

Philippe Gaillard

---

# NGHỀ LÀM BÁO

---

*(Sách tham khảo nghiệp vụ)*

*(Tái bản có hiệu chỉnh)*



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN

Philippe Gaillard

# NGHỀ LÀM BÁO

*(Sách tham khảo nghiệp vụ - tái bản)*

*Người dịch:* Nguyễn Văn Đóa

*Hiệu đính:* Đoàn Văn Tân

**NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN**  
Hà Nội - 2007

## LỜI NHÀ XUẤT BẢN

*Đồng hành cùng cách mạng, đội ngũ báo chí nước ta ngày càng phát triển, trưởng thành. Đến nay, cả nước đã có gần 700 cơ quan thông tin đại chúng ở Trung ương và các địa phương (bao gồm các tòa soạn báo, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình) với hơn 14.000 nhà báo đã được cấp thẻ hành nghề cùng hàng ngàn sinh viên đang theo học tại các trường, khoa, phân viện đào tạo báo chí trong cả nước.*

*Bằng những đóng góp quan trọng và thiết thực, hoạt động báo chí đã có vai trò xứng đáng trong công cuộc đổi mới của Đảng và Nhà nước ta, giữ vị trí xung kích trên mặt trận tư tưởng, mang sức mạnh cổ động và tuyên truyền tập thể hùng hậu trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.*

*Tuy nhiên, nếu nhìn vào các đầu sách nghiệp vụ báo chí đã xuất bản từ trước đến nay, thì quả là còn quá khiêm tốn, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của nghề báo nói riêng và nền báo chí nước nhà nói chung.*

*Xuất phát từ thực tế đó, Nhà xuất bản Thông Tấn đã chủ trương xuất bản **Tủ sách Nghiệp vụ báo chí**. Một bộ sách tham khảo nghiệp vụ gồm 14 cuốn được chọn dịch, biên soạn từ những nguồn tư liệu nước ngoài (Nga - Pháp - Đức- Anh) của các tác giả có uy tín đã ra mắt bạn đọc lần đầu tiên vào dịp kỷ niệm lần thứ 78 Ngày báo chí Cách mạng Việt Nam (21/6/1925 - 21/6/2003).*

Là một đầu sách trong bộ sách nói trên, cuốn **“Nghề làm báo”** của tác giả người Pháp Philippe Gaillard đã được độc giả quan tâm đón đọc.

Trong sách trình bày một số nội dung rất cơ bản của nghề làm báo. Đó là: Vai trò của báo chí; cơ cấu tổ chức và hoạt động tác nghiệp của một doanh nghiệp báo chí; chức năng, nhiệm vụ của các hãng thông tấn; phương thức thu thập, xử lý, truyền tải thông tin; cách làm phóng sự và viết tin; biên tập báo chí; trình bày maket và kỹ thuật in ấn, v.v..

Những nội dung trên được trình bày ngắn gọn, dễ hiểu, là tài liệu tham khảo tốt đối với những người hoạt động trong lĩnh vực báo chí.

Sau một năm ra mắt (năm 2004), cuốn sách đã được tái bản lần thứ nhất. Nay chúng tôi tiếp tục tái bản để đáp ứng nhu cầu học tập và nghiên cứu của các bạn sinh viên, học sinh, các nhà nghiên cứu và tất cả những ai quan tâm đến hoạt động báo chí nói chung.

Xin trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc.

**NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN**

PHẦN I

# NGHỀ LÀM BÁO HIỆN NAY

## CHƯƠNG I

# VAI TRÒ CỦA BÁO CHÍ

Nửa số dân Pháp xếp các nhà báo vào hàng đầu những người được xem là “có ảnh hưởng”, nhưng dư luận thì hầu như nhất trí (92%) cho rằng họ chẳng xứng đáng với ảnh hưởng ấy. Với lại, các nhà báo làm cái nghề mà xem ra về lợi ích xã hội là khá tầm thường, nhưng họ lại được nhận thù lao quá cao, mà về mặt này thì họ chỉ thua nghệ sĩ và dân biểu... Đó là kết quả thăm dò do Hãng *SOFRES* thực hiện cho báo *Le Nouvel Observateur*<sup>1</sup> (Người quan sát mới) được công bố tháng 9 năm 1990. Vì những năm đầu trong thập niên cuối cùng này của thế kỷ XX là thời điểm nổ ra cuộc khủng hoảng trong quan hệ giữa các phương tiện truyền thông với công chúng. Và cuộc khủng hoảng ấy chấm dứt mười lăm năm oanh liệt của báo chí được đánh dấu bằng sự

---

<sup>1</sup> Số ra ngày 29/11 – 5/12 năm 1990.

xuất hiện của cái gọi là “nghề báo điều tra”, bắt đầu bằng vụ *Watergate* ở Mỹ rồi được minh họa ở Pháp bằng vụ *Rainbow Warrior*.

Khủng hoảng xảy ra gần như đột ngột. Cuộc thăm dò nói trên làm theo lối kỹ xảo truyền hình của Hãng Timisoara ở Rumani, vào giữa lúc Chiến tranh vùng Vịnh đang được chuẩn bị, dẫn đến hoạt động *thông tin sai lạc* lên đến cực điểm. Đây là cuộc khủng hoảng bất ngờ nhưng không phải không đúng lúc: mọi tình huống lúc đó chỉ là biểu hiện của một hiện tượng hai mặt. Các nhà báo không còn làm chủ được công cụ đã từng đem lại cho họ những tiến bộ vượt bậc nữa. Họ để cho phương tiện liên lạc phá hoại hết mọi thông tin.

Họ đóng vai những tay phù thủy học nghề (những người gây ra những sự kiện quan trọng nhưng không làm chủ được tình hình). Nói thẳng ra, đó là lần đầu tiên trong lịch sử báo chí, họ không biết xoay sở thế nào. Chuyện đó đâu có như vậy khi xảy ra những cuộc cách mạng thực sự mà báo chí đã kinh qua: Việc phát minh ra cách sắp chữ in bằng máy và máy in quay để ra báo chí hiện đại cuối thế kỷ XIX, sự ra đời của ngành phát thanh vào thời kỳ giữa hai cuộc Chiến tranh thế giới, rồi vô tuyến truyền hình sau Chiến tranh thế giới thứ hai. So sánh với tất cả những dấu mốc đó, sự phát triển mới đây của tin học và viễn thông, chắc chắn càng tỏ ra kỳ diệu, mặc dù nó làm đảo lộn các thói quen, nhưng những thay đổi nhanh

chóng của nó lại diễn ra một cách liên tục. Đã xảy ra tình hình là kiệt tác của các nhà kỹ thuật đã vượt quá mục tiêu đề ra cho nó. Người máy (rôbốt) đã lên ngôi.

### **Cú sốc năm 1991**

Các phương tiện truyền thông, đặc biệt là truyền hình, đã đạt đến mức hoàn hảo về kỹ thuật. Chiến tranh được loan báo càng là cơ hội cho các phương tiện truyền thông triển khai ô ạt các phương tiện mới. Chẳng khác gì chuyện phong thần: hàng trăm triệu khán giả trên toàn thế giới được trực tiếp chứng kiến chiến tranh. Tổng kết lại thì đó cũng là thất bại chưa từng thấy, không tương ứng với cả bộ máy được đưa ra vận hành, vì như Alain Woodrow<sup>1</sup> đã viết: “đó là một điều sỉ nhục đối với bộ máy truyền tin cũ tưởng mình ghê gớm lắm”. Cảnh tượng thì rất hùng vĩ, nhưng thông tin thì đầy tai ương. Khán giả truyền hình ở vào tình thế giống như Fabrice del Dongo ở Waterloo vậy: họ được thấy, được nghe, đã có những cảm giác mãnh liệt, nhưng họ chẳng nắm được gì, mà cũng chẳng hiểu gì hết.

Quả là nghiêm trọng. Năm 1991 sẽ được coi như một thời điểm trong lịch sử các phương tiện truyền thông, và là thời điểm đáng xấu hổ. Bệnh nặng lắm

---

<sup>1</sup> Alain Woodrow, *Information – Manipulation* Paris, Nhà xuất bản Félin, 1991.



rồi, phải khám mà tìm cách chữa. Nhưng đó là chuyện gì thế? Chẳng qua là các nhà báo đã từ bỏ (nhiệm vụ của mình) đó thôi. Những nhà báo bên ngành truyền hình tự biến thành “những người bẻ ghi” chỉ biết chuyển tiếp hình ảnh từ các nơi dồn về. Còn các đồng nghiệp của họ bên ngành phát thanh và báo viết thì bị cuốn hút vào các *show* truyền hình, họ bỏ hàng giờ để xem những buổi phát trên kênh CNN của Mỹ, một thứ “vòi phun hình ảnh”, mà không làm cái nghề của mình là tích cực tìm kiếm và phân tích thông tin. Đó là một thảm họa truyền thông. Nó chỉ làm rõ thêm cái mà thực ra mọi người đã quá biết: sự kiện nguyên xi đem ra trình bày chẳng có ý nghĩa gì hết. Dominique Wolton<sup>1</sup> đã viết: “Điều người công dân quan tâm không phải là các sự kiện, mà là thông tin, tức những sự kiện ở dạng truyền thông đã thông qua lao động của người làm báo”. Nói gọn lại, không thể có thông tin nếu không có nhà báo. Không chỉ thế, nhà báo còn phải nắm vững kỹ thuật để làm chủ thông tin và áp dụng những quy tắc nghề nghiệp của họ nữa.

Chẳng lẽ chỉ đơn giản thế thôi? Không đâu. Cũng những sự kiện những năm 1990-1991 đã làm xuất hiện một bệnh dịch khác do *vi rút truyền thông* gây ra và *vi rút* này đã lan truyền từ những

---

<sup>1</sup> Dominique Wolton: *War game. L'Information et la guerre*, Paris, Nhà xuất bản Flammarion, 1991.

năm 1960. Trước sự o ép và nhồi nhét về quảng cáo từ các cuộc họp báo do các chỉ huy dân sự và quân sự Mỹ chủ trì đồng thời phải chịu sự kiểm duyệt và phải tuân thủ chỉ thị của những người chỉ đạo các tổ chức phóng viên thường trú tại chỗ, các nhà báo đã kêu la về thông tin sai lạc và giật dây. Đúng thế. Tuy nhiên, thông tin sai lạc hoặc thông tin bị bọm do một cơ quan truyền thông nào đó công bố thì vấn đề trách nhiệm không phải thuộc về người đưa thông tin sai lạc và bị bọm đó - anh ta có lý do để làm như vậy dù rất đáng chê trách - mà trách nhiệm chính là ở điều nhà báo đã tiếp nhận thông tin trái sự thật hoặc để cho người ta phao tin trái sự thật bởi vì nghề nghiệp của họ (nhà báo) là phải tìm ra và công bố sự thật. Phải chăng căn bệnh AIDS của truyền thông đã kéo theo sự suy giảm miễn dịch ở những tác nhân gây bệnh mà ở đây là những kẻ chuyển thông tin sai lạc.

Trong một thế giới mà mọi thứ đã trở thành truyền thông, thì thông tin cũng chẳng còn gì là chuẩn mực. Xin chú ý, từ truyền thông cũng có tính nước đôi. Ngay từ giữa thế kỷ XX, các nhà lý luận đã nhắc đi nhắc lại rằng phải truyền thông chứ không chỉ thông tin. “Thông điệp truyền thông” được thảo ra là nhằm vào đối tượng nhất định, khác với cái được mệnh danh là “thông điệp thông tin” nhằm vào mọi người mà chẳng đến với ai hết. Các nhà lý luận không nhầm, khi mà họ càng đi sâu vào những điều hiển nhiên: từ khi có báo chí

thì mỗi cơ quan truyền thông đều biết rằng mình tồn tại là để cho công chúng của mình. Theo nghĩa đó thì truyền thông chính là hoạt động của nhà báo. Nhưng giữa truyền thông với thông tin vẫn có sự đối nghịch. Và sự đối nghịch này đã mang một ý nghĩa rất khác, trở nên rất thực tế từ khi “truyền thông” mang một ý nghĩa đặc biệt mới do những người bên ngoài ngành truyền thông đại chúng nghĩ ra và biến nó thành một nghề của mình.

Vai trò của những *nhà truyền thông* mới này - được gọi là *dircom* (giám đốc truyền thông) cùng những nhân viên phụ trách quan hệ đối ngoại của các doanh nghiệp - mặc dù không phải chỉ riêng họ - là phổ biến một “thông tin” có lợi cho các tổ chức cùng các ý đồ mà họ phục vụ, cũng như có lợi cho những kẻ có quyền thế hoặc những kẻ muốn trở thành người có quyền thế, đó là các nhà chính trị, các quan chức cao cấp, các chủ doanh nghiệp, các lãnh tụ công đoàn và hiệp hội... Các phương tiện truyền thông đại chúng không phải là kênh duy nhất được họ sử dụng nhưng là kênh đạt hiệu quả nhất. Mặc dù chúng đã biến đổi nội dung truyền đạt theo cách là không phải bao giờ cũng làm hài lòng người thông báo, song các phương tiện truyền thông đã tạo ra cho những lời truyền đạt một giá trị tăng thêm đáng kể, đó là độ tin cậy.

Những thông tin và chuyện mật giả tạo mà các nhà báo nhận được từ các nhà truyền thông đều quý nhưng cũng nguy hiểm. Những chuyện đó nhiều khi

đúng, thường được đẽ gọt và tô điểm bằng một giọng lưỡi hoặc khôn khéo hoặc không, nhưng đôi khi là hoàn toàn giả dối. Tất nhiên nhà báo có nhiệm vụ phải kiểm tra lại và bổ sung cho đủ. Nhưng đâu phải lúc nào nhà báo cũng có sẵn phương tiện và thời gian. Anh ta sẽ phải đánh giá thông báo bằng cách sử dụng kinh nghiệm và hiểu biết của mình về vấn đề đó với một tinh thần phê phán. Nhưng các hệ tự bảo vệ và miễn dịch của anh ta vẫn đứng trước hai loại thử thách gay go: làm thế nào để xử lý tài liệu quá nhiều, hay là phải thông đồng với nó.

Nói quá nhiều cũng chưa đúng hẳn. Hiện nay các phương tiện truyền thông thuộc các tổ chức nhà nước đã tăng lên rất nhanh. Tuần báo *The Economist*<sup>1</sup> (Nhà kinh tế) của Anh tính rằng, chỉ riêng các doanh nghiệp, chưa kể chính phủ và các cơ quan chính quyền, chi phí “ngoài truyền thông” trên toàn cầu, nghĩa là truyền thông theo nghĩa rộng, ngoại trừ quảng cáo, đã lên đến 1.200 tỷ phrăng Pháp năm 1989, tức quá nửa chi phí cho quảng cáo. Các nhà truyền thông đã sử dụng đồng tiền ngoài mong đợi trên đây như thế nào? Ignacio Ramonet ở báo *Le Monde diplomatique*<sup>2</sup> (Thế giới Ngoại giao) trả lời: “Họ thi hành cách kiểm duyệt

---

<sup>1</sup> Số ra ngày 9-6-1990. Yves Mamou trích dẫn trong cuốn *C'est la fante aux médias!* Paris, Payot, 1991.

<sup>2</sup> Số ra tháng 5-1991.

hiện đại, gọi là “dân chủ”, và sự kiểm duyệt này dựa vào hai cách: hoặc là găm lại theo cách cổ điển, cho là thông tin chẳng có gì, hoặc cho bung ra hết như cách hiện nay của thời đại truyền thông. Thế là nhà báo sẽ bị chìm ngập trong một đồng dữ liệu, hồ sơ, lý thú hay không cũng mặc, anh ta ở vào thế bị động, luôn luôn bận bịu và giống như một miếng mồi nhử, đồng dữ liệu đó đã làm cho anh ta bỏ mất điều chính yếu. Hơn nữa cách này khuyến khích sự lười biếng ở anh ta: anh ta chẳng phải đi tìm thông tin ở đâu, tự nó đã đến.

Còn đồng lõa là việc giữa hai bên với nhau. Không có người thông tin thì chẳng có được mấy thông tin. Nhà truyền thông là một bên và có vị thế hẳn hoi. Anh ta rất cần đến nhà báo, ngược lại nhà báo cũng cần đến anh ta. Thế là hình thành các mối quan hệ. Một khi đã tin nhau rồi, thì thông tin có sai lạc đến mấy cũng chẳng đáng ngại và nhà báo tuy đôi khi và thường là vô ý thức, cũng phải chiều lòng nhà truyền thông và để cho tinh thần phê phán bị giảm sút.

Rốt cuộc, có 2 điều tệ hại - một là, truyền hình trực tiếp, trong đó có sự khách quan giả tạo làm ra vẻ như thông tin đầy đủ, và hai là truyền tin, dùng phương tiện truyền thông hay bằng cách nào đó để truyền đi một thông điệp đúng như điều người đưa ra thông tin mong muốn - cả hai thứ trên đây đều

nhằm tới mục đích chung là loại bỏ nhà báo. Vì vậy phải khôi phục đầy đủ chức năng của nhà báo, người canh giữ sự thật để anh ta cứu vớt thông tin khỏi chết chìm trong dòng hợp lưu giữa ngọn thác hình ảnh của truyền hình và dòng sông truyền thông.

Nói thế nhưng mọi thứ không đến nỗi tồi tệ như người ta tưởng khi quan sát một cách tĩnh tại các phương tiện truyền thông vào thời điểm xảy ra cú sốc giáng vào chúng. Cùng với thời gian, những diễn biến đã xảy ra là tích cực. Tác động tiêu cực của viễn thông và tin học do không được khống chế tốt, vẫn không thể che lấp được sự đóng góp to lớn của các phương tiện kỹ thuật này, trong đó cần phải kể thêm những tiến bộ của ngành in khiến cho thông tin ngày một phổ cập hơn, nhanh chóng hơn, trình bày đẹp hơn, dễ dàng đến với công chúng hơn.

Chúng ta sẽ trở lại khía cạnh này. Đương nhiên các phương tiện kỹ thuật không phải là những nhân tố duy nhất đem lại bộ mặt của báo chí hiện đại. Những biến đổi xã hội và chính trị là những nhân tố khác, còn cơ bản hơn. Chúng đã quyết định hình thức, nội dung và phong cách của các phương tiện truyền thông vào thời kỳ cuối thiên niên kỷ thứ hai này - trong đó, lao động báo chí - đã trải qua những biến đổi chậm chạp trong suốt 100 năm qua, nay cũng không nằm ngoài những tác động của sự thay đổi này.

### **Các nhân tố văn hóa, xã hội và chính trị**

Trong vòng bốn chục năm, từ năm 1950 đến 1990, trong khi dân số nước Pháp chỉ tăng một phần ba thì số sinh viên đã tăng gấp mười. Cũng thời gian đó, số lượng máy thu hình tăng từ mức bình quân 0,25 lên 943 máy cho 1.000 gia đình. Sau gần hai chục năm, truyền hình đã trở thành phương tiện thông tin chủ yếu của công chúng. Tác động của sự phát triển vượt bậc này đến báo viết, và trong chừng mực nào đó đến truyền thanh, dĩ nhiên điều đó thể hiện không chỉ đối với người đọc, người nghe mà còn có những thay đổi sâu sắc về nội dung nhiều hơn cả hình thức, nhằm đáp ứng sự mong đợi của người đọc và người nghe ngày càng hiểu biết hơn và trở thành khán giả của truyền hình.

Số lượng phát hành của báo chí hằng ngày đã giảm dần và trở thành chiều hướng khó thay đổi từ cuối những năm 1960, trong vòng hai mươi hai năm (1968-1990) số lượng báo phát hành giảm từ 13 xuống 10 triệu bản. Các báo địa phương ít bị ảnh hưởng hơn trong cuộc cạnh tranh, vì truyền hình không hoặc chưa được trang bị đầy đủ để có thể phát chi tiết những tin tức địa phương. Họ còn cầm cự được và trong số tám triệu bản phát hành chỉ mất một triệu bản. Nhưng các báo hằng ngày tầm cỡ quốc gia thì cứ mười độc giả đã mất bốn trong cùng thời gian kể

trên<sup>1</sup>. Phân tích dữ liệu tổng quát này cho thấy những sự khác biệt có ý nghĩa.

Công chúng rộng rãi bị cuốn hút vào truyền hình không còn mấy thì giờ hoặc hứng thú để đọc báo nữa. Năm 1960, có bốn tờ báo hằng ngày tầm cỡ quốc gia dành cho loại độc giả này. Đó là các tờ: *France-Soir* (*Nước Pháp buổi chiều*), *Le Parisien Libéré* (*Người Pari giải phóng*), *L'Aurore* (*Rạng đông*), và *Paris Jour* (*Pari ban ngày*). Số phát hành trung bình của những tờ báo này gộp chung lại là 2,7 triệu số. Mười lăm năm sau, tờ *Paris Jour* đình bản còn các đối thủ cạnh tranh cũng chẳng được lợi gì. Họ còn phát hành được 2,2 triệu số cho đến lúc suy sụp hẳn. Tờ *L'Aurore* biến mất. Tờ *Le Parisien* biến thành báo miễn, tuy theo thống kê vẫn được coi như báo hằng ngày tầm cỡ quốc gia và phát hành 500.000 bản. Còn lại có tờ *France - Soir* với số phát hành gần một triệu rưỡi bản lúc còn phồn thịnh, tức đã mất đi 4/5, rồi đến cuối năm 1995 cũng không kèn, không trống mà biến mất.

---

<sup>1</sup> Số lượng phát hành trung bình của toàn bộ các nhật báo cấp toàn quốc đã lên tới 5 triệu bản năm 1968, ở đỉnh cao kể từ giai đoạn thịnh vượng của báo chí những năm 1945 - 1947. Năm 1990, số phát hành là 2.870.000 bản. Số lượng phát hành (số bản bán được) giảm nhanh hơn số lượng in vì tỷ lệ số bản không bán được cao hơn đối với các báo có số lượng phát hành thấp. Số phát hành tụt xuống dưới 2 triệu bản từ đầu những năm 1990.



Trong công chúng ngày càng nhiều người có học thức hơn. Họ không thỏa mãn với tin tức thời sự hời hợt trên báo hình. Họ nghe báo nói, vì thường đầy đủ hơn, với những bài xã luận ở các kênh phát thanh lớn. Họ đọc báo viết và đòi hỏi khắt khe ở báo viết. Nhưng báo hằng ngày lại không tăng theo con đường học vấn của độc giả, mà chỉ cố làm sao cho khỏi giảm đi. Nếu không tính đến thời kỳ khủng hoảng nội bộ của mỗi báo, thể hiện ở chỗ chất lượng báo đi xuống do đó số lượng báo bán ra bị giảm thì trong ba mươi lăm năm (1960-1995), tờ *Le Figaro* chỉ duy trì được số phát hành ở mức trung bình là 400.000 bản. Tờ *Le Monde* lúc đầu chỉ bán dưới 200.000 số nhưng giữa chừng đã vượt đối thủ, từ đó hai tờ bám gót nhau. Trong khi đó xuất hiện trên cùng thị trường hai tờ nhật báo “không chuyên về một chủ đề nào” – đó là tờ *Le Quotidien de Paris* (Nhật báo Pari) ra năm 1974 và tờ *Libération* (Giải phóng) ra năm 1981 (sau khi đã là tờ báo chuyên phản ánh công luận) – tiếp đó là một tờ báo kinh tế ra đời và cạnh tranh với tờ *Les Echos* (Tiếng vang) lúc đầu trên một phạm vi hẹp rồi mở rộng ra, năm 1987 thành tờ *La Tribune*<sup>1</sup> (Diễn đàn). Cộng cả lại, những tờ báo mà người Anh gọi là “báo có chất lượng” phát hành được 620.000 số năm 1960, trong đó kể cả 35.000 số của

---

<sup>1</sup> Báo *Les Echos* có số phát hành 35.000 bản năm 1960, 54.000 bản năm 1975 và 99.000 năm 1994. Tờ *La Tribune* có số phát hành 43.000 bản năm 1990 và 70.000 năm 1994.

tờ *Combat* (*Chiến đấu*) lên 917.000 số năm 1975 và 1.115.000 số năm 1990. Từ đó trở đi số lượng báo phát hành vẫn tăng cao, mặc dù từ năm 1993 không còn tờ *Quotidien de Paris*, và nếu tính cả 75.000 số của tờ *Infomatin*, một tờ báo không thuộc loại nào, ra đời từ năm 1994.

Tuy người Pháp đọc nhật báo tương đối ít và ngày càng ít hơn, nhưng họ lại rất ham mê các tờ báo tuần. Có bốn tờ *tạp chí tin tức* lớn để họ chọn, đó là *L'Événement du jeudi* (*Sự kiện thứ năm*), *L'Express* (*Tin nhanh*), *Le Nouvel Observateur* (*Người quan sát mới*) và *Le Point* (*Vấn đề*) – đây là điều độc nhất, vô nhị trên thế giới. Các sạp báo đầy rẫy những báo chuyên đề. Người ta tưởng thị trường đã bão hòa đối với báo truyền hình rồi, vậy mà trong thập niên 1980 báo truyền hình vẫn tiếp tục phát triển và số phát hành tăng gấp đôi, năm 1991 lên đến 10 triệu số. Đáng kể hơn nữa là báo kinh tế hàng tuần hoặc nửa tháng ra một số cũng phát triển với nhịp độ như vậy, năm 1991 phát hành được hai triệu số.

Sự mất đi những tờ báo ngày phổ biến rộng rãi trước đây là hiện tượng đặc thù ở Pháp, có lẽ do giới lãnh đạo bảo thủ không biết làm cho tờ báo thích ứng với tình hình mới, cũng không giữ được mức giá bán báo hấp dẫn. Tờ *Bild Zeitung* ở Đức và tờ *The Sun* (*Mặt trời*) ở Vương quốc Anh ra bốn triệu số, và có một sự thật là dân Bắc Âu và dân nói tiếng Anh ham đọc báo hơn dân La tinh và dân

nói tiếng Pháp. Trái lại các báo ít nhiều dành cho các giới thượng lưu và báo chí kinh tế có mặt trên toàn bộ bán cầu bắc. Tờ *Wall Street Journal* (Nhật báo phố Wall) khô khan mà cũng phát hành hai triệu số, đây chính là tờ nhật báo đầu tiên ở Mỹ. Ở Anh, từ năm 1961 đến 1991, *những tờ báo có chất lượng* phát hành gấp đôi, lên đến 1,8 triệu số, còn các tờ báo bình thường mất đi 2,3 triệu số. Đứng đầu các nhật báo hiếm hoi giành được lớp độc giả ở lứa tuổi dưới 25 có tờ *The Guardian* (Người bảo vệ) và tờ *The Daily Telegraph* (Điện tín hằng ngày) và thành công của một tờ mới ra đời - tờ *The Independent* (Người Độc lập) đã khẳng định xu hướng này. Ngoài ra, đối với các báo phổ thông bình thường, đã có sự chuyển dịch trong các độc giả từ lớp người bình thường sang các lớp người nghiêm túc hơn. Phân tích các diễn biến trên đây trên tờ *The Sunday Times*<sup>1</sup> (Thời báo Chủ nhật), Brian Mac Arthur kết luận: “Ở thời đại truyền hình, có một đạo lý kích thích các báo: chính chất lượng báo là cái đáng kể”.

Diễn biến trong cơ cấu và tâm lý chính trị không có ý nghĩa quyết định nhiều đối với các biến đổi của các phương tiện truyền thông nếu so với những diễn biến về văn hóa và xã hội đã làm thay đổi ít nhiều cách xử lý thông tin.

Ngay sau Chiến tranh thế giới thứ hai, tài sản

---

<sup>1</sup> Số ra ngày 17-3-1991.

của các tờ nhật báo bị tịch thu vì đã hợp tác với địch, được giao lại cho các tổ chức kháng chiến. Trong không khí sục sôi hồi đó và phần nào đó, để kế tục nền Đệ tam Cộng hòa, mỗi tờ báo đều công khai khuynh hướng của mình với một hoặc nhiều người chuyên viết xã luận nêu lập trường dứt khoát của báo trong các cuộc tranh luận về hiến pháp và chính trị. Công chúng lấy làm ngạc nhiên trước tình hình đó và đã trở lại với báo. Nhưng chiến tranh và tình trạng bị chiếm đóng đã dạy cho các công dân biết rằng họ phải có ý kiến của mình và quyết định cách xử sự của mình bằng cả tâm hồn và ý thức, thường là phải chống lại những ông chủ về tư tưởng mà ý kiến của họ đã được truyền bá rộng rãi trước đây. Họ bác bỏ những điều phán xét đã có sẵn. Song chỉ vài năm sau, phần lớn những tờ báo phản ánh công luận đều biến mất. Những tờ còn sống sót, hoặc giảm bớt cam kết của họ hoặc mất hết độc giả<sup>1</sup>. Chẳng bao lâu người ta thấy

---

<sup>1</sup> Nhật báo của Đảng Xã hội *Le Populaire* phát hành 250.000 bản thời kỳ giải phóng và chỉ phát hành chưa tới 40.000 bản năm 1950. Nó được SFIO duy trì một cách giả tạo cho tới năm 1969, và đến lúc đó nó chỉ bán được trên mười nghìn bản. Tờ *L'Humanité* của Đảng cộng sản là tờ báo duy nhất có thể trông cậy vào đám độc giả có tinh thần đấu tranh, duy trì được lượng phát hành là khoảng 150.000 bản từ năm 1960 đến 1978, và sau đó giảm xuống gần một nửa: 82.000 bản năm 1990. Báo *La Croix*, trở thành tờ *La Croix - L'Événement* vẫn còn bán được gần 100.000 bản, nhưng 41% số độc giả của nó có tuổi đời là trên 65 tuổi (so với 8% của báo *Le Monde*).

những tờ báo địa phương, tuy ngày càng hiếm, cũng đứng hẳn về một phía trong các cuộc vận động bầu cử nhưng hầu như chẳng có ảnh hưởng gì đến lá phiếu bầu của độc giả.

