cho đồng bào mình đọc.
- * Cùng với kế hoạch thôn tính nước ta người Pháp bắt đầu mở mang một loạt các trung tâm, đô thị ở Việt Nam. Đây cũng chính là căn nguyên làm nảy sinh tầng lớp thị dân mới (dân thành thị) với nhu cầu cao hơn về thông tin. Họ trở thành độc giả đầu tiên của báo.

1.1.2. Những biến động về tư tưởng

* Bộ máy nhà nước phong kiến bị phân hoá thành ba phái cơ bản. Đó là: Nhóm chủ chiến (các sĩ phu yêu nước); phái chủ hoà (vua Tự Đức); phái trung gian (đội ngũ trí thức phong kiến). Cả 3 phái đều tìm mọi cách để tuyên truyền, tranh thủ lực lượng. Các cuộc tranh cãi, bất hoà luôn xảy ra từ trung ương tới địa phương. Tuy nhiên cả 3

phái đều gặp nhau ở một điểm là: Cần có phương tiện tuyên truyền, ý thức được sức mạnh của báo chí, nên tất cả đều ủng hộ.

- => ý thức hệ phong kiến đã dần dần nhường chỗ cho ý thức hệ mới tiến bộ hơn, phù hợp với văn minh thời đại hơn, đó là ý thức hệ dân chủ tư sản.
- * Lúc này, cuối thế kỷ 19, dân tộc ta có 2 nhiệm vụ lịch sử: canh tân xứ sở và chống xâm lăng. Để thực hiện 2 nhiệm vụ này, không thể không có báo chí truyền thông. Có thể nói những biến động về tư tưởng là điều kiện chủ quan đối với sự ra đời của báo chí.

1.1.3. Sự ra đời của chữ quốc ngữ.

- Chữ quốc ngữ xuất hiện cuối thế kỷ 17 do việc truyền đạo của các giáo sĩ phương Tây gặp 2 khó khăn (thiếu phương tiện truyền đạt và phong trào Tả đạo của triều Nguyễn). Vì vậy, các nhà truyền giáo đã có một sáng kiến: La tinh hoá tiếng Việt. Công cuộc kéo dài hàng thế kỷ, chia thành 2 giai đoạn: Trước và sau Alêch-xăng-đơ-rốt- người có công trong việc khai sinh ra chữ quốc ngữ và ông cũng là người đầu tiên soạn từ điển tiếng Việt.
- Sau A-léch-xăng-đơ-rốt, chữ quốc ngữ phát triển rất nhanh, trở thành phương tiện của báo chí và văn học hiện đại. Từ đó chữ Hán và chữ Pháp bị mất vị trí độc tôn ở Việt Nam. Các nhà báo có tinh thần dân tộc đã lãnh thêm một trách nhiệm lịch sử: không ngừng phổ cập chữ quốc ngữ, tìm mọi cách để phát huy tính năng của nó.

1.1.4. Sự xuất hiện các phương tiện in ấn và hỗ trợ

- Những bộ chữ đúc thay thế lối in khắc bộ
- Máy in mới ra đời thay thế cho máy in thủ công
- Người Pháp mở mang một hệ thống giao thông xuyên Việt: đường bộ và đường sắt.
- 1862, đường dây điện thoại đầu tiên xuất hiện ở Việt Nam, nối Sài Gòn Biên Hoà.
 1863, Bưu điện Sài Gòn được thành lập; 1894, đường dây viễn thông Bắc Nam đã hoàn thành; 1899, hệ thống máy điện thoại được sử dụng toàn dân...
- 1929: cầu hàng không đầu tiên Sài Gòn Pari được thiết lập, giải thoát tình trạng bế quan toả cảng cho báo chí.
- * Đây là những điều kiện cần và đủ cho một nền báo chí ở Việt Nam xuất hiện.

1.2. Những diện mạo của của báo chí Việt Nam 1865 -1925

2.1.1. ở Nam kì:

- * Được coi là xứ thuộc địa nên theo luật, người dân Nam kì được hưởng mọi quyền lợi như người chính quốc, trong đó có quyền lợi báo chí.
- 29/7/1881 Quốc hội Pháp ra một Đạo luật về tự do báo chí, trong đó có những điều khoản tương đối cởi mở, thuận tiện cho người Việt Nam. Ví dụ: Tất cả các công dân Việt Nam có quốc tịch Pháp từ 21 tuổi trở lên có quyền ra báo; thủ tục ra báo chỉ cần báo trước 24h. Báo không bị kiểm duyệt về nội dung nhưng nơi in báo phải khai rõ... Đây là một lý do tại sao báo chí Nam kỳ xuất hiện sớm hơn các nơi khác khoảng 20 năm.
- Đạo luật này nhanh chóng bị người Việt khai thác lợi thế để nhằm những mục đích đấu tranh và ca ngợi dân tộc. Vì thế 1898 (30/12) Pháp ban hành sắc lệnh mới với một số điều khoản được qui định lại nghiêm ngặt với báo chí của ta hơn. Ví dụ: Tất cả các báo tiếng Việt đều bị kiểm duyệt nội dung trước khi phát hành. Việc công bố các tờ báo hoặc ấn phẩm định kỳ ở Đông Dương phải được phép của Thượng Hội đồng Đông Dương...
- * Sắc lệnh này đã tước bỏ quyền tự do ngôn luận của người Việt Nam nói riêng và Đông Dương nói chung.

1.2.2. ở Bắc và Trung kì:

- Được coi là xứ bảo hộ nên điều kiện làm báo khó khăn, suốt một thời gian dài hầu như không có báo độc lập. Báo chí chỉ thiên về văn hoá, nghệ thuật, kỹ thuật. Đây cũng chính là hệ quả của việc ra đời muộn hơn báo chí Việt Nam khoảng 20 năm nên báo chí Trung và Bắc kỳ bị quản chế bởi sắc lênh 1898 của Pháp.
- * Căn cứ vào một số chính sách báo chí của Pháp ở Việt Nam có thể thấy:
- Báo chí Việt Nam sớm được xem như một phương tiện của ý thức xã hội.
- Những người làm báo Việt Nam đã trưởng thành nhanh chóng trong những môi trường hoạt động báo chí đầy biến động, phức tạp.
- Người làm báo sớm nhận ra lợi ích của báo chí đối với quyền lực chính trị.
- Bất kỳ thời đại nào, báo chí cũng luôn chịu sự chi phối bởi tư tưởng chính thống của các thể chế.

1.3. Những tờ báo tiếng Việt đầu tiên

- * Báo Việt Nam xuất hiện rất sớm ở Nam kì vì 2 mục đích:
- Người Pháp muốn sử dụng báo chí như một công cụ tuyên truyền hữu hiệu nhất sau những bước đi quân sự.

- Người Pháp cần có báo ngay để làm phương tiện liên lạc giữa chính phủ Pháp và những người Pháp ở Việt Nam đối với bộ máy hành chính cát cứ địa phương.
- * Thời kỳ này báo chủ yếu được viết bằng tiếng Pháp (cả nước có khoảng 70 tờ thì chỉ có khoảng 20 tờ tiếng Việt).

1.3.1. Tờ báo tiếng Pháp đầu tiên:

- * Tờ "Nam kì viễn chinh công báo" (Le Bulletin officiel de l'Expédition de la Cochinchine) ra đời 29/9/1861 là tờ tuần báo, tồn tại 27 năm (đến 1888 đình bản). Đây là phương tiện thông tin duy nhất để người Pháp điều hành nội bộ quân viễn chinh của ho.
- * Tờ "Xã thôn công báo" (Le Bulltin de Communes): xuất bản 1862, in bằng tiếng Hán, có phụ đề bằng tiến Hán, phát không cho các vùng nông thôn Nam bộ, bắt buộc các chức sắc địa phương đọc và tuyên truyền cho nhân dân.
- * Tờ "Sài Gòn thời báo" (Le courrier de Saigon) ra đời 1/1/1864, dành cho dân đô thị. Mỗi số báo có kèm thêm một phụ trương chuyên về VHXH, thông tin đời thường. Đây là tờ báo đầu tiên vô tình làm quảng cáo và xoá bỏ tính chất công báo ấn phẩm của mình.
- * Ngoài những tờ trên, còn một số tờ mang tính chất tạp chí, niên giám chủ yếu xuất bản bằng tiếng Pháp nhằm mục đích bình định là chính chứ không phải thông tin truyền thông rộng rãi trong nhân dân.

1.3.2. Tờ báo tiếng Việt đầu tiên: Gia Định báo.

- * Nguồn gốc: ý tưởng xuất bản báo bằng tiếng Việt nảy sinh khá sớm trong hàng ngũ trí thức Việt Nam làm việc cho Pháp. Sau 2 năm chuẩn bị, tới 15/4/1865 Gia Định báo mới ra số đầu tiên.
- Lúc đầu tờ Gia Định báo do Ec nét pô tơ (Ernest potteau) là chủ bút điều hành. Khổ báo 32 x 25cm (4 trang); giá cả, ngày phát hành đều in trên 1 trang. Từ 1 tháng/ số, sau tăng 1 tháng/ 2 số và cuối cùng trở thành tuần báo (phát hành vào thứ 3).
- * Mục đích : Nhằm phổ biến trong giới dân bản xứ tất cả những tin tức đáng lưu ý và đem đến cho họ những kiến thức mới về những vấn đề có liên quan đến văn hoá và những tiến bộ về ngành canh nông.
- * Sự phát triển : Có 2 thời kỳ
- Trước 1869: Báo hoàn toàn do pôtơ điều hành, chủ yếu mang tính chất công báo (đăng lại những công văn, quyết định, chiếu biểu... của chính phủ. Ngoài ra, có thêm

phần "tạp trở" (đăng tin trong nước, quốc tế). Thời kỳ này Gia Định báo được xem như bản dịch của tờ "Thời báo Sài Gòn".