Nhà nước đóng một vai trò ngày càng quan trọng trong đời sống đất nước và đối với Nhà nước Pháp, hơn mọi nhà nước dân chủ khác, vai trò của họ trong đời sống của các phương tiện truyền thông, nhất là truyền hình, cho dù năm 1987, truyền hình đã tư nhân hóa một phần, đã bị hạn chế hơn trước về phạm vi can thiệp. Trong nền Cộng hòa thứ Năm, cơ chế dân chủ đã cho người công dân có thêm quyền lựa chọn. Từ đây, không những họ được cử đại diện vào quốc hội và hội đồng từ địa phương đến khu vực, mà còn trực tiếp giải quyết các vấn đề quan trọng bằng trưng cầu dân ý, và nhiều khi chính họ cũng không biết rằng mình đã có đóng góp vào những quyết định của chính quyền qua các cuộc thăm dò dư luận công chúng. Dân chủ sẽ chỉ là điều tưởng tượng nếu người công dân không được thông tin. Cùng với những nguyên tắc đã được công bố rộng rãi về quyền tự do báo chí, dù cho những người công bố không tôn trọng nguyên tắc ấy, có thêm quyền được thông tin<sup>1</sup>. Ý thức về quyền mới này, có học thức hơn và biết cân nhắc hơn những

---

<sup>1</sup> Quyền được thông tin được đề cập lần đầu tiên năm 1963 trong một tài liệu chính thức: thông báo *Pacem in terris* của Giáo hoàng. Giáo hoàng Jean XXIII phá bỏ học thuyết của những người tiền nhiệm, những người đã coi tự do báo chí là một điều xấu xa.

cái liên quan đến sự mất còn của đất nước, công chúng đòi hỏi các phương tiện truyền thông phải thông tin đầy đủ hơn, đa dạng hơn, công khai hơn về các vấn đề kinh tế, xã hội và cả khoa học kỹ thuật. Không chỉ những thông tin nguyên xi, không thêm bớt, không cắt xén, mà còn phải là những thông tin đã được xử lý, những phân tích công bằng, khách quan của các chuyên gia.

Đồng thời, việc giảm giờ làm đã khuyến khích người dân Pháp tổ chức nghỉ ngơi giải trí và lối sống phù hợp. Họ đòi hỏi ở các phương tiện truyền thông những chỉ dẫn có ích cho mục đích đó. Quan tâm hơn đến sức khỏe, họ thúc giục báo chí phải có chuyên mục y tế, vừa khoa học, vừa tiện lợi. Để thỏa mãn những yêu cầu mới ấy, các báo kêu gọi các nhà báo tham gia nhiều hơn, nâng nghiệp vụ chuyên môn, thêm trang, thêm các mục và phụ trang. Từ nhật báo đầu tiên nắm được những yêu cầu ấy, mở rộng hết cỡ cho độc giả chủ yếu của mình, *Le Monde* đã có bước nhảy lịch sử về phát hành, trong mười lăm năm, từ năm 1955 đến 1970, đã tăng lên gấp ba lần. Năm 1964, tờ *L'Express*, với công thức ban đầu chưa phát triển được mấy sau chiến tranh Angiêri, đã thực hiện một thay đổi căn bản và trở thành tờ tạp chí *Tin tức* hàng đầu nước Pháp. Bất chước hai tờ trên, các báo khác cũng ra đời hoặc tự chuyển đổi. Hai chục năm sau Chiến tranh thế giới thứ hai, báo chí đã phác ra những nét lớn về hình ảnh của mình trước khi bước sang năm 2000.

### **Các phương tiện truyền thông bổ sung**

Đối với khán thính giả, truyền hình đã tự tôn mình là phương tiện truyền thông số một và nó không ngừng củng cố bước tiến của mình. Tỷ lệ người Pháp trên 15 tuổi xem truyền hình trong tất cả các ngày hay hầu như vậy, đã tăng từ 65% năm 1973 lên 73% năm 1988. Cùng thời kỳ đó, con số về nghe phát thanh đã giảm từ 72% xuống 66% và đọc nhật báo giảm từ 55% xuống 43%<sup>1</sup>, và khoảng cách đó cứ rộng thêm ra. Tuy nhiên, thông tin nói và viết vẫn cần thiết vì truyền thanh và báo chí có vai trò của nó trong việc bổ sung, do vậy mà nó vẫn hoạt động và tự hoàn thiện từ khi đối thủ của nó đã xác lập được chỗ đứng cho mình từ thập kỷ 1950.

Muốn thông báo tin tức, không thể bỏ qua phát thanh. Quả vậy, Hãng CNN đã đưa truyền hình làm công việc này và đã tìm cách cạnh tranh trên toàn thế giới nhưng không bao giờ có thể làm được cái việc vừa xem tivi vừa lái ô tô hay đi vệ sinh, còn báo phát đi trên truyền hình buổi sáng có thính giả nhiều hơn là khán giả.

Với khả năng đạo diễn thông tin bằng hình ảnh, truyền hình là phương tiện độc nhất vô nhị có khả năng buộc công chúng phải chú ý vào các sự kiện quan trọng. Nhưng nó có tính quá chọn lọc và

---

<sup>1</sup> Số liệu trích dẫn của Olivier Donnat và Denis Cogneau, trong cuốn *Les pratiques culturelles des Français (1973-1989)* Paris, La Découverte – La Documentation Française, 1990.

không có khả năng phân tích. Số lượng các chủ đề mà truyền hình bàn tới trong vòng nửa giờ bắt buộc nó phải có sự lựa chọn ngặt nghèo và theo một tiêu chuẩn gắn liền với phương tiện của nó hơn là với tin tức: sẵn có các "hình ảnh tốt" vào giờ phát bản tin ngày. Do vậy, truyền hình chỉ lướt qua và sơ đồ hóa (minh họa bằng hình ảnh) tin thời sự. Nếu chép lại tất cả cái gì đưa tin trong một bản tin truyền hình thì nội dung cũng chỉ gói gọn trong nửa trang nhật báo. Các nhà báo cho dù tài năng đến đâu thì họ vẫn phải để cho khán giả thèm khát muốn đánh giá và tìm hiểu cái gì đang diễn ra trên thế giới.

Thông tin thì không tự hạn chế mình trong các phương tiện nghe - nhìn, trên báo chí. Đã có phát thanh, các bản tin bình luận; đã có truyền hình, các buổi tranh luận, các buổi phỏng vấn, các phóng sự chuyên sâu trên truyền hình. Loại bản tin này đang phát triển ở Pháp cả về số lượng lẫn chất lượng. Thành công của kênh Info (LCI) chắc chắn nhờ vào các bình luận viên, các nhà làm phỏng vấn cũng như các nhà báo - những người cứ nửa giờ lại cập nhật các tin, bài của mình. Nhưng chỉ có báo viết mới có thời gian cần thiết để lùi lại và bổ sung các tin phức tạp, cũng như có đủ chỗ cần thiết trên mặt báo để giải thích và làm rõ sự việc một cách cụ thể. Báo viết còn tạo thuận lợi cho công chúng, không bị buộc phải đọc vào thời điểm nhất định nào: muốn biết điều gì đều có thể đọc trên nhật báo hay tuần



báo, còn bản tin phát thanh và truyền hình thì lại không như thế được, không thể lật trang, cũng không thể mở ra tùy ý, kể cả máy ghi âm và máy ghi hình từ các máy thu thanh và thu hình cũng như vậy.

Dần dần đã hình thành một sự cân bằng nào đó. Công chúng biết rõ cái mình có thể chờ đợi ở từng phương tiện truyền thông. Những người quản lý các phương tiện truyền thông và các nhà báo cũng chỉ nhảy vào lãnh địa của người hàng xóm một cách rất hãn hữu mà thôi, và đã đến lúc các nhật báo phải từ bỏ các số phát hành đặc biệt đã làm tăng gấp đôi số lượng in. Thay vì chạy sau tin sốt dẻo chưa báo nào có (*scoop*), nó hầu như luôn luôn bị lộ trước khi được công bố, các báo đang cố gắng “tạo ra sự kiện” bằng các cuộc điều tra chủ động của mình.

Trong số 10 người Pháp trên 15 tuổi thì có đến 9 người xem truyền hình, 8 người nghe phát thanh mỗi tuần ít ra 1-2 lần; nếu tính trong số người hài lòng với phim, với các bản tin có nhiều chủ đề khác nhau và nhạc, thì cứ 10 người Pháp có 7 người theo sát thời sự. Còn hai người dừng lại ở đó. Có 5 người muốn hiểu biết thêm và đọc một tờ nhật báo nhiều lần trong mỗi tuần. Các con số thống kê năm 1988<sup>1</sup> hầu như đã ổn định, ngoại trừ con số liên quan đến chuyện giảm lượt người nghe phát thanh, hiện tượng

---

<sup>1</sup> Sách đã dẫn.

này mới xảy ra gần đây. Về báo viết, tỷ lệ độc giả, có lẽ không thay đổi nhiều, song có sự dịch chuyển từ nhật báo sang tuần báo.

Bài học lớn của cuộc khủng hoảng những năm 1990 - 1991 là các phương tiện truyền thông phải tự trưởng thành, từng phương tiện có cách riêng của mình để đạt những tiến bộ trong yêu cầu thông tin phải đúng đắn và phân tích phải khách quan, vô tư. Người ta đòi hỏi nhà báo một công việc giống như công việc của người viết sử. Điều đó muốn nói với nhà báo tầm quan trọng của trình độ văn hóa, sự hiểu biết thời sự, đầu óc phê phán cũng như sự sử dụng khéo léo tất cả các phương tiện thông tin mà mình có để tự mình nắm bắt càng đầy đủ càng tốt tình hình xã hội “để thông tin có hiệu quả nhất, để chen sự kiện thông tin vào mạng lưới chung, đồng thời tạo ra cho nó ý nghĩa và tầm quan trọng”<sup>1</sup>.

Khi viết về nhà bình luận chính trị Raymond Barillon<sup>2</sup> (đã qua đời), André Laurens, hồi đó là chủ bút tờ *Le Monde*, đã nêu ra cái theo ông gọi là đức hạnh của người gây dựng nghề báo: “Thông tin chính xác, tôn trọng sự việc, văn bản và con số, diễn đạt rõ ràng, trong sáng, hành động nhanh chóng, sẵn sàng hoàn toàn cho việc hành nghề”. Có một vài

---

<sup>1</sup> Raymond Aron: *Mémoires*, Paris, Julliard, 1983.

<sup>2</sup> *Le Monde*, số ra ngày 9-7-1983.

phẩm chất thiết yếu tạo nên các đức hạnh kể trên và làm cho các nhà báo tự ép mình vào các yêu cầu nghề nghiệp, trước hết, đó là yếu tố văn hóa và tính chặt chẽ, sau đó là yêu cầu làm chủ cái mà người ta gọi là các kỹ thuật thông tin, đòi hỏi nghiệp vụ chuyên sâu ngày càng tăng.

## CHƯƠNG II

# NHÀ BÁO TRONG DOANH NGHIỆP BÁO CHÍ

Theo từ điển *Le Petit Larousse*, “nghề làm báo là nghề của những ai viết cho các báo, tham gia biên tập một tờ báo nói hay báo hình”. Định nghĩa này chưa thỏa đáng. Trước hết vì người ta cũng có thể làm nghề này trong cơ quan thông tấn. Sau nữa là các chính khách, các giáo sư, nhà văn, chuyên gia, những người ít nhiều có viết cho các báo nhưng lại không phải là nhà báo. Nghề làm báo nói cho đúng hơn là nghề của những ai được trả lương hay trả nhuận bút để làm chức năng *thông tin*, tức là tìm tòi hay chuyển tải tin tức cho một ấn phẩm định kỳ, một phương tiện nghe - nhìn hay cho một cơ quan thông tấn. Chức năng này có thể là người biên tập, nhà quản lý hay kỹ thuật viên, buộc nhà báo phải đi lại hoặc ngồi trong văn phòng, thậm chí trong nhà xưởng. Tập hợp các nhà báo của một phương tiện truyền thông, bộ phận lo nội dung của

một tờ báo, được gọi là tòa soạn, bộ phận chủ yếu và phức tạp nhất của nghề này.

### **I. Các bộ phận của một doanh nghiệp báo chí**

Một tờ báo là một doanh nghiệp có chức năng biến sự kiện thành tin tức. Ngoài các nhà báo ra, tờ báo còn sử dụng một số lớn người làm công ăn lương hình thành 4 phần việc: hành chính, quảng cáo, sản xuất, tư liệu.

**Bộ phận hành chính** lo công việc quản lý, các vấn đề thương mại và tài chính, giao báo cho người đặt mua và cho các quầy báo cũng như thúc đẩy việc bán báo.

**Bộ phận quảng cáo** sử dụng rất ít người, ít ra là ở Pháp, vì việc bán “đất” trên trang báo, tức là tìm kiếm các quảng cáo, thường được giao cho một nhóm chuyên trách hay đơn vị kinh doanh quảng cáo. Trong trường hợp này, các nhân viên quảng cáo trong một doanh nghiệp báo chí, nếu có, sẽ giữ vai trò chủ yếu là lo thực hiện tốt các yêu cầu của người quảng cáo. Họ giữ mối liên hệ giữa công ty quảng cáo với các bộ phận biên tập và kỹ thuật của báo.

**Bộ phận sản xuất** gồm xưởng sắp chữ và in. Bộ phận này ngày càng có xu hướng nằm bên ngoài doanh nghiệp báo chí. Trong trường hợp đó, bộ phận kỹ thuật của báo là đơn vị nhỏ chịu trách nhiệm giữ mối quan hệ với các bộ phận kể trên. Bộ phận mỹ thuật, chịu trách nhiệm làm makét cho các ấn phẩm, là cầu nối giữa bộ phận kỹ thuật và tòa soạn.

**Bộ phận tư liệu** không hề miễn cho các nhà báo

trách nhiệm cập nhật hóa các hồ sơ riêng của mình. Nhưng bộ phận tư liệu lại rất cần thiết cho bất cứ ai viết bài phân tích, thậm chí còn để xác minh một chi tiết về một sự kiện được nêu trong vài dòng chữ. Bằng chính phương tiện của mình hay dựa vào một cơ quan tư liệu bên ngoài hoặc một ngân hàng các dữ kiện, bộ phận tư liệu phải có khả năng cung cấp nhanh chóng một hồ sơ cập nhật về bất kỳ chủ đề nào cũng như cung cấp một chỉ dẫn đúng lúc, một con số, ngày tháng. Không thể có tờ báo hay nào mà không có công tác tư liệu hiệu quả, và từ nay, đã được tin học hóa.

Tất nhiên là ông giám đốc<sup>1</sup> bao quát toàn bộ các bộ phận. Tùy theo cách sắp xếp của mình, ông ta làm việc chủ yếu ở tòa soạn hay ở bộ phận hành chính và ít nhiều trút công việc cho người quản trị hay cho tổng biên tập.

## **II. Tòa soạn**

Tòa soạn của một tờ báo hằng ngày có nhiệm vụ cung cấp kịp thời cho xưởng in, đối với từng lần xuất bản, khối lượng bản thảo, đầu đề, các mục tranh ảnh minh họa và các chú thích cần thiết để làm ra tờ báo, tất cả được kèm theo makét từng trang và chỉ dẫn cách in phù hợp. Các nhà báo, phóng viên ảnh, họa sĩ, đều góp phần vào công việc này, công việc mà tính định kỳ được quy định một cách chặt chẽ. Tổ chức của một tòa soạn ở từng tờ báo cũng rất khác nhau, tùy thuộc vào tính chất tờ

---

<sup>1</sup> Ở nước ta, các tổng biên tập báo làm công việc này (B.T).

báo, công chúng của báo, số lượng phát hành, các phương tiện, nhất là nhân sự, và điều mà người ta gọi là văn hóa doanh nghiệp của tờ báo. Sự mô tả này không hoàn toàn đúng với mọi cơ quan báo chí mà chỉ cho thấy hệ thống vận hành của một tờ nhật báo tầm cỡ quốc gia viết về “các chủ đề chung”. Với sự thay đổi thích hợp, cơ cấu tòa soạn của các phương tiện truyền thông khác đều xuất phát trực tiếp từ hình thức được mô tả này.

Trước đây, người ta đã xếp các nhà báo thành hai nhóm lớn: những người nay đây mai đó và những người tĩnh tại, các phóng viên và các thư ký tòa soạn, nhưng giờ đây người ta xác định các thuật ngữ này một cách chính xác hơn. Những đảo lộn kỹ thuật là nguyên nhân đầu tiên dẫn đến việc tổ chức lại, từ đó người ta tách biệt 3 chức năng, tương ứng với 3 giai đoạn thực hiện một tờ báo, và người thực hiện là các phóng viên, biên tập viên và thư ký tòa soạn.

**Các phóng viên** được công chúng biết đến nhiều nhất, người ta bắt gặp họ ở khắp mọi nơi. Họ di chuyển liên tục để chứng kiến sự kiện hay để điều tra. Họ đi săn tin.

**Các biên tập viên** về nguyên tắc là ngồi một chỗ xử lý các bản thảo, nhưng có nhiều người, nhiều khi cũng tham gia việc săn tin. Nhiệm vụ của họ là hoàn chỉnh và giải thích các tin tức. Họ soạn thảo các bài báo trên cơ sở các tin điện, các thông cáo, các yếu tố do người đưa tin cung cấp và các hồ sơ tư

liệu. Họ sửa các bài viết của phóng viên. Họ lựa chọn tranh ảnh minh họa, chuẩn bị tít, tít phụ và chú giải, góp phần vào việc hình thành nội dung của tờ báo, cũng như viết tóm lược, kê “*thực đơn*” của báo căn cứ theo những thông tin nhận được và vị trí của chúng trên các trang.

**Các thành viên của ban thư ký tòa soạn** được sự giúp đỡ của người hiệu đính, chỉ can thiệp về mặt hình thức. Cũng là các nhà báo, họ có thể lưu ý các biên tập viên điều họ thấy là sai, hay đáng ngờ về nội dung, còn trách nhiệm chính của họ tập trung vào makét, hiệu đính ngôn ngữ và sửa bản in, sửa đổi những bài có độ dài không phù hợp với vị trí dành cho chúng trên tờ báo. Họ thường xuyên liên hệ với xưởng in và làm những phần việc ngày càng nhiều hơn của Ban thư ký tòa soạn, đồng thời phát triển các hệ thống mạng cũng như ứng dụng những thành tựu của tin học.

**Các phóng viên ảnh** ngày một hiếm hoi hơn trong các tờ báo. Bộ phận ảnh luôn cập nhật tư liệu và đảm nhận việc liên hệ với các hãng thông tấn, các nhà nhiếp ảnh tự do, các nhà họa đồ, các họa sĩ.

Dưới quyền của tổng biên tập có các phó tổng biên tập, thư ký tòa soạn giúp việc (chia sẻ với tổng biên tập các nhiệm vụ thiết kế, tổ chức, điều phối), các phóng viên và biên tập viên được phân chia phụ trách nhiều chuyên mục theo lệ thường. Các mục chính thường được xếp ở trang nhất và còn có các



trang chính trị, trang quốc tế, trang kinh tế - xã hội, văn hóa và thể thao. Thông thường, mỗi trường phòng chỉ đạo một phòng biên tập và một nhóm phóng viên<sup>1</sup>, nhưng có thể có một nhóm làm phóng sự cho nhiều phòng biên tập, do đó hoạt động được linh hoạt hơn, nhất là đối với các tờ báo nhỏ. Trong tất cả các trường hợp, nếu như các biên tập viên thường chuyên trách một mục thì ngày càng có những phóng viên đa năng có thể tách từ phòng này sang phòng kia khi cần thiết.

**Trang nhất** là phần trung tâm của tờ báo, thường do một phó tổng biên tập chỉ đạo. Có riêng một phòng biên tập phụ trách trang này với nhiều phóng viên có kinh nghiệm. Ở đây tập trung các tin quan trọng nhất, bất kể chủ đề gì, do ban biên tập chọn để công bố hoặc thông báo.

**Trang chính trị** (hiểu ngầm là thông tin chính sách đối nội), do một phòng biên tập và các phóng viên đảm nhiệm: những người chuyên theo dõi về hoạt động của quốc hội, chính phủ hoặc được phân công bám sát hoạt động của các bộ, ngành, các tổ chức chính trị - xã hội, các chính đảng và các cơ quan nhà nước khác. Các nhà bình luận thời sự hay người viết xã luận cũng ở bộ phận này. Đây là một bộ phận nhạy cảm, luôn được tổng biên tập để mắt đến.

**Trang kinh tế** ở nhiều báo vốn do một bộ phận thuộc phòng biên tập chính sách đối nội phụ trách.

---

<sup>1</sup> Ở nước ta có thể có các tờ báo lập phòng phóng viên riêng (B.T).

Không kể các báo phổ thông, trang này được mở rộng do yêu cầu ngày càng tăng của công chúng muốn hiểu biết hơn các sự kiện kinh tế vĩ mô và hoạt động của giới kinh doanh. Đây là lĩnh vực của các chuyên gia, cả biên tập viên lẫn phóng viên hay nhà bình luận thời sự đều có nhiều mối quan hệ với các cơ quan, đơn vị kinh tế.

**Trang quốc tế** do một phòng gồm các biên tập viên ít nhiều chuyên trách theo dõi các vùng địa lý trên thế giới phụ trách, mà nguyên liệu thông tin của họ gồm các tin thông tấn và các nguồn tư liệu. Phòng này còn chỉ đạo công việc của các thông tin viên ở các tờ báo (mà số lượng ngày càng hiếm) có mạng lưới quốc tế và đặc phái viên. Công việc của phòng này chủ yếu là xử lý các tin ngoại giao và chính sách đối ngoại, nhưng cũng còn xử lý các thông tin kinh tế - xã hội, văn hóa liên quan đến nước ngoài.

**Trang xã hội** do một phòng tương đối mới ở nhiều tờ báo phụ trách, ít ra với tên gọi này và phạm vi hoạt động của nó. Đây là sự mở rộng của *phòng thông tin chung*, vốn chỉ đưa những thông tin về sự việc muôn mặt đời thường. Phạm vi của nó đã được mở rộng tới các vụ kiện tụng mà trước đây là lãnh địa của những người viết thời luận muốn đứng biệt lập, hoặc sinh hoạt nghiệp đoàn, trước đây được xếp cùng với chính sách đối nội, các cuộc điều tra lớn nhỏ về đời sống của con người, về môi trường sinh thái, vui chơi giải trí. Gắn bó với phòng biên tập chuyên đề này có rất nhiều phóng viên.

**Trang văn hóa** vẫn là pháo đài của những người viết thời luận chuyên về điện ảnh, sân khấu, nghệ thuật tạo hình, hoạt động xuất bản, âm nhạc, giáo dục (loại trừ một số vấn đề thuộc mục xã hội), khoa học, y học, thậm chí ẩm thực. Không có nhiều “đất” dành cho các thông tin từ các nguồn bên ngoài và người phụ trách phòng này không thể thông thạo mọi chuyện, mà trước hết phải là một trọng tài biết phân bổ vị trí trong trang.

**Trang thể thao** do một phòng độc lập phụ trách. Phạm vi của nó hiếm khi chồng chéo với lĩnh vực khác. Đặc biệt các nhà báo thuộc phòng này luân phiên làm biên tập viên và phóng viên trên cơ sở xử lý các tin thông tấn hoặc tự đi săn tin. Họ ít khi lệ thuộc vào bộ phận tư liệu mà thường là lưu trữ tư liệu riêng của mình. Trang thể thao cũng không quá trông cậy vào các thông tin viên được coi là đa năng nhưng nói chung là không thông thạo lắm.

**Trang chuyên đề** cũng chủ yếu do một phòng đảm nhiệm. Một số trang chuyên đề như trang truyền hình, có thể được bổ sung bằng tin dài phát thanh (bị coi là người bà con nghèo). Đây là những mục thực sự độc lập của nhiều tờ báo ra định kỳ. Còn một số nội dung khác chủ yếu có chức năng hỗ trợ quảng cáo: thời trang, ô tô, nhà đất... Một vài tờ báo khác phân biệt rõ rệt giữa bộ phận biên tập với bộ phận lo phóng sự quảng cáo.

*Trang xã luận* có thể do một phòng đảm nhiệm. Nhưng thường không phải như vậy. Một số bài xã luận được giao cho các nhà báo chuyên viết xã luận, còn thông thường do giám đốc, tổng biên tập hay chuyên gia về vấn đề đó viết.

*Thông tin viên* - những người đa năng, không phụ thuộc vào một phòng nào của tòa soạn, trừ mặt hành chính. Họ gửi bài cho phòng này hay phòng kia tùy theo tính chất của thông tin hay của đề tài. Có một số người hưởng lương, một số người khác thì hưởng nhuận bút theo bài. Vai trò của họ là tìm kiếm và chuyển về các yếu tố thông tin và giải thích những điều mà độc giả nhật báo đặc biệt quan tâm nhưng chưa được các hãng thông tấn xử lý, hoặc giúp tờ báo làm rõ hơn mối liên hệ giữa các sự kiện thông tin mang sắc thái riêng của người đưa tin. Vì vậy, các tờ báo chủ yếu ở Paris thường duy trì các thông tin viên ở một số thủ đô nước ngoài và một số người trong số họ được đặt ở đô thị trung tâm của các vùng.

### III. Các nhật báo vùng

Những điều nói trên về đại thể liên quan đến việc tổ chức một tờ nhật báo tầm cỡ quốc gia như ở Pháp, đó là tờ nhật báo Paris mà ở Carcassonne cũng như ở Valenciennes cũng có người đọc. Cấu trúc của một tờ nhật báo vùng lại khác bởi nó không giống về chức năng. Theo phân định, nhật báo vùng là dành cho dân chúng của một vùng nhất

định, những điều mà độc giả trong vùng chờ đợi từ tờ báo này là những tin tức chi tiết của khu vực, địa phương mình<sup>1</sup>. Các tin tức này chiếm một diện tích “đất” quan trọng trong từng số báo. Diện thông tin này chiếm hơn 90% khối lượng chữ sắp hàng ngày trên các tờ báo vùng.

Kết quả là các phòng biên tập thông tin khu vực và địa phương trở nên nhiều nhất, sử dụng người cũng đông nhất, ngược lại các phòng biên tập thông tin chung giảm xuống khá rõ. Trong nhiều trường hợp, chỉ còn hai, đó là phòng biên tập tin thể thao và phòng biên tập thông tin chung<sup>2</sup> bao quát tất cả tin tức trong nước và ngoài nước, không kể tin tức thể thao. Thông tin vùng được xử lý bởi một phòng biên tập tin khu vực, họ chuẩn bị kỹ các trang tin khu vực chung cho nhiều lần in và họ có trách nhiệm giám sát thông tin khu vực, địa phương. Một số văn phòng đại diện tờ báo tại các khu vực địa phương, tỉnh lẻ có phòng biên tập riêng, tùy theo mức độ tin học hóa trong vùng, còn hầu như chỉ xử lý bản thảo và chọn ảnh rồi gửi tất cả số makét sơ bộ cho phòng biên tập khu vực hoặc làm makét và liên hệ trực tiếp với xưởng in. Chúng có thể chỉ đạo hoạt động của các văn phòng đại diện tại các khu dân cư chính, các cộng tác viên hoặc các thông tin viên của báo trong vùng.

---

<sup>1</sup> *Ouest - France (Miền Tây nước Pháp)* là tờ nhật báo số một của Pháp, phát hành gần 800.000 bản.

<sup>2</sup> Một số báo gọi là phòng thông tin tổng hợp, không lẫn lộn với cái người ta gọi là tin tức chung chung ở Paris, tức là những thông tin muôn mặt đời thường.

#### IV. Tuần báo

Tổ chức một tờ tuần báo về đại thể không khác nhiều so với tổ chức một tờ nhật báo nhưng thường đơn giản hơn xét về mặt biên tập. Thời gian dài hơn dành cho việc thiết kế và tính chuyên đề ít nhiều sâu hơn, cho phép giảm được về số lượng các bộ phận và chỉ có một bộ phận biên tập duy nhất, chịu trách nhiệm đảm bảo sự thống nhất cao hơn về phong cách và văn phong so với một tờ nhật báo, đồng thời việc kiểm soát nội dung và hình thức cũng được thực hiện chặt chẽ hơn. Ở đây có sự đóng góp của *những người biên tập lại*, nhất là trong các tạp chí với nhiệm vụ biên tập lại bản thảo của phóng viên, và của cộng tác viên theo văn phong của nhà xuất bản.

Các tuần báo thường tự do hơn các tờ nhật báo trong lựa chọn tin. Trừ trường hợp ngoại lệ, độc giả không chờ đợi bức tranh toàn cảnh đầy đủ các sự kiện trong tuần mà là các bài bổ sung và lời giải thích về các tin tức đáng ghi nhớ. Cũng cần phải lưu ý đối với các báo tuần là tầm quan trọng hàng đầu của minh họa, nó quyết định đến cả việc chọn chủ đề. Trừ khi đó là tài liệu đặc biệt, nếu không thì một bài báo không kèm ảnh minh họa dễ bị loại bỏ không thương tiếc, trong khi có một thông tin rất thú yếu nhưng lại được đưa nổi lên nếu tranh, ảnh minh họa của nó gây được sự chú ý đặc biệt.

## CHƯƠNG III

# TỪ SỰ KIỆN ĐẾN TIN TỨC

### I. Chu trình thông tin

Như chúng ta đã thấy, hoạt động của nhà báo là biến các sự kiện có khi là những thông tin đơn giản - thành tin tức thông qua việc *công bố* nó. Công việc này được chia thành ba giai đoạn: tìm kiếm, lựa chọn và thể hiện. Toàn bộ công việc được thực hiện theo các chu trình ít nhiều phức tạp. Chu trình đơn giản nhất liên quan đến một sự kiện được dự kiến khá lý thú và khá gần về địa lý để có thể cử một phóng viên của báo đến; điều này giả định rằng vấn đề lựa chọn đã được giải quyết rồi. Trong trường hợp đó, phóng viên chứng kiến sự kiện và phản ánh nó, phỏng biên tập và ban thư ký tòa soạn xử lý thành bài báo, điều còn lại chỉ là in và phát hành tờ báo. Nhưng nói chung là chu trình thông tin cần có rất nhiều các bước trung gian.