- Sau 1869: Gia Định báo được giao cho Trương Vĩnh Ký làm giám đốc, có 1 bước phát triển lớn. Trương Vĩnh Ký đã làm mất đi tính chất công báo, đưa tờ báo chuyển hướng về nội dung: Xuất hiện nhiều bài viết giới thiệu nền văn hoá Việt Nam, lịch sử dân tộc, những kiến thức về khoa học kỹ thuật, khoa học nhân văn... Bên cạnh việc khích lệ sáng tác, sưu tầm còn chú trọng việc truyền bá chữ quốc ngữ. Đặc biệt là báo có thêm phần tin tức, quảng cáo.
- * Gia Định báo đã trở thành diễn đàn chung cho giới trí thức ở miền Nam quan tâm đến chữ quốc ngữ, chấn hưng cổ học, dung hoà giữa truyền thốngv à cái mới. Nhờ đó mà tiếng Việt có điều kiện phát triển. Tuy nhiên, do chịu sự quản lý của người Pháp nên về mặt chính trị, báo vẫn bộc lộ khuynh hướng thân chính quyền, đề cao chính sách cai trị của Pháp, chỉ trích những người chủ chiến. Sau 1872, Trương Vĩnh Ký thôi giữ chức giám đốc, tờ báo lại trở về tính chất công báo như hồi đầu. Năm 1909 đình bản.

1.3.3. Người chủ bút đầu tiên:

- * Trương Vĩnh Ký (1837 1898)
- + Quê: Làng Cái Mơn, huyện Minh Thành (thuộc Vĩnh Long nay là Bến Tre)
- + Gia đình đông, Vĩnh Ký là con áp út, cha có uy tín trong triều nhưng nhà nghèo.
- + Nhờ một cha cố đến Vĩnh Long (người từng chịu ơn cha Vĩnh Ký) nhận nuôi, Trương Vĩnh Ký được học chữ, được sang Pa-nhi-lut (Campuchia) học 8 tháng. Về nước giúp việc cho triều đình, thấy Vĩnh Ký thông minh, cha nuôi lại cho Vĩnh Ký sang Pê năng (Malaixia) học 8 năm nữa. Được tiếp thu nhiều kiến thức hiện đại, Vĩnh Ký thạo nhiều ngoại ngữ (biết 27 thứ tiếng), ông đã viết 11 cuốn sách dạy ngôn ngữ.
- Sau 8 năm về trước, Vĩnh Ký làm việc cho Pháp (làm rất nhiều công việc, vật lý học, giám đốc viện ngôn ngữ... ông được bầu là 1 trong 18 bác học toàn cầu.
- Toàn bộ cuộc đời ông để lại 118 cuốn sách
- * Đây là một cuộc đời hoạt động không ngừng nghỉ với mục đích đem hết khả năng phụng sự cho đồng bào, dân tộc.
- * Với tờ Gia Định báo, Vĩnh Ký đã thể hiện tinh thần tự tôn dân tộc (ông dũng cảm làm tờ báo tiếng mẹ đẻ đầu tiên). Ông không ngừng truyền bá chữ quốc ngữ công cụ văn hoá cho người Việt.

- * Về phương diện nghề nghiệp, Vĩnh Ký để lại 2 bài học quí:
- Xác định được mục đích, đối tượng của tờ báo là điều kiện tiên quyết để tờ báo đi đến thành công.
- Quá trình phấn đấu để trở thành nhà báo cũng là quá trình phấn đấu không ngừng để thành 1 nhà văn hoá.

1.3.4. Một số tờ báo tiếng Việt khác:

a. ở Nam Kì:

- * Tờ "Nam kì địa phận" (1895)
- Đây là tờ báo đầu tiên dành cho lực lượng Thiên chúa giáo, bổ sung nhiều vấn đề cập nhật, đời sống ngoài Thiên chúa.
- * Tờ "Phan yên báo" (1898).
- Đây là tờ báo đầu tiên dám đặt vấn đề đối thoại với chính phủ Pháp về chính sách thuộc địa của họ. Tờ này do Diệp Văn Cương làm chủ bút, sử dụng rất ít cộng tác viên. Báo phát hành được 10 số đã phải đóng cửa vì người Pháp đã nhận ra sơ hở trong Đạo luật 1881.
- * Tờ "Nông cổ mín đàm" (uống trà bàn về chuyện nghề nông và thương mại) (1901).
- Tờ báo do Ca-ra-vat-giơ sáng lập, 1 tuần/số, 8 trang, ra vào thứ 5, khổ 27 x 20cm. Báo đề cập những vấn đề liên quan đến nông nghiệp, mĩ nghệ.
- Trong 22 năm (ngừng hoạt động 1923), báo đổi qua rất nhiều chủ bút.
- * Tờ "Lục tỉnh tân văn" (1907)
- Lúc đầu ra hàng tuần sau tăng 3 số/tuần, ngoài tin tức còn có văn chương, khảo cứu. Tờ này do Sơ-ne-đơ (Scheneider) sáng lập và Trần Chánh Chiếu làm chủ bút, tồn tại rất nhiều. Khi sát nhập cùng tờ Nam Trung nhật báo, nó chuyển thành nhật báo, ngừng xuất bản khoảng 1944.
- Đây là tờ báo sớm có khuynh hướng cấp tiến (cổ vũ lòng yêu nước, chống Pháp và phong kiến tay sai, chống tư tưởng vong bản "Lục tỉnh tân văn" thu hút được nhiều cây bút có tài của cả 3 xứ và là tờ báo có uy tín nhất ở Nam kì trong bước khởi đầu của báo chí Việt Nam.

b. ở Bắc kì:

- * Tờ "Bảo hộ nam dân" (1888)
- Đây là tờ báo đầu tiên ở Bắc kỳ, xuất bản ở Hải Phòng, người sáng lập là Đơ-cu-lin.
 Báo in bằng chữ Hán và chữ Việt.

- * Tờ "Đại Nam Đồng văn Nhật báo" (1893).
- Người sáng lập là Sơ-ne-đơ, Nha kinh lược chủ trì. Báo in 8 trang bằng Hán, Việt, xuất bản ở Hà Nội và được phát hành khắp Bắc và Trung kỳ, đối tượng chính là các nhà nho.
- Sau 1907, tờ này đổi thành "Đăng cổ tùng báo", bán rất chạy và có thêm phụ trương.
- * Thời kỳ đầu tiên của báo chí Việt Nam chứng tỏ: báo chí luôn tồn tại và phát triển trong 1 mâu thuẫn giữa xu hướng dân chủ hoá và tình trạng độc quyền chính trị, tức là mâu thuẫn giữa các sắc lệnh hành chính với nhu cầu thông tin của công chúng, bạn đọc.

* Câu hỏi ôn tập:

- 1. Báo chí Việt Nam ra đời trong bối cảnh chính trị xã hội như thế nào?
- 2. Hãy phác thảo diện mạo báo chí Việt Nam giai đoạn 1865 -1925
- 3. Hãy kể tên những tờ báo tiếng Việt đầu tiên

* Thực hành:

- 1. Mục đích của tờ Gia Định báo là để phục vụ cho mưu đồ cai trị của thực dân Pháp, nhưng trong sự tồn tại của mình chính tờ báo này đã vô tình làm được những điều ngược lại có lợi cho dân tộc Việt Nam. Anh (chị) hãy chứng minh.
- Hãy phân tích những yếu tố tác động đến sư ra đời của một số tờ báo tiếng Việt lúc bấy giờ.

CHUONG 2

BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1925-1945

(4 giờ)

1. MUC TIÊU

1.1. Kiến thức:

Sinh viên nắm được những vấn đề về báo chí VN từ 1925 - 1945

1.2. Kỹ năng:

Biết cách tiếp cận và đánh giá một thời kì báo chí thông qua cái nhìn tổng thể và ý thức được tinh thần thời đại đã ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự ra đời các khuynh hướng báo chí khác nhau.

1.3. Thái đô:

Hiểu biết sâu sắc hơn về những vấn đề lịch sử báo chí giai đoạn này

2. NỘI DUNG

- Nội dung 1: Khái quát bối cảnh chính trị, xã hội giai đoạn 1925-1945
- Nội dung 2: Đặc điểm báo chí giai đoạn 1925-1945
- Nội dung 3: Nhận diện dòng báo chí cách mạng
- Nội dung 4: Một số tờ báo tiêu biểu
- Nội dung 5: Đánh giá về báo chí Việt Nam giai đoạn 1925 -1945

3. HÌNH THỨC VÀ PHƯƠNG PHÁP DẠY – HỌC

* Nội dung 1, 2, 3,4,5:

- Sử dụng phương pháp thuyết trình, nêu vấn đề ... nhằm phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên.
- Trình chiếu Power Point, sử dụng hình ảnh sinh động để minh họa giúp sinh viên nắm được một cách khái quát các vấn đề về chính trị và văn hóa Việt Nam đã ảnh hưởng không nhỏ đến sự hình thành diện mạo một thời kỳ văn học
- Thông qua hình thức thuyết trình, vấn đáp, thảo luận để giảng viên kiểm tra đánh giá mức độ hiểu bài, củng cố nội dung cơ bản của bài giảng và khả năng cảm thụ, vận dụng vào thực tế của sinh viên.
 - Cung cấp tài liệu và thảo luận seminar

4. TÀI LIỆU

[1] Đỗ Quang Hưng (2001), Lịch sử báo chí Việt Nam 1868-1945, NXB Quốc gia, Hà Nội.

- [2] Đào Duy Quát, Đỗ Quang Hưng, Vũ Duy Thông (2010), Tổng quan lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam (1925-2010), NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [3] Huỳnh Văn Tòng (1973), Lịch sử báo chí Việt Nam từ khởi thủy đến 1930, NXB Hà Đăng, Sài Gòn.