Nếu có một trận động đất xảy ra ở Thổ Nhĩ Kỳ thì ít khi có một nhà báo Pháp, thậm chí một nhà báo Thổ Nhĩ

Kỳ được chứng kiến. Trước khi tin này được biết đến ở Paris thì trước đó nó đã đến Ankara hay Istanbul. Chắc chắn nội dung thông tin đó phải trải qua một chu trình chính thức: nhà chức trách cơ sở báo cáo cho nhà chức trách vùng và nhà chức trách vùng thông báo tin này tới cơ quan Bộ phụ trách vấn đề này. Ở thủ đô hay thủ phủ vùng, phóng viên của một hãng thông tấn quốc tế sẽ biết tin do những cộng tác viên của họ có mối liên hệ gần gũi với chính quyền cung cấp hoặc họ đọc trên báo hay nghe đài truyền thanh địa phương.

Cỗ máy đã khởi động và sự kiện được truyền tải rất nhanh. Phóng viên gửi một tin nhanh đầu tiên về trụ sở của hãng ở London, Mátxcova, New York hay Paris. Lúc này, sự kiện đã trở thành tin tức, nó được phép đi tắt, vượt lên trước các *tin đang sắp hàng chờ* trong máy tính điều hành chuẩn bị cho các bản tin phát ra. *Tin nhanh* từ Ankara lập tức được truyền lại trên mạng toàn thế giới, tới tất cả địa chỉ đặt mua tin và thế là họ nhận được qua telerép, máy điện toán hoặc qua Internet. Nhiều đài phát thanh ngừng bản tin đang phát để thông báo trận động đất này, những đài khác thông báo muộn hơn chút ít trong bản tin sau. Với các tờ nhật báo, người ta có thể thay đổi “thực đơn” và một biên tập viên phụ trách việc chuẩn bị bài; nếu như báo đã lên khuôn người ta chèn vào một *tin giờ chót*: một hàng tít đậm kèm theo vài dòng thay chỗ một bài báo, một phần bài báo hay một minh họa ít quan trọng. Các đài truyền hình thì đưa chủ đề này vào chương trình của bản tin, tìm các ảnh lưu trữ để minh họa và tin rằng một hãng thông tấn nào đó sẽ gửi cho mình một phóng sự, nếu không họ sẽ phái một nhóm đến Thổ Nhĩ Kỳ.



Ở đầu chu trình luôn luôn có mặt một phóng viên. Dù là thông tin viên của một hãng hay làm việc cho một cơ quan truyền thông nào đó thì cũng chính người này đi tìm kiếm thông tin. Sau đó bộ phận biên tập và ban thư ký tòa soạn lo thể hiện, xử lý thành bài báo. Hai công việc này được bàn đến ở Phần II và Phần III cuốn sách. Còn việc lựa chọn thuộc phạm sự của tất cả các nhà báo ở từng khâu trong chu trình thông tin.

## II. Chọn tin

Một sự kiện là một sự việc nào đó diễn ra hay do người ta chuẩn bị. Từ việc phát động một cuộc chiến cho đến chuyện sinh nở bình thường, từ cơn bão tai ác cho đến chuyện đi lại hằng ngày của một ông quận trưởng, có đến hàng triệu sự việc như thế diễn ra trong một khoảng thời gian ngắn. Tất nhiên, không một tờ báo nào có thể kể hết được mọi điều diễn ra trên thế giới, ngay cả những điều họ biết được nhờ các phương tiện của bản báo. Do đó, việc đầu tiên của nhà báo, ở bất kỳ thời điểm nào trong chu trình thông tin, là chọn sự kiện để đưa tin. Đây là điều rất chính yếu, người ta đã từng có bằng chứng *ngược lại* trong thảm họa truyền thông năm 1991: để tự do truyền trực tiếp, các kênh truyền hình đã bỏ qua việc lựa chọn thông tin một cách chín chắn. Từng nhà báo, dù cho chức năng phạm sự của họ là gì, thì hằng ngày cũng phải

nhiều lần, mấy chục lần làm công việc quyết định, lựa chọn. Vô số sự lựa chọn kết hợp với nhau, dần dần làm sáng tỏ nội dung tóm lược của tờ báo trong cả đồng sự kiện rườm rà, lộn xộn trong ngày.

*Phóng viên, thông tin viên* của tờ báo hay một hãng thông tấn là chiếc ăng-ten tiền tiêu của báo chí ở một khu vực hay một địa phương. Họ là người đầu tiên lựa chọn, quyết định cái gì đáng được biết đến bên ngoài cộng đồng nhỏ dân chúng sở tại, nơi họ là tai mắt của phần thế giới còn lại. Trách nhiệm của họ rất lớn. Nếu họ bỏ qua một sự kiện mà sau đó gây ảnh hưởng nghiêm trọng thì không ai ở ngoài cuộc có thể biện hộ cho thiếu sót đó. Ngược lại, nếu vì sợ để lọt sự kiện mà họ truyền đi tất cả tin tức biết được, họ sẽ bị trách cứ là làm bẽ bộn phòng làm việc của tòa soạn với đồng giấy tờ vô dụng, làm mất thời gian của đồng nghiệp, phí tiền để truyền tin về, tóm lại là không làm trọn công việc của nhà báo.

*Phóng viên (hay ký giả)* có mặt ở nơi diễn ra sự kiện không có quyền lựa chọn cuối cùng, kể cả về nguyên tắc công bố tin. Sự hiện diện của họ chứng tỏ là đã có lựa chọn rồi, nhưng về từng chi tiết, họ phải xem xét cẩn thận và một loạt các quyết định của họ hầu như phải theo bản năng vì họ bị lôi cuốn bởi sự sống động, khẩn trương của các sự kiện đang diễn ra trước mắt, nên họ có rất ít thời gian để suy nghĩ đắn đo.

*Biên tập viên của phòng biên tập* kết hợp với *thư ký tòa soạn* là cấp lựa chọn cuối cùng. Trước khi xử lý một khối lượng thông tin để trở thành tin tức trong ngày, họ còn phải lược bỏ vô số tình tiết. Sự lựa chọn đôi khi thật

đau lòng vì họ biết phía sau mình không có cách nào tốt hơn và chính họ phải có trách nhiệm trước quyết định cho công chúng biết hay không biết một yếu tố thông tin nào đó. Dù sao sự lựa chọn cũng phải rất chặt chẽ vì nếu như thông tin viên hay phóng viên có quyền gửi về nhiều chi tiết, sự kiện thông tin, cụ thể người thông tin viên có thể chuyển về một tin dài gấp 10 lần về số chữ, khi họ cho là cần, người phóng viên bình thường có thể viết 10 dòng hay đầy một trang bản thảo nhưng phòng biên tập thì phải tính đến từng dòng do bị hạn chế về số chữ trên trang báo.

Vậy nên phải nhấn mạnh khâu lựa chọn này - một khâu thường bị xem nhẹ trong hoạt động báo chí bởi vì nó không được thể hiện bằng việc làm cụ thể, nhưng nó lại là khâu đầu tiên và mang tính quyết định trong cơ chế thông tin. Trong các trường hợp “cực đoan” thì sự lựa chọn lại rất dễ dàng. Không cần phải là nhà báo mới biết được rằng một vụ hỏa hoạn đã làm chết hàng chục người hay việc ký kết một hiệp ước liên minh hay bỏ phiếu cho kế hoạch thu chi ngân sách nhà nước là những sự kiện cần công bố. Người kém năng lực nhất trong số các phóng viên cũng không điện báo các chi tiết về con chó của mình sắp chết. Song đối với phần lớn các sự kiện hằng ngày xảy ra mà các nhà báo biết được, việc chọn tin lại không diễn ra một cách hiển nhiên như thế. Chọn tin là việc quan trọng không để phó mặc cho sở thích và tính khí của người biên tập. Nó

luôn luôn được sàng lọc nhiều lần, căn cứ theo các tiêu chí cụ thể, tiêu chí này thì mang tính phổ biến còn tiêu chí kia lại có tính đặc thù đối với từng phương tiện truyền thông.

### III. Ba tiêu chí lựa chọn

Các tiêu chí phổ biến đều gắn liền với bản thân sự kiện: đó là tính thời sự nóng hổi và ý nghĩa của nó. Các tiêu chí riêng với từng doanh nghiệp báo chí, nếu không nói đến hệ tư tưởng của phương tiện truyền thông, là gắn liền với công chúng, với khách hàng của doanh nghiệp đó. Các tiêu chí này được quy về một mục tiêu: lợi ích.

#### 1. Tính thời sự nóng hổi

Theo định nghĩa, tin tức là cái gì đó mới và rõ ràng đối với công chúng. Khi mở tờ báo, mở đài hay máy thu hình để biết tin tức, công chúng chờ đợi lời giải đáp cho một câu hỏi chung “*Có gì mới không đây?*”.

Báo chí hiện đại đi tìm tin thời sự nóng hổi phải chịu sự mệt nhọc đến bở hơi tai – nói như vậy có phần cường điệu – theo ý nghĩa là phải đi tìm *scoop* nghĩa là tin sốt dẻo để chuyển về toà soạn, dù chỉ nhanh hơn các báo khác mấy phút và đây lại là một việc làm rất thường khi gây hại tới chiều sâu của thông tin. Và nếu như cuộc chạy đua tốc độ thường xuyên này là một chất kích thích tốt đối với

các nhà báo thì công chúng lại tỏ ra khá thờ ơ. Dù sao thì đó cũng là quy luật của báo chí hiện đại, và nếu như cần cảnh giác với cái bẫy của thông tin tức thời thì cũng thật phí công vô ích khi muốn thoát khỏi nó. Thêm một điều nữa là, khi có một hãng thông tấn đầu tiên, một đài phát thanh đầu tiên thông báo một sự kiện quan trọng thì họ có được tiếng tăm xứng đáng. Và điều cuối cùng cần được lưu ý là mặc dù báo viết có tính định kỳ thường tương đối chậm so với các luồng thác tin nhanh liên tục chảy, nhưng trong từng lần xuất bản vẫn có một giây phút định mệnh mà vượt quá giây phút đó, một tin tức đến tòa soạn có thể không được công bố. Tất nhiên công chúng có thói quen đọc và nghe. Nói chung, ngoài loại tin giật gân mà mọi người thường nhắc tới, phải làm sao để công chúng không nhận thấy tờ báo của họ đã bị đồng nghiệp *qua mặt*. Công chúng không ít khát khe đối với tính thời sự của tin tức mà người ta đưa đến cho họ có lẽ vì họ biết mỗi tòa soạn đều có đủ điều kiện để có thể đưa tin nhanh được. Mặc dù không ý thức rõ ràng về các thành tựu kỹ thuật thông tin nhưng công chúng sẽ rất thích thú khi vừa dùng bữa sáng vừa xem bài tường thuật một sự kiện xảy ra vào lúc họ ngủ, hay được trực tiếp chứng kiến một Thế vận hội hay những tình tiết về sự sụp đổ của Liên bang Xô viết.

Nhu cầu thời sự nóng hổi này đặc biệt rõ nét khi

nó gắn với những vấn đề thiết yếu của cuộc sống cộng đồng, khi thông tin đòi hỏi sự phản ứng của công chúng, hoặc của một bộ phận công chúng, và khi chậm công bố sẽ có thể kéo theo các hậu quả đáng tiếc. Đó là trường hợp thông báo một biến cố chính trị, một cuộc biểu diễn thể thao, văn hóa hay giải trí. Tương tự như vậy, đối với thời giá hàng ngày của chúng khoán hay giá nguyên vật liệu. Một số luật và sắc lệnh đòi hỏi có sự điều chỉnh tức thì các hành vi. Mỗi đe dọa của một cuộc chiến tranh hay một trận lụt bão đòi hỏi sự phòng tránh kịp thời.

Ngay cả khi lợi ích cá nhân và cụ thể không bị động chạm thì các mối quan hệ quốc gia và quốc tế của thời đại chúng ta đã tạo ra nhu cầu thông tin về những sự kiện đã và đang xảy ra ở đâu bên kia của đất nước và thế giới. Tính thời sự khi đó là một yếu tố đáng quan tâm của tiêu chí thông tin. Thực tế, điều đó muốn nói lên rằng nhà báo cần cố gắng biết và phản ánh càng nhanh càng tốt các sự kiện có ý nghĩa, đáng quan tâm, nhưng những tin tức “để chậm lại chưa phát” sẽ được coi là có tầm quan trọng tương đối nếu chúng được biết đến (tức là chuyển về) trong những thời hạn bình thường. Thông tin có giá trị được đăng ở năm cột trang nhất, nếu như ghi thêm trên *đầu đề* “Tin độc quyền - từ đặc phái viên của chúng tôi gửi về”, còn không thì chỉ là tin nhỏ ở trang bên trong, nếu tòa soạn biết được tin đó qua các báo đồng nghiệp.

Cần phải nói thêm rằng tính thời sự nóng hổi *quy tụ* được sự quan tâm của công chúng. Đầu óc hiếu kỳ của độc giả, của thính giả đối với các vấn đề đương đại hay các dân tộc xa xôi nói chung chỉ có tính tiềm tàng và không rõ nét. Tính thời sự nóng hổi, tức là một sự kiện có ý nghĩa hoặc rất mới lạ liên quan trực tiếp đến một vấn đề hay một quốc gia, dân tộc, đóng vai trò kích thích tinh thần. Các nhà báo biết rõ điều đó và lợi dụng một cuộc đảo chính ở một nước Nam Mỹ để nêu lên tình hình kinh tế, xã hội rối ren của đất nước này, lợi dụng việc cử hành rầm rộ một ngày kỷ niệm lịch sử để điềm lại diễn biến chính trị – kinh tế từ ngày đó đến nay, lợi dụng cuộc đi thăm của một nguyên thủ nước ngoài để ra một phóng sự toàn cảnh về nước đó. Nhưng bài báo hay nhất về một vấn đề lớn của một quốc gia hay một vùng, lãnh thổ, về một lĩnh vực kinh tế hay xã hội, nếu như nó không dính dáng trực tiếp tới tính thời sự nóng hổi thì cũng không bị ông tổng biên tập gạt đi một cách thẳng thừng, mà thường được giữ lại đợi một sự kiện khác có liên quan làm cho bài báo đó trở nên *nóng hổi, thời sự*.

## **2. Ý nghĩa**

Tiêu chí về mặt ý nghĩa được áp dụng đối với bản thân sự kiện và phạm vi tác động của nó về mặt thời gian và không gian. Nước ngập tầng hầm chỉ thực sự có ý nghĩa đối với những người ở trong ngôi nhà, và ngập lụt ở một vùng nào đó chỉ có thể

ảnh hưởng đến một nước xa xôi khác khi được kêu gọi cứu trợ lương thực giúp khắc phục hậu quả.

Mặc dù các nhân tố ý nghĩa có nhiều, nhưng trong nhiều trường hợp, yêu cầu sự phân tích nhanh, đánh giá sát và đúng về nó để quyết định có đưa tin hay không, và nếu có thì với mức độ nào. Trong một số trường hợp, ý nghĩa bị che khuất; nó chỉ lộ ra khi xem xét cẩn thận. Nhà báo phải luôn sẵn sàng đánh giá các sự kiện mới xảy ra với độ chắc chắn tối đa. Điều đó có thể chỉ xảy ra mỗi ngày một lần, thậm chí mỗi tuần một lần đối với nhà báo chuyên sâu, mỗi năm một lần đối với thông tin viên nhưng đó là giây phút xác lập bản lĩnh nghề nghiệp của anh ta. Anh ta không có quyền được nhầm - Chúng tôi không muốn nói rằng anh ta không bao giờ nhầm. Có lẽ một nhà báo phải có đầu óc sáng suốt siêu phàm mới hình dung được hậu quả ở phạm vi thế giới của việc ám sát một hoàng tử nước Áo, tại một thành phố ở vùng Bancăng ngày 28-6-1914. Không phải người ta không trông đợi nhà báo có thể làm được những việc như vậy. Ngược lại, người ta có thể có xu hướng đánh giá quá cao một sự kiện nào đó, có thể nghĩ rằng một cuộc biểu tình quần chúng rầm rộ sắp làm thay đổi dòng lịch sử mà thực ra nó sẽ lụi tàn như đồng lúa rơm. Trong trường hợp này nguy cơ thấp thôi bởi vì sự kiện đó ít ra cũng có một ý nghĩa trực tiếp và đáng được thuật lại.



Việc đánh giá ý nghĩa của một sự kiện đòi hỏi nhà báo về phẩm cấp văn hóa, trình độ hiểu biết và đầu óc phê phán của một sử gia. Các phẩm chất này cần được bổ sung bằng khả năng phán xét cực nhanh. Vì nếu đến ngày hôm sau hay phải đợi một khoảng thời gian rồi nào đó nhà báo mới hiểu được sau khi việc in ấn đã khép lại thì sẽ là quá muộn, vô ích và không thể tha thứ được.

### ***3. Lợi ích***

Lợi ích là một tiêu chí phức tạp hơn nhiều so với hai tiêu chí trên đây bởi vì nó gắn liền không chỉ với bản thân sự kiện mà còn với thái độ của công chúng đối với sự kiện đó – một công chúng nhất định mà nhà báo nhằm vào. Nếu xao nhãng tiêu chuẩn này thì tất cả các báo trên thế giới, về lý thuyết mà nói, chắc có cùng một nội dung và chẳng thoã mãn được ai cả.

Khía cạnh thứ nhất của lợi ích là sự quan tâm trực tiếp, khách quan của công chúng. Chính sự quan tâm của công chúng đối với một tin tức sẽ dẫn đến phản ứng của họ: Cải cách pháp chế thương mại hay luật dân sự, quy chế mới về giao thông hay đỗ xe, sự động viên, thông báo về một cuộc trình diễn hay biểu tình... Trong tất cả các trường hợp này, lợi ích của công chúng rất rõ ràng, hiển nhiên. Nó không giống như một tin tức chỉ có ý nghĩa chung chung, nếu không muốn nói là... vô thưởng, vô phạt.

Về mặt này, sự quan tâm của công chúng đối với một sự kiện tùy thuộc vào các yếu tố gắn liền với sự kiện đó, trước hết là tiêu chí ý nghĩa và tính thời sự; cần thêm vào đó yếu tố kịch tính hoặc tính khác thường của sự việc, tính nổi tiếng của những người tham gia sự kiện. Nó tỷ lệ nghịch với cái mà người ta có thể gọi là *khoảng cách tâm lý*, giữa nơi xảy ra sự kiện và địa bàn công chúng đón nhận tin tức. Khoảng cách tâm lý này đương nhiên có cơ sở là khoảng cách địa lý – cũng là vụ hỏa hoạn lớn nhưng dân chúng Pháp sẽ quan tâm hơn nếu xảy ra ở Brúcxen so với xảy ra ở Manila; nó cũng tùy thuộc vào sự hiểu biết của công chúng về nơi xảy ra sự kiện do sự tương đồng về văn hoá, lịch sử và chính sách, mặt khác, còn tùy thuộc vào tính thời sự của sự kiện như đã nói trên. Thành tích thể thao của một vận động viên điền kinh Pháp được công chúng Cônggô quan tâm hơn công chúng Anh bởi vì dân chúng Cônggô, do đặc điểm lịch sử, văn hóa, chính sách của chính phủ và nguồn thông tin nhận được thường theo dõi đều đặn tin thể thao của Pháp hơn. Việc cải tổ nội các Ấn Độ làm cho công chúng Canada quan tâm hơn nếu như chuyến thăm của Thủ tướng Canada tới nước này sẽ xảy ra sau đó hoặc nhất là, trước đó một tháng.

Thêm vào đó, còn một khía cạnh mà người Mỹ gọi là *ý nghĩa nhân văn* gắn liền với tính xúc cảm của công chúng, với thiên hướng tự nhiên đồng nhất với nhân vật chính, người xuất chúng hay nạn nhân

của sự kiện. Chính vì vậy mà công chúng trí thức ít quan tâm đến chuyện tình của các ngôi sao hay hoàng tử và các bà mẹ thường đặc biệt rung cảm khi có bất cứ thông tin nào liên quan đến trẻ em.

Người ta cho rằng các nhà báo bắt buộc phải hiểu biết càng đầy đủ càng tốt công chúng của mình. Và để đạt được điều này họ được sự hỗ trợ thông qua các cuộc điều tra có định kỳ hoặc không định kỳ, do các cơ quan chuyên môn thực hiện, ngoài ra còn có phản ứng của độc giả dưới hình thức thư từ hay tiếp xúc trực tiếp, tuy nhiên cách này dễ bị đánh lừa. Sự căm đố thường xuyên mà nhà báo phải chống lại, đó là chỉ duy nhất tin vào lợi ích của mình và người chung quanh mình, ngoại trừ các tạp chí định kỳ rất chuyên sâu, thông qua đó các nhà kỹ thuật trò chuyện với các nhà kỹ thuật, lợi ích này rất khác với lợi ích của công chúng rộng rãi. Do vậy, đối với từng sự kiện, nhà báo trước hết phải đặt mình vào vị trí độc giả, người nghe, tự nêu ra hai câu hỏi: tin này có làm cho công chúng quan tâm không? Nếu có thì những khía cạnh nào của tin đó làm cho công chúng quan tâm nhất? Và điều quan trọng nữa là không được rơi vào sự mỉa dân thái quá, dẫn đến cào bằng theo lối coi thường và quên đi sứ mệnh giáo dục của báo chí.

#### **IV. Bộ cục của một thông tin**

Khi đã lựa chọn, quyết định xong việc chuyển sự kiện thành tin tức thì tiếp đến là việc xác định nội

dung chính của thông tin này. Cố nhiên, tin tức là những lời chứng về sự kiện nhưng không phải một lời chứng bất kỳ nào mà tác giả của nó được yêu cầu nói là đã trông thấy, vì có khoảng cách giữa cái họ đã trông thấy và tất cả cái họ đã thấy. Nhà báo là một nhân chứng tích cực, tỉnh táo và biết cách lựa chọn. Tích cực, tỉnh táo bởi họ đi tìm các yếu tố thông tin, không tự nó đến với nhà báo. Biết cách chọn lọc vì họ chỉ phản ánh cái mà công chúng quan tâm thôi.

Đây là chuyện trình bày hiện thực của sự kiện bằng từ ngữ một cách trung thành nhất. Muốn vậy, có một quy tắc lâu đời hơn cả nghề báo chí, đó là quy tắc xác định cấu trúc của bất kỳ *thông điệp* nào. Đó là một loạt các câu hỏi do Quintilien nêu lên cách đây 20 thế kỷ. Theo trật tự logic đó là: *Ai, cái gì, ở đâu, khi nào, như thế nào, tại sao?* Mỗi tin tức, thông tin chính là câu trả lời cho 6 câu hỏi đó. Tầm quan trọng tương đối của các câu hỏi này có thay đổi, tùy theo sự kiện, nhưng bất luận thế nào thì thông tin sơ đẳng nhất cũng phải đáp ứng ít ra 4 câu hỏi đầu tiên và không thể có thông tin đầy đủ mà lại không trả lời được 6 câu hỏi trên. Chẳng hạn: “Bộ trưởng Nông nghiệp sáng nay chủ trì một cuộc thi cày đất ở tỉnh X, đã bị một máy kéo cán phải; ông ta chết ngay lập tức”. Tất nhiên, người ta sẽ phát triển tin này, nhưng tất cả cái thêm vào chỉ là chi tiết. Với chừng 30 từ, có thể có các biến thể, sẽ hình thành thông báo đầu tiên về sự kiện,

một *tin nhanh* ưu tiên được các hãng thông tấn và các đài phát thanh truyền đi.

Cấu trúc của một bài báo mà chúng ta sẽ nghiên cứu sau có thể được hình thành bằng các cách khác nhau. Nó không có gì khác ngoài việc lắp ráp các vật liệu đã xác định: các câu trả lời cho 6 câu hỏi này, thêm một câu hỏi thứ bảy cho các sự kiện có tầm quan trọng và phức tạp nào đó: Hậu quả dự kiến sẽ như thế nào?

PHẦN II

**SẢN TIN**

## CHƯƠNG I

# TRUYỀN TIN

Các phương tiện viễn thông hiện đại đóng vai trò quan trọng trong những chuyển biến của hoạt động báo chí, làm thay đổi chức năng và nội dung của nó. Cho đến thế kỷ XIX, các tờ báo thường đưa khá đều đặn tin tức trong nước còn tin nước ngoài phải phụ thuộc vào bưu điện vì qua bưu điện họ nhận được thư của phóng viên và các tờ báo nước ngoài hoặc ngẫu nhiên có được các cuộc gặp gỡ với khách du lịch đến từ một nước nào đó. Điều đó có nghĩa là không những thông tin chậm trễ mà còn có sự bấp bênh khi công bố một sự kiện diễn ra ở nơi xa xôi. Khả năng *bao quát* sự kiện, khái niệm thời sự nóng hổi chỉ có được khi sử dụng các phương tiện truyền tin nhanh hơn, đều đặn hơn và bằng một cách có tổ chức. Vì vậy, có thể xác định

được dấu mốc sự ra đời của báo chí hiện đại<sup>1</sup>, từ năm 1832, ngày thành lập Hãng Havas.

Charles Havas quyết định mình là người đầu tiên có được tin tức của châu Âu rồi bán lại cho các báo. Muốn vậy, ông sử dụng máy điện báo quang học, và nhất là chim bồ câu đưa thư bay từ London đến Paris trong 6 giờ và từ Paris đến Brúcxen trong 4 giờ. Tuy nhiên các phương tiện này đạt hiệu quả không cao. Phải chờ đến sự phát triển nhanh chóng của máy điện báo chạy điện vào nửa sau thế kỷ XIX, báo chí mới có thể nhanh chóng tiếp cận các sự kiện của nước ngoài, với số lượng ngày một tăng lên. Cuối cùng, đến thế kỷ XX, việc phát minh ra máy têlêtip, mở rộng mạng lưới điện thoại và telex quốc tế, sau đó là vệ tinh viễn thông chắc chắn còn làm giảm hơn nữa thời gian truyền tin thực tế và mở rộng phạm vi bao quát thông tin, hầu như tức khắc, trên phạm vi toàn thế giới<sup>2</sup>.

Ngày nay, tất cả các phương tiện viễn thông của nhà nước lẫn tư nhân đều được các phương tiện truyền thông sử dụng. Trong điều kiện phức tạp có

---

<sup>1</sup> Đó là xét về mặt nội dung. Sự thay đổi về cách trình bày mặt báo diễn ra gần đây hơn. Chúng ta sẽ đề cập đến trong phần III.

<sup>2</sup> Năm 1871, nhiều tuần lễ trôi qua người ta mới biết Stanley đã tìm thấy Livingstone gần hồ Tanganyika sau một chuyến đi được đưa tin rầm rộ. Một thế kỷ sau, sự kiện con người đặt chân lên mặt trăng được truyền hình trực tiếp.



thể cần đến nhiều trạm chuyển tiếp để truyền đi một thông báo. Một mặt, điều quan trọng lúc này là lựa chọn phương tiện nhanh nhất cho từng khâu công việc, mặt khác là khả năng chuyển tiếp nhanh chóng của các trạm. Một đặc phái viên của một hãng thông tấn đang ở nơi máy bay rơi giữa rừng sâu cũng có thể liên lạc bằng máy bộ đàm với một đồng nghiệp ở cạnh một trạm điện thoại gần nhất và đồng nghiệp này sẽ truyền tin nhanh đến phân xã khu vực, rồi từ đó bài được gửi về tổng xã, được loan đi qua máy télétíp hay qua đường truyền đến với các khách hàng. Ngược lại, tất cả các trạm chuyển tiếp cũng có thể được loại bỏ: một phóng viên hay đặc phái viên có thể tự xử lý bản thảo trên máy vi tính xách tay và truyền đi từ nhà mình, khách sạn hay trạm điện thoại, thậm chí từ nơi xảy ra sự kiện, nếu như họ có máy điện thoại cầm tay đọc tin gửi về một máy tính đặt ở trụ sở tờ báo.

Phương tiện truyền thông còn tham gia vào việc truyền tin tới xưởng in ở xa bằng *máy fax* kể cả việc truyền các bản sao theo độ lớn thực của trang báo đã lên khuôn. Quy trình công nghệ này đã đi vào sử dụng từ thập niên 1960 ở Liên Xô cũng như ở Mỹ và Nhật Bản, và ở Pháp từ năm 1975. Nó cho phép các tờ báo của Paris được in đồng thời ở thủ đô và các trung tâm vùng, loại bỏ hoặc giảm thời gian vận chuyển. Năm 1981 vệ tinh cho phép

truyền tải thông tin xuyên lục địa theo kiểu này, lần đầu tiên, từ Paris đến Hồng Kông (*International Herald Tribune*), từ London đến Riyad (*Sharq al-Awsat*). Ở chương sau ta sẽ thấy tin học đã thay đổi cơ bản việc truyền tin của các hãng thông tấn như thế nào.

## CHƯƠNG II

# CÁC HÃNG THÔNG TẤN

Trong số hệ thống mạng lưới ít nhiều phức tạp, truyền tải thông tin từ nơi diễn ra sự kiện đến tòa soạn của một tờ báo hay các đài phát thanh, truyền hình, có các mạng lưới riêng cho từng doanh nghiệp báo chí, đó là các đường truyền thông tin của đội ngũ thông tin viên và phóng viên. Nhưng không có một cơ quan báo chí nào, cho dù là mạnh nhất ở một nước giàu, lại có thể *bao quát* hết thời sự của thế giới, thậm chí chỉ ở phạm vi trong nước, bằng phương tiện của riêng mình. Do vậy, báo nào cũng buộc phải dùng đến nguồn tin bên ngoài hoặc nguồn tin chung, đó là các hãng thông tấn.