*
CHƯƠNG 2
BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1925-1945

* *

2.1. Khái quát bối cảnh chính trị, xã hội giai đoạn 1925-1945

2.1.1. Bối cảnh chính trị - xã hội giai đoạn 1925-1930

- Pháp đẩy mạnh khai thác thuộc địa lần 2 (do KT suy thoái sau CTTGI): Công-nông-thương nghiệp, giao thông, cơ sở hạ tầng... cùng phát triển; Tư sản bản xứ tăng lên mâu thuẩn với tư sản Pháp ở thuộc địa → ý thức dân tộc tăng; G/c vô sản tăng nhanh. Xuất hiện các khuynh hướng cộng sản như: Việt Nam Thanh niên cách mạng Đồng Chí Hội (1920 − 1929): Tổ chức này giữ vai trò chủ đạo trong phong trào cách mạng Việt Nam. Từ đây nảy sinh nhiều nhóm cộng sản khác; Tổ chức cộng sản đầu tiên của Hà Nội (3/1929); An Nam Cộng sản Đảng (9/1929); Đông Dương Cộng sản liên đoàn (1/1930); Đảng Cộng sản Việt Nam (2/1930).
- Varen được cử làm toàn quyền Đông Dương, thực hiện đường lối "Pháp Việt đề huề"
- Các phong trào yêu nước phát triển mạnh, xu hướng XHCN bắt đầu xâm nhập
 Văn hóa giáo dục phát triển đáng kể

2.1.2. Bối cảnh chính trị - xã hội giai đoạn 1930-1939

- Khủng hoảng kinh tế thế giới 1929-1933 đã gây ra nhiều thiệt hại cho kinh tế
 Việt Nam
 - Thực dân Pháp đánh phá phong trào cách mạng trong nước
 - Sự kiện thành lập Đảng 3/2/1930
 - Cao trào Xô Viết Nghệ Tĩnh 1930-1931
 - Đoàn đại biểu ĐCS Đông Dương tham dự ĐH quốc tế cộng sản lần 7 (1935)

2.1.3. Bối cảnh chính trị - xã hội giai đoạn 1939-1945

- Cuộc chiến tranh TG2 làm thay đổi diện mạo thế giới trên nhiều phương diện làm cho hệ thống XHCN hình thành, sự tan rã bước đầu của hệ thống thuộc địa và sự lớn mạnh của lực lượng hòa bình dân chủ và tiến bộ XH
 - Cách mạng Việt Nam vươn lên tầm vóc mới
 - Lúc này Pháp tiếp tục ban hành sắc lệnh cấm đoán đối với báo chí
 - Đảng ta chủ động chuẩn bị rút vào hoạt động bí mật

2.2. Đặc điểm báo chí giai đoạn 1925-1945

2.2.1. Đặc điểm báo chí giai đoạn 1925-1930

- Số lượng: 40 tờ báo và tạp chí ra đời <u>công khai và hợp pháp</u>, một số lĩnh vực mới được báo BC quan tâm như y dược, nghệ thuật, báo dành cho giới thanh niên, phụ nữ.
- Xuất hiện dòng báo chí cách mạng xb <u>bí mật, bất hợp pháp</u>.
 - ✓ Tờ Thanh Niên do Nguyễn Ái Quốc sáng lập
 - ✓ Báo, tạp chí của các tổ chức cộng sản
- Tổng số lượng báo đến cuối 1929 là 90 tờ [153 tờ TQLSBCCMVN]
- * Xét theo tính chất nội dung, có các hệ thống báo chí:
 - Những tờ báo đối lập với chế độ thực dân do các tổ chức cách mạng sáng lập
 - Những tờ báo của các nhóm có tinh thần yêu nước, tiến bộ
 - Những tờ báo chính thức của chính quyền thực dân
 - Những tờ báo có khuynh hướng tự do về kinh tế, văn hóa, khoa học, giáo dục, kỹ thuật
 - Sắc lệnh 4/10/1927 của chính quyền thực dân áp dụng trên các xứ thuộc địa và bảo hộ [để hỗ trợ Varren] → quá khắc nghiệt, bót nghẹt báo chí.

2.2.2. Đặc điểm báo chí giai đoạn 1930-1939

Lúc này báo chí có sự phân hóa rõ rệt:

- 180 tờ báo ra đời trong vòng hơn 5 năm (1930-1936)
- Khoảng 170 tờ báo xuất bản bí mật, không hợp pháp <u>chủ yếu</u> là báo chí cách mạng. Một số tờ báo tiêu biểu có thể kể tên như: Tranh đấu (ĐCSVN), Cộng sản, Tạp chí Bôn-Sơ vích (ĐCSĐD), Con đường chính (viết tay trong nhà tù Hỏa Lò)
- * Báo chí trong thời mặt trận dân chủ Đông Dương (1936-1939): BC thời kì này không còn bị kiểm duyệt khắt khe. Có 37 tờ ra đời năm 1936, mỗi năm tiếp tục tăng

lên gần 20 tờ. Báo chí cách mạng xuất bản công khai ở cả 3 miền (Hồn Trẻ, Dân Chúng, Tin Tức). Xuất hiện tờ Báo Dân Chúng – Cơ quan ngôn luận của TW Đảng

2.2.3. Đặc điểm báo chí giai đoạn 1939-1945

* Tình hình báo chí: Hoạt động trong không khí "nghẹt thở" – BC bị bóp nghẹt trở lại. **Ủy ban Báo giới Bắc Kỳ** ra mắt ngày 19/6/1936 (mục đích: kết nối với báo giới Nam Kỳ, tìm tiếng nói tự do); BC cơ bản trở thành một **nghề** khá phổ biến ở nước ta và ngày càng theo hướng **chuyên nghiệp.** Báo chí lúc này tiếp tục phát triển về số lượng dẫu tình hình khó khăn

* Các dòng báo công khai hợp báo:

- Báo thân chính quyền
- Báo cấp tiến
- Báo của nhóm Tơ-rốt-kit
- Báo văn học
- Báo tôn giáo
- Các báo chuyên biệt khác (thể thao, phụ nữ, trẻ em, công-nông-thương nghiệp, khoa học-kỹ thuật, giải trí)

2.3. Nhận diện dòng báo chí cách mạng

Những tờ báo tiền thân của báo Đảng hiện nay là:

- Thanh niên 1925 Nguyễn Ái Quốc
- Tranh đấu 1930 Trần Phú
- Dân chúng 1938 Nguyễn Văn Cừ
- Cờ giải phóng 1942 Trường Chinh
- Su thât 1945 1951

2.4. Một số tờ báo tiêu biểu

* Một số tờ báo tiêu biểu giai đoạn 1925-1930

- Thanh Niên (Nguyễn Ái Quốc)
- L'Annam (Nguyễn An Ninh)
- Tiếng dân (Huỳnh Thúc Kháng)
- Hà Thành ngọ báo (Bùi Xuân Học)
- Đông Tây (Đỗ Văn và Hoàng Tích Chu)
- Tân thế kỷ (Cao Văn Chánh)
- Diễn đàn Đông Dương (Bùi Quang Chiêu Đảng lấp hiến Đông Dương)

• Phụ nữ tân văn (Cao Thị Khanh)

* Những tờ báo tiêu biểu giai đoạn 1939-1945

- Đông Pháp
- Ngày Nay
- Tri Tân
- Vì Chúa
- Cờ giải phóng

* Các tờ báo nổi bật của dòng báo chí cách mạng 1939-1945

- Tạp chí Cộng Sản ra đời 9/1941
- Tạp chí Cộng Sản mới 2/1943
- Cờ giải phóng (1942)
- Các báo trong tù
- Báo Cứu Quốc (1942)
- Việt Nam độc lập (1941)

2.5. Đánh giá về báo chí Việt Nam giai đoạn 1925 -1945

Báo chí Việt Nam giai đoạn trước 1945 có một số đặc điểm sau:

- **Tính cách thuộc địa điển hình**: Công cụ trong tay Pháp thời kì đầu. Diễn đàn của các lực lượng xã hội, đặc biệt, Bc đã được các tổ chức CM sử dụng và phát huy vai trò
- **Phát triển khá nhanh theo những quy luật nội tại** (gắn liền với đời sống và hơi thở xã hội):

Pháp xâm lược, thống trị → XH thay đổi. Dù bị kìm nén, BC vẫn có sự phát triển đồng hành cùng đời sống XH:

- + G/c tiểu tư sản thành thị → độc giả/tác giả
- + G/c công nhân, biết dùng BC thể hiện lý tưởng
- + Nghề in có cơ hội phát triển, lúc đầu trong tay các ông chủ phương Tây, sau tư bản bản xứ có nhà xuất bản, nhà in, xb báo [!]
 - + Ghi nhận các giai đoạn BC:
 - ➤ 1858 1907 hình thành (10 tờ)
 - > 1907 -1818 phát triển (>30 tờ)
 - ➤ 1919 1930 phát triển sôi động (khoảng 100 tờ)
 - ➤ 1930 1945 gđ cuối của nền BC thuộc địa, Bc phát triển đạt 400 tờ (1939), sách CMT8 1945, còn khoảng 200 tờ.

+ Sự trưởng thành của báo giới; BC phát triển đa dạng về nội dung, hình thức được chú trọng.

- Tồn tại nhiều dòng, nhiều khuynh hướng báo chí

- + Dòng công khai, hợp pháp
- + Dòng BC cấp tiến (đối lập ôn hòa)
- + Dòng bí mật, bất hợp pháp

Như vậy, có thể kết luận:

* Phương diện chính trị - xã hội

- Công cụ trong tay Pháp thời kì đầu
- Diễn đàn của các lực lượng xã hội, đặc biệt, Bc đã được các tổ chức CM sử dụng và phát huy vai trò

* Phương diện văn hóa

- Công cụ "Âu hóa" nền văn hóa của Pháp
- Làm vũ khí văn hóa của những nhà yêu nước → những giá trị văn hóa đích thực (truyền vá chữ quốc ngữ, phát triển văn học, thông tin, giáo dục dân chúng, + BCCM)

* Phương diện nghề nghiệp

- Đặt nền móng và tạo dựng một nghề mới trong xã hội, ngày càng thể hiện trách nhiệm xã hội, nói lên tiếng nói của lẽ phải.

* Câu hỏi ôn tập:

- 1. Hãy khái quát bối cảnh chính trị, xã hội Việt Nam giai đoạn 1925-1945
- 2. Hãy nêu đặc điểm báo chí Việt Nam giai đoạn 1925 1945
- 3. Báo chí cách mạng ra đời trong bối cảnh như thế nào? Có những tôn chỉ gì?
- 4. Hãy kể tên những tờ báo cách mạng tieu biểu?
- 5. Anh/chị hãy đánh giá về báo chí Việt Nam giai đoạn 1925-1945

* Thực hành:

- 1. Anh (chị) hãy cho biết vì sao từ năm 1930 đến năm 1945, báo chí Việt Nam lại có sự phát triển đa dạng. Giải thích vì sao có sự phân luồng về mặt tư tưởng trong thông tin của báo chí trong thời gian này?
- 2. Chia nhóm và mỗi nhóm hãy trình bày nhận xét, đánh giá của mình về diện mạo báo chí giai đoạn này.

CHUONG 3

BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1945-1975

(3 giờ)

1. MŲC TIÊU

1.1. Kiến thức:

Sinh viên nắm được những vấn đề về báo chí VN từ 1945 - 1975

1.2. Kỹ năng:

Biết cách tiếp cận và đánh giá một thời kì báo chí thông qua cái nhìn tổng thể và ý thức được tinh thần thời đại đã ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự ra đời các khuynh hướng báo chí khác nhau.

1.3. Thái độ:

Hiểu biết sâu sắc hơn về những vấn đề lịch sử báo chí giai đoạn này

2. NỘI DUNG

- Nội dung 1: Báo chí Việt Nam giai đoạn 1945-1954
- Nội dung 2: Báo chí Việt Nam giai đoạn 1954-1975
- Nội dung 3: Đánh giá về báo chí Việt Nam thời kỳ 1945-1975
- 3. HÌNH THÚC VÀ PHƯƠNG PHÁP DAY HỌC

* Nôi dung 1, 2, 3:

- Sử dụng phương pháp thuyết trình, nêu vấn đề ... nhằm phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên.
- Trình chiếu Power Point, sử dụng hình ảnh sinh động để minh họa giúp sinh viên nắm được một cách khái quát các vấn đề về chính trị xã hội đã ảnh hưởng không nhỏ đến sự hình thành diện mạo mỗi tờ báo.
- Thông qua hình thức thuyết trình, vấn đáp, thảo luận để giảng viên kiểm tra đánh giá mức độ hiểu bài, củng cố nội dung cơ bản của bài giảng và khả năng cảm thụ, vận dụng vào thực tế của sinh viên.
 - Cung cấp tài liệu và thảo luận seminar

4. TÀI LIỆU

[1] Đỗ Quang Hưng (2001), Lịch sử báo chí Việt Nam 1868-1945, NXB Quốc gia, Hà Nội.

- [2] Đào Duy Quát, Đỗ Quang Hưng, Vũ Duy Thông (2010), Tổng quan lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam (1925-2010), NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [3] Huỳnh Văn Tòng (1973), Lịch sử báo chí Việt Nam từ khởi thủy đến 1930, NXB Hà Đăng, Sài Gòn.

* *

CHƯƠNG 3

BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1945-1975

3.1. Báo chí Việt Nam giai đoạn 1945-1954

3.1.1. Báo chí Việt Nam giai đoạn 1945-1946

- * Bối cảnh xã hôi:
- Chiến tranh TGII kết thúc → thay đổi đặc biệt về chính trị → XHCN lớn mạnh,
 phong trào giải phóng dân tộc phát triển → TG bước vào cuộc chiến 2 cực: đế quốc và
 phe XHCN
- Thành công của CMT8/1945 đưa đất nước vào kỷ nguyên mới; đồng thời đối mặt với nhiều thử thách; Tiếp tục cuộc kháng chiến chống Pháp → lời kêu gọi toàn quốc kháng chiến 1946 của chủ tich Hồ Chí Minh
- * Tình hình báo chí cách mạng:
- Bộ thông tin tuyên truyền của CP lâm thời ban hành những VB phù hợp để tổ chức, quản lý hệ thống BC
- Các tờ báo tiêu biểu:
 - ✓ Cơ giải phóng
 - ✓ Sư thật
 - ✓ Cứu quốc
 - ✓ Đài tiếng nói VN
 - ✓ TTX VN
 - ✓ Tc Tiền Phong
 - ✓ Lao Động
 - ✓ Sao vàng
 - ✓ Kèn gọi lính

- Ra đời hệ thống báo chí địa phương (đồng bằng, trung du; các tỉnh vùng xa, miền núi BCPT từ 1947) phục vụ nông dân, quân đội
- Phát triển hệ thống BC đối ngoại
 - ✓ Bản tin tiếng Anh, Pháp của Đài TNVN/TTXVN
 - ✓ Ra báo Republique (7/10/45) làm cơ quan đối ngoại (đổi thành Le Peuple tháng 3/46)
 - ✓ Giúp đỡ các tổ chức Việt Kiều trong và ngoài nước ra báo (Pháp, Campuchia...)
- Trong năm đầu độc lập, BCCM chủ yếu tập trung ở Bắc bộ (kh 100 tờ, Nam, Trung bộ mỗi nơi khoảng 30 tờ; 1/3 của các t/c yêu nước, không thuộc đảng phái chính trị nào = **một bộ phận của BCCM**)
- Các báo ra trước CMT8 tiếp tục hoạt động gồm:
 - ✓ Báo Cứu quốc (+hệ thống báo Cứu quốc địa phương)
 - ✓ Báo Sự thật (5/12/1945)! (tiếp nối Cờ giải phóng)
 - ✓ Báo Độc lập (hđ bí mật từ 1944)
 - ✓ Báo Lao Động

3.1.2. Báo chí Việt Nam giai đoạn 1946-1954

* Báo chí trong khánh chiến chống Pháp.

Tình hình báo in trong vùng kháng chiến:

- KC toàn quốc nổ ra → BC ủng hộ Việt Minh chuyển lên chiến khu hoặc tạm đóng cửa; một số báo tư nhân duy trì hoạt động, **không có báo nào đi ngược, chống đối c/s mặt trận Việt Minh**
- Từ 1948, BC các vùng tạm chiếm được tổ chức, sắp xếp lại, dần ổn định
- Sau vài năm k/c, tại các vùng tự do chỉ tồn tại dòng báo CM [55 tờ, ND bao quát các đối tượng, lĩnh vực trong XH, đặt công tác tuyên truyền lên hàng đầu, coi phục vụ k/c là nghĩa vụ] → tất cả hòa vào dòng chảy chung
- * Nội dung báo chí
 - Tập hợp lực lượng (mỗi tờ báo kêu gọi các nhóm đối tượng cụ thể)
 - Tổ cáo kẻ thù
 - Phản ánh tâm tư, tình cảm, mất mát của người dân
 - Khai thác cuộc sống, hơi thở kháng chiến: đồng hành, nêu gương, cổ vũ, động viên

- Tuyên truyền nhân dân thực hiện nếp sống lành mạnh, đoàn kết
- Mảng thông tin đối ngoại
 - ✓ Tuyên truyền CNCS
 - ✓ Cuộc đấu tranh chính nghĩa của nhân dân VN
- * Các tờ báo ta đời thời kỳ kháng chiến chống Pháp
 - Báo Nhân Dân (11/3/1951)
 - Tạp chí Cộng Sản (1950)
 - Báo Quân Đội Nhân Dân (20/10/1950) = sáp nhập 2 tờ Vệ Quốc Quân (1947) +
 Quân Du Kích (1948)
 - Báo chí địa phương có: Báo Văn Nghệ (3/1948); Mở các văn phòng đại diện của các tờ báo lớn; Ra đời mạng lưới báo chí địa phương rộng khắp, hoạt động sôi nổi
 - Thông tấn xã và Đài tiếng nói VN: Sơ tán lên núi Trầm (Hà Tây cũ) từ 19/12/1946. Đài tiếng nói VN vẫn sử dụng danh xưng: "Đây là đài tiếng nói VN, phát thanh từ Hà Nội,...". Hoạt động trong điều kiện khó khăn, Đài TNVN, 9 năm, đổi chỗ 14 lần

* Kết luận về giai đoạn 1945-1954:

- Đảng CSVN, chủ tịch HCM và dân tộc giành thắng lợi từ phát xít Nhật và thực dân Pháp, cũng là giai đoạn BCCMVN phát triển, đổi mới, có nhiều đóng góp vào chiến công của dân tộc: đồng hành, cổ vũ, giác ngộ nhân dân
- Sự ra đời của TTXVN và Đài TNVN đã đưa thông tin ra ngoài nước, tranh thủ sự ủng hộ của quốc tế
- Từ 19/12/1946, hệ thống BCCM cơ bản di chuyển hết lên các vùng chiến khu, hoạt động trong điều kiện khó khăn thiếu thốn:
 - + Nhà báo vừa là chiến sĩ, nhiều người hi sinh
- + Các tòa soạn phải tổ chức gọn nhẹ, linh hoạt; Một số tờ báo đóng cửa, sáp nhập
- + Thu hẹp dần số lượng từ đầu 1947 (→ năm 1952, cả nước có kh 50 tờ) tuy nhiên, đối tượng phục vụ được mở rộng
 - + Không đảm bảo tính định kỳ và số trang
 - Chủ trương phát triển mạnh mạng lưới báo chí địa phương

- BC tư nhân khá phát triển tại các chiến khu (yêu nước và có cảm tình với chính quyền nhân dân)
- Nhiều tờ báo tiến bộ ở các vùng địch kiểm soát cũng tỏ rõ thiện chí với cuộc kháng chiến của dân tộc
- Từ những năm 50, dòng báo chí Cách mạng có sức lan tỏa, lôi cuốn, lấn át các dòng báo chí khác