### I. Vai trò của một hãng thông tấn

Một hãng thông tấn, hiểu theo một cách nào đó, là một tổ chức (*pool*) tập hợp các nhà báo hoạt động cung cấp thông tin cho một số lớn phương tiện truyền thông. Các phương tiện truyền thông

tham gia tài trợ, hoặc dưới hình thức hợp tác tương trợ, hoặc rút tiền đặt mua tin. Việc đặt mua không phải với giá cố định như mua một tờ báo mà nó tùy thuộc vào số lượng phát hành của tờ báo và số lượng thính, khán giả của kênh phát thanh và truyền hình. Cũng cần nói thêm là dịch vụ của các hãng thông tấn không chỉ dành cho báo chí. Việc đặt mua tin tức bằng tiền của các cơ quan nhà nước, các doanh nghiệp và đơn vị thương mại là một nguồn bổ sung kinh phí rất cần thiết cho các hãng thông tấn.

Vậy là một tờ báo trông đợi ở hãng thông tấn là được thông báo cho biết ngay tất cả những thông tin của hãng thông tấn về những sự kiện diễn ra hằng ngày mà độc giả của bản báo quan tâm. Các hãng thông tấn chủ yếu hoàn thiện các cơ chế thích hợp để hoàn thành tốt nhiệm vụ này, ít ra ở Bắc bán cầu. Dĩ nhiên, trong phạm vi quyền hạn của mình, các phóng viên và các thông tin viên riêng của một tờ báo có thể tìm cách *qua mặt* các hãng thông tấn bằng cách thông báo trước một tin tức, nhưng cho dù cố gắng, họ hiếm khi đạt được kết quả.

## II. Tổ chức và hoạt động

Vậy thì một hãng tin<sup>1</sup> phải có khả năng kịp thời nắm được một sự kiện nào đó diễn ra ở bất kỳ nơi

---

<sup>1</sup> Ở đây chỉ nói đến các hãng tin, còn gọi là hãng điện báo *thông tin thời sự* một cách tổng quát và trực tiếp. Cuối chương sẽ nói đến các hãng thông tấn khác.

nào, bất kỳ khi nào và thông báo ngay tin này cho các khách hàng đặt mua. Điều đó đòi hỏi một mạng lưới dây đặc các thông tin viên và có phương tiện liên hệ tức thì với họ cũng như với khách hàng đặt mua tin. Điều đó đòi hỏi có một tòa soạn trung tâm hoạt động hiệu quả, trong tình trạng thường trực báo động.

*Phóng viên, thông tin viên* là xuất phát điểm của mọi tin tức. Họ được phân bố ở từng vùng, đối với hãng thông tấn quốc gia và bố trí ở từng nước, đối với hãng thông tấn thế giới. Khi hãng thông tấn tính đến việc tiếp nhận tin tức hằng ngày từ một vùng nào đó thì họ thường đặt ở đấy một thông tin viên riêng. Ở những nơi khác, họ phải cần đến sự hỗ trợ của các *phóng viên cộng tác*.

Phóng viên cộng tác là một nhà báo địa phương không nằm trong biên chế của hãng nhưng hãng dựa vào họ để được thông báo những tin tức đáng chú ý và để biết, dự kiến có một sự kiện quan trọng cần cử một đặc phái viên tới. Các phóng viên cộng tác được trả nhuận bút tùy theo tin tức được truyền đi.

Thông tin viên và phóng viên cộng tác là những người ở đầu bên kia dây chuyền của hãng, những lính gác tiền tiêu của hãng và là những người ở vị trí cuối cùng phải chịu trách nhiệm trước ban lãnh đạo. Nhưng họ không thực sự là nhánh cuối cùng của chu trình thu thập thông tin; họ không thể là

nhân chứng của mọi sự kiện diễn ra. Bản thân họ cũng cần đến người trợ giúp: những *người mách tin* thường ngày hay ngẫu nhiên đó, thực sự là nguồn chính thức đầu tiên của tin tức. Một hệ thống người mách tin tốt là điều cần thiết cho nhà báo. Nó bao gồm những người được đặt ở các cấp có trách nhiệm và họ thường có lợi ích nào đó trong việc để lộ hay che giấu, thậm chí bóp méo - một loại thông tin nào đó. Nhà báo sử dụng họ một cách có suy xét để tránh không bị *đánh lừa* hay *bóp méo* thông tin.

Trong các trung tâm quan trọng, cần có đồng phóng viên, thông tin viên thì hãng lập phân xã, được tổ chức giống như một tòa soạn nhỏ, thu nhận các tin điện của các thông tin viên, phóng viên cộng tác trong vùng. Cuối cùng, ở cấp theo dõi thông tin tại một vùng của thế giới, các hãng thông tấn thế giới đặt phân xã khu vực làm chức năng của trạm chuyển tiếp giữa thông tin viên và tổng xã. Quyền tự chủ của một phân xã khu vực khiến họ có thể làm dịch vụ tin tức cho khu vực địa lý hữu quan.

**Việc liên lạc** được thực hiện bằng điện thoại hữu tuyến, vô tuyến hay vệ tinh. Tùy theo trang thiết bị có được, các thông tin viên và phóng viên truyền tin điện về tổng xã bằng máy lính, telex, fax hay điện thoại. Từ Tổng xã hay phân xã khu vực, tin được chuyển đến những người đặt mua, họ nhận tin qua máy tính hay têlétíp, hoặc mạng viễn thông công cộng.

**Bộ phận biên tập trung tâm** là bộ não của hãng, có nhiệm vụ nhận tin tức, sàng lọc, chọn lựa, bổ sung, biên dịch khi cần rồi truyền đi trong thời gian ngắn nhất. Tập hợp các thao tác này tương đối đơn giản, thậm chí có tính chất máy móc đối với số tin tức mang ý nghĩa bình thường ở các hãng thông tấn quốc gia cung ứng thông tin cho một dịch vụ duy nhất. Nhưng nó lại phức tạp khi phải xử lý những tin quan trọng và đối với hãng thông tấn thế giới cung cấp nhiều dịch vụ. Về đại thể, một hãng thông tấn thế giới thường lập các phòng biên tập cho từng dịch vụ mang tính đặc thù bởi khu vực địa lý và ngôn ngữ sử dụng<sup>1</sup>.

Tại trụ sở của hãng, các tin nhanh được trực tiếp đưa vào máy tính, được máy lưu trữ và phát, chuyển tức thì những dòng chữ đầu tiên tới tất cả các phòng biên tập. Từng phòng biên tập có nhiệm vụ xử lý và phổ biến<sup>2</sup> tùy theo nội dung và tính ích lợi của tin để cung cấp cho các phương tiện truyền thông thuộc phạm vi đơn vị mình phụ trách, tùy theo số lượng từ mà dịch vụ tin hãng ngày cho phép.

**Xử lý tin nhanh** trước hết là sự lựa chọn. Không có bộ phận nào lại có thể phổ biến toàn bộ số tin nhanh nhận được và người đặt mua chờ đợi ở hãng

<sup>1</sup> Hãng tin Pháp AFP truyền phát các dịch vụ bằng tiếng Pháp, tiếng Anh, Tây Ban Nha, Đức, Ả-rập và Bồ Đào Nha.

<sup>2</sup> Ở một số hãng thông tấn, việc duyệt, cho phát tin thuộc cấp cao hơn.

về sự lựa chọn thông tin, loại bỏ càng nhiều càng tốt những tin vô bổ đối với họ. Sự bùng nổ thông tin có các hậu quả tai hại của nó. Khối lượng tin nhanh đưa đến tòa soạn của một phương tiện truyền thông đại chúng - thường đặt mua ở nhiều hãng - nhiều đến mức nghẹt thở, đòi hỏi các biên tập viên phải có sự lựa chọn thích đáng. Đó là nguyên nhân dẫn đến sự thay đổi chủ yếu đang diễn ra ở các hãng thông tấn lớn, từ những năm 1980; đó là sự ra đời “dịch vụ theo yêu cầu”. Việc sử dụng mã, đặt file tin trong chương trình máy tính cho phép từng nơi đặt mua tin chỉ nhận các tin về chủ đề họ quan tâm.

Vậy bước đầu tiên trong công việc của phòng biên tập là sàng lọc tin tức. Tin vô bổ đối với khách hàng bị bỏ đi từ trên máy. Những tin khác thì được gọi ra trên màn hình và biên tập viên biết được toàn bộ nội dung tin. Thế là họ chỉ có việc kiểm tra và sửa chữa, đôi khi phải rút ngắn hoặc phát triển thêm. Riêng về tin tức chính thống được phát trên mạng, trừ trường hợp mâu thuẫn với các nguồn khác, số còn lại, biên tập viên phải tin vào phóng viên, chỉ xử lý một số chi tiết hay trích dẫn bị coi là không chính xác, không rõ ràng, quá phát triển hay ngược lại không thỏa đáng đối với người đặt mua.

Công việc này phải nhanh vì không thể trì hoãn việc phát một tin nhanh. Tuy nhiên đối với các sự kiện quan trọng thì biên tập viên cần thảo hai loại tin bổ sung: các tin, bài nền giới thiệu *bối cảnh*, làm



rõ nguồn tin đó để từ đó xử lý thành một tin, bài đầy đủ, các *tin*, *bài tổng hợp* có tính hệ thống hoặc điểm lại diễn biến của sự kiện, cập nhật thông tin về chủ đề đó. Họ có thể tìm kiếm trong bộ nhớ của máy tính các chi tiết phù hợp sẵn có (tiểu sử, niên đại, các phân tích chính trị, kinh tế, xã hội) và phổ biến nó nguyên như thế hoặc biên tập lại, duyệt phát tiếp sau tin của phóng viên.

Cuối cùng, khi nhận một tin quan trọng liên quan đến khu vực của đơn vị mình phụ trách thì trưởng phòng biên tập - người chịu trách nhiệm bao quát vùng thông tin này cũng là người chịu trách nhiệm dịch vụ phát tin - có thể cấp báo cho phóng viên ở gần nơi xảy ra sự kiện, gọi điện cho người mách tin, đề nghị tổng biên tập hay trưởng phòng phóng sự cử phóng viên đến. Tóm lại, không chỉ làm nhiệm vụ xử lý thông tin nhận được, trưởng phòng biên tập còn phải tìm mọi cách để tiếp tục thu nhận, xử lý và phát đi thông tin tốt nhất có thể có.

***Phát tin nhanh***, công việc này do máy tính đảm nhận, đối với từng đối tượng dịch vụ, tùy theo mức độ cấp thiết được trưởng phòng biên tập xác định, khi *chính thức hóa* một tin nhanh. *Tin nhanh* được phát đi lập tức, có thể ít nhiều làm gián đoạn dòng thông tin chung đang phát. Những tin khẩn cấp khác cũng được phát tiếp ngay sau tin đang phát; tin bình thường phải *xếp hàng chờ đợi* để đến lượt được phát đi.

### III. Chất lượng dịch vụ

Bất kỳ công việc nào của đội ngũ nhân sự trong một hãng thông tấn cũng được tổ chức theo yêu cầu mang tính thường trực là *kip thời, nhanh chóng*. Cho dù một tờ báo có nhiều lần in cũng có khoảng trống thông tin. Một hãng thông tấn quốc gia cũng vậy, vì một tin được hãng phát đi lúc 3 giờ sáng, qua đài phát thanh nhiều lần cũng chỉ đến tai vài ngàn tài xế xe tải và nhà hàng bánh mì. Thế mà vào giờ đó ở Paris, thì Tokyo là giữa trưa, New York là 9 giờ tối, tức là Hãng France-Presse (AFP) phải phát tin đi châu Mỹ và châu Á đều đặn như khoảng thời gian ban ngày. Chỉ một phút hạ được các đối thủ cạnh tranh về một tin quan trọng có thể đã là thắng lợi quyết định đối với một hãng: chính tin nhanh của hãng sẽ được tất cả các đài phát thanh nhắc lại và trích dẫn. Vào bất cứ thời điểm nào của ban ngày cũng như ban đêm, trên thế giới đều có các tờ báo *khóa* bản in; hãng chậm một phút, đối với các tờ báo này, có nghĩa là chậm lại 24 giờ. Thay vì việc thông báo cho đa số độc giả của mình một tin sốt dẻo, họ sẽ không thông báo được gì cho ai nữa. Và bên cạnh các trường hợp cấp bách tuyệt đối này, các tòa soạn của tất cả các phương tiện truyền thông đều cần biết tin tức càng nhanh càng tốt. Các tin tức này đến với họ trước khi lên trang báo hay hãng thông tấn phát tin càng sớm, có khoảng thời gian cho các báo càng lâu thì các tòa

soạn báo càng có điều kiện trình bày, bổ sung, giải thích và minh họa thông tin; các tòa soạn càng có cơ may phái một trong số các phóng viên của mình đến nơi xảy ra sự việc đúng lúc.

Cùng với tính kịp thời, người ta còn đòi hỏi hãng thông tấn phải có *tinh khách quan* cao nhất có thể. Đây là một phẩm chất chung người ta chờ đợi ở báo chí, nhưng đối với các hãng thông tấn càng ở mức độ cao hơn. Ở các tờ báo, nét riêng biệt của mỗi nhà báo dứt khoát được thể hiện thông qua các giải thích thêm vào lời tường thuật khô khan về sự kiện đã xảy ra. Hãng cung cấp các yếu tố thông tin nguyên sơ, còn tờ báo ít nhiều có hướng đi quen thuộc và được độc giả chấp nhận. Tin nhanh của hãng có thể được một tờ báo quân chủ hay cộng sản đăng lại nếu tờ báo này hay tờ báo kia đều đặt mua tin. Điều đó có nghĩa là các tổng biên tập là người kiểm duyệt luôn luôn phải dè chừng tính khách quan trong thông tin của hãng.

Cuối cùng, dịch vụ tin của một hãng thông tấn phải rất *đầy đủ*. Không có tờ báo nào có đủ khả năng đăng tải toàn bộ dịch vụ tin của một hãng thông tấn thế giới, chắc là đủ lấp đầy những trang in, với điều kiện không có đầu đề, không có minh họa, không có quảng cáo, của một tờ báo ngày trên 100 trang. Vả lại, như thế sẽ là vô bổ vì như vậy là bỏ qua khâu chọn lọc thông tin căn cứ vào nhu cầu công chúng. Ở từng tờ báo, hằng ngày người ta phải

bỏ đi một số lượng lớn tin và rút gọn các tin khác. Nhưng cái bỏ đi, cái cắt xén cũng tùy thuộc vào từng tờ báo. Nếu như một tin mà không được một cơ quan đặt mua nào dùng lại thì thật là sai lầm khi chuyển nó đi, tuy nhiên, hiếm có trường hợp như vậy. Một hãng phải phát đi tất cả những tin tức cho dù chỉ một số ít khách hàng quan tâm, trong từng dịch vụ phát tin.

Chất lượng dịch vụ tùy thuộc vào hiệu quả làm việc của tất cả các nhà báo, từ phóng viên cho tới biên tập viên là người cho phát tin. Công việc của một nhà báo thông tấn về cơ bản không khác công việc của các đồng nghiệp làm ở các báo mà chỉ khác về phương pháp, điều này sẽ được trình bày ở phần sau. Song, điều nêu ra ở đây hàm ý về những đòi hỏi phổ biến đối với các nhà báo đã được nâng lên ở mức chặt chẽ tối đa đối với các thông tin viên, phóng viên và các biên tập viên của các hãng thông tấn.

#### **IV. Các hãng thông tấn quốc gia và các hãng thông tấn thế giới**

Các cơ quan thông tấn về đại thể được chia thành các hãng thông tấn quốc gia và thông tấn thế giới<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ở Việt Nam, Thông Tấn xã Việt Nam có chức năng của cả hai hãng thông tấn quốc gia và thông tấn thế giới (B.T).

**Hãng thông tấn quốc gia** có nhiệm vụ cung cấp cho báo chí trong nước toàn bộ tin tức mà báo chí cần. Một hãng thông tấn như vậy thu thập các tin tức trong nước thông qua chính mạng lưới phóng viên, thông tin viên của mình, và thu thập tin tức nước ngoài thông qua các hãng thông tấn thế giới mà họ có ký kết các hiệp định. Ngoài ra, hãng còn đặt một vài phóng viên riêng của mình ở một số thủ đô. Nhiệm vụ của họ là thông báo về các sự kiện đáng chú ý nào đó đối với công chúng trong nước, nhưng không mang lợi ích phổ biến đủ để các hãng thông tấn thế giới phải dính vào. Ở trong nước, hãng quốc gia có một mạng lưới dày đặc các phóng viên, thông tin viên: một số ít các phóng viên chủ chốt *bao tin* toàn vùng, còn phần lớn là *cộng tác viên*, đều là các nhà báo địa phương hoặc vùng. Như vậy, không có gì xảy ra trong vùng mà lọt qua mắt mạng lưới này.

**Các hãng thông tấn thế giới** trước hết là các hãng quốc gia ở nước mà họ có trụ sở: ở Mỹ (Associated Press - và United Press suy tàn từ thập niên 1980 và dường như bị xóa sổ), ở Pháp (Agence France -Presse), ở Anh (Reuter) và ở Nga, thời Liên Xô là TASS, nay đã nhường chỗ cho một tên mới, Interfax. Họ sử dụng từ 800 (AFP) đến 1.500 nhà báo thường trực (AP). Họ đặt các phân xã bao quát tin ở một hay nhiều nước, các phóng viên, các thông tin viên cũng như một phòng biên tập lớn ở

trong nước cùng một êkíp phóng viên luôn sẵn sàng lên đường. Nhưng các hãng thông tấn thế giới có đặc điểm là có mạng lưới phóng viên, thông tin viên và có khả năng bao quát tin hầu như toàn thế giới. Tuy nhiên, vẫn có những nước, và những vùng mà hãng này hoặc hãng kia có ảnh hưởng trội hơn; chẳng hạn Trung Âu là vùng ảnh hưởng của Hãng Interfax, châu Phi nói tiếng Pháp là Hãng AFP, châu Phi nói tiếng Anh và khối thịnh vượng chung là Hãng Reuter, còn phần lớn châu Mỹ là Hãng AP và UPI. Do hiệu quả thực tế của tình hình đó và do chi phí hoạt động cao mà từ thập niên 1970, các hãng thông tấn thế giới có xu hướng giảm bớt hoạt động của mình ở vùng mà họ ở vào thế yếu và lấy tin tức từ các hãng có thế mạnh ở các vùng này.

Các hãng thông tấn thế giới thu thập tin của tất cả các vùng trên thế giới thông qua các thông tin viên và *phóng viên cộng tác* của mình, đồng thời thông qua cả việc hợp tác với các hãng thông tấn quốc gia khác. Vì hợp tác với các hãng thông tấn quốc gia là cách tốt nhất để biết được một sự kiện có ý nghĩa đột nhiên xảy ra ở một địa phương xa xôi của quốc gia khác.

Bổ sung cho cách phân loại truyền thống này, chia các hãng tin tức thành hãng thông tấn quốc gia và hãng thông tấn thế giới còn có một cơ cấu phân loại trung gian, gọi chung là *các hãng thông tấn quốc tế*. Phần lớn các hãng thông tấn quốc tế là các hãng thông tấn quốc gia có hệ thống phóng viên ở nước ngoài tương đối phát

triển và có khách hàng ở ngoài nước. Có thể nêu tên các hãng này như *Tân Hoa xã* (Bắc Kinh), *Deutsche Presse Agentur* (Hambourg), *Tanjug* (Belgrade), *Ceteka* (Praha), *Middle East News Agency* (Cairo). Nhưng hoạt động dịch vụ thông tin của các hãng này đối với nước ngoài có phần đặc biệt; ít nhiều họ được chính phủ tài trợ vì lý do uy tín có giá trị tuyên truyền và có rất ít khách hàng ngoài phạm vi nhà nước từ các nước bè bạn. *Hãng thông tin toàn châu Phi* (Dakar) là một kiểu hợp tác xã gồm các hãng thông tấn quốc gia ở châu Phi, trao đổi thông tin với nhau qua kênh của họ.

### V. Các hãng khác và các kênh báo chí

Ngoài các hãng tin tức ra, còn có rất nhiều các hãng thông tin chung hoặc chuyên ngành phục vụ báo chí. Thực vậy, báo chí không chỉ tiêu thụ tin tức mà còn sử dụng đủ loại thông tin đã được xử lý tốt hơn hoặc chuyên ngành hơn, dưới hình thức các bài điều tra, các phóng sự lớn, các bài thời luận, phỏng vấn, các bài viết về âm nhạc giải trí, hình hoạt họa, ảnh, bản đồ, bản vẽ nếu chưa kể tới các trò chơi, đồ chữ. Các tờ báo sử dụng nhiều người thì tự họ đã sản sinh được phần lớn nguyên liệu thông tin này, nhưng không có tờ nào hoàn toàn bỏ qua được dịch vụ thông tin của các hãng thông tấn chuyên trách. Một tờ báo càng ít có phương tiện riêng thì họ càng phụ thuộc vào các hãng này. Nói chung, vai trò của các hãng này, cũng như các hãng tin tức, là giảm chi phí cho từng tờ báo bằng cách phân bổ cho những chủ báo đã đề nghị cung cấp

những thông tin tư liệu đó. Song họ còn đóng vai trò người trung gian giữa các nhà báo hoạt động độc lập hoặc *nhà báo được trả tiền thù lao theo công việc* với các cơ quan báo chí và đôi khi các hãng này còn đi đến việc dành nhượng cho một cơ quan báo chí đặc quyền in sao một bài báo hay một tài liệu ít nhiều mang tính giật gân, gây tác động mạnh.

Mặc dù ranh giới còn chưa rõ ràng, song người ta quen phân biệt các hãng thông tin chung với các hãng chuyên cung cấp các bài đặc tả, các *chuyên mục đặc biệt*.

**Các hãng thông tin chung** cung cấp cho khách hàng đều đặn các thông tin thời sự hoặc bên lề thời sự. Khối lượng hàng ngày các trang tin được truyền đi bằng telex, fax, hay bản sao chụp hầu như ổn định và các tờ báo đặt mua tin biết rằng họ có thể dựa vào bài này hay bài kia. Thường họ có thiên hướng lựa chọn các đề tài chính trị, điều đó hạn chế khách hàng, nhưng lại cho phép họ phát đi các bài bình luận.

Tương tự các hãng thông tin đại, chúng là các *kênh thông tin báo chí*. Ở các kênh thông tin này, một bộ máy biên tập trung tâm cung cấp cho tất cả các thành viên một chất liệu biên tập giống nhau và sẵn sàng để in, có thể từ phần thời luận cho đến toàn bộ tin tức trong nước và quốc tế. Trong trường hợp này, các tờ báo thành viên chỉ còn khác nhau ở tin tức địa phương. Nhiều kênh thông tin của Mỹ



phát đi các bài chọn lọc cho các tờ báo khách hàng trên toàn thế giới.

**Các hãng thông tin chuyên cung cấp các bài đặc tả, các mục đặc biệt** đảm bảo một dịch vụ không đều đặn, thường thì trả theo bài báo được đăng chứ không theo hợp đồng đặt mua. Không có gì đảm bảo trước cả, các hãng này đưa ra cho các báo những bài báo hay tư liệu các loại khi họ có được. Hãng này thì đi sâu vào một lĩnh vực cụ thể của hoạt động con người và cung cấp thông tin và bài bình luận trong lĩnh vực đó. Còn hãng khác có sở thích rộng rãi hơn và một ngày nào đó có thể đưa ra một *loạt bài* về chinh phục vũ trụ, ngày hôm sau lại một bài phỏng vấn một viện sĩ mới hay một phóng sự về trồng dâu tây ở Fouta - Djalon. Chỉ cần tham khảo mục các hãng trong niên giám báo chí là có được một ý niệm về tính đa dạng của các hãng báo chí. Các hãng này là những doanh nghiệp rất phức tạp còn các hãng kia lại chỉ sử dụng một giám đốc và một nữ thư ký. Tất cả đều có mục đích như nhau là giúp các báo có đủ tin, bài cho các cột báo và có đủ những tư liệu lý thú và đủ loại.

Về minh họa, **các hãng nhiếp ảnh** có vai trò giống như các hãng điện báo trong lĩnh vực tin tức. Trong thời hạn rất ngắn bằng phương tiện của mình, một tờ báo không thể có được tấm ảnh về một sự kiện diễn ra bất cứ nơi nào trên thế giới.

Trong lĩnh vực này cũng vậy, toàn bộ báo chí đều phụ thuộc vào các hãng chuyên môn. Các hãng này có một mạng lưới phóng viên làm ảnh hoặc mua ảnh rồi chuyển về trụ sở bằng máy truyền ảnh hay vệ tinh. Đến lượt mình, hãng phân phát tư liệu nhận được cho các nơi đặt mua một cách liên tục qua máy in, hoặc theo yêu cầu, qua bưu điện hay người đưa đến. Các hãng điện báo đều hầu như có dịch vụ ảnh, ngoài phóng viên ảnh ra họ còn có biên tập viên về ảnh. Các hãng thuần túy hoặc chủ yếu làm ảnh ít bao quát được tình hình thời sự nhưng yêu cầu rất cao về chất lượng hình ảnh. Khách hàng của họ chủ yếu là các tạp chí. Cuối cùng, cũng như trong lĩnh vực thông tin, vẫn có các hãng ảnh nhỏ ít nhiều có tính chuyên trách. Các hãng này thường bổ sung cho một hãng chuyên cung cấp các bài đặc tả, các chuyên mục.

**Các hãng băng hình** dành cho vô tuyến truyền hình hoạt động giống như các hãng ảnh và có một số hãng lại thuộc cùng một doanh nghiệp. Họ phát các phóng sự qua vệ tinh hoặc dưới dạng băng video, cassettes. Ngoài ra, các kênh vô tuyến truyền hình cũng tham gia bán và trao đổi các bài phóng sự.

## CHƯƠNG III

# PHÓNG SỰ

### I. Phóng viên - nhân chứng nghề nghiệp

Phóng viên là một nhân chứng hay một người làm công việc điều tra. Họ chứng kiến các sự kiện được dự kiến, cố gắng khôi phục chuỗi sự việc của một sự kiện ngẫu nhiên. Nhưng đó là một nhân chứng chuyên nghiệp, một người làm công việc điều tra vì lợi ích của công chúng chứ không phải cho một cơ quan nào đó. Điều đó bao hàm các nghĩa vụ và các phương pháp.

Nếu như các thư ký tòa soạn báo biết vận dụng các kỹ thuật mà nhà báo phải nắm được thì người bình thường có thể nghĩ là phóng sự chẳng cần khả năng gì đặc biệt cả. Tất cả mọi người đều có mặt bên cạnh các phóng viên làm phóng sự trong các cuộc biểu tình. Họ xuất hiện như thế nào? Giống bất cứ ai, người ta chỉ nhận ra họ qua cuốn sổ tay rút ra khỏi túi lúc cần, trừ những người của các phương

tiện truyền thông nghe - nhìn với những máy móc công kênh và gây tiếng ồn. Điều đó đôi khi làm cho người ta nghĩ với điều kiện duy nhất là biết cầm cây bút bi thì bất kỳ ai cũng có thể trở thành phóng viên được cả. Tuy nhiên, có lẽ chỉ cần đọc ở bất cứ phòng biên tập nào các *bản thông cáo* của các tùy viên báo chí, hoặc lướt nhanh các *bài viết* của các nhà báo nghiệp dư thỉnh thoảng được đăng về một chủ đề nào đó mà giới chuyên nghiệp không *bao quát* được, sẽ nhận ra *tính chất nghiệp dư* của các tác giả vốn có thể là những bậc rất có học thức, thậm chí là chuyên gia trong lĩnh vực đó nữa.

Từ đâu có sự khác biệt này, đôi khi rất khó phân tích nhưng nó lại quá rõ? Đương nhiên, một phần do cách viết mà chúng ta sẽ trở lại bàn sau. Nhưng sự khác biệt cũng và chủ yếu là do có phương pháp làm việc hay không trong trường hợp xảy ra sự kiện. Biên tập chỉ là khâu cuối cùng trong công việc của nhà báo nói chung và của phóng viên nói riêng. Nếu biên tập tồi hoặc không phù hợp thì biên tập viên của phòng biên tập có thể sửa lại hoặc *viết lại bài*, miễn là có thời gian. Nhưng không bao giờ biên tập viên có thể thêm vào bản thảo các chi tiết mà phóng viên để lọt và anh ta khó mà dựng lại được chuỗi sự việc, theo trình tự trong mối quan hệ thực tế của chúng, nếu phóng viên đã trình bày không đầy đủ hoặc để lọt các mắt xích liên hệ đó.

Phóng viên là một nhà báo được phái đến tận

nơi xảy ra sự kiện để xem, nghe, cảm nhận, ghi chép và cuối cùng là thuật lại một sự kiện. Nhưng các yếu tố được thu thập từ sự chứng kiến vẫn không đủ: nhà báo phải hiểu càng cặn kẽ càng tốt cái mà họ đã chứng kiến thì sau đó mới làm cho người đọc của mình hiểu được. Sự chứng kiến của họ sẽ không phải là một trong số những yếu tố cho phép người tiếp nhận thông tin nắm tổng quát sự kiện. Đối với riêng anh ta thì sự chứng kiến là thông tin phục vụ cho phần công chúng không có khả năng đối chiếu. Điều này cũng có nghĩa là bài phóng sự phải là một sự chứng kiến *trung thành* và *đầy đủ*. Song ta cũng cần phân tích để làm rõ hơn nội dung của các tính chất này.