3.2. Báo chí Việt Nam giai đoạn 1954-1975

* Bối cảnh xã hội: Đây là giai đoạn báo chí cách mạng trong kháng chiến chống Mĩ cứu nước. **Giai đoạn lịch sử đặc biệt** \rightarrow Dòng chảy của đời sống báo chí Việt Nam đã có một bước ngoặt quan trọng và rõ rệt hơn các giai đoạn trước đó: có sự phân nhánh thích ứng với một bối cảnh chính trị xã hội:. \rightarrow BC phân thành 2 khu vực: **BC miền Bắc và BC miền** Nam

Báo chí miền Bắc: 1957, miền Bắc có 134 tờ báo (các báo đã có, ra thêm các báo của Đoàn thể, báo tư nhân); 20/5/1957 – Luật báo chí đầu tiên của VN ra đời kịp thời tạo hành lang pháp lý cho BC hoạt động. **Chương I – Luật BC 1957** ghi rõ: "BC dưới chế độ ta, bất kể là của cơ quan chính quyền, đảng phái chính trị, đoàn thể nhân dân, hoặc của tư nhân cũng đều là công cụ đấu tranh của nhân dân, phải phục vụ quyền lợi của Tổ quốc, của nhân dân, bảo vệ chế độ dân chủ nhân dân, ủng hộ chính quyền Việt Nam Dân chủ Công hòa"

BC miền Bắc với nhiệm vụ xây dựng CHXH và đấu tranh thống nhất nước nhà (1954-1965: Các tờ báo lớn của Đảng, Nhà nước phát huy tốt vai trò tuyên truyền, định hướng BC miền Bắc với nhiệm vụ xây dựng CHXH và đấu tranh thống nhất nước nhà (1954-1965): Đồng hành cùng nhân dân: hàn gắn vết thương chiến tranh, khôi phục và phát triển kinh tế, tuyên truyền, nhân rộng các phong trào phát triển nông nghiệp,...Nhiều tờ báo, nhiều nhà báo "xông vào" các mặt trận công cuộc dựng xây của nhân dân, nhiều phóng sự nóng hổi không khí xây dựng, đấu tranh...

Những tờ báo tiêu biểu

- ✓ Nhân Dân
- ✓ Cứu Quốc
- ✓ Đài Tiếng nói Việt Nam
- ✓ Quân đội nhân dân

✓ Một số tờ báo văn nghệ

BC giai đoạn cả nước có chiến tranh (1965-1975):

- Số lượng: không nhiều: 17 tờ báo ra đời trong 10 năm (60-65=52 tờ, 60-75=80 tờ, sau 30/4/75=11)
 - Loại hình: chủ yếu báo địa phương (>30%) và tạp chí (gần 50%)
- Ra đời báo **Hà Nội mới** (25/1/1968 Đảng bộ TP Hà Nội) = sự hợp nhất giữa*Thủ Đô Hà Nội*và*Thời mới*
- Đài truyền hình Việt Nam ra đời, phát chương trình đầu tiên 7/9/1970
 Các tờ báo tiêu biểu tiếp tục thể hiện vai trò tiên phong, đồng hành cùng đồng bào,
 nhân dân cả nước trong cuộc kháng chiến chống Mỹ: Báo Nhân Dân, Tạp chí Học
 Tập, Báo Quân đội nhân dân, Đài tiếng nói Việt Nam

* Báo chí đô thị miền Nam 1954-1975

- Bối cảnh

- Mỹ xây dựng guồng máy tuyên truyền, chiến tranh tâm lý, gồm các cơ quan:
 - ✓ Liên vụ thông tin Hoa Kỳ
 - ✓ Cơ quan phát triển quốc tế Hoa Kỳ
 - ✓ Cục tình báo trung ương CIA
 - ✓ Các Hội từ thiện
- Mục tiêu: "Chính phục trái tim và khối óc của quần chúng; trừ bỏ sự ủng hộ của dân chúng với Việt Cộng bằng cách gây hoài nghi, chán nản, tuyệt vọng vào mục đích của CNCS"

BC dưới thời Ngô Đình Diệm (1954-1963)

- Ra đời những tờ báo dưới sự cho phép và bảo trợ của chính quyền mới (Cải cách, Gió mới, Trẻ, Hoàn cầu nhật báo, Đi và Sống, Nhân sinh)
- 2 năm đầu, chính quyền Diệm chủ yếu bình định BC miền Nam (24n tờ báo)
- 1961, cho Xb loạt báo dưới sự thúc ép của Mỹ (Sài Gòn mai, Tiếng dân, Đồng Nai)

Như vậy, có thể thấy báo chí giai đoạn này được xây dựng trên chính sách thông tin bưng bít và hoạt động hạn chế. Đây là một nền báo chí mang tính chỉ huy

Báo chí dưới thời Nguyễn Khánh (1964-1965)

 Chủ trương cho BC được phép tự do phát triển và dùng các biện pháp để hướng vào quỹ đạo tâm lý chiến của mình

- Ban hành sắc luật 2/64 cho phép các đảng phái chính trị tự do ra báo
- Sắc luật 10/64 cho phép tư nhân Việt Nam không thân Cộng được ra báo
 Năm 1964, SG có 75 tờ báo
 - BC giai đoạn này đa dạng nhưng tinh vi và thâm độc trong việc tuyên truyền tâm lý chiến
 - Sự kết hợp của báo chí chỉ huy và báo chí thị trường

Báo chí dưới thời Nguyễn Văn Thiệu (1966-1975)

- Sau 1965, BC miền Nam bước vào giai đoạn đầu của ngành công nghiệp truyền thông.
- Chính quyền ban hành đạo luật 019/69→ nhiều thuận lợi và thông thoáng cho hoạt động báo chí
- → BC phát triển với nhiều khuynh hướng: báo chống Cộng, chống Mỹ, báo đồi trụy, báo HSSV, báo tiếng nước ngoài,...

Năm 1971, Sài Gòn có 194 tờ báo (54 nhật báo), năm 1972, có 72 nhật báo

Đạo luật 019/69 thực chất là cách mị dân khi Thiệu mới lên nắm quyền → Đạo luật 007/TT/SLU được ban hành điều chỉnh luật cũ → chế tài, bóp nghẹt báo chí:

- ✓ Hàng loạt tờ báo bị tịch thu, hàng loạt nhà báo bị bắt giam
- ✓ Năm 1975, 25 tờ bị tịch thu hơn 1 lần [Tờ Đối diện bị tịch thu 19/31 số;
 Tờ Tin Sáng bị tịch thu 200 lần có 50 số bị thu liên tục]

BC Sài Gòn có nguy cơ tan rã → phong trào đòi tự do báo chí nổi lên mạnh mẽ những năm 72,73, đỉnh cao là cuộc biểu tình "**Ký giả ăn mày**" 10/10/1974

3.3. Đánh giá về báo chí Việt Nam thời kỳ 1945 -1975

Báo chí giai đoạn này nhìn chung có những đặc điểm và khuynh hướng

- Đặc điểm:
- (1) Là một nền báo chí bước vào giai đoạn đầu của ngành truyền thông hiện đại
- (2) Là thực thể phức tạp với nhiều khuynh hướng, giọng điệu khác nhau
- (3) Phát triển trong điều kiện bị chi phối bởi đường lối văn hóa văn nghệ chỉ huy do Mỹ và chính quyền Sài Gòn áp đặt; vừa bị chi phối bởi cơ chế văn hóa văn nghệ thị trường có tính tự phát trong xã hội
- Khuynh hướng:
- (1) Khuynh hướng chống Cộng
- (2) Khuynh hướng thương mại

(3) Khuynh hướng yêu nước

* Câu hỏi ôn tập:

- 1. Hãy nêu bối cảnh chính trị xã hội của báo chí Việt Nam giai đoạn 1945-1954
- 2. Đặc điểm của báo chí giai đoạn 1945-1954?
- 3. Hãy nêu bối cảnh chính trị xã hội của báo chí Việt Nam giai đoạn 1954-1975?
- 4. Đặc điểm của báo chí giai đoạn 1954-1975?
- 5. Anh/chị hãy đánh giá về báo chí Việt Nam giai đoạn 1954-1975?

* Thực hành:

- Chia nhóm và thảo luận về
- + vấn đề báo chí giai đoạn 1945-1975 có gì đặc biệt so với các giai đoạn trước? Nhiệm vụ trọng tâm của báo chí giai đoạn này?
- + Báo chí miền Nam và miền Bắc giai đoạn này có sự khác nhau như thế nào?

CHUONG 4

BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1975- nay

(5 giờ)

1. MUC TIÊU

1.1. Kiến thức:

Sinh viên nắm được những vấn đề về báo chí VN từ 1975 - nay

1.2. Kỹ năng:

Biết cách tiếp cận và đánh giá một thời kì báo chí thông qua cái nhìn tổng thể và ý thức được tinh thần thời đại đã ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự ra đời các khuynh hướng báo chí khác nhau.

1.3. Thái độ:

Hiểu biết sâu sắc hơn về những vấn đề lịch sử báo chí giai đoạn này

2. NỘI DUNG

- Nội dung 1: Báo chí hoạt động trong điều kiện mới của đất nước
- Nội dung 2: Nhiệm vụ của báo chí trong thời kỳ đổi mới (từ 1986 đến nay)
- Nội dung 3: Diện mạo chung của báo chí Việt Nam ngày nay
- Nội dung 4: Những tờ báo tiêu biểu
- Nội dung 5: Chiến lược phát triển thông tin của chính phủ đến 2020

3. HÌNH THỨC VÀ PHƯƠNG PHÁP DẠY – HỌC

* Nội dung 1, 2, 3,4,5:

- Sử dụng phương pháp thuyết trình, nêu vấn đề ... nhằm phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên.
- Trình chiếu Power Point, sử dụng hình ảnh sinh động để minh họa giúp sinh viên nắm được một cách khái quát các vấn đề về chính trị xã hội đã ảnh hưởng không nhỏ đến sự hình thành diện mạo mỗi tờ báo.
- Thông qua hình thức thuyết trình, vấn đáp, thảo luận để giảng viên kiểm tra đánh giá mức độ hiểu bài, củng cố nội dung cơ bản của bài giảng và khả năng cảm thụ, vận dụng vào thực tế của sinh viên.
 - Cung cấp tài liệu và thảo luận seminar

4. TÀI LIỆU

[1] Đỗ Quang Hưng (2001), Lịch sử báo chí Việt Nam 1868-1945, NXB Quốc gia, Hà Nội.