Người ta cũng có thể đề nghị thư ký buổi họp hay thư ký tòa án làm một báo cáo trung thành và đầy đủ về cuộc họp của một hội đồng quản trị hay của một phiên tòa. Thế nhưng các “biên bản” đó không giống với một phóng sự. Công việc của một thư ký tòa án hay của một thư ký cuộc họp là chia mục, chia phần và ghi theo thứ tự thời gian, còn phóng viên thì cùng với những ý kiến phân tích, họ còn có trách nhiệm tổng hợp sự kiện và dựng lại các yếu tố bằng cách sắp xếp lại các sự việc và cấu trúc nó theo thứ tự về mức độ quan trọng, không kể các trường hợp ngoại lệ, chúng được sắp xếp theo trình tự thời gian xảy ra sự việc. Như vậy, phóng sự tương tự như một lời chứng và một báo cáo

nhưng phức tạp hơn. Một nhân chứng bình thường chứng kiến một sự kiện sẽ có cách theo dõi tùy theo mỗi quan tâm cá nhân; tác giả một bản báo cáo viết tất cả cái gì anh ta nắm được, cho dù ý nghĩa của nó như thế nào. Còn phóng viên biết mình làm việc cho một đối tượng công chúng riêng. Tùy theo sự quan tâm của bộ phận công chúng đó mà anh không tự bằng lòng với việc ghi chép điều đã biết, anh đi tìm các yếu tố bổ sung mà anh thấy là có ích. Anh không được phép chuyển tới độc giả của mình bài phân tích đơn giản về một sự kiện, anh lao tâm khổ tứ để có một bài báo làm nổi bật ý nghĩa sự việc. Độc giả không chỉ chờ đợi nhà báo cho họ biết sự kiện mà muốn trong chừng mực nào đó được thấy như chính mình trở thành nhân chứng. Văn phong báo chí sẽ nói đến ở Phần III là điều rất cần thiết để đạt mục tiêu này. Điều kiện đầu tiên là áp dụng một phương pháp làm phóng sự với quy trình chặt chẽ.

## II. Chuẩn bị một phóng sự

Việc tìm kiếm có hệ thống những câu trả lời cho 6 câu hỏi đã nói trên (ai, cái gì, ở đâu, khi nào, như thế nào, tại sao) là cơ sở mang tính phổ biến trong bất cứ quá trình tạo nên một thiên phóng sự nào. Không thể có ngay được 6 câu trả lời đó, mà người phóng viên chỉ bằng lòng với công việc của mình khi có được các câu trả lời bằng các phương tiện với thời gian mà họ có thể có.

Thời gian từ lúc được báo trước một sự kiện cho đến lúc phải nộp bản thảo có thể dao động từ vài tuần cho đến 2-3 giờ. Nó là yếu tố cơ bản thường làm thay đổi phương pháp làm việc mà họ có thể vận dụng. Điều đó có nghĩa là phương pháp lý tưởng chỉ có giá trị đối với việc viết phóng sự về một sự kiện được thông báo trước khá lâu. Trong các trường hợp khác, đặc biệt khi biết một sự việc sau khi đã xảy ra thì đương nhiên người ta phải trung thành với tinh thần của phương pháp này nhưng yếu tố nhanh chóng là điều bắt buộc thực hiện trước mọi yếu tố khác.

Trong trường hợp lý tưởng, trường hợp một cuộc biểu tình đã được dự kiến từ nhiều ngày trước thì công việc của phóng viên được bắt đầu từ phòng biên tập, ngay từ khi được thông báo là có sự kiện đó. Vấn đề đặt ra ở đây là làm sao tập hợp được tối đa các tin tức về bản thân sự kiện, về tổ chức và *bối cảnh* của nó, về những sự việc đã xảy ra trước đó, về cái gì còn phải chờ đợi, về không khí chung quanh. Nếu phóng viên ít nhiều đã là chuyên gia đối với chủ đề này thì việc chuẩn bị sẽ được thực hiện nhanh chóng. Anh ta chỉ cần liếc mắt qua hồ sơ cá nhân và tìm kiếm vài chi tiết để thêm tư liệu cho tờ báo. Trong trường hợp ngược lại, anh ta cần lao vào nghiên cứu vấn đề, điều đó đòi hỏi phải đọc sâu tất cả tư liệu hiện có và nếu có thể được, phải hỏi chuyện một chuyên gia. Việc chuẩn bị này rất cơ bản; nếu chuẩn bị không đầy đủ thì phóng viên

có nguy cơ không đi thẳng vào vấn đề chính mà bị dẫn dắt bởi những khía cạnh bề ngoài rất dễ bị đánh lừa mà không nhận thấy tầm quan trọng của chi tiết.

Sự sai lệch giữa những khía cạnh hình thức bề ngoài và nội dung bên trong sâu sắc của nó thường vẫn xảy ra đối với bất kỳ một sự kiện nào. Điều này đặc biệt quan trọng khi các nhân vật chủ chốt có xu hướng muốn làm nổi bật một chi tiết nào đó lên và che giấu chi tiết khác. Nói cách khác, đó là sự thận trọng của nhà báo và do đó tính tỷ mỉ của việc anh chuẩn bị phóng sự phải đạt tới mức độ đặc biệt cao, nhất là đối với các vụ việc chính trị, tư pháp.

Nguy cơ đánh giá sai sẽ rất lớn đối với người viết thời luận tư pháp được giao viết tường thuật về một vụ án nếu vào phòng xử án mà không nghiên cứu kỹ hồ sơ. Ngoài các thẩm phán, không ai trong các nhân vật chủ chốt của vụ án thực sự vô tư khi giúp anh tìm kiếm chân lý khách quan. Tất cả những lời phát biểu của các bên, và thậm chí phần lớn những lời khai của các nhân chứng đều ít nhiều có xu hướng bóp méo, sai lệch sự thật.

Chưa nói tới những bằng chứng sai trái đặc trưng, hầu như tất cả những người được gọi ra trước vành móng ngựa đều nhấn vào một chi tiết này hoặc chi tiết nọ. Cho dù điều đó không thực sự làm méo mó các sự kiện chính thì cũng đặt các sự kiện này dưới một sự



nhìn nhận khả dĩ làm thay đổi ý nghĩa của chúng. Như vậy là nhà báo bị đặt trước một loạt các tình thế ngang trái, tính khách quan của bài phóng sự chỉ có thể có được nếu nó được bảo vệ bằng sự hiểu biết trước thật rõ ràng tất cả những gì mà người ta có thể biết trước khi mở phiên tòa.

Cũng cần đề phòng một thói xấu nữa là có trước một định kiến – đúng ra là một thành kiến khi nghiên cứu hồ sơ. Người phóng viên không được quên rằng mình không phải là người điều tra về một chủ đề chung mà là tường thuật một sự kiện cụ thể. Chuẩn bị quá mức, tức là hoàn thiện cấu trúc của bài báo trước khi có mặt tại nơi xảy ra sự kiện cũng sẽ có hại cho chất lượng của bài phóng sự giống như sự thiếu sự chuẩn bị. Thực vậy, chính các yếu tố mới, cho dù nó nhỏ nhặt, cũng vẫn là trung tâm của bài phóng sự, bởi vì nó tạo nên tính thời sự nóng hổi.

### **III. Làm việc tại nơi xảy ra sự kiện**

Bản thân phóng sự, xét về mặt tu từ, là tìm kiếm thông tin một cách chủ động và tức thì. Nó được thực hiện bằng các cách khác nhau giữa hai trường hợp đó là sự kiện dự kiến hay ngẫu nhiên.

*Nếu sự kiện được dự kiến* thì nhà báo có thời gian tự chuẩn bị khá tỉ mỉ. Anh nắm vững được vấn đề, biết mình phải chờ đợi những gì. Anh có thể lý giải dễ dàng điều sắp xảy ra. Thế nhưng anh vẫn

phải hoàn chỉnh việc chuẩn bị của mình bằng cách đến địa điểm trước giờ thông báo. Làm như vậy anh có thể gặp gỡ những người tổ chức và các nhân vật chủ chốt và thu thập ở họ những tin tức còn thiếu. Anh trao đổi với đồng nghiệp các “thông tin riêng cuối cùng”. Anh tự chuẩn bị theo dõi diễn biến sự việc trong điều kiện tốt nhất, bằng cách chọn một hoặc nhiều điểm quan sát và những hành trình di chuyển mà anh sẽ phải thực hiện. Xuất phát từ đầu cuộc biểu tình chẳng hạn, công việc của anh là theo dõi cẩn thận cuộc biểu tình, hiểu rõ nó và ghi chép lại. Nguy cơ chính cần phải ngăn ngừa – đòi hỏi người phóng viên phải có một phản ứng thường trực, đó là không để cho mình bị hút vào những cái bề mặt của diễn biến. Trong khi ghi chép những sự việc rõ ràng là chính yếu đó, người phóng viên vẫn phải để ý phát hiện những sự việc thứ yếu có ý nghĩa hoặc là sự việc sinh động nhất. Anh xử sự như một người quan sát chủ động, nếu chưa muốn nói là xông xáo; anh không ngừng thể hiện đầu óc phê phán; đặt ra nhiều câu hỏi và tìm câu trả lời.

*Nếu như sự kiện là ngẫu nhiên thì không có chuyện phải chuẩn bị. Nhà báo vội vàng đến nơi xảy ra sự kiện. Lúc đó anh chỉ còn trông cậy vào trình độ và sự hiểu biết của mình về tình hình thời sự để hiểu, lý giải được các sự việc mà anh phải tường thuật. Song anh vẫn có thời gian để nêu ra*

với đồng nghiệp am hiểu tình hình hơn vài câu hỏi sơ bộ cần thiết. Khi sự kiện xảy ra ở xa thì thường anh có thời gian (trong khi đợi giờ xuất phát, đợi máy bay hay đợi tàu) để tập hợp tư liệu tối thiểu rồi nghiên cứu trong khi đi.

Khác với trường hợp một sự kiện được dự kiến, những tin tức đầu tiên có thể thu thập tại chỗ rất quan trọng: nó sẽ giúp cho việc dựng lại cái gì đã xảy ra trước khi phóng viên tới. Điều đó có nghĩa là các câu hỏi đặt ra phải phù hợp và cố gắng đầu tiên là tìm những người am hiểu hơn cả để có lời giải đáp: đồng nghiệp, cảnh sát, công an cứu hỏa, các nhân chứng...

Khi có sự kiện ngẫu nhiên quan trọng thì chưa phải là xong việc khi phóng viên có mặt. Để có bài phóng sự hay, anh ta vừa phải hỏi xem điều gì đã xảy ra trước đó, vừa phải viết bài phóng sự về những gì xảy ra sau đó như trong trường hợp sự kiện đã dự kiến. Đó là một công việc phức tạp, vì thế thật là khó khi định ra một quy tắc chung. Trong thực tế, việc tổ chức công việc của phóng viên lúc đó tùy thuộc vào tính chất sự kiện, phụ thuộc vào cơ quan phái họ đi, chẳng hạn đó là một thảm họa thì nhà báo của hãng thông tấn hay của đài phát thanh phải biết truyền đi thật nhanh tin tức về hậu quả hay ước lượng sơ bộ về số người chết, bị thương, mất tích, con số thiệt hại..., dẫn đến đường sắt bị gián đoạn nhiều ngày, một nhà

máy bị cháy nên công nhân mất việc... Phóng viên làm phóng sự của một tờ tuần báo hay nhật báo có bản in không phải ra gấp thì có thể xem xét địa điểm một cách bình tĩnh hơn, có thể theo dõi công việc cứu trợ, tìm kiếm chứng cứ đây đó. Hậu quả chung của sự kiện, dù chính thức hay không chính thức, trừ khi tất cả đã được xác định dứt khoát, cũng chỉ có ý nghĩa với người phóng viên vào thời điểm trước khi truyền đi phóng sự.

Trong mọi trường hợp, điều quan trọng khi có mặt tại nơi xảy ra sự kiện là phải khẩn trương thu thập tin tức nếu không sẽ rất khó về sau. Nếu người bị thương hay người chết còn nằm tại chỗ thì sẽ dễ dàng biết được danh tính của họ. Còn khi xe cấp cứu đã đưa họ đi thì lại là chuyện khác. Trong lúc xúc động, một số nhân chứng có liên quan - (tiếp tay cho một cuộc đảo chính, lái xe bị rơi xuống rãnh, gác kho bị cháy) - có thể sẽ cung cấp những tin tức có giá trị nhưng họ sẽ từ chối trả lời khi đã bình tĩnh trở lại. Cuối cùng, các tin tức thu thập được tại chỗ thường chưa đầy đủ và cần được bổ sung. Lúc đó, cần nhanh chóng xác định những người có thể cung cấp các thông tin và cách thức làm sao có được những thông tin đó. Nếu không tự làm được, phóng viên gọi điện cho tòa soạn, đề nghị một đồng nghiệp của anh làm việc này.

Tóm lại, làm phóng sự đòi hỏi phóng viên phải có một số phẩm chất nhất định, những phẩm chất phải được thực thi, đồng thời và phải kiểm soát

lẫn nhau: từ khâu chuẩn bị cho tới khâu biên tập; am hiểu chủ đề, tính tò mò ham hiểu biết, đầu óc quan sát, đầu óc phê phán, khả năng phân tích và tổng hợp ngay, suy ngẫm và quyết định nhanh, thái độ dễ tiếp xúc với người khác, không được quên sự khôn khéo và tế nhị vì nó mở ra rất nhiều cánh cửa.

#### IV. Ghi chép

Khi nói đến một nhà báo, người ta thường hình dung ra một con người được trang bị một cuốn sổ tay và cây bút bi. Quả vậy, dù cho bộ nhớ của anh như thế nào đi nữa thì người phóng viên cũng không bao giờ có thể hoàn toàn tin vào nó được. Ngay sau khi xảy ra sự kiện, và thường trước khi kết thúc - anh ta phải thảo nhanh một bài báo hoàn chỉnh. Do đó những ghi chép của anh phải có đủ tất cả những gì cần tường thuật, và phải viết ngắn gọn, rõ ràng để sử dụng mà không mất thời gian. Tùy theo kinh nghiệm và tính cách, mỗi nhà báo có phương pháp riêng của mình trong ghi chép. Song tất cả các phương pháp đều có điểm chung là phản ánh các nguyên tắc phóng sự vừa nói ở trên. Chúng ta đã thấy phóng viên không theo dõi diễn biến sự việc như thư ký buổi họp hoặc một thư ký tòa án. Anh không ghi chép giống như những người đó.

Các ghi chép của phóng viên có đặc điểm trước

hết là *ngắn gọn*. Một từ thường đủ để tóm tắt một sự việc tương đối phức tạp hay một ý nêu trong một bài diễn văn. Thực vậy, không được quên rằng ghi chép của phóng viên không phải là tư liệu để nghiên cứu nhiều tuần lễ sau sự kiện xảy ra, như ghi chép về một bài giảng nào đó; đó là một *bản tóm tắt* có giá trị nhất thời sau đó sẽ vứt xó sau khi đã sử dụng.

Những điều ghi chép để làm phóng sự trước tiên bao gồm *các yếu tố chính* của sự kiện. Ít khi người ta quên các chi tiết này. Một vài trích dẫn nguyên văn từ một bài diễn văn có thể được ghi lại, nhưng không được quên yêu cầu ngắn gọn. Nếu trích dẫn dài một bài diễn văn hay một tham luận, hoặc *cần trích dẫn rộng rãi* nhiều ý tứ trong lời phát biểu của một nhân vật nào đó thì nên dùng máy ghi âm.

Còn có những điểm cần ghi chép nữa là những *sự kiện tuy thứ yếu* nhưng nó được chen vào sự kiện chính và góp phần giải thích sự kiện chính, những *chi tiết* có giá trị thẩm mỹ, có ý nghĩa mới mẻ hoặc khác thường, tạo nên sắc thái của sự kiện, cho phép dựng lại bầu không khí của nó.

Phóng viên ghi chép các *câu hỏi* chợt nghĩ ra mà có thể chưa được trả lời ngay tại chỗ. Cũng cần phải nói thêm rằng nếu các ghi chép phóng sự trước hết là bản tóm tắt thì nó cũng là một bản phác thảo. Người ta chắc sẽ mất đi thời gian quý giá khi viết bài nếu phải đọc lại các ghi chép theo

trình tự thời gian. Thực tế, khi ghi chép, người phóng viên đã nghĩ tới bài báo của mình và phác họa cấu trúc của nó. Theo nghĩa đó, các ghi chép thực sự là *bản phác thảo* phóng sự.

Điều đó muốn nói rằng các ghi chép phải được sắp xếp một cách lôgic. Cách tốt nhất là dành cho mỗi yếu tố quan trọng cùng các chi tiết có liên quan một trang giấy; đồng thời bổ sung, sửa chữa hoặc đánh dấu bằng bút màu. Đôi lúc cũng khó vì các sự việc chính yếu thường xuất hiện sau các yếu tố thứ yếu tùy thuộc vào mỗi sự việc. Nhưng một hệ thống chỉ dẫn, ghi chú bên trong các ghi chép cho phép chỉnh lại thứ tự diễn biến của sự kiện thông qua các trang sổ tay.

Cuối cùng, nếu như việc ghi chép thực hiện tương đối dễ dàng đối với một cuộc tuần hành, cho dù là phức tạp đi nữa, nhưng nó thường rắc rối hơn khi dựng lại một sự kiện mà phóng viên không chứng kiến. Trong trường hợp này, phác thảo mẫu cần thiết luôn xoay quanh 6 câu hỏi then chốt: Ai, cái gì, ở đâu, khi nào, như thế nào và tại sao.

## CHƯƠNG IV

### CÁC LOẠI PHÓNG SỰ

Chương trước giới thiệu phương pháp chung áp dụng cho bất kỳ bài phóng sự nào. Thực ra có nhiều loại phóng sự, mỗi loại có những yêu cầu tất yếu riêng. Không thể làm phóng sự về một cuộc cách mạng, một tai nạn giao thông, một trận đấu quyền Anh, một cuộc bầu cử tổng thống theo cùng một sơ đồ chuẩn tuyệt đối. Ở đây cần phân biệt hai loại, tức là trở lại sự phân biệt giữa sự kiện có dự kiến và sự kiện ngẫu nhiên dưới hình thức khác.

Một mặt, có các phóng sự chuyên đề, có khi được gọi là các bài thời luận: nghị viện hay chính trị, tư pháp, thể thao. Thuận lợi cho việc làm phóng sự loại này là ở một chuỗi liên tục sự việc diễn ra trong một khoảng thời gian không lâu, nhưng cái khó của nó là tính trừu tượng, sự mập mờ của sự việc và nó cũng dễ lẫn lộn với một loại bài thời luận khác - văn hóa, điện ảnh, phụ nữ, truyền hình... Thực ra, giữa hai mục thời luận này ranh



giới rất mờ nhạt và cách phân biệt nhiều khi mang tính võ đoán. Việc phân biệt phải tùy theo tầm quan trọng tương đối trong tiêu chí về tính thời sự nóng hổi, đối với loại bài thời luận thứ hai, nhưng nó sẽ mang tính tuyệt đối trong trường hợp đầu. Mục thời luận về phụ nữ hay văn học thường xuất hiện một tuần một lần trong tờ nhật báo, nhưng không phải đều đặn như vậy đối với mục thời luận chính trị. Mặt khác, lại có những phóng sự ít có tính chuyên đề, nó bàn về các chủ đề không liên hệ với nhau mà điển hình là loại bài phóng sự về những sự việc muôn mặt đời thường.

Ngoài cách phân loại trên, cũng cần nhắc tới công việc của phóng viên đặc biệt, họ có thể không phải là chuyên gia, công việc mà họ được giao là xử lý bất kỳ chủ đề nào, có thể là viết bài, một công việc cách xa với tính thời sự nóng hổi, hoặc là cuộc phỏng vấn giống như công việc của tất cả các phóng viên thường phải thực hiện.

### **I. Phóng sự chính trị, tư pháp hoặc thể thao**

Phóng viên chính trị, tư pháp hay thể thao được giao theo dõi một loạt các sự kiện liên kết nhau. Thông thường, các sự kiện này được dự kiến và thông báo trước. Khi nó là ngẫu nhiên thì các nhà báo cũng đã được trang bị những hiểu biết cần thiết để giải quyết vì họ hoàn toàn nắm được căn nguyên của sự kiện. Thực vậy, phóng viên chuyên đề luôn am hiểu bất cứ động thái nào của chuỗi sự việc

thuộc phần việc được giao của mình, ngay cả khi họ không cần phải đưa tin. Do vậy các nhà báo này không chỉ có nhiệm vụ thuật lại các sự kiện chính yếu. Họ còn theo dõi diễn biến của các vụ việc trong suốt khoảng thời gian ấy. Có vậy, các phóng sự của họ mới rõ ràng, các sự việc mới được lý giải rành mạch. Nhưng thế vẫn chưa đủ. Khi cần, ngay cả đối với một sự việc có thể không xảy ra họ vẫn cần theo dõi, nắm bắt tình hình hoặc có ý thức chuẩn bị. Chẳng hạn, họ phải *lược thảo hồ sơ một vụ việc* trước khi phiên tòa mở ra hoặc tóm tắt hoạt động của một câu lạc bộ thể thao. Như vậy là các nhà báo này phải luôn tìm kiếm tin tức và giữ quan hệ tốt đối với các nhân vật quan trọng thuộc giới “thạo tin”. Nhất là phóng viên chính trị phải nên lui tới các hành lang của quốc hội, trụ sở các bộ, ban thư ký của các đảng. Anh ta phải thường trực yêu cầu nắm bắt cái gì đang diễn ra trong các ủy ban, điều đang được chuẩn bị ở các cơ quan, hoặc đang được quyết định trong các phe nhóm. Phóng viên tư pháp phải thường xuyên đến tòa án, ngay cả khi không có phiên tòa hấp dẫn. Bằng cách hỏi chuyện các quan tòa, các luật sư và các thư ký tòa án, anh ta có thể theo dõi khâu thẩm cứu các vụ việc hiện hành. Phóng viên thể thao đi xem các đội tập luyện, gặp gỡ đều đặn những người lãnh đạo câu lạc bộ...

Trước hết, với chức năng này, rõ ràng phóng viên cần có năng lực, có đầu óc hiếu kỳ nhưng còn cần cả sự khôn khéo trong giao tiếp và tính thận trọng.

*Năng lực* thể hiện trong thực hiện nghĩa vụ đối với độc giả và nó còn là vũ khí trong việc tìm kiếm thông tin. Nhà báo được đồng nghiệp coi là có cơ may khi thấy anh ta xuất hiện đúng lúc ở nơi cần có mặt, lại thường là người am hiểu, lý giải ngay được dấu hiệu nhỏ nhất, bất cứ lúc nào nhờ dựa vào tư liệu cá nhân được cập nhật hằng ngày. Và các nghị sĩ, tất nhiên, thường tìm hỏi một nhà báo có tên tuổi chuyên viết về hoạt động của quốc hội để có tin tức, vì nhà báo này được coi như am hiểu tất cả. Việc cung cấp thông tin này mang lại lợi ích thu thập thông tin.

*Đầu óc hiểu kỳ và khôn khéo trong giao tiếp* không tách rời nhau. Đầu óc hiểu kỳ là động cơ của mọi tìm kiếm thông tin, còn sự khôn khéo trong giao tiếp là cái phanh hãm động cơ “dễ hưng phấn” này lại, đầu óc tò mò dễ trở thành xoi mói, làm méch lòng người đối thoại và như vậy làm mất một nguồn tin.

*Tinh thận trọng* có thể tương phản với chức năng của nhà báo. Tuy vậy, phải mạnh dạn làm nổi bật phẩm chất đó lên trong số các phẩm chất nghề nghiệp vì nó xứng đáng với lòng tin của những người mà phóng viên phải dựa vào để nắm được tin tức. Khi có được các quan hệ tin cậy như vậy rồi thì nhà báo đôi khi có được những thông tin mật mà người ta yêu cầu không được công bố. Loạn đi những điều bí mật này không những là điều khiếm nhã mà còn là sai sót nữa. Do muốn có *tin sốt dẻo* nhất thời chưa

đăng ở báo nào mà tác giả vội vàng loan tin đó sẽ dẫn đến nguy cơ làm hại tới tương lai nghề nghiệp của chính anh ta.

Thoạt nhìn, người ta có thể chưa nhận biết hết tính hữu ích của những thông tin mật như vậy. Phải nhớ rằng nếu không để lộ các điều bí mật đó thì phóng viên có thể dùng nó một cách gián tiếp. Trước tiên, nó khiến ta có thể loại bỏ việc công bố một thông tin hay một giả thuyết mâu thuẫn với điều mà ta đã biết được từ nguồn chắc chắn. Sau nữa, nó cho phép hiểu đúng tình hình, dự kiến sự kiện.

Nếu một nhà ngoại giao báo là sắp có một hiệp định quốc tế mà việc chuẩn bị nó chưa hề bị lộ ra thì lúc công bố điều đó, nhà báo sẽ có lợi thế trước các đồng nghiệp vì đã có thể nghiên cứu sâu tất cả bối cảnh của hiệp định, thậm chí còn có thể thảo trước một số chi tiết có yếu tố lịch sử hay chọn lời giải thích, bổ sung. Một giám đốc thể thao thổ lộ ý đồ của một vận động viên điền kinh muốn giành kỷ lục trong một trận gập gỡ cấp vùng, nếu một hãng truyền thông quốc gia biết được ý đồ này, có thể phái một êkip nhà báo và nhiếp ảnh hay quay camera đi gập đến nơi thi đấu, trước tất cả các tòa báo khác. Cuối cùng, theo luật chung thì tính cần thận của nhà báo là một yếu tố cơ bản để có được các quan hệ tin tưởng cần thiết giữa người cung cấp thông tin và người làm báo.

Tương như khó tin, nếu nói rằng quá cần thận là căn bệnh nghề nghiệp của các nhà báo. Nhà báo

phải biết rõ đâu là những điều bí mật được tiết lộ một cách thẳng thắn chân thành, khác hẳn với những điều bí mật giả dối, để lộ có tính toán. Những thông tin loại này thường có vẻ bề ngoài đáng tin cậy, đôi khi lại khó mà phân biệt được với một thông tin xác thực. Phải biết lý giải một dấu hiệu, tìm hiểu để biết rõ tác giả của dấu hiệu đó và phải hiểu rằng nếu anh ta không muốn tin đó hoặc dư luận đó loan ra thì anh ta sẽ lặng thinh... Đây cũng không phải là những bí mật tình cờ biết được khi lắng nghe một cuộc chuyện trò trong quán nước, hoặc khi bất chợt đọc ở phòng đợi một tài liệu nội bộ đáng ra không được đặt ở đó. Trong trường hợp này, chúng ta hiểu rằng lỗi để lộ thông tin là ở người nắm giữ bí mật chứ không phải người nắm được thông tin do sơ suất của người kia, nhưng với lương tâm của mình, đôi khi nhà báo vẫn phải giữ kín. Cuối cùng, còn có cả những trường hợp yêu cầu tính cần trọng giữ bí mật lại mâu thuẫn với quy ước nghề nghiệp cao cả, thậm chí với đạo đức thuần túy. Không thể giữ bí mật về một âm mưu giết người. Công bố một vụ tai tiếng chính trị, nhà báo phải hiểu là mình có nghĩa vụ “phản bội lòng tin” đã được đặt vào mình, có khi còn phải trả cả cái giá đắt hơn là hy sinh sự nghiệp. Tất nhiên, chúng ta phải nói ngay rằng suốt cả cuộc đời của một nhà báo có thể trôi đi mà không xảy ra một tình thế đầy kịch tính như thế.

*Tuy phóng sự về một cuộc họp, một phiên tòa*

hay các trận thi đấu thể thao chỉ là một phần việc của một nhà báo chuyên viết tin, bài về quốc hội, tòa án hoặc thể thao, nhưng dù sao đó cũng là một công việc ở đỉnh cao. Phần còn lại trong công việc của người làm báo chuyên trách, trước hết, là chuẩn bị tốt cho những thời điểm quyết định đó. Vậy không cần phải nhấn mạnh đến tầm quan trọng của yêu cầu hiểu biết trước thực chất vấn đề cũng như những hoàn cảnh mới xuất hiện: lập trường, các tuyên bố của các nhóm có liên quan, mặc dù không dính líu đến sự kiện, thái độ dư luận nói chung và các hướng dư luận khác nhau. Hơn lúc nào hết, trong diện biểu lộ này, phóng viên phải luôn cảnh giác rằng cái thứ yếu có thể lại gây ấn tượng mạnh hơn cái chính yếu. Luật sư tất nhiên cố thu hút sự chú ý của hội thẩm đoàn, của tòa án, của báo chí đối với các chi tiết có lợi cho bị cáo, thậm chí cả những chi tiết thuần túy hoa mỹ hay để cho vui, nhằm làm quên đi các yếu tố dè nặng tâm lý khách hàng của mình. Một ông bộ trưởng hay một nghị sĩ có thể quỵn rũ cử tọa bằng lời hùng biện để che đậy các điểm yếu trong lập luận. Dĩ nhiên, những cách bàn luận xa đề này cũng nằm trong sự kiện và phải được thuật lại. Nhưng cho dù nó hấp dẫn đi nữa thì cũng không nên để cây che rừng. Người phóng viên phải giữ chừng mực trong khi phân bổ tỷ lệ dành cho từng phần chi tiết của sự kiện. Nếu một người quan sát

gây ồn ào trong một buổi tranh luận ở quốc hội thì tính chất bất bình thường của cử chỉ đó cũng đáng nêu trong bài tường thuật, nó khác với một cuộc họp buồn tẻ khi bàn về một vấn đề kỹ thuật. Và cũng nên phản ánh tiếng vang đó bên lề bài phóng sự về cuộc bỏ phiếu chung quanh nội dung một bản kiến nghị bất tín nhiệm (chính phủ).

Cần phải nói thêm rằng nếu phóng sự chính trị, tư pháp thể hiện rõ nét tính khách quan thì phóng sự thể thao, nhất là báo viết, lại được dành phần lớn cho bình luận cá nhân. Số đông độc giả quan tâm đến thể thao có thể theo dõi trên sân cỏ hay qua truyền hình trận đấu mà nhà báo thuật lại, nếu là một sự tường thuật đơn giản về sự việc mà họ đã biết sẽ làm cho họ chán. Nhưng quyền tự do dành cho phóng viên thể thao và yêu cầu ở họ muốn thực hiện được cũng chẳng dễ dàng gì. Công chúng thể thao sành sỏi và đam mê không bỏ qua sai lầm nhỏ nhất, kể cả lời bình phẩm có phần thiên vị của nhà báo.

## II. Những thông tin muôn mặt đời thường<sup>1</sup>

Khác với các nhà báo vừa được nói đến ở trên - những người theo dõi một loạt những sự kiện phức

---

<sup>1</sup> Nguyên từ tiếng Pháp là *Faits divers* nghĩa đen là những tin đủ các loại, với khái niệm cụ thể được nêu ở dưới títt. Hiện có nhiều cách dịch khác nhau, trong đó có những cách dùng hình tượng như: tin xe cán chó, tin chó chết, tin vật, tin linh tinh, tin đủ các loại... Títtt này chúng tôi tạm dịch (B.T).

tạp - còn có các phóng viên xử lý các sự kiện hầu như bất ngờ và không dính dáng gì với nhau: *Những thông tin muôn mặt đời thường.*

Tính muôn hình, vạn trạng của các sự việc này đòi hỏi phóng viên phải rất linh hoạt để thích nghi với các sự kiện và bối cảnh hoàn toàn khác nhau. Chủ yếu ở đây là các vụ tai nạn và sự cố, những sự việc bất thần hoặc tiêu biểu, các vụ án mạng và các vụ vi phạm luật pháp. Những vụ việc này có thể là tai nạn hàng không, động đất, sát hại một nhân vật quan trọng hoặc chỉ là ngọn lửa ở ống khói hay một cử chỉ tốt đẹp của một nhân vật cấp cao đối với một địa phương. Nó đòi hỏi phóng viên phải luôn sẵn sàng, có khi trong cùng một ngày, lúc ở văn phòng cảnh sát trưởng, lúc thì ở quán bar có ánh đèn mờ, lúc thì đứng trước một khu nhà ổ chuột của một thành phố, lúc khác lại có mặt trong một bữa chiêu đãi quốc gia sang trọng.

Cái hằng số chính của bài phóng sự về các vụ việc đủ loại là phóng viên phải làm việc *với thời gian tối thiểu*. Các thông tin loại này thì khó biết trước được, điều quan trọng là được báo và phải đến ngay nơi xảy ra sự kiện và điều tra, cuối cùng là chuyển bài báo đi, tất cả diễn ra rất nhanh chóng. Nếu việc đi lại một cách mau lẹ tùy thuộc vào phương tiện giao thông thì tính nhanh chóng trong điều tra lại là vấn đề áp dụng phương pháp tổng quát đã được trình bày và đầu óc bình tĩnh. Về việc truyền tin, cần phải tìm một máy điện thoại ở nơi gần nhất. Được thông báo một sự kiện bất thần xảy ra là chuyện phức tạp hơn:



không thể dựa vào sự ngẫu nhiên cũng như sự hấp tấp vội vàng.

Chính trong lĩnh vực làm tin muôn mặt đời thường này, dễ có nguy cơ *đốt cháy giai đoạn*, lấy tin dựa theo bài của đồng sự. Để tránh thiếu sót này - dù hoàn cảnh nào và dù với những lý do biện bạch nào - *làm hồng việc* bao giờ cũng là có lỗi - bất kỳ nhóm phóng viên nào chuyên viết về các sự việc đủ loại cũng phải tổ chức, duy trì và luôn luôn hoàn thiện một mạng lưới khá chặt chẽ những người cung cấp thông tin. Trong thời gian giữa hai phóng sự, các nhà báo này không hy vọng soạn được một thông tin mang tính giả định: họ phải không mệt mỏi lui tới các nguồn cung cấp những thông tin đã được ghi nhận và cố gắng phát hiện những nguồn khác. Các nguồn cung cấp tin này rất nhiều và thất thường nhưng có những nguồn thường xuyên và tuyệt đối cần thiết: đó là những con người và những cơ quan bình thường nắm được rất nhanh chóng những hành động tội ác, những vụ tai nạn cùng những con số thiệt hại, nói cách khác đó là cảnh sát, lính cứu hỏa, các bệnh viện.

Điều đó không có nghĩa là phóng sự được thực hiện gián tiếp tại cơ quan cảnh sát, cũng không phải nhà báo là người trung gian đơn thuần giữa cảnh sát và công chúng. Đối với các vụ việc nhỏ nhặt chỉ đáng vài dòng trên báo thì các tin tức thu lượm được như vậy thường là đủ rồi. Nhưng đối với các sự kiện thực sự đáng lưu ý thì lại là sự sai sót. Trong trường hợp này, phóng viên không thể bằng lòng với cách giải thích sự việc như

trong biên bản; cần phải tự điều tra nhờ vào công chúng. Ngoài ra, trong các vụ phạm tội phức tạp hoặc các vụ tai nạn nghiêm trọng có liên can đến một nhân vật có tên tuổi thì cảnh sát thường từ chối cho biết chi tiết. Nguyên tắc bí mật trong thẩm cứu đã lấn át nguyên tắc quảng bá hoạt động của cảnh sát. Việc đến thăm cơ quan cảnh sát thậm chí chỉ là điểm xuất phát. Phóng viên quen với bầu không khí của đồn cảnh sát dễ nhận thấy một dấu hiệu hoạt động bất bình thường. Qua các câu hỏi đặt ra cho người này người nọ, hiếm khi người phóng viên có được một thông tin cụ thể chính xác, mà chỉ được một chỉ dẫn đủ để tự mình đi theo hướng đúng.

Tuy nhiên, có khi phóng viên không biết được gì ở đồn cảnh sát. Do yếu tố thời gian, phóng viên luôn mong muốn nắm được tin tức cùng lúc với cảnh sát, tốt hơn nữa là trước họ. Cần nhớ rằng không phải duy nhất cảnh sát biết được một sự việc xảy ra; trước họ có thủ phạm; nạn nhân và nhân chứng. Cố nhiên không hy vọng điều gì lớn ở thủ phạm; nạn nhân có thể có phản xạ kêu ca với một tờ báo nhưng hiếm khi ngay lập tức. Vậy phải tự mình tìm hiểu mới nắm được tin trực tiếp hay gián tiếp qua nhân chứng. Có thể đạt được bằng một mạng lưới chặt chẽ những người cung cấp thông tin có mặt ở khu xảy ra sự việc: người quản lý quán bar, người phân phối báo, nhà buôn, người gác cổng, những người có nhiều điều kiện tốt để nhanh chóng biết cái gì xảy ra trong một chu vi nhất định. Những người cung cấp thông tin này được thưởng bằng tiền, bằng

báo biểu và nhất là bằng việc nhận thấy tầm quan trọng của mình do phóng viên có quan hệ thường xuyên với họ.

### III. Đặc phái viên

Khi được cử đến một nơi cách xa một số kilômét nào đó - điều không bao giờ được nêu cụ thể trong bất cứ một tờ báo nào, người phóng viên trở thành đặc phái viên. Điều đó muốn nói rằng việc thay đổi tên gọi này không kéo theo việc thay đổi phương pháp. Tuy vậy, khi đã phải di chuyển đến nơi xa như vậy, đương nhiên là có sự việc quan trọng và nói chung là phức tạp. Điều này không đòi hỏi cái gì đặc biệt trong công việc của nhà báo, nếu đó là một sự kiện đã dự kiến (đại hội liên hoan, cuộc đình công, đại hội, cuộc tranh tài thể thao...). Ngược lại, nó đòi hỏi một sự chặt chẽ đặc biệt, những phản ứng hầu như tự động khi sự kiện xảy ra ngoài dự kiến như động đất, đảo chính hoặc khi sự kiện có quy mô không ngờ như một cuộc biểu tình bình thường với yêu sách ban đầu chỉ là đòi điều này, điều nọ lại chuyển thành cuộc bạo động. Trong trường hợp này chúng ta đã thấy là phải làm rất gấp rút để có bài kịp cho số báo tới. Nếu giờ in báo gần kề thì trước hết phải nắm được tình hình đã diễn ra và dự kiến một cách có lý những điều có thể xảy ra. Nếu không thì tốt nhất là lập tức đi ngay vào trọng tâm của sự kiện để thông tin một đôi điều cốt yếu nhất.

Đặc phái viên không phải là nhân chứng từ đầu sự kiện, cũng không thể chứng kiến được hết những sự việc sau khi đã tới nơi, bởi vì phạm vi hoạt động sẽ quá rộng hoặc ít ra là không thể nào đi tới mọi điểm được. Vậy cho nên phải nhanh chóng tìm ra người cung cấp thông tin, tốt nhất là đồng nghiệp: tìm gặp phóng viên một tờ báo nào đó, phóng viên các hãng thông tấn, các nhà báo địa phương, có thể là các phóng viên đặc biệt khác có may mắn đến trước.

Về chủ đề này cần phải nói đôi lời về mối quan hệ giữa các phóng viên cạnh tranh thông tin với nhau. Việc cạnh tranh giữa các tờ báo là một chuyện còn tính đồng nghiệp lại là chuyện khác. Mối quan hệ giữa các phóng viên cùng *đưa tin* về một sự kiện là sự tổng hợp của hai yếu tố trên. Người tìm ra *tin sốt dẻo* trước tiên, tất nhiên không để lộ điều gì, ít ra là trước khi phương tiện truyền thông của anh ta có thời gian ưu tiên khai thác.

Tuy nhiên, không có ai cự tuyệt thông báo cho người mới đến cái mình cũng biết như những người khác nếu họ ở đó cùng lúc, trừ khi có một ác cảm cá nhân nào đó đối với người mới đến. Kiểu ác cảm này thường bắt nguồn từ một trường hợp quá khứ, khi họ cần sự giúp đỡ thì ta lại từ chối. Sự kình địch giữa các báo ít khi xảy ra, đối kháng chính trị lại càng ít nữa. Ngoài ra, trừ trường hợp hãn hữu, đặc phái viên là đại diện duy nhất của tờ báo của anh ta và không thể theo dõi hết các mặt của sự kiện. Sự quan tâm của mỗi người là trao đổi tin tức, là hợp tác ít nhiều có tổ chức với nhau. Khi sự kiện diễn ra nhiều ngày thì bỗng

nhiên trong một khách sạn hay ở quán bar sẽ hình thành một kiểu tổng hành dinh của các phóng viên đặc biệt, nơi giao dịch tin tức. Việc trao đổi không phải là trao đổi tin tức chống lại người khác, nhưng có thể đoán ra là phóng viên nào thường xuyên lui tới để tìm kiếm *manh mối tin tức* kín đáo mà lại không đóng góp gì cuối cùng sẽ bị tẩy chay. Sự hợp tác này đôi khi được hình thành một cách có phương pháp, nhiều nhà báo chia sẻ công việc và gặp nhau vào giờ thỏa thuận để thông báo cho nhau cái gì họ biết được.

Những người cung cấp thông tin khác, cố nhiên là tùy thuộc vào sự kiện. Không có công thức cố định để tìm kiếm họ, đây là chuyện hiểu biết và nhạy cảm... và đó là yếu tố quyết định đối với chất lượng công việc.

Ta thấy thật khó khăn biết bao đối với người phóng viên đặc biệt để đi đến nắm được tất cả cái gì cần được lột tả. Họ không được phép bó tay. Các phóng viên đặc biệt của các hãng thông tấn lại không được phép bỏ quên một cái gì, họ được trang bị đặc biệt để làm việc này. Họ thường được giới thiệu và nhận được sự giúp đỡ của một phóng viên khác nắm được sự việc và thường làm việc theo êkíp. Các tờ báo biết rằng về nguyên tắc, họ có thể dựa vào các hãng thông tấn để không bỏ sót sự việc nào. Điều họ đòi hỏi ở các phóng viên đặc biệt không phải chỉ là một bài báo được viết theo phong cách cá nhân, vì việc đó có thể làm ở văn phòng, trên cơ sở tin nhanh của các hãng thông tấn cộng

với những thông tin sâu hơn, liên tục được bổ sung. Điều mà họ chờ đợi là các bài phân tích rõ ràng với cách nhìn riêng của mỗi cá nhân, các phóng sự về bối cảnh sự kiện, và trong chừng mực có thể, những *tin sốt dẻo* chưa báo nào có, những tin tức chỉ riêng họ biết. Tóm lại, phóng viên đặc biệt của một tờ báo không lặp lại tin, bài của các hãng thông tấn mà là cung cấp cho độc giả điều khác với tin tức xô bồ mà tất cả các báo đều có.

Khác với phóng viên đặc biệt của một nhật báo, phóng viên đặc biệt của một *tờ tuần báo* có thể bỏ bớt một phần các sự việc chính vì dù sao độc giả của báo đã biết trước khi bài của anh ta được đăng, đối với *tin sốt dẻo* chưa báo nào có thì có rất nhiều cơ hội để trưng bày hết trong số báo tới. Như vậy là đặc phái viên cần tìm những yếu tố thứ yếu để soi sáng tin thời sự chính, tìm các nguyên nhân và hậu quả của sự kiện đã xảy ra, phỏng vấn các nhân vật nổi bật trong tin thời sự và những nhân vật giấu mặt.

#### IV. Điều tra và phóng sự lớn

Đến đây chúng ta đã thấy các phóng viên cố gắng tìm mọi cách làm cho người khác biết các sự kiện hoàn toàn xa lạ với họ. Nhưng có những trường hợp chính họ tạo ra sự kiện. Điều mà các tờ báo bàn đến không bị giới hạn ở tin thời sự theo nghĩa chặt chẽ của từ này. Họ phải đề cập, càng

sâu càng tốt, những vấn đề kinh tế, xã hội, chính trị, văn hóa lớn của thế kỷ, của năm, của tháng, của tuần. Điều này đặc biệt đúng với tuần báo và ngày càng đúng với các nhật báo vì họ cần phải bổ sung và giải thích các sự kiện mà đài phát thanh và vô tuyến truyền hình đã đưa tin.

Vậy, bài điều tra về một vấn đề thời sự và bài phóng sự lớn là các thể loại báo chí mà chủ đề không bị tính thời sự cấp bách áp đặt. Thường thì ít nhiều nó có liên quan trực tiếp với nhau, và người ta thích chọn thời điểm diễn ra Lễ Chúa thánh thần hiện hình của Thiên Chúa giáo (Pentecôte), khi mà người, xe đi lại tấp nập để viết về tai nạn giao thông; khoảng thời gian trước của một cuộc cải cách quan trọng hoặc trước chuyến thăm chính thức có tiếng vang lớn của một nhân vật quan trọng, để làm một phóng sự chung về một quốc gia. Nét đặc trưng của các chủ đề này là ở chỗ sự thiếu vắng nó trên báo không phải là điều đáng trách cứ. Những bài phóng sự đó là có ích, số lượng, chất lượng của chúng và việc chúng đáp ứng mỗi quan tâm của công chúng là một yếu tố quan trọng trong thành công của tờ báo, nhưng nếu tách riêng từng bài một thì không có bài nào thực sự cần thiết. Ở đây tính cấp bách không can dự vào như trong các phóng sự thời sự. Bởi vậy, việc chuẩn bị lại càng phải kỹ càng, cũng như phải có thời gian kiểm tra tất cả các yếu tố. Một sai lầm chi tiết, một việc giải

thích vội vàng đều là lỗi nhẹ trong một tin, nhưng lại là lỗi trầm trọng trong một bài điều tra hay trong một phóng sự lớn.

Phương pháp viết điều tra báo chí, tùy theo chủ đề, ít nhiều có nét giống với phương pháp điều tra xã hội học. Điều đó có nghĩa là các nguyên tắc thì giống nhau nhưng các phương tiện thì hạn chế hơn, do vậy không cho phép đạt được cùng sự chính xác như nhau. Trước hết, cần phải nghiên cứu xem về chủ đề đó có những nội dung gì đã được công bố, rồi đi vào *điều tra sơ bộ* từ các chuyên gia để lập ra kế hoạch làm việc. Tiếp đến, việc chọn người để phỏng vấn, cũng như đã nói ở phần trên cũng bao gồm các chuyên gia, cả những người trực tiếp có liên quan và khi lựa chọn họ cũng phải theo quy tắc *lấy mẫu*, mặc dù mẫu không bao giờ hoàn chỉnh để được coi là có giá trị về mặt khoa học. Cuối cùng, việc xem xét các nguồn và việc lý giải hầu như cũng chặt chẽ như trong điều tra xã hội học. Sự khác biệt chủ yếu giữa bài điều tra báo chí và bài điều tra khoa học là ở cách viết và biên tập. Thực vậy, phóng viên và biên tập viên luôn luôn tránh mọi từ ngữ giáo điều và mọi cái gì quá mô phạm. Sự hấp dẫn trong ngôn từ của anh ta là cụ thể và sinh động, những điều chỉ có thể được thực hiện theo cách phân tích và đi sâu vào từng phần của sự việc. Nhưng tất cả những yếu tố mà anh ta giữ lại và viết ra sẽ phải xuất hiện một cách tự nhiên, để đi tới một bài báo có giá



trị tổng hợp, đưa ra được một kết luận cần thiết.

Còn có những phóng viên lớn<sup>1</sup> chuyên viết về những chủ đề rộng lớn hơn chủ đề của một bài điều tra, đôi khi phải nghiên cứu những vấn đề của một đất nước dưới nhiều khía cạnh thì không thể có thời gian để đào bới các chi tiết. Tuy vậy, họ có nhiệm vụ cung cấp một bài báo hay một chuỗi các bài phác họa nét đặc trưng của một quốc gia hay một khu vực địa lý nào đó, để cho độc giả của mình dễ hình dung. Các yếu tố giúp vào kết quả này thì nhà báo phải tìm kiếm và có thể chia thành hai loại: một mặt là các khía cạnh độc đáo và đẹp để tạo nên bầu không khí riêng của bài viết, mặt khác là những sự việc và những dấu hiệu chuyển biến về chính trị, kinh tế, xã hội đang diễn ra.

## V. Phóng viên

Nhận xét bao quát này về các loại phóng sự nói trên, dĩ nhiên là chưa đầy đủ mà phải nói cụ thể, rõ ràng hơn những đòi hỏi về công việc đối với những nhà báo viết phóng sự mà ta gọi chung là phóng viên. Ở trụ sở của tờ báo, mức độ chuyên môn hóa của các nhà báo thay đổi theo số lượng người của tòa soạn. Ngay khi có hai phóng viên thì nhất thiết

---

<sup>1</sup> Thuật ngữ *phóng viên lớn* thường chỉ người chuyên nghiệp. Ở đây chúng tôi dùng theo nghĩa hẹp, chỉ nhà báo chịu trách nhiệm về một chủ đề rộng lớn, không liên quan đến chuyên thời sự hằng ngày.

có sự phân công, nhưng các nhà báo được tách ra để *bao quát* một vùng địa lý nào đó - một địa phương trong một nước cho đến một nhóm nước - cũng có thể đảm nhận làm phóng sự về một cuộc tuần hành chính trị hay thể thao, một buổi trình diễn đầu tiên của nhà hát hay một hội nghị kinh tế, một tai nạn hay một phát minh khoa học. Tất nhiên, người ta không hy vọng ở họ có khả năng ngang với các đồng nghiệp chuyên môn trong từng lĩnh vực và chính đó là nguyên nhân, khi có sự kiện lớn người ta phải cử đến một đặc phái viên. Tuy vậy, người phóng viên phải có hiểu biết rộng, có đầu óc hiếu kỳ để có thể bao quát toàn bộ phạm vi sự kiện thời sự, hiểu ngay được tầm quan trọng và ý nghĩa của bất kỳ loại hình sự kiện nào. Đặc biệt anh phải có hiểu biết tuyệt vời về khu vực hay đất nước thuộc phạm vi hoạt động của mình. Người ta thực sự chờ đợi điều gì ở người phóng viên? Một mặt, đó là các chi tiết, sự kiện, những tin tức, xét về mặt ý nghĩa chủ đề có thể là quá hạn hẹp, không được các hãng bàn đến, nhưng vì một lý do nào đó nó lại có ý nghĩa đặc biệt đối với độc giả của báo. Mặt khác, các bài báo được viết ra là nhằm để giải thích tin thời sự và dựng lại không khí của sự kiện thời sự. Do vậy, trước hết anh phải có khả năng nhanh chóng nắm được bất kỳ loại tin tức nào, có khả năng phản ứng với bất kỳ sự kiện nào nhằm bổ sung, và có những lời giải thích cần thiết với những người có thẩm quyền. Tóm lại, anh không bao giờ

chịu để bị bất ngờ. Tổ chức công việc của bất kỳ phóng viên nào cũng dựa trên mạng lưới người cung cấp tin có năng lực trong tất cả các lĩnh vực hoạt động của con người.

### ***Thông tin viên (cộng tác viên) địa phương***

Là thông tin viên của một nhật báo địa phương chịu trách nhiệm thông tin hằng ngày, chủ yếu những vấn đề liên quan tới độc giả thuộc lĩnh vực của mình và chỉ được giới hạn thông tin trong lĩnh vực đó. Ở các địa phương lớn, có đội ngũ nhà báo được tách ra để chuyên việc làm báo. Ở những nơi khác, làm báo chỉ là phụ, họ thường là thư ký tòa thị chính, nhà giáo... và thường được *trả nhuận bút theo bài*. Ở các làng xã, ai cũng biết đến những thông tin viên này, cho nên để nắm được mọi chuyện thì anh ta không có gì khó khăn. Anh phải chống lại xu hướng của bạn bè và người quen biết muốn công bố bất cứ cái gì. Chỉ cần có một sự sắp xếp tối thiểu là anh không bỏ sót tin nào đáng được truyền đi. Nhưng bên cạnh các tin tức thời sự, còn có nhiều vấn đề phong phú, có các thông tin cần mất công chế biến nhiều hơn, phải qua điều tra thì thông tin viên mới khai thác được, chẳng hạn như hoạt động của hội đồng thị chính, các vấn đề phát triển nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp... Một thông tin viên địa phương tốt trước hết là người có *giác quan thông tin*, biết phân định cái gì độc giả quan tâm và soạn thảo nó dưới hình thức có thể không hoàn hảo – bởi đã có phòng biên tập sửa chữa

- nhưng không thể để lọt yếu tố thông tin hoặc yếu tố bổ sung, giúp người đọc hiểu được vấn đề.

***Thông tin viên (cộng tác viên) ở nước ngoài***

Ngoài khoảng thời gian có các sự kiện quan trọng ra các thông tin viên ở nước ngoài không có nhiệm vụ hằng ngày phải gửi bài về cho báo mình. Công việc chủ yếu của họ là phải thường xuyên nắm được diễn biến tình hình, hiểu rõ các vấn đề trong tất cả các lĩnh vực để sẵn sàng hành động khi diễn ra sự kiện mới, đáng quan tâm. Ngoài ra, trong chừng mực có “đất” đăng trên mặt báo dành cho mình, thỉnh thoảng họ viết bài điểm tình hình và tiến hành một số cuộc điều tra về các chủ đề có khía cạnh đặc thù ở nước mà họ thường trú. Các thông tin viên chính ở nước ngoài là các nhà báo chuyên nghiệp, cùng với các sự kiện người ta còn yêu cầu họ giải thích, thậm chí viết bài bình luận. Các tờ báo còn sử dụng các cộng tác viên, mà thường là các nhà báo sở tại. Điều người ta chờ đợi ở các *cộng tác viên* này là khi cần, họ báo cho tòa soạn biết và họ là người hướng dẫn có hiệu quả đối với các đặc phái viên.

**VI. Phỏng vấn**

Phỏng vấn chỉ thực sự là loại hình báo chí khi nó được trình bày nguyên vẹn trong một bài báo đầy đủ hoặc thành một phần quan trọng của bài báo. Dĩ nhiên bất cứ phóng sự nào, hoặc ở dạng gần như vậy, đều có thể xen vào các đoạn phỏng vấn,

các cuộc trò chuyện với người thạo tin, nhưng thông thường những phỏng vấn này không được đăng tải nguyên vẹn về câu chữ. Phỏng vấn sâu được coi như một loại hình phỏng sự đặc biệt có mục đích dành lời cho một nhân vật nào đó. Lúc đó vai trò của phỏng viên trước hết là kêu gọi người được phỏng vấn phát biểu, nói lên điều công chúng quan tâm.

Tùy theo mục đích, người ta chia ra hai loại phỏng vấn. Loại thứ nhất đó là thu được tin tức ở người được phỏng vấn về một chủ đề mà họ là chuyên gia; loại thứ hai là làm cho người ta biết đến nhân vật có liên quan với danh nghĩa nào đó hoặc biến họ thành *ngôi sao*.

Cần phải nói thêm, phỏng vấn loại thứ nhất - tìm kiếm tin tức - không phải chỉ là cuộc phỏng vấn ông bộ trưởng về các dự án của ông ta hoặc hỏi về phản ứng của một vị lãnh đạo công đoàn đối với bộ luật xã hội mới; mà còn có thể là cuộc phỏng vấn một nhà khoa học về phát minh gần đây của ông ta, một vị giáo sư về một điều luật nổi cộm do tính thời sự, chuẩn bị được đưa ra phổ biến rộng rãi, mà đối với việc phổ biến này thì phỏng vấn là một công cụ hữu hiệu. Không thể hành động một cách đơn giản là phó thác cho nhà khoa học hay một vị giáo sư biên tập bài báo. Các vị này am hiểu chủ đề hơn bất cứ ai nhưng lại không quen thông báo những hiểu biết của mình cho người bình thường. Do vậy, nhà báo hành động như một người trung gian là điều cần thiết. Trước hết nhà báo biết đặt câu hỏi để làm rõ vấn đề, sau đó sắp đặt, diễn đạt lại sự việc hay ý tưởng đã được mình hiểu rõ

bằng một ngôn ngữ dễ hiểu đối với đông đảo công chúng. Tùy theo sự chuẩn bị và thực hiện, một cuộc phỏng vấn có thể là bài báo hay nhất hoặc tồi nhất. Không nói đến khâu biên tập sau này, người phóng viên sẽ thành công hay thất bại khi chỉ thu được chuyện tầm phào ở người đối thoại? Kết quả tùy thuộc phần lớn vào sự chuẩn bị và kỹ thuật trò chuyện.

**Sự chuẩn bị** nhằm hiểu rõ đến mức có thể về chủ đề và bối cảnh của nó. Từ đó, người ta xác định các câu hỏi chưa có câu trả lời sẽ đặt ra cho người được phỏng vấn. Đó là khi người ta phải hỏi chuyện một chuyên gia về một lĩnh vực nào đó. Khi phỏng vấn một ngôi sao, người ta cũng làm như vậy, nhưng trong trường hợp này người ta có xu hướng nêu ra câu hỏi mà thường đã biết câu trả lời: điều lý thú lúc đó sẽ là hình thức trả lời và cách thức trả lời.

**Việc thực hiện** thay đổi tùy trường hợp, có nghĩa là tùy theo chủ đề, hoàn cảnh và đặc điểm của người được phỏng vấn. Chủ đề quy định các câu hỏi, vì vậy trong quá trình trò chuyện không được quên các câu hỏi đã chuẩn bị trước, cũng không được cứng nhắc bám vào thứ tự các câu hỏi này. Có các yếu tố bất ngờ, không lường trước xuất hiện, khi các câu trả lời đã làm cho một số câu hỏi chuẩn bị sẵn trở nên vô bổ và cần đến các câu hỏi mới. Bầu không khí và đặc điểm của người nói chuyện quy định giọng điệu của cuộc phỏng vấn - trình trọng

hay thân mật, và nhịp độ - đều đều hay đột ngột. Người phỏng vấn phải tránh hai sai sót trái ngược nhau. Thứ nhất là không biết kiểm chế, nói dông dài và lấn át người được phỏng vấn, Thứ hai là quá dè dặt làm cho người nói chuyện cứ nói theo ý họ muốn. Quy tắc đặt ra là người phỏng viên luôn luôn phải làm chủ cuộc đối thoại, và các phát biểu của mình phải ngắn gọn, chính xác.

Có xu hướng hiện đại muốn rằng người ta không ngần ngại lao vào một cuộc khẩu chiến thực sự với người được phỏng vấn, khiêu khích họ, làm cho họ bối rối. Kỹ thuật này đưa lại kết quả đặc biệt hấp dẫn trên truyền hình, nhất là cuộc phỏng vấn một nhân vật có tên tuổi. Thực vậy, hiếm khi người được phỏng vấn lúng túng đến mức không kiểm chế được lời nói, máy camera sẽ không thương tiếc chớp lấy động tác vô thức của ông ta thường lại hùng biện hơn tất cả các câu nói. Đối với báo viết phương pháp này cũng có thể hữu ích, nhưng thường kém hơn về tính hệ thống khi thể hiện.

Cần lưu ý rằng phỏng vấn là loại phóng sự đặc biệt cô đọng không có thời gian trống vô ích. Do vậy, phóng viên phải có cái đầu bình tĩnh, sẵn sàng phản ứng tức khắc và có hiệu quả đối với tất cả cái gì bất ngờ xảy ra. Điều đó bắt buộc người phỏng viên phải ghi chép ở mức tối thiểu. Khi nghe người ta đọc thì lập tức hiểu rằng chỉ cần ghi lại thôi. Còn khi phỏng vấn thì nên dẫn dắt câu chuyện và không nên chỉ chăm chú ghi chép quá

nhieu mà quên những câu hỏi cần thiết làm mất đi tính mạch lạc của cuộc phỏng vấn, đây sẽ là một sai sót lớn. Người phỏng vấn chỉ ghi lại những con số và các chi tiết có ý nghĩa để bị quên. Cái chính yếu sẽ còn lại trong đầu khi người phóng viên phác họa sườn của bài báo nhưng với điều kiện là phải làm ngay sau cuộc phỏng vấn. Thực vậy, nên viết lại cuộc phỏng vấn ngay sau khi kết thúc, lúc còn dấu ấn phong cách của người nói chuyện và cảm xúc do bầu không khí để lại.