- [2] Đào Duy Quát, Đỗ Quang Hưng, Vũ Duy Thông (2010), Tổng quan lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam (1925-2010), NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nôi.
- [3] Huỳnh Văn Tòng (1973), Lịch sử báo chí Việt Nam từ khởi thủy đến 1930, NXB Hà Đăng, Sài Gòn.

*

CHƯƠNG 4

BÁO CHÍ VIỆT NAM TỪ 1975- nay

*

4.1. Báo chí hoạt động trong điều kiện mới của đất nước

- * Giai đoạn 1975 1985
- Khái quát: Đất nước thống nhất, non sông thu về một mối → BC hoạt động trong điều kiện mới của đất nước
 - ✓ Hệ thống báo chí cách mạng được thống nhất trên toàn quốc
 - ✓ Hợp nhất 2 tổ chức Hội: Hội Nhà báo dân chủ miền Nam Việt Nam + Hội Nhà báo Việt Nam từ 7-7-1976
 - ✓ Mạng lưới thông tin cả nước trở thành một hệ thống duy nhất
- Tình hình báo chí:
- + Các chính sách cho hoạt động báo chí đảm bảo BC thực hiện những nhiệm vụ cơ bản:
 - ✓ Phản ánh đầy đủ, hợp lý những vấn đề của 2 hai miền đất nước
 - ✓ Nâng cao tính tư tưởng, chất lượng nội dung và hình thức nhằm phục vụ hiệu quả như cầu của công chúng

Bên cạnh đó chỉ thị 32-CT/TW 10-1-1984 về công tác tăng cường quản lý báo chí → Nâng cao chất lượng các tờ báo sẵn có, phân phối giấy in, cân nhắc việc ra thêm báo...

+ Sự phát triển lớn mạnh cả về số lượng, chất lượng 3 loại hình: báo in, phát thanh và truyền hình

+ Báo chí địa phương cũng phát triển mạnh mẽ về số lượng và chất lượng: 1986, có 50 tờ báo do địa phương quản lý; công tác quản lý báo chí địa phương được Nhà nước quan tâm, quy định, hướng dẫn thực hiện.

= Vai trò của BC trong công cuộc dựng xây đất nước 1976-1986

- Củng cố tình cảm thống nhất đất nước
- Vận động xây dựng CNXH
- Xây dựng kinh tế trong thời kỳ mới
- Bước đầu đề cập tới cụm từ "Đổi mới"
- Với cuộc chiến tranh bảo vệ tổ quốc

* Giai đoạn 1986 – 2000- BCVN trong thời kỳ đổi mới

Đổi mới đất nước → đổi mới báo chí:

- ✓ 1989: VN có 200 tờ báo, hơn 6000 người làm báo chuyên nghiệp
- ✓ Loạt bài "Những việc cần làm ngay" của Tổng bí thư Nguyễn Văn Linh
- ✓ Luật báo chí 28/12/1989

= Vai trò của BC trong công cuộc dựng xây đất nước 1986-2000

- Phản ánh những bức xúc của đất nước ở thời kỳ đầu công cuộc đổi mới
- Tích cực tham gia đấu tranh chống tiêu cực đi đôi với phát hiện và cổ vũ nhân tố mới
- Thực hiện tổ công tác tư tưởng trước sự kiện sự khủng hoảng và sụp đổ của Liên Xô và các nước XHCN Đông Âu
- → BC thực sự đổi mới toàn diện về nội dung, hình thức thông tin, đảm nhiệm tốt những vai trò mới trước xã hội và thời cuộc.
- * Giai đoạn 2001– nay, thời kỳ đẩy mạnh CNH-HĐH

BCVN tiếp tục đổi mới mạnh mẽ, phát triển nhanh, toàn diện cả số lượng và chất lượng, cả nội dung, hình thức, loại hình; số lượng, phạm vi phát hành, phủ song

Sau 1975, BCVN liên tục đổi mới về nội dung, hình thức, ngôn ngữ, phong cách,... Sau mốc đổi mới đất nước 1986, BC đổi mới nhanh chóng

BC VN đặc biệt phát triển trong những năm đầu TK XXI

4.2. Nhiệm vụ của báo chí trong thời kỳ đổi mới (từ 1986 đến nay)

Đổi mới nhấn mạnh mục tiêu kiên định là đi lên chủ nghĩa xã hội. Ngày đó các báo: Nhân Dân, Quân đội nhân dân, Sài Gòn giải phóng, Lao động, Tiền phong, Thanh niên, Tuổi trẻ, Phụ nữ Việt Nam, nhiều tờ báo của các đảng bộ các tỉnh, thành phố trực

thuộc trung ương, các đoàn thể quần chúng đã có nhiều bài viết về chủ nghĩa xã hội những năm đầu đất nước bước vào công cuộc đổi mới. Các bài viết đã phân tích và chỉ rõ những khả năng và nhân tố thuận lợi mới: các chủ trương chính sách đổi mới về kinh tế là phù hợp với ta, thực hiện đồng bộ, kiên quyết sẽ phát huy tác dụng mạnh mẽ trong cuộc sống; tiềm năng vật chất và trí tuệ của con người Việt Nam, của các thành phần kinh tế còn nhiều, là lực lượng dự trữ cho phát triển kinh tế cần được khai thác tốt; điều kiện vật chất của nền kinh tế trong tương lai sẽ được tăng thêm; giao lưu và hợp tác kinh tế quốc tế giữa nước ta và các nước trên thế giới sẽ ngày càng được mở rộng. Đồng thời cũng nêu những khó khăn gay gắt ta cần khắc phục: kinh tế phát triển còn chậm, hiệu quả còn thấp, phân phối lưu thông vẫn rối ren, ngân sách nhà nước thiếu hụt, lạm phát còn ở mức cao, giá cả biến động, cơ sở vật chất xuống cấp... và chỉ rõ: Xét trên pham vi toàn xã hội, cơ chế tập trung, quan liêu, bao cấp vẫn còn năng. Từ thực tế của đất nước, báo chí cả nước đã nêu các kiến nghị xác đáng: cần điều chỉnh cơ cấu kinh tế theo hướng tập trung thực hiện ba chương trình kinh tế đã đề ra (lương thực-thực phẩm, hàng tiêu dùng, hàng xuất khẩu), khai thác mọi nguồn vốn đầu tư và đổi mới cơ chế đầu tư; thực hiện nhất quán chính sách cơ cấu kinh tế nhiều thành phần, giải phóng mọi năng lực sản xuất; đổi mới cơ chế quản lý kinh tế, chuyển mạnh các đơn vị kinh tế sang hạch toán kinh tế theo quan điểm phát triển nền kinh tế hàng hoá gồm nhiều thành phần; tích cực kiềm chế và đẩy lùi lam phát; phát huy vai trò đông lưc của khoa học kỹ thuật gắn với yêu cầu phát triển kinh tế hàng hoá; đẩy manh hoat đông kinh tế đối ngoại; tập trung giải quyết những vấn đề cấp bách về chính sách xã hội phù hợp với việc đổi mới các chính sách kinh tế; đẩy manh các hoạt động đối ngoại; xây dựng và phát huy dân chủ, đổi mới tổ chức và phương thức hoạt động của hệ thống chính trị.

Lãnh đạo nhiều cơ quan ngôn luận đã chủ trương trong thông tin, tuyên truyền về đổi mới cần chọn khâu đột phá. Trong lĩnh vực phát triển nông nghiệp, xây dựng công nghiệp, xây dựng giai cấp công nhân, nhiều tờ báo đã chọn lưu thông, phân phối làm khâu đột phá. Lưu thông, phân phối tuy là khâu sau của sản xuất, nhưng trong tình hình nền kinh tế nước ta lúc đó đang chứa đựng nhiều vấn đề cần tháo gỡ vì nó liên quan chặt chẽ đến phát triển sản xuất, đến tổng thể cơ chế quản lý nền kinh tế. Giải quyết được các vướng mắc trong lưu thông, phân phối sẽ có tác dụng mở lối cho sản xuất, tạo đà chuyển biến mạnh mẽ cho các bước phát triển của nền kinh tế. Trên thực

tế, lưu thông, phân phối được xã hội bàn luận sôi nổi, ở nhiều địa phương vẫn dùng phổ biến biện pháp ngăn sông, cấm chợ, hàng hoá nơi thiếu, nơi thừa... Các bài viết về tháo gỡ những vướng mắc trong lưu thông, phân phối đăng trên báo Nhân Dân, Quân đội nhân dân, Lao động, Tiền phong, Tuổi trẻ, Thanh niên, Phụ nữ Việt Nam, Sài Gòn giải phóng..., gồm đủ các thể loại: Ngôn luận, phóng sự, điều tra, phản ánh, tiểu phẩm, ảnh báo chí... được bạn đọc chú ý, góp tiếng nói cho các cơ quan chức năng thay đổi quan niệm, cách quản lý, chỉ đạo công tác lưu thông, phân phối.