Việc dùng máy ghi âm hiện khá phổ biến đối với phóng viên báo viết khi phỏng vấn. Nhưng nó chỉ cần thiết nếu như bắt buộc phải để chậm lại việc sử dụng nội dung cuộc tiếp xúc hoặc khi có ý định công bố các trích dẫn dài. Máy ghi âm bao giờ cũng có lợi thế là giải phóng nhà báo khỏi sự bận tâm ghi chép, nhưng kinh nghiệm cho thấy không nên bỏ việc ghi chép mà chúng ta đã hiểu nó là khâu đầu tiên của việc thành hình một bài báo. Có hai cái bất tiện khi dựa hoàn toàn vào máy ghi âm. Thứ nhất là nó khuyến khích sao chép nguyên văn, không có sửa chữa gì thêm, do vậy chỉ đạt được kết quả tốt về phía người được phỏng vấn có được câu trả lời chính xác, cô đọng. Thứ hai là sự hiện diện của máy ghi âm có tác động ức chế đối với rất nhiều người được phỏng vấn, làm họ mất tự nhiên, làm họ giữ lại một số thông tin. Vậy thì cách nên làm là sử dụng máy ghi âm đối với những người đã quen với máy và quy chế hành nghề. Hay nhất là nên giấu kín máy khi sử dụng.



PHẦN III

**VIẾT TIN**

## CHƯƠNG I

# VIẾT VÀ BIÊN TẬP BÁO

### I. Thông tin và văn phong báo chí

Xét về mặt nguồn gốc của từ, thông báo tức là diễn đạt. Và nếu chia hoạt động báo chí thành hai giai đoạn - tìm hiểu tình hình và thông báo - thì diễn đạt chính là đồng nghĩa của thông báo. Khi các phóng viên thu lượm được tin tức cộng với các nguồn thông tin từ bên ngoài tờ báo (các hãng thông tấn và người cung cấp tin) thì cần phải thông tin lại cho công chúng biết, mà vào giai đoạn này họ đã nắm được tối đa nội dung thông tin rồi, chỉ còn chuẩn bị *thông điệp* truyền đạt. Công việc này được thực hiện với hai mối quan tâm, một là đảm bảo truyền đạt tốt, tức là dễ hiểu đối với số đông người và hai là sử dụng tốt các phương tiện kỹ thuật có trong tay. Hai yêu cầu bắt buộc này quy định một loạt các thao tác nhằm chuyển chất liệu thô - những thông tin thu lượm được - thành các

bài báo rồi chuyển toàn bộ các bài báo này đưa vào một số báo. Người ta có thể tách ra thành hai loại thao tác: *viết - biên tập*, theo nghĩa chung của cụm từ này, đối tượng của chương này, và *trình bày* (bài báo). Hai loại thao tác này phụ thuộc nhau vì phóng viên hay người biên tập phải thảo một bài báo có độ dài nhất định ở mức cần thiết đối với người sắp xếp trang báo vì phòng biên tập, hay ban thư ký tòa soạn phải đưa bài báo lên vị trí xứng đáng như nó được viết ra hoặc gần như thế.

Các quy tắc *viết - biên tập* báo đều có giá trị đối với tất cả các hoạt động viết lách. Ít nhiều nó được quy định tùy theo mỗi quốc gia, mỗi tờ báo. Nó xuất phát từ mối quan tâm làm hài hòa các chi tiết nhỏ nhất ở một số tạp chí mà tất cả các bài đều dứt khoát phải do *các chuyên gia* viết. Trong cuốn sách này, không thể nêu rõ các chi tiết đặc trưng cho từng ấn phẩm. Vậy chỉ còn vấn đề cần bàn là các yếu tố hợp thành, các quy tắc gần như phổ biến của cái mà người ta gọi là *văn phong báo chí*, mà người ta thường nhắc đến cụm từ này khi nói về loại “*văn phong báo chí kém cỏi*”. Thực ra người viết bất tài không làm hại gì người viết có tài, nhưng những lời chỉ trích chính đáng đối với một bài báo nào đó lại luôn trúng ít nhiều đối với báo chí nói chung. Đó là một hiện tượng đáng được các nhà tâm lý học nghiên cứu một cách nghiêm túc. Không vội xét đoán kết luận của họ, người ta có thể nói rằng sự

bảo vệ tốt nhất đối với phong cách báo chí là ở chỗ làm rõ mục đích và các quy tắc báo chí với sự minh họa tốt nhất ở các tờ báo, tạp chí định kỳ có chất lượng. Mục đích thì ta đã biết: làm cho độc giả, càng đông càng tốt, biết và hiểu được các sự kiện thời sự. Còn phương pháp đặc thù của báo chí, chủ yếu nằm ở khâu bố cục, viết và biên tập, tuy nhiên phải nói đôi lời về khâu chuẩn bị.

## II. Chuẩn bị

Trước hết đó là việc sắp xếp những tư liệu mà chính phóng viên thu lượm được hoặc phòng biên tập nhận được từ các nguồn khác nhau. Cần phải xem xét lần cuối bằng cách đánh giá ý nghĩa tương đối, lựa chọn cái gì phải giữ lại.

Nhà báo chuẩn bị viết một tin có hai loại tư liệu. Thứ nhất là tư liệu liên quan trực tiếp đến sự kiện. Đó là những ghi chép riêng của phóng viên, những tin điện và bản thảo của các phóng viên gửi phòng biên tập. Các tư liệu khác là để bổ sung cho thông tin, giúp cho việc hiểu tin và làm nổi bật ý nghĩa của tin. Những tư liệu này chủ yếu liên quan đến các sự kiện xảy ra trước hoặc đồng thời, có ảnh hưởng đến sự kiện được bàn đến, hay có thể tập hợp lại để cùng với sự kiện, tạo ra một kết cục có thể dự kiến được. Những tư liệu này đều lấy từ các nguồn lưu trữ, thư viện, các hãng thông tấn chuyên biệt hay ký ức của nhà báo. Ký ức này không thể

không có sai lầm và không thể hy vọng tất cả đều chính xác như mong muốn, nhưng ít ra nó cũng phải đủ để định hướng cho việc tìm tòi tư liệu, tránh mất thời gian do phải tra cứu các hồ sơ dày cộp.

Khi tư liệu được tập hợp lại như vậy, chỉ còn việc lựa chọn vì khối lượng quá nhiều, không thể tất cả tư liệu đều được nhắc đến trong bài báo hay trong các tin được thông báo cho độc giả. Công cụ của sự lựa chọn này là toàn bộ các tiêu chuẩn đã được nêu ở trên: tính thời sự, ý nghĩa và lợi ích thực tế. Nói cách khác, nhà báo giữ lại cái gì mới, giúp ích cho nhận thức, từ đó thu hút được sự chú ý của độc giả. Và để giúp cho thông tin của nhà báo trả lời được đầy đủ 6 câu hỏi cơ bản.

### **III. Bố cục**

Là giai đoạn cuối cùng trước khi bắt tay vào viết, biên soạn một bài báo, việc bố cục, trong trường hợp đơn giản, được tiến hành đồng thời với cái mà chúng ta gọi là chuẩn bị. Trong tất cả các trường hợp, nó cho phép nhận ra lần cuối cùng chỗ còn thiếu trong các tư liệu đã tập hợp được, và do vậy nó giúp cho việc hoàn chỉnh khâu chuẩn bị. Nhưng nếu như việc chuẩn bị là giai đoạn cuối cùng của phần thứ nhất trong công việc của nhà báo - quan sát và hiểu - thì bố cục là giai đoạn đầu tiên của phần hai: truyền đạt và làm cho độc giả hiểu. Từ đó, việc bố cục bài báo đòi hỏi trước hết là sự sáng sủa. Cần lưu ý là trong quy tắc này, có một điều

hiển nhiên, có thể áp dụng cho bất kỳ loại phong cách chuyên môn nào, phong cách của người hùng biện, phong cách của người hiến binh khi viết một biên bản cũng như phong cách riêng của một nhà báo.

Tuy nhiên, trong bản báo cáo của một cuộc họp chỉ cần rõ ràng đối với cử tọa đã tương đối nắm vững vấn đề, một biên bản chỉ cần dễ hiểu đối với cấp trên của người thảo ra nó hoặc đối với quan tòa, thì bài báo lại phải làm cho ai cũng hiểu được, đối với bất kỳ chủ đề nào, ít ra là đối với các phương tiện thông tin báo chí rộng rãi mà chúng ta bàn ở đây. Muốn vậy, nhà báo phải sử dụng đến cách biểu đạt đơn giản, giúp cho việc đọc, hiểu dễ dàng, cho phép độc giả đọc vội cũng có thể nắm được điều cốt lõi bằng cách *lướt qua* bài báo. Hơn nữa, các cách biểu đạt này còn nhằm mục đích đơn giản hóa việc tu chỉnh vào giờ chót, thường rất cần thiết, để đưa các tin tức cuối cùng thu lượm được trước khi *khóa* bản in.

Điều đầu tiên, trong cách biểu đạt đó, hầu như bắt buộc phải có, là lời *mào đầu*<sup>1</sup>, đây là yếu tố đầu tiên của một bài báo. *Lời mào đầu* chứa đựng cái chính yếu của tin: cái mới nhất, có ý nghĩa nhất, hấp dẫn nhất. Nếu bài báo dài thì biên tập viên sẽ phát triển lần lượt các yếu tố của lời *mào đầu*; nếu bài báo ngắn anh ta đành phải thêm vào các chi

---

<sup>1</sup> Còn gọi là lời vào đề (B.T).

tiết bổ sung. Trong mọi trường hợp, độc giả phải tiếp nhận được ở các dòng đầu tiên mức thông tin tối đa. Nếu quan tâm đến chủ đề đó thì họ tiếp tục đọc; nếu không thì họ cũng đã biết qua. Ngoài ra, cần phải chèn vào trong lời *mào đầu* các yếu tố có thể có sự thay đổi trong thời gian giữa lúc biên tập và lúc *khóa* bản in. Lúc đó chỉ cần vào giờ chót, cấu tạo lại lời *mào đầu* để cập nhật toàn bộ bài báo. Trong trường hợp có tai họa, người ta đưa con số thiệt hại vào lời *mào đầu*. Nếu cần nói dài hơn về những con số này ở thân bài báo, có thể viết dưới dạng: “Vào lúc 19 giờ 30 phút có 27 người chết, 24 người bị thương”. Nếu con số nghiêm trọng hơn chỉ cần đính chính nó trong lời *mào đầu*. Về một bài điều tra, một phóng sự lớn hay bất kỳ bài báo nào, xét về thực chất không phải ở dạng tin tức, cũng không thuộc diện bài bình luận và nhất là không phải tin tức của báo ngày thì lời *mào đầu* có thể tuân thủ các quy tắc này. Tuy nhiên, thường thì lời *mào đầu* nhằm dẫn dắt độc giả vào điểm mấu chốt, quan trọng của sự kiện bằng cách mô tả khái quát hay đưa vào một lời trích dẫn có ý nghĩa, một chi tiết kích thích tính hiếu kỳ. Cuối cùng, với dạng bài bình luận là loại hình văn phong báo chí duy nhất cho phép sử dụng cách vào đề cổ điển, nhưng lời *mào đầu* thường là nhắc lại các sự việc chính mà người ta muốn đi sâu tìm hiểu.

*Thân bài báo* tuân thủ các quy tắc chung của cách bố cục cổ điển và các quy tắc khác nhằm mục đích

cho phép việc tu chỉnh vào giờ chót và duy trì được sự chú ý của độc giả. Bài báo được hình thành bằng một chuỗi các yếu tố đan xen vào nhau. Liệu có thể bị thay thế bằng một tin giờ chót không? Người ta sẽ rút ngắn bài báo bằng cách rút đi một số yếu tố. Mặc dù có sự thận trọng trong biên tập, còn có yếu tố sai sót hoặc lỗi thời không? Nếu có thì người ta thay bằng một yếu tố mới.

Trong bố cục tin, người ta thường nhắc đến hình ảnh *hình tháp lộn ngược*, quy định sắp xếp các yếu tố thông tin theo trật tự quan trọng giảm dần. Làm như vậy sẽ giúp cho công việc của thư ký tòa soạn được dễ dàng, khi cần họ sẽ cắt đi đoạn cuối mà không cần phải tìm qua toàn bài báo các đoạn ít quan trọng nhất. Đó cũng là cách giúp độc giả chỉ mắt các tình tiết phụ khi không đọc hết bài. Nhưng quy tắc này cũng chỉ tương đối so với quy tắc trên, trong thực tế người ta chỉ áp dụng đối với các bài báo ngắn. Với những bài báo đã vượt qua con số 200 - 300 từ thì lúc cần gọi lại sự chú ý của độc giả, người ta phải giữ lại một số yếu tố phụ có thể là sinh động, gây bất ngờ hoặc các yếu tố giải thích cần thiết để phân bổ chúng vào thân bài.

Cuối cùng, nếu như bài xã luận hay bài điều tra thường cần đến *kết luận* thì trường hợp tin lại không như vậy. Ta vừa nói đến những bài báo dưới 300 từ thường được kết thúc rất đơn giản bằng các yếu tố ít quan trọng nhất của tin. Một bài báo dài hơn đòi hỏi tác giả phải chú ý phần cuối, nhưng



tránh mọi kết luận quá rõ ràng vì làm như thế ít nhiều sẽ biến thông tin thành lời bình luận. Người ta thường kết thúc bằng một chi tiết đặc trưng của không khí sự kiện, bằng một giả thuyết về nguyên nhân hay hậu quả khi dẫn ra ý kiến của một nhân chứng... nhưng không thể xác định thực sự *doạn cuối* của một bài báo – nó thay đổi rất nhiều tùy theo nội dung của sự kiện - bằng các yếu tố đã có được. Điều quan trọng là dự kiến trước phần cuối bằng cách giữ lại cho nó cái thích đáng nhất trong số tư liệu thu thập được.

Tóm lại, bố cục bài báo phải làm sao cho độc giả dễ hiểu nhất mà không mất nhiều công sức. Dù cho quy trình thế nào đi nữa và nên nhớ rằng bao giờ cũng có thể tìm ra quy trình mới, thì tất cả các quy trình đó đều phải nhằm làm nổi bật các điểm nổi bật nhất của thông tin, dù đó là các yếu tố cơ bản hay chỉ là các chi tiết nhằm giải thích và khơi dậy đầu óc tò mò của công chúng.

#### IV. Lỗi viết

Văn phong báo chí, theo nghĩa chặt chẽ, là phong cách viết cũng như bố cục, phải làm cho độc giả dễ hiểu. Nó cũng có mục đích khiến việc đọc trở nên hấp dẫn, biến độc giả thành nhân chứng gián tiếp đối với sự kiện. Một bài báo nói chung, nhất là một phóng sự không thể là các báo cáo khô khan, mà phải là những bài dẫn độc giả vào bên trong sự kiện. Trừ phi nhất nhất phải *viết lại* đối với một số

tạp chí chuyên ngành, còn thì không có một văn phòng báo chí giống hệt nhau, nếu không sẽ trở nên đơn điệu. Người ta không viết vài chục dòng về một phát minh y tế giống như bài phóng sự về một trận tranh giải vô địch bóng đá, cũng không giống bài viết về một báo cáo trong các cuộc tranh luận ở nghị viện hay một tin đồn về những gian truân tình cảm của một ngôi sao điện ảnh. Ngay cả trong cùng một thể loại thì cũng có khá nhiều sự linh hoạt cho phép từng nhà báo thể hiện cá tính của mình trong văn phong. Nhưng những khác biệt này không cản trở việc tôn trọng các quy tắc chung, giống như Racine và Corneille đều tôn trọng ba tính nhất quán mà đâu có rời bỏ tài năng riêng của họ.

Các quy tắc này có thể tóm tắt trong 3 tính từ: *đơn giản, cụ thể và sinh động*.

*Tính đơn giản* là đặc tính nổi trội của văn phong báo chí. Bất kỳ bài báo nào cũng phải nằm trong tầm đọc hiểu của người ít được học nhất<sup>1</sup>. Cho dù một tờ báo dành cho công chúng có trình độ trí tuệ trên mức trung bình thì cũng không được quên rằng người ta đọc nó lúc nghỉ ngơi và không đòi hỏi một cố gắng nào. Tính đơn giản là yêu cầu khó nhất, mà đó là chuyên kinh nghiệm cá nhân, không mách bảo

<sup>1</sup> Trong *Nền báo chí Pháp*, Jean-Marie Charon đã phê phán việc lạm dụng trong khi đặt tít: “các từ ngữ khoa trương, quá văn vẻ, quá ẩn ý, đã làm cho báo chí ngày càng khó hiểu đối với số đông dân chúng, phần lớn là giới trẻ và bình dân”.

được nhiều ở cuốn sách này. Trước hết, nó tập trung ở từ vựng. Không những nên tránh các từ ít thông dụng và trong trường hợp bắt buộc phải dùng một số từ như vậy thì cần định nghĩa và nhắc lại. Độc giả chưa biết hoặc chưa biết đầy đủ về những từ đó sẽ hiểu được rõ hơn nếu họ gặp nó trong những văn cảnh khác nhau. Tương tự như vậy, ngữ pháp đơn giản đòi hỏi ta tránh sử dụng các loại câu cầu kỳ. Và điều cần cuối cùng là câu ngắn gọn, một hỗ trợ quan trọng giúp người đọc dễ hiểu. Nhà báo nên dùng ba mệnh đề độc lập hơn là một mệnh đề chính được bổ sung bằng hai mệnh đề phụ. Có một số nghiên cứu chỉ ra rằng mức độ hiểu một bài viết cũng tùy thuộc vào độ dài của các câu. Đây chính là trở lại quy tắc nói về từ vựng đơn giản: những câu ngắn nói chung dễ hiểu hơn là câu dài.

*Tính cụ thể, khách quan và chính xác* của văn phong báo chí là yếu tố hỗ trợ tốt nhất đối với sự chặt chẽ trong xử lý thông tin. Mục tiêu của nhà báo là làm cho người ta biết, cảm nhận và hiểu được sự kiện. Từng câu và hầu như từng từ phải mang lại yếu tố thông tin, có lượng thông tin tối đa. Do đó ta thấy tầm quan trọng của việc lựa chọn từ ngữ bảo đảm sự chính xác của ngôn từ, loại bỏ một cách có hệ thống tất cả các tính từ, trạng từ viển vông và vô dụng.

Tính đơn giản và sự chính xác mang lại cho văn phong sự linh hoạt nhất định nhưng chưa đủ. Muốn cho *sinh động*, muốn thu hút được sự chú ý của độc

giả, cần phải sử dụng các cách khác nhau mà cách chính là viết ở thời hiện tại, có mệnh đề chèn, có trích dẫn, có hình ảnh và có so sánh. Những cách này thường có hiệu quả chắc chắn nhưng cũng cần phải nói rõ thêm là sự lạm dụng sẽ đưa đến kết quả lố bịch. Bài viết dùng ở ngôi thứ nhất khiến độc giả hòa nhập với phóng viên, nhưng hiện nay người ta cho cách đó là có phần kiêu căng, lỗi thời. Cách này nên dành cho các phóng sự lớn, ít nhiều hơi giật gân hoặc độc đáo.

Có nên thêm *hiệu đính ngôn ngữ* vào ba yêu cầu trên không? Điều đó là hiển nhiên nhưng việc nhắc lại cũng không thừa. Sự lơ đãng của nhà báo để đồng nghiệp phải xem lại bản thảo của mình và chỉnh lại chính tả, nhất là tên riêng, sự thiếu chính xác về từ vựng, cú pháp, dấu chấm câu, không chỉ là nhược điểm nghề nghiệp mà còn là sự thiếu tôn trọng đối với tác phẩm của mình cũng như thiếu sót về phép lịch sự.

Trong cuốn sách này không bàn đến các đặc điểm văn phong riêng của từng loại báo. Song rõ ràng là người ta sẽ không tạo được ấn tượng văn phong trong một bài báo có độ dài vài dòng, mà ngược lại, phóng viên viết về những chủ đề rộng có được quyền hành động lớn nhất - trong khuôn khổ đã được xác định, để nhân cách tác giả của mình được phát triển.

## CHƯƠNG II

### ĐÔI NÉT VỀ KỸ THUẬT IN

Từ lâu, có những nhà báo không biết gì đến kỹ thuật in ấn. Và họ vẫn cao đạo nhìn xuống những công nhân làm nghề phục vụ sản phẩm cao cả của họ. Tuy nhiên, những con người như thế ngày một ít đi và đang bị triệt tiêu vì sự ra đời của tin học đã xóa nhòa ranh giới giữa biên tập và sản xuất; việc thực hiện một tờ báo không còn là một chuỗi các thao tác độc lập đối với nhau nữa mà là một quá trình liên tục gắn kết tác giả ngay từ đầu dây chuyền. Và nó đã dẫn tới những thay đổi lớn trong nghề làm báo.

Được phát minh khoảng năm 1440, nghề in đã có những tiến bộ nhưng không xuất hiện những bước đột phá đáng kể suốt trong hơn 400 năm. Cuộc cách mạng đầu tiên đã cho phép máy in hiện đại ra đời vào cuối thế kỷ XIX. Cuộc cách mạng thứ hai, được khởi đầu liền sau Chiến tranh thế giới thứ hai đã làm đảo lộn các phương pháp làm báo,

quyết định các cấu trúc mới, cho phép thực hiện các chức năng mới của báo chí mà hiện nay đang là chức năng của báo viết.

Sắp chữ và in là hai công đoạn lớn của nghề in. Từ Gutenberg đến Mergenthaler, người ta đã sắp chữ cùng một cách, đó là cách xếp các con chữ kim loại rời bằng tay. Năm 1885, một kỹ sư người Mỹ đã sử dụng máy đúc chữ chì đầu tiên, như vậy ông cũng đưa ra cách *sắp chữ cơ học*, và ngự trị suốt gần một thế kỷ. Máy in tipô không những cho phép sắp chữ nhanh hơn, không phải tạo ra các chữ xếp liền nhau mà là các dòng đúc thành một khối, máy này làm cho các thao tác sắp chữ được dễ dàng. Cho tới lúc đó, tờ báo được coi như một chuỗi đơn điệu các cột có chiều rộng hay *ngắt dòng* giống nhau; các bài thì kết thúc từ cuối cột hay cuối trang sang đầu trang sau. Có thể thoát khỏi sự gò bó này bằng cách thay đổi cách ngắt dòng, đưa phần đặt vấn đề và lời chào đầu trên nhiều cột. Vào lúc đó, việc phát minh ra *bản tờ-ram* đã cho phép in được các màu trung gian, tức là in được ảnh sắp xếp theo trang, nhưng chưa đạt được sự linh hoạt như hiện nay, vừa có giá trị thẩm mỹ vừa phong phú về chức năng. Còn về máy in, nó được cải tiến rất nhiều và được cơ khí hóa từ thế kỷ XV, nhưng phải đợi đến năm 1865 thì máy in quay mới ra đời, mở ra con đường cho in với số lượng lớn và nhờ được thay đổi chút ít, nó đã trở thành cỗ máy sản xuất báo và tạp chí. Cuộc cách mạng lần thứ hai có tiến bộ hơn, bắt

đầu từ năm 1960, nhưng vẫn chưa kết thúc. Cuộc cách mạng này cơ bản hơn, đó là từ bỏ kỹ thuật in tipô, từ bỏ các dạng in nổi được sử dụng từ lúc khởi đầu khắc chữ trên gỗ và thay thế bằng in offset, in phẳng, sắp chữ quang học hay laze. Tin học mở rộng các khả năng và đạt tới tính linh hoạt vô hạn, đồng thời nó cũng xóa bỏ sự tham gia của các công nhân lành nghề, đó là thợ sắp chữ trên máy in tipô. In màu trở nên phổ biến.

Thiên nhiên là đa sắc màu và ảnh đen trắng chỉ truyền đi một thông tin phiến diện. Hơn nữa, màu sắc mang đến một bổ sung thẩm mỹ, dễ đọc cho bất cứ tài liệu nào được in. Những tạp chí đầu tiên đăng các ảnh màu cố nhiên giành được kết quả. Thế nhưng máy in trong một thời gian dài chỉ dùng đến một màu, như trên bìa sách, cả khi cần làm nổi bật tên sách, tên báo, hay một minh họa, để đóng khung một bài viết hay làm nó nổi bật trên một mặt phẳng lì. Thực vậy, việc in các sắc màu của một tấm ảnh hoặc một bức tranh cần đến một quy trình phức tạp, đắt tiền và tương đối lâu về thời gian. Đã xuất hiện *máy in bốn màu*, tức là tách tài liệu thành 4 màu cơ bản rồi lần lượt in nó. Phải đợi đến khi máy in quay điều khiển điện tử mới có được việc xác định chính xác màu gốc, nếu không màu sẽ mờ, không sắc nét.

### **I. Sắp chữ và làm khuôn**

Bản thảo sau khi được hiệu đính, sửa chữa và đặt đầu đề thì được sắp chữ theo các tiêu chuẩn in của tờ báo và đặc điểm của mục báo. Bài báo sau đó

được sắp đặt vào vị trí dành cho nó trên trang cùng với các chi tiết bổ sung như phụ đề, lời chào đầu, tít của từng phần trong bài, chapô, tranh ảnh minh họa và chú thích.

Máy tính điều khiển các thao tác có các lệnh cần thiết trong bộ nhớ để lên khuôn, tức là đối với các bài cũng như các yếu tố bổ sung: *kiểu chữ*, *độ cao*, *độ rộng*, các yêu cầu khác (chữ đứng hay nghiêng, đậm hay nhạt), khe dòng rồi *sắp dòng* (chỉnh độ dài của dòng), chỉnh hàng trên *một lề* hay *hai lề*. Máy tính sử dụng các thông số này vào bài và ra lệnh cho *máy sắp chữ quang học*, tức máy in laze tác động lên giấy in.

Sắp chữ tự động còn đơn giản hơn lại ít tốn kém với máy in laze hay phun mực như đang sử dụng tại các công sở hiện nay. Người ta bắt đầu dùng máy này để in sách. Chỉ cần cải tiến thêm để nó thay cho máy sắp chữ quang học ở các xưởng in, nhưng chắc chắn là không lâu nữa.

Thời gian đầu của sắp chữ quang học, và bây giờ vẫn còn duy trì, giấy in được cắt bằng máy xén giấy và đặt vào chỗ của nó trên khuôn có kích thước ngang bằng trang giấy. Nhưng dần dần không còn công đoạn này nữa. Việc sắp trang được thực hiện trên màn hình, khi cả trang đã được lên khuôn, căn chỉnh, sửa chữa và được trưởng bộ phận hay thư ký tòa soạn tuyên bố “phim tốt” thì máy sắp chữ quang học được trao ngay một phim có kích thước của tờ báo.



Đồng thời, các tranh ảnh minh họa được kỹ thuật chụp phim hình đưa vào đúng kích thước, kỹ thuật chụp phim biến các bức ảnh, các hình vẽ có chứa các màu trung gian thành các bản tờ-ram. Qua tờ-ram, văn bản được phân giải có phần giống như một hình ảnh truyền hình thành những điểm có diện tích tương ứng với cường độ của sắc (màu). Ngoài ra nếu ảnh minh họa phải in nhiều màu – *in 4 màu* – thì phải qua lần phân giải thứ hai, lần này, bằng kính lọc màu thành 4 phim tương ứng với việc bắt mực thành 4 màu xanh, vàng, đỏ và đen. Tất cả các thao tác chụp phim này cũng đều do máy tính thực hiện.

## II. In

Cho đến cuối thập niên 1960, trên toàn thế giới các tờ nhật báo đều *in tipô* và phần lớn các tạp chí của Mỹ cũng vậy. Quy trình này là lần mực các phần nhô lên của các khuôn in kim loại - chữ, hình vẽ và các chấm của bản tờ-ram - dấu ấn của chúng được chuyển lên giấy. Trong vòng 20 năm, *in tipô* hầu như biến mất. Trong quy trình ngược lại với *khuôn lõm*, *kỹ thuật in ảnh chìm*, các khuôn được khắc sâu theo sắc, màu cần có và mực thấm vào các chỗ khoét, từ đó mực thấm trên giấy. Kỹ thuật in ảnh chìm có ưu điểm là bỏ được khâu phân giải ảnh thành những điểm như trên bản tờ-ram. Song quy trình này, được các tạp chí lớn của châu Âu và một phần các tuần báo của Mỹ sử dụng đã cho thấy khá

phức tạp, chậm và tốn kém, và nó phải lùi bước trước các tiến bộ của in offset.

Xuất phát từ kỹ thuật in tipô, *in offset* là quy trình hiện đại, *in phẳng*, khuôn in là *lá kim loại tấm*. Nó được xử lý bằng phương pháp quang học sao cho cái gì tương đương với màu trắng của trang thì đẩy mực đi và các phần được in thì giữ mực lại để chuyển lên trên giấy. Cũng như trong kỹ thuật in tipô, mực lăn đồng đều và cần phải làm cho màu phù hợp với bản gốc.

Sau thao tác sắp chữ, khắc và ghép nối, ta thu được từ một đến bốn phim cho mỗi trang, bao nhiêu màu thì bấy nhiêu phim. Các phim này được gửi đi in. Đến giai đoạn cuối cùng, đối với các nhật báo, là giai đoạn in. Để có được khuôn in, tức là những tấm kim loại cảm quang, cần phải *lên trang*. Thao tác này là áp các phim tương ứng với các trang sẽ được in cùng lúc trên một trục lăn của máy in quay, vào chỗ tương ứng trên một lá chất dẻo trong suốt rồi phơi nắng, tiếp xúc ánh sáng rồi rửa bằng phương pháp hóa học - đó là *khuôn in* - và cuối cùng nó được uốn lại, cố định vào trục lăn của máy in quay. Ta có thể tiết kiệm ở giai đoạn này, tiết kiệm phim do ghi phim kính bằng laze. Thao tác này do máy tính điều khiển, máy thực hiện liên tục các thao tác, từ ghi lại bản thảo cho đến máy in quay. Quy trình này, ra đời năm 1990, được phổ biến trước cuối thế kỷ XX.