Quốc hội khoá VIII được bầu ra, trong phiên họp thứ nhất, tổ chức tại Hà Nội từ ngày 17 đến ngày 22 / 6 / 1987, Tổng Bí thư Nguyễn Văn Linh phát biểu một bài thể hiện các quan điểm đổi mới Đại hội VI của Đảng đã quyết định, trong đó toát lên tinh thần dân chủ thực sự: Dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra. Nhạy bén trước chủ trương của Đảng, kế thừa truyền thống gắn bó với dân, vì nhân dân phục vụ của mình, báo chí cả nước bước vào công cuộc phát hiện thông tin người dân cần biết một cách sâu rộng, từ chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, các sự kiện lớn, nhỏ, những phát ngôn đáng chú ý của các nhà lãnh đạo trong, ngoài nước, đến những sự việc hấp dẫn diễn ra hàng ngày người dân nên biết. Chức năng căn bản của báo chí: Cung cấp thông tin, kiến thức, bình luận, phản biện chính sách xã hội ngày càng được thể hiện rõ trên các trang báo, chương trình phát thanh, truyền hình của nước ta. Nội dung thông tin của báo chí ngày càng phong phú, hiệu quả, hình thức đẹp, sinh đông và hấp dẫn. Từ đó, các cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí cũng như toàn xã hội nhân thức đúng đắn hơn vi trí, vai trò của báo chí là tấm gương phản ánh tình hình mọi mặt của đời sống xã hội, nhà báo là thư ký của thời đại. Báo chí được coi là một ngành khoa học, được đối xử khoa học, người làm báo được đào tạo cơ bản, có kiến thức rộng và độc lập viết ra được các tác phẩm báo chí xứng đáng.

Kiên trì quan điểm "dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra", nhiều tổng biên tập, giám đốc các đài phát thanh, truyền hình đã không hề e ngại va chạm, kiên quyết đưa thông tin đúng đắn đến với bạn đọc, người nghe, người xem, bảo vệ đội ngũ phóng viên, biên tập viên chân chính của mình.

Quan niệm thông tin, tuyên truyền về đổi mới của lãnh đạo các cơ quan thông tin đại chúng những ngày đầu đổi mới cũng rất rõ: xây dựng cái tốt đi đôi với phê phán cái xấu. Lãnh đạo nhiều tờ báo, đài phát thanh, đài truyền hình chỉ đạo đội ngũ phóng viên: Tích cực phát hiện nhân tố mới, viết thật đúng, thật hay về những nhân tố mới,

đồng thời khuyến khích phát hiện các vụ tiêu cực, tham nhũng, viết chính xác các vụ việc, có sức thuyết phục với các cơ quan chức năng, vụ việc được giải quyết thoả đáng, viết chống tham nhũng, tiêu cực vẫn phải đạt yêu cầu giữ được và tăng cường niềm tin vào Đảng, Nhà nước, vào sự tất thắng của công cuộc đổi mới.

Trong cuộc đấu tranh chống tham nhũng, chống tiêu cực và các tệ nạn xã hội, báo chí cả nước đã phát huy vai trò xung kích, thể hiện rõ chức năng giám sát của nhân dân. Công cuộc đổi mới báo chí bắt đầu từ năm 1986 thì một năm sau, năm 1987, hàng loạt bài phê phán tiêu cực tham nhũng được đăng tải trên nhiều tờ báo, phạm vi mở rộng trên nhiều lĩnh vực: Chính trị, kinh tế, xã hội, an ninh, quốc phòng, đối ngoại, đối tượng phê phán từ cán bộ cao cấp trong bộ máy Đảng, Nhà nước đến người dân. Lãnh đạo cấp bộ trưởng, thứ trưởng, bí thư tỉnh ủy có việc làmsai trái đều bị phê phán. Điển hình là các vụ của Chủ tịch trọng tài nhà nước, Bộ trưởng Bộ Giáo dục, Bí thư Tỉnh ủy Thanh Hóa... đăng trên báo Quân đội nhân dân, các ấn phẩm của Thông tấn xã Việt Nam.

Ngày 25/5/1988, Báo Nhân Dân đăng bài "Những việc cần làm ngay" của tác giả N.V.L, bút danh của Tổng Bí thư Nguyễn Văn Linh. Bài báo có đoạn: "Thực hiện đổi mới thì việc chống tiêu cực đã thành một nhiệm vụ quan trọng dọn đường cho việc thực hiện Nghị quyết Đại hội VI và các nghị quyết khác của Đảng nhằm đưa nước nhà khỏi cảnh khó khăn, đi đến ổn định tình hình mọi mặt, làm cho dân bớt khổ, ngày càng được hạnh phúc". Lãnh đạo các tờ báo lúc đó đều nhận thức ý nghĩa và mục đích của chống tiêu cực, tham nhũng viết như thế là rất rõ nên coi đây là chỉ thị của Đảng, chỉ đạo đội ngũ phóng viên tích cực làm tốt lĩnh vực này, không băn khăn, e dè.

Những năm 1987- 1989, mỗi buổi sáng giở các tờ báo vừa xuất bản, bạn đọc trong cả nước lại sôi nổi tìm đọc bài chống tiêu cực, tham nhũng và các tệ nạn xã hội khác. Nhiều bài viết nêu các vụ việc rõ ràng, chân thực, phân tích những vấn đề rất cơ bản: tham nhũng, tiêu cực, tệ nạn, nguyên nhân, đối tượng gây ra, tác hại của nó, trách nhiệm thuộc về ai, cách phòng trừ. Quan điểm cơ bản của các tờ báo rất rõ ràng: Chống tiêu cực, tham nhũng không có vùng cấm, cả hệ thống chính trị, toàn xã hội cùng tham gia, chống triệt để, hạn chế đến mức tối thiểu tham nhũng, tiêu cực và các tệ nạn xã hội khác.

Sinh thời, Chủ tịch Hồ Chí Minh nhiều lần nhắc nhở những người làm báo: "Mỗi khi viết một bài báo, thì tự đặt câu hỏi: Viết cho ai xem? Viết để làm gì?". Người chỉ rõ: "Đối tượng của tờ báo là đại đa số dân chúng".

Người dạy: "Cán bộ báo chí cũng là chiến sĩ cách mạng. Cây bút, trang giấy là vũ khí sắc bén của họ".

Giai đoạn đầu của thời kỳ đổi mới công tác báo chí, bắt đầu từ năm 1986, đội ngũ những người làm báo đã thực hiện tốt tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh, đưa tờ báo đến gần hơn với người dân, làm cho dân tin, dân mến, góp phần quan trọng vào việc thực hiện thắng lợi đường lối đổi mới của Đảng. Báo chí nước ta đã tích cực tuyên truyền chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân, đồng thời phản ánh kip thời tâm tư, nguyên vong chính đáng của nhân dân với Đảng, Nhà nước; góp phần tổng kết thực tiễn, nghiên cứu lý luận, cổ vũ, động viên phong trào thi đua yêu nước, phát hiện, biểu dương các nhân tố mới, điển hình tiên tiến, gương người tốt, việc tốt; tham gia tích cực vào cuộc đấu tranh chống tham nhũng, lãng phí, chống "diễn biến hòa bình", góp phần giữ vững ổn định chính trị, phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, nâng cao lòng tin của nhân dân đối với Đảng và Nhà nước. Báo chí cũng đã góp phần tích cực làm cho cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và nhân dân thế giới ngày càng hiểu rõ hơn đường lối, chính sách đúng đắn của Đảng, Nhà nước, thành tưu đổi mới của nước ta. Báo chí cách mang nước ta cũng đã thể hiện là công cu sắc bén của Đảng và Nhà nước trong công tác tuyên truyền, giáo dục, cổ vũ, đông viên toàn Đảng, toàn quân, toàn dân đoàn kết, vượt qua mọi khó khăn, thử thách, đưa sự nghiệp cách mạng nước ta không ngừng tiến lên và giành được những thành tựu to lớn.

Trong suốt chặng đường lịch sử, báo chí cách mạng Việt Nam đã trở thành một bộ phận cấu thành của mọi biến cố, mọi sự kiện trong tiến trình vận động của cách mạng. Lớp lớp đội ngũ nhà báo Việt Nam luôn trung thành với lý tưởng của Đảng, kiên định vững vàng trong những biến động của lịch sử; có những đóng góp xứng đáng vào sự nghiệp giành độc lập dân tộc, đấu tranh thống nhất đất nước, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa. Báo chí đã có những đóng góp vào việc giáo dục lòng yêu nước, niềm tự hào, ý chí tự cường dân tộc, truyền bá văn hóa, nâng

cao dân trí, nâng cao nhận thức chính trị và trách nhiệm xã hội, củng cố niềm tin của nhân dân vào Đảng, vào chế độ.

Gần 30 năm thực hiện đường lối đổi mới của Đảng, báo chí cách mạng đã đi tiên phong trong đấu tranh không khoan nhượng với những gì đi ngược lại quy luật của lịch sử, vạch trần tính chất phản động, giả dối, bịp bợm của kẻ thù. Tính chiến đấu không chỉ nhằm tiến công vào kẻ thù của cách mạng, mà còn biểu dương những tấm gương tiêu biểu trong chiến đấu, lao động sản xuất để cổ vũ mọi người hăng hái tham gia xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Trong khi đánh giá cao những thành tựu to lớn báo chí nước ta đạt được trong những năm đầu đổi mới, chúng ta cũng nhận ra những hạn chế, khuyết điểm của chúng ta trong giai đoạn đó. Lúc bắt đầu công cuộc đổi mới, trong các tờ báo và tạp chí nước ta vắng bóng những bài viết mang tính lý luân về các vấn đề cơ bản của chủ nghĩa xã hội và xây dựng chủ nghĩa xã hội. Có tờ báo né tránh, hoặc ít đề cập đến thông tin, giáo dục truyền thống đấu tranh anh hung, bất khuất của dân tộc, Đảng, Nhà nước, quân và dân ta. Có tờ báo khi viết chống tiêu cực, tham nhũng đã đi quá đà, thông tin không chính xác, một số tờ báo đăng bài viết có tính giật gân, câu khách, có biểu hiện xu hướng thương mại hóa ở một số tờ báo, một số người làm báo không giữ được đao đức nghề nghiệp của mình... Những han chế, khuyết điểm đó đã được chỉ ra, nhiều tờ báo đã dần dần khắc phục để tiếp tục đưa tờ báo đi vào con đường làm báo chân chính. Hoạt động của báo chí hiện nay diễn ra trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hoá đất nước, trong quá trình hội nhập quốc tế và cơ chế thi trường, trong thời đại bùng nổ thông tin. Đứng trước những yêu cầu mới, báo chí cách mang Việt Nam kiên định mục tiêu lý tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam, tiếp tục thực hiện tốt chức năng báo chí là cơ quan ngôn luận của Đảng, Nhà nước, tổ chức xã hội và là diễn đàn của nhân dân.

Thực hiện chính xác và có hiệu quả cao các chức năng: Thông tin, tuyên truyền, bình luận, cổ vũ, động viên các phong trào thi đua yêu nước, phản ánh nguyện vọng chính đáng của nhân dân, phản biện xã hội, báo chí nước ta sẽ đồng hành cùng đất nước trên con đường tiến tới một xã hội dân chủ, văn minh và tốt đẹp hơn.

4.3. Diện mạo chung của báo chí Việt Nam ngày nay

Quy mô:

Thống kê đến 26/12/2013:

- 838 cơ quan báo chí in với 1.111 ấn phẩm, trong đó các cơ quan Trung ương có 86 báo, 507 tạp chí; địa phương có 113 báo, 132 tạp chí (639tc/838)
- 70 báo điện tử, 19 tạp chí điện tử và 265 trang thông tin điện tử tổng hợp của các cơ quan báo chí.
- Mạng lưới phát thanh, truyền hình có 67 đài phát thanh, truyền hình Trung ương và địa phương,

12/2015 (đến đầu 2016):

- 845 cơ quan báo chí in với 1.118 ấn phẩm
- 1 hãng thông tấn quốc gia
- 70 báo điện tử, 19 tạp chí điện tử và 265 trang thông tin điện tử tổng hợp của các cơ quan báo chí.
- Mạng lưới phát thanh, truyền hình có 67 đài phát thanh, truyền hình Trung ương và địa phương với 179 kênh
- 98 cơ quan báo chí điện tử và 1.525 trang TTĐT tổng hợp
- * Số liệu từ Hội nghị Báo chí toàn quốc 2017 2018
- Hiện cả nước có 859 tờ báo, tạp chí in (tăng 02 tờ so với năm 2015), trong đó có 199 báo (báo TW có 86 báo, địa phương có 113 báo); 660 Tạp chí (TW có 523 tờ, địa phương có 137 tờ).
- Về báo chí điện tử, cả nước có 135 báo, tạp chí điện tử (tăng 30 báo, tạp chí điện tử so với năm 2015 (năm 2015 là 105 tờ), chủ yếu là báo điện tử của các cơ quan báo chí in. Trong đó có 112 báo, tạp chí điện tử của cơ quan báo chí in và 23 báo, tạp chí điện tử độc lập. Ngoài ra, cả nước có 258 trang thông tin điện tử tổng hợp của các cơ quan báo chí được cấp phép (tăng 10 trang thông tin điện tử tổng hợp so với năm 2015.
- Về phát thanh, truyền hình: Hiện cả nước có 67 đài phát thanh, truyền hình TW và địa phương, bao gồm 02 Đài quốc gia là Đài Tiếng nói Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam; 01 Đài Truyền hình Kỹ thuật số; 64 Đài phát thanh, truyền hình địa phương (riêng TP.Hồ Chí Minh có hai đài: Đài Truyền hình TP.Hồ Chí Minh và Đài Tiếng nói nhân dân TP.Hồ Chí Minh). Tổng số kênh phát thanh, truyền hình trong nước được cấp phép là 268 kênh; số lượng kênh nước ngoài cung cấp trên dịch vụ truyền hình trả tiền là 47 kênh (tăng 7 kênh so với năm 2015);
- Hiện cả nước có 849 cơ quan báo chí, tạp chí in, trong đó có 185 báo (86 báo Trung ương, 99 báo địa phương), 664 tạp chí (530 tạp chí Trung ương, 134 tạp chí địa

phương); 67 đài phát thanh, truyền hình Trung ương và địa phương, 5 đơn vị hoạt động truyền hình với tổng số kênh phát thanh, truyền hình trong nước được cấp phép là 281 kênh; cả nước có 195 cơ quan báo chí điện tử đã được cấp phép, trong đó có 171 cơ quan báo chí, đài, tạp chí thực hiện loại hình báo chí điện tử; 178 giấy phép được thiết lập trang thông tin điện tử tổng hợp được cấp cho các cơ quan báo chí in, phát thanh, truyền hình để khai thác thế mạnh của loại hình thông tin hiện đại này, đáp ứng nhu cầu thông tin trong tình hình mới, nhất là khi thông tin trên mạng xã hội ngày càng có ảnh hưởng đến xã hội.

4.4. Những tờ báo tiêu biểu

- Tuổi trẻ
- Người lao động
- Sài gòn giải phóng
- Thanh niên

4.5. Chiến lược phát triển thông tin của chính phủ đến 2020

Thực hiện Nghị quyết 52-NQ/TW và Nghị quyết 01/NQ-CP, tiếp nối Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 - 2020 (Quyết định số 1563/QĐ-TTg ngày 08 tháng 8 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ) và Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020 (Quyết định số 689/QĐ-TTg ngày 11 tháng 5 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ), trên cơ sở tổng kết các kết quả đạt được trong giai đoạn trước, rà soát, đánh giá hiện trạng, nhu cầu phát triển thương mại điện tử (TMĐT) giai đoạn tới và tiếp thu ý kiến góp ý của các Bộ, ngành, địa phương, Bộ Công Thương đã trình Chính phủ đề xuất xây dựng Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025 và được Chính phủ thông qua tại Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15 tháng 5 năm 2020 (Quyết định số 645/QĐ-TTg).

Chính phủ Việt Nam đã có các chính sách lâu dài và nhất quán nhằm phát triển TMĐT với các Kế hoạch tổng thể cho từng giai đoạn 5 năm, bắt đầu từ năm 2006. Gần đây nhất là Quyết định số 689/QĐ-TTg ngày 11 tháng 5 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020 và Quyết định số 1563/QĐ-TTg ngày 08 tháng 8 năm 2016 phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016-2020. Tiếp nối giai đoạn

này, ngày 15 tháng 5 năm 2020, Chính phủ đã thông qua Quyết định số 645/QĐ-TTg phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc giai giai đoạn 2021-2025, đây được coi là văn bản chính sách quan trọng với những giải pháp toàn diện và nguồn lực cụ thể làm cơ sở cho việc triển khai nhiều hoạt động liên quan tới TMĐT trong giai đoạn 05 năm tới. Dự kiến văn bản sẽ có tác động lớn đến sự phát triển của thị trường TMĐT Việt Nam, vươn lên vị trí thứ hai Đông Nam Á vào năm 2025 và trở thành thị trường TMĐT tiềm năng nhất khu vực.

Kế hoạch phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021-2025 có mục tiêu đưa TMĐT trở thành một trong các lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số, nơi các công nghệ tiên tiến của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư được ứng dụng rộng rãi để tăng hiệu quả của chu trình kinh doanh, góp phần hiện đại hóa hệ thống phân phối, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước và xuất khẩu. Kế hoạch này gắn kết chặt chẽ với các chiến lược, chính sách về chủ động tham gia CMCN 4.0, định hướng phát triển kinh tế số và chuyển đổi số quốc gia.

Toàn văn Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15 tháng 5 năm 2020 của Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025.

- * Nội dung thông tin: nhiều đổi mới, hấp dẫn sinh động, phong phú, nhanh chóng và kịp thời hơn.
- * Đặc điểm:
- Đội ngũ người làm báo ngày càng đồng đảo và lớn mạnh đã có hơn 18000 nhà báo được cấp thẻ.
- Công tác đào tạo, bồi dưỡn được chú trọng
- Cơ sở vật chất cho nghề báo: phong phú đa dạng, đầy đủ
- Công chúng báo chí Việt Nam \rightarrow tích cực, chủ động/ $+\dots$
- Hội nhập mạnh với BC thế giới

* Phương diện nghề nghiệp

- Gia nhập bối cảnh thông tin toàn cầu
- Các giải pháp kỹ thuật truyền thông mạng
- Sự đổi mới trong hình thức tổ chức nội dung: ấn phẩm, chương trình phát sóng, tác phẩm báo điện tử
- Sự cạnh tranh,....

- Những thay đổi để thích nghi... trong bối cảnh truyền thông mới
 - Quản lý: Luật pháp → tổ chức
 - Cơ quan báo chí:
 - Nhà báo:
 - Xã hội/Công chúng

* *

* Câu hỏi ôn tập:

- 1. Từ năm 1975 đến nay báo chí nước ta hoạt động trong điều kiện như thế nào?
- 2. Hãy nêu và phân tích nhiệm vụ của báo chí nước ta thời kỳ đổi mới (từ 1986 đến nay)?
- 3. Hãy phác họa khái quát diện mạo chung của báo chí nước ta thời kỳ đổi mới?
- 4. Hãy kể tên những tờ báo tiêu biểu nước ta thời kỳ đổi mới?
- 5. Nêu và phân tích chiến lược phát triển thông tin chính phủ đến năm 2020?

* Thực hành:

Seminar về vấn đề:

- + Từ năm 1986 đến nay, hoạt động báo chí ở nước ta là rất phong phú và đa dạng. Vì sao? Anh (chị) cho biết ý kiến của mình để có thể thực hiện được các chuẩn mực góp phần vào việc xây dựng một nền báo chí lành mạnh, hiệu quả cho đất nước.
- + Chiến lược phát triển thông tin chính phủ nước ta đến năm 2020 là hợp lý hay không? Anh/chị hãy chia sẻ ý kiến của mình về vấn đề này.

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2019 **Giảng viên biên soạn**

Hoàng Thị Hường

ver ar	<u>iyet cua 11</u>	<u>uong bọ mon</u>	<u>l</u> .			
	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •		 	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	· • •

$ heta$ à N $ ilde{a}$ ng, ngàythángnăm						
Du Nang, ngaynangnam						
Kết quả kiểm tra tập bài giảng						
						
Đà nẵng, ngày tháng năm						
Phòng Thanh Tra						
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·						