### III. Đóng xén

Ra khỏi máy in quay, một tờ nhật báo đã sẵn sàng giao cho phát hành. Đối với tạp chí thì không phải vậy vì còn phải qua xưởng hay xí nghiệp *đóng xén*.

Khổ các tờ nhật báo, các tờ tuần báo loại “báo chủ nhật”, được làm cùng một kiểu, do các ràng buộc kỹ thuật quyết định. Một trong số các kích thước bắt buộc của trang là ước số của chu vi trục lăn máy in quay, còn kích thước kia là ước số của khổ (chiều rộng) giấy. Nhà xuất bản có thể tác động đến thông số thứ hai khi đặt giấy theo khổ họ chọn, họ không thể thay thế chiều cao của tờ báo khổ lớn hoặc chiều rộng của khổ bằng 1/2 khổ thông thường mà không thay đổi máy in. Các tuần báo, nguyệt san hoặc các báo ra hai tháng một lần không chịu sự ràng buộc này. Để hoàn thiện khâu trình bày, cần phải xén: Khổ ở mức cuối cùng nhỏ hơn khổ các quyển vở tập in ra, song hầu như không có phiền phức gì khác ngoài chuyện lãng phí giấy.

Để thay cho cách đóng gáy kiểu cũ dễ bị vượt khỏi một số lượng trang nhất định do tùy thuộc vào độ dày của gáy, người ta phải dùng phương pháp đóng gáy vuông bết keo. Bìa được in riêng vì bìa là loại giấy cứng, sau đó được gấp hai lần để chiều rộng của gáy bằng độ dày của tạp chí. Các tờ được xếp lên nhau thay cho việc ghim vào bìa, sau đó xén ở phía bên gáy tạp chí. Tất cả được bết keo, đưa bìa phụ vào

bìa và cuối cùng là xén giống như là một tạp chí.

Tất cả thao tác sản xuất này không ảnh hưởng đến công việc của nhà báo nhưng giờ giấc rất sát sao, phải tính từng phút một đối với sự kết thúc của từng giai đoạn, nó bắt buộc đối với toàn bộ đội ngũ công nhân viên làm báo. Giờ giấc này được xác lập theo chiều ngược, bắt đầu từ thời điểm nào đó được đưa ra ngoài để vận chuyển đi. Thời gian cần thiết cho từng công đoạn, có thể tăng lên để có an toàn tối thiểu, có tác dụng quyết định thời điểm mà thao tác liền trước đó phải kết thúc và cứ như thế người ta tính lên để xác định thời hạn nhà báo phải giao bản thảo.

### CHƯƠNG III

## PHÒNG BIÊN TẬP VÀ BAN THƯ KÝ TÒA SOẠN

Ở trung tâm tờ báo có phòng biên tập và mắt xích cuối cùng của dây chuyền đi đến xưởng in là ban thư ký tòa soạn. Trước kia, hai bộ phận này vẫn còn lẫn lộn. Ngay cả hiện nay, việc phân bổ nhiệm vụ giữa hai bộ phận này ở các báo cũng khác nhau, trách nhiệm thì chồng chéo. Cùng với sự phát triển của tin học, việc tổ chức bộ máy làm việc đã xác định rõ hơn các chức năng của từng bộ phận theo hướng đơn giản hóa cao độ.

Việc xử lý các bài để sắp chữ không còn tiến hành tại xưởng in nữa, mà do chính tác giả: không những biên tập viên mà ngay cả phóng viên cũng có máy tính xách tay và truyền bản thảo cho máy tính của tờ báo qua mạng điện thoại. Sơ đồ cũ chưa mất hẳn nhưng về mặt nào đó nó đã trở nên lỗi thời vì nó kéo theo ba hay bốn lần xử lý liên tục: tác giả chép tay, qua khâu đánh máy rồi lại phải đánh máy lại một lần nữa nếu trường phòng

biên tập có bổ sung, sửa chữa, sau đó đến người sắp chữ ở xưởng, đó là chưa kể đến những sửa chữa và điều chỉnh ở các khâu cuối. Nay hầu như tất cả các nhà báo làm bản thảo trên máy tính, bài vở được đưa vào bộ nhớ trung tâm, hay đĩa mềm. Tương tự như vậy, việc làm khuôn trên màn hình cũng được thực hiện từ ban thư ký tòa soạn.

Các bộ phận xử lý nội dung của tờ báo - chính sách đối nội, đối ngoại, kinh tế, văn hóa - xã hội, thể thao... gọi là các phòng biên tập. Ngoài ra, nếu như có một bộ phận trung tâm thì việc phân bổ nhiệm vụ có khác nhau đối với từng tờ báo. Điều đó không làm thay đổi công việc của các phòng biên tập, đó là toàn bộ hoạt động của nhà báo trừ phần việc làm phóng sự và viết, biên soạn tin, bài cụ thể đã nói đến ở trên và công việc của ban thư ký tòa soạn - sẽ bàn đến ở cuối chương này.

Nội dung của một tuần báo, ở mức độ thấp hơn về tính thời gian là nội dung của một nguyệt san, không nhằm bao quát thời sự nóng hổi, mà nó được quyết định bởi khả năng “nói được nhiều” hơn so với các tờ nhật báo, hơn các phương tiện truyền thông nghe nhìn, bởi khả năng làm rõ và giải thích tính thời sự, khả năng “tạo nên sự kiện” bằng các cuộc điều tra. Còn về tin vắn của các hãng thông tấn thì trong một tờ nhật báo, ta có thể chọn và công bố sau một sự “chải chuốt” nhanh chóng; còn trong các ấn phẩm định kỳ khác, đó chỉ là nguồn chất liệu đầu tiên dành cho nhà báo khai thác và sử dụng.

Phòng biên tập là nơi quy tập tất cả các đầu mối

mạng lưới của riêng tờ báo và ngoài tờ báo. Tất cả tin tức và toàn bộ yếu tố thông tin đều được tập trung ở đây, được phân loại và xử lý. Đây là nơi ra các quyết định về nội dung và trình bày một bản in. Tất nhiên, quyền chủ động của những người đứng đầu các bộ phận và của các biên tập viên đều có giới hạn. Họ phải tuân thủ các ràng buộc về khuôn khổ tờ báo và giờ giấc. Họ phải tôn trọng sự chỉ đạo của tổng biên tập và các thói quen của tờ báo. Họ thực thi các quyết định trong cuộc họp giao ban, tuy nhiên phải tính đến các sự kiện bất thường. Song họ vẫn có quyền đối với các phóng viên, những người không còn là chủ các bản thảo của mình sau khi đã gửi đi, cũng như đối với những thành viên thư ký tòa soạn báo.

### **I. Chuẩn bị công việc và “thực đơn”**

Hằng ngày, công việc trước hết của người đứng đầu bộ phận và các cộng sự của họ là kiểm tra kết quả công việc của ngày hôm trước và chuẩn bị công việc của ngày mới.

Việc nhận xét bản in lần trước vừa có tính chất nội bộ vừa liên quan đến mối quan hệ với bên ngoài, nó là kết quả của việc đọc tờ báo của mình và so sánh với các phương tiện truyền thông khác, viết hoặc nghe nhìn. Việc bao quát các thông tin thời sự đã thỏa đáng chưa? Người ta có hiểu rõ và làm cho người khác hiểu được tầm quan trọng và chiều hướng của sự kiện không? Tệ hơn là, có sự nhầm lẫn không? Trong trường hợp này, tất nhiên

phải đính chính; tuy nhiên phải nhận thấy rằng có nhiều tờ báo làm việc đó có phần mang tính đạo đức giả khi công bố một đính chính gắn bên dưới một đầu đề chữ nhỏ...Phần lớn sự lãng quên hoặc vụng về chỉ dẫn đến những sự đáng tiếc hay lời khiển trách. Khi nó nghiêm trọng thì người ta hành động bằng cách quay lại chủ đề đó trên báo ngày hôm sau để bổ sung thông tin và xem lại cách viết. Khi có chuyện *đốt cháy giai đoạn*, biết được tin qua đọc bài của báo cạnh tranh với mình thì không thể cam lòng nhắc lại thông tin như đã được công bố ở tờ báo khác rồi, mà nên chuộc lại sự chậm chễ bằng cách chuẩn bị một bài báo đầy đủ hơn, có giải thích rõ ràng hơn.

Nếu muốn chơi đẹp và tỏ ra là một đồng nghiệp tốt thì dẫn ra nguồn tin mình thu được nhưng đó không phải là điều bắt buộc về mặt pháp lý: ký hiệu bản quyền đã bảo vệ cho bài viết, chứ không phải thông tin.

Chuẩn bị là tổ chức công việc và phân bổ nhiệm vụ cho các phóng viên, ở mức độ thấp hơn, cho thông tin viên, biên tập viên sao cho bao quát được các sự kiện dự kiến, tiến hành tốt các bài điều tra và các phóng sự về các chủ đề ít nhiều không phải nóng hổi đã lên kế hoạch và lại có khả năng hành động nhanh trước các sự kiện ngoài dự kiến.

Về phóng sự, việc tổ chức này thể hiện ra ngay ngày hôm trước, khi có thể được, trên *bảng công tác* có ghi danh mục các sự kiện cần *dua tin*, giờ giấc và địa điểm của từng sự kiện cũng như tên phóng viên phụ trách



công việc. Cùng với các sự kiện sẽ được thông báo trong ngày, bảng phân công việc này được bổ sung, thậm chí thay đổi nữa. Thực vậy, có khi do tầm quan trọng của một sự kiện ngẫu nhiên mà bắt buộc phải bỏ lại một phóng sự nhỏ, mà bằng lòng dùng tin thông tấn. Trong trường hợp hãn hữu, trưởng phòng có thể xin bổ sung phóng viên từ bộ phận khác.

Cố nhiên là nhà báo làm công việc của mình đã nghe đài và biết các sự kiện chính xảy ra từ lúc còn nằm trên giường ngủ. Để cập nhật đầy đủ, họ lướt qua các tin, bản thảo và các thư tín đến từ sau khi khóa bản in trước. Một danh mục các yếu tố đã có và chờ đợi cho từng chủ đề - các bài viết và minh họa - lúc đó đã được thảo ra, không quên phần chưa kịp đăng báo.

*Việc họp giao ban tòa soạn* được tổ chức khi tất cả các trưởng phòng đã có một ý niệm chính xác về các đầu đề chính đối với các mục của mình trong bản in đang chuẩn bị. Từng người đưa ra danh mục đề tài của mình, nêu ý nghĩa của các sự kiện chính và tất nhiên cố gắng giành được tối đa diện tích trên mặt báo. Sau khi đã có các tin tức quảng cáo chèn vào, phần công việc này mang ý nghĩa trọng tài và đi đến quyết định *phân trang*, trước hết là số lượng trang của bản in, tiếp sau là phân bố các trang này giữa các mục theo *khối lượng* tương đối về thông tin trong từng lĩnh vực. Như vậy đi đến xác định được *mục lục* sơ bộ của bản in, được bổ sung bằng danh mục các thông tin sẽ được công bố

ở trang nhất. Thông thường, thực đơn này và danh mục sẽ được thay đổi trước giai đoạn cuối do tính đến chuyển biến của thời sự trong ngày.

Đối với một tuần báo, giao ban tòa soạn thường vào ngày hôm sau khi khóa bản in lần trước và thiết kế bìa nhiều ngày sau đó.

Từng người trở về phòng mình, nhưng vẫn liên hệ với nhau trong ngày để phối hợp công việc liên quan đến các sự kiện trùng chéo ở nhiều mục. Chính là trường hợp các tin được giữ cho trang nhất. Phòng biên tập trang nhất phải thỏa thuận với các trưởng phòng có thẩm quyền để giới thiệu các tin này và phân bổ các bài, các minh họa giữa trang nhất và trang sau, trang chứa đựng các phần bổ sung thông tin cũng như ở một số tờ báo số lượng ngày một ít dần, phần tiếp theo, hay *đoạn tiếp* của các bài báo được tập trung ở trang nhất.

## **II. Xem xét và lựa chọn**

Cuộc họp giao ban tòa soạn chỉ quyết định những nét công tác lớn trong ngày và chỉ quan tâm đến các tin tức chính. Còn lại từng trưởng phòng, trước khi ra tin, phải có một loạt các quyết định chi tiết. Tin điện và ảnh thông tấn đáng quan tâm được gửi đến trên máy nhận tin hay qua máy tính. Bản thảo của các phóng viên hay ảnh của các phóng viên ảnh cũng được *gửi đến* khi có, nhưng trưởng phòng phải chú ý xem có gửi đúng thời hạn quy định hay không. Về nguyên tắc, việc lựa chọn phải tiến hành trước đối với bản thảo của phóng viên. Loại trừ

trường hợp có sự kiện bất ngờ xảy ra bắt buộc phải có sự hy sinh còn không thì bản thảo về những chủ đề, đề tài đã giao cho các phóng viên, biên tập viên của báo sẽ được đưa in và độ dài của từng phóng sự thì đã được chỉ rõ với tác giả rồi. Ngược lại các tin nhanh, các tin điện và các *bài đặc tả* của hãng thông tấn không phải bao giờ cũng phù hợp với nhu cầu cụ thể của tờ báo, bởi vì theo định nghĩa, các tin và bài đó phải thỏa mãn nhu cầu của tất cả các báo. Vậy thì công việc quan trọng cần làm là chọn lọc, sắp xếp.

*Việc soát xét* các tin điện có tác dụng định ra các thông tin sẽ được đăng tải nhưng việc này phải tiến hành nhanh chóng, bởi các biên tập viên phải dành thời gian cần thiết để hình thành trang báo. Trước cuộc họp giao ban tòa soạn thì công việc này trước hết tập trung vào toàn bộ các tin mà trưởng hoặc phó phòng có được trên bàn mình, hoặc lưu trữ trong bộ nhớ máy tính, tức là toàn bộ các tin nhận được từ khi khóa bản in lần trước và một vài tin được giữ lại hôm trước, sau đó là các tin trong ngày lần lượt gửi đến.

Khối lượng các tin điện này nhiều đến mức không ai có thời gian đọc chi tiết được. Các hãng thông tấn thì dứt khoát nêu lên cái chính yếu của tin ở đầu đề và các dòng đầu của tin. Nhưng có khi một chi tiết ở phần giữa tin lại làm cho một thông tin trở thành mối quan tâm với độc giả tờ báo, nói khác đi, thông tin đó lại không đáng quan tâm đối với một tờ báo ở Rennes nếu như một người Breton có tên trong số các nạn nhân của một

tai nạn giao thông ở Hy Lạp. Vậy thì có một kỹ thuật đọc tin điện, cần đến thói quen hơn là nguyền tặc.

Việc lựa chọn tin để công bố được dựa trên các tiêu chuẩn - tính thời sự, ý nghĩa và lợi ích - đã nói ở Chương III của Phần I nhưng có sửa lại do một yếu tố thay đổi hàng ngày: tỷ lệ khối lượng thông tin với vị trí dành cho nó. Chính vì thế mà một tin có tầm quan trọng trung bình như sự qua đời của một nhân vật vào loại trung bình có thể bị lờ đi nếu xảy ra cùng ngày với một tai nạn lớn, sự bùng phát của một cuộc khủng hoảng thế giới, buổi xuất phát vòng đua xe đạp quanh nước Pháp, hay được lên nổi bật ngày 15-8, bên cạnh các tai nạn đường bộ mà theo truyền thống là tin chính của nước Pháp vào ngày đó.

Còn về các tranh, ảnh minh họa, thì chính vào lúc làm công đoạn tiền makét thì người ta sẽ lựa chọn. Vào lúc chúng ta xem xét, vấn đề chủ yếu là đảm bảo có ảnh, hình vẽ, bản đồ, biểu đồ cần thiết cho một thông tin nào đó, và nếu các tư liệu này không được báo thì phải đi tìm kiếm chúng ở cơ quan lưu trữ, ở hãng thông tấn, cho thợ nhiếp ảnh đi chụp hay đặt vẽ.

### **III. Hiệu đính và biên tập lại**

Trưởng phòng là người chịu trách nhiệm về nội dung và hình thức của tất cả cái gì sẽ được đăng trừ phi phải tham khảo ý kiến tổng biên tập khi có sự do dự nào đó, nếu có một bài báo có liên quan đến

trách nhiệm đạo đức hay pháp lý của tờ báo, hay có sự phản đối của một nhân vật có thể lực... Không có tin, bài được đưa đi in, cho dù là bài xã luận của ông giám đốc hay tổng biên tập nếu chưa đưa cho phòng biên tập xem lại và trưởng phòng, nếu là tác giả của một bài báo thì cũng phải nhờ đồng nghiệp đọc lại. Công việc sửa bản thảo có thể chỉ là xem lại hoặc phải *biên tập lại*.

**Hiệu đính** trước hết nhằm vào tính xác thực. Đối với các cộng sự thường xuyên thì có những người có thể tin tưởng hầu như tuyệt đối, nhưng có những người còn thiếu tính chặt chẽ. Còn các hãng thông tấn thì có những hãng tin cậy về tất cả các chủ đề hay về một số chủ đề, nhưng điều đó không có nghĩa là có thể bỏ qua việc kiểm tra lại thông tin của họ. Từ 20 năm nay, do yêu cầu tiết kiệm nhân lực, kinh phí dành cho họ cũng bị ảnh hưởng.

Cố nhiên biên tập viên có xem lại bản thảo nhưng không thể kiểm tra được hết. Về nguyên tắc, phải có người hiểu biết vấn đề, trong đó trình độ văn hóa cũng như đầu óc phê phán của họ đã được thừa nhận. Bình thường khi xem lại bài, người hiệu đính phải chú ý vào một thông tin hay một yếu tố thông tin không hoàn toàn đáng tin cậy, trong đó những căn cứ của nó chưa được lý giải đầy đủ. Người hiệu đính phải yêu cầu tác giả cung cấp những chi tiết rõ ràng và có những lời giải thích đầy đủ; và phải kiểm tra tất cả những gì thấy còn khả nghi dựa trên tư liệu hoặc các nguồn tin bên ngoài.

Về nội dung, tính xác thực không phải là tất cả. Một thông tin ít nhiều còn thô có thể chính xác nhưng lại không mấy dễ hiểu đối với số đông độc giả. Biên tập viên chịu trách nhiệm xem lại phải đảm bảo rằng bài báo đó chứa đựng đủ các yếu tố về *bối cảnh* hay nhắc lại hoàn cảnh đã xảy ra sự việc để cho phép ai đó chưa biết vấn đề hiểu được sự kiện hoặc nắm được ý nghĩa. Nếu không được thì phải thêm hoặc nhờ người khác thêm vào, cần chú ý đến phần “đất” dành cho nó và khi cần, cắt bỏ một đoạn văn.

Về hình thức, không những phải sửa ngôn ngữ mà còn tùy thuộc vào trình độ văn hóa chung của khách hàng tờ báo để hạn chế các từ lạ hoặc từ kỹ thuật. Điều đó không có nghĩa là nhất thiết loại bỏ chúng đi mà là sử dụng từ đồng nghĩa gần gũi, thông dụng hơn hay dùng cách nói bóng, nói vòng; từ đích thực luôn luôn có vị trí của nó với điều kiện văn cảnh giúp cho việc hiểu nó; hoặc khi cần thiết nên cho nó một định nghĩa. Cuối cùng, phải xem xét sự phù hợp của độ dài bài báo với phần diện tích mặt báo dành cho nó. Do tác giả thường không tôn trọng *khoảng rộng* dành cho bài báo của họ và những thay đổi đối với bản thảo có thể làm thay đổi độ dài bài báo. Nói chung thường phải cắt xén bài. Do nhà báo cũng như bất kỳ người viết nào cũng đều có xu hướng tự nhiên “dài dòng” cho nên hiếm có bài ngắn. Nếu makét phù hợp thì trưởng phòng có thể ưu ái cho tác giả một bài đặt ngay ở cùng một trang, do đó hiếm khi có lời phàn nàn. Và người ta lấp chỗ trống còn lại bằng một *tin vắn* hoặc một tranh minh họa.

*Biên tập lại* bao hàm công việc xem lại về mặt nội dung; như khâu *hiệu đính* về mặt hình thức thì sử dụng bản thảo coi đó là nguồn thông tin chính để viết một bài khác. Với các nhật báo người ta hầu như chỉ áp dụng đối với các tin điện thông tấn, khi có một bài của người xa lạ với ngành nghề được quyết định đăng nhưng viết tồi. Thật hiếm có các ấn phẩm định kỳ tiếng Pháp - ở Mỹ thì phổ biến hơn - lại có những *người biên tập lại* chỉ chuyên làm công việc đó, tức là biên tập lại hầu như toàn bộ các bài của phóng viên nhằm tạo cho nó một "văn phong phù hợp". Ngoài ra, có một loại hình mới của việc biên tập lại đã được phổ biến, được áp dụng chủ yếu cho các bài điều tra lớn, cần đến nhiều phóng viên. Thay cho việc xếp liền các bài báo lại, người ta cần đến một người biên tập lại - đúng hơn là một nhà báo có kinh nghiệm, để viết ra một bài tổng hợp, cô đọng hơn, súc tích hơn, loại bỏ những chữ rườm rà và có cách viết hoàn toàn trau chuốt. Tầm quan trọng của việc viết lại này thể hiện ở chỗ người viết ra bài báo cuối cùng được coi là tác giả, là người ký tên mặc dù họ không tham gia vào phóng sự và sự hợp tác của các phóng viên được dẫn dưới dạng: "Bài điều tra của X,Y,Z" hay thậm chí đơn giản: "Với sự hợp tác của...".

Bản thảo được hiệu đính hoặc *biên tập lại*, chỉ còn việc ghi kích cỡ, tức là các đặc trưng kỹ thuật in. Ở đây ta đi vào lĩnh vực kỹ thuật, phần công việc riêng của ban thư ký tòa soạn. Chính họ là người chịu trách nhiệm xác định kích cỡ, thực ra là

do thói quen hơn là vấn đề năng lực. Thực vậy, tin học đã đơn giản hóa công đoạn này: tất cả các dữ liệu đều được tập hợp lại trong *các định dạng* phù hợp cho các loại bài báo và máy tính sẽ cho ra các thông số. Tuy nhiên, cũng cần phải chỉnh sửa ít nhiều vào chỗ cần phải thay đổi bên trong bài báo. Chẳng hạn trường hợp các từ và nhóm từ cần phải in nghiêng dẫn đến phải đặt chế độ chữ nghiêng hay trường hợp làm nổi bật các đoạn bằng cách in đậm, đặc biệt là kiểu chữ khác, với lề rộng hơn.

Những dấu hiệu kỹ thuật in này liên quan tới *kiểu chữ, cỡ chữ*, tức là *độ cao, độ đậm* - mảnh, bình thường, chữ đậm, nửa đậm - và *độ nghiêng: đứng hay nghiêng; ngắt dòng* nghĩa là vừa độ dài của một dòng và sự cân đối của nó - bài được *ngắt dòng hai bên* (sắp ở hai bên lề) hay ngắt dòng ở giữa, *thụt chữ ở dòng thứ nhất* khi sòng hàng, việc tạo khe dòng (tức không gian giữa các hàng, có thể là không có).

Trong hai thế kỷ, phép đo kỹ thuật in là hệ thống thập nhị phân do Francois-Ambroise Didot lập ra năm 1775; đơn vị là *chấm* và bội số của nó, *chữ cỡ 12* tương ứng với 12 dấu chấm. Dần dần từ năm 1975 trở đi, hệ mét được sử dụng bắt buộc.

Chỉ có các dấu chấm được xác định (bằng 0,35 mm) mới được sử dụng để sắp chữ. Cần phải nói thêm rằng, việc lựa chọn cỡ chữ kim loại bị giới hạn bởi các bộ chữ in rời hay các khuôn dùng cho máy in linô. Tiến bộ của sắp chữ quang học và tin học đã loại bỏ ràng buộc này và người ta không ngại nữa khi xác định cỡ chữ hoặc khe dòng nửa dấu chấm hay 1/10 mm.



#### IV. Makét

Chúng ta vừa chứng kiến “sàn diễn” của ban thư ký tòa soạn. Chính họ là trung tâm của các bước cuối cùng dựng nên tờ báo - ra lệnh việc in ấn, sắp chữ, minh họa - cùng với bộ phận văn phòng và các bộ phận kỹ thuật, cộng với bộ phận mỹ thuật đối với phần lớn các tạp chí. Chính họ đã chủ trì khâu hình thành cuối cùng của tờ báo.

Từng tờ báo đánh dấu tính cách của mình bằng phong cách trình bày, phong cách này được thể hiện ở các mô hình cụ thể, thường được các nhà đồ họa bên ngoài doanh nghiệp in đề xuất. Nói cho cùng thì, đối với từng bản in, chỉ có việc điền đầy các ô cố định. Các tiêu chuẩn ngày một chặt chẽ và lại thay đổi tùy theo tờ báo. Bị nhiều tác động của mỹ thuật làm cho méo mó đi, các quy tắc trước đây đang mất đi tính phổ biến của nó. Tuy thế nó vẫn là những chỉ dẫn hữu ích và là công việc để ngăn cản mọi sự nhầm lẫn. Người ta không thể bỏ qua chúng mà không có lý do chính đáng vì chúng là những quy tắc dựa trên kinh nghiệm.

Quy tắc của các quy tắc vẫn có tính mệnh lệnh. Người ta chỉ vi phạm nó khi cấp bách, khi cần phải tu chỉnh một trang vào thời điểm chót để đưa vào một thông tin giờ chót. Đó là *sự cân xứng* đối với một trang và ở chừng mực có thể, đối với trang kép ở tờ báo khổ cổ điển hay khổ bằng 1/2 khổ thông thường và có tính bắt buộc đối với trang kép trong một tạp chí vì chính đây là sự hài hòa mà con mắt độc giả bao quát được. Sự cân xứng được hình thành bởi các đầu đề, các tranh ảnh minh họa, các

khung, *các móc*, và thậm chí cả các đầu đề của từng phần trong bài, không được quên màu sắc khi sử dụng nó. Phần lớn các quy tắc khác góp phần áp dụng nguyên tắc này.

- Hai đầu đề, trừ đầu trang của nhật báo, hai minh họa, hai viền khung không đặt cạnh nhau. Trừ trường hợp lên khuôn ảnh hay đối với đầu đề nhằm vào hai mặt của một thông tin, hai mặt có tính đối xứng.

- Hai bài in chữ đậm hay chữ nghiêng hay một phong cách và một cỡ chữ khác với chữ bình thường, cũng không xếp liền nhau. Ngoài ra, tránh đặt nhiều bài trong một trang.

- Các đầu đề của từng phần trong bài cũng phải cân đối trong một trang, dù không được xếp các phụ đề ở chỗ ngắt đoạn văn một cách lôgích, trừ khi đó là một văn bản mà các phần cần nêu bật.

- Một chân dung chụp nghiêng hay kích thước 3/4 không phải là nhân vật nhìn ra ngoài trang nếu chân dung đó ở gần mép.

- Nếu có quá hai đầu đề hay minh họa thì không để xê dịch đến mức *tạo thành bậc thang*.

- Vì lôgic hơn là vì thẩm mỹ, một bài báo chỉ chứa đựng một bài báo khác nhỏ hơn nếu cả hai liên quan đến một chủ đề. Nói cách khác, người ta rút bớt bài thứ hai tối thiểu một cột.

- Cuối cùng, nếu không tôn trọng quy tắc theo đó đầu đề hay toàn bộ đầu đề - minh họa - phải bao quát toàn bộ bài được thông báo thì ít ra cũng phải chú ý để việc sắp xếp trang phải nêu rõ phần tiếp theo của bài báo ở chỗ nào.

Theo cách phân bổ nhiệm vụ một cách phổ biến nhất thì người trưởng hay phó phòng biên tập, đôi khi là tổng biên tập, đối với trang nhất, lập một *makét sơ bộ*, trên cơ sở đó kết hợp với thư ký tòa soạn, người làm makét sẽ thực hiện makét. Makét sơ bộ thường là một *phác họa*, một gợi ý makét, trong đó có chỗ của các bài báo và các minh họa; nó có thể là một bản danh mục giản đơn. Vấn đề quan trọng là nó chỉ ra rõ ràng cho thư ký tòa soạn biết cái mà anh còn chưa biết: độ dài của các bài báo, các chi tiết tranh ảnh mong muốn và tầm quan trọng tương đối cần dành cho các bài báo khác nhau.

Làm makét một trang là sắp xếp bốn loại yếu tố: bài văn, *sắp xếp đầu đề*, các tranh ảnh minh họa và các mục quảng cáo - bằng cách áp dụng các quy tắc mỹ thuật và các hướng dẫn của biên tập. Các thông tin được sắp xếp trên dưới, điều đó không có nghĩa là các thông tin quan trọng nhất phải ở đầu trang và ít quan trọng thì ở cuối trang: một bài báo có đầu đề đậm nét và được minh họa ở *giữa trang* có tác động hơn một bài báo khác được đặt đầu đề một cách sơ sài không có ảnh ở đầu trang.

Quảng cáo là một yếu tố được áp đặt cho thư ký tòa soạn, về kích thước cũng như xếp chỗ. Do thói quen, việc xếp trang thường bắt đầu bằng các tin thông báo; người ta sẽ tính đến mẫu chữ viết và nội dung của các thông báo này. Trước hết tính đến mẫu chữ là để cân đối trang, coi quảng cáo là một minh họa hay một bài là tùy từng

trường hợp, thứ hai phải tính đến nội dung là để tránh sự gẫn kề đáng tiếc như một bài báo nói về sự cố máy bay và bài khen ngợi một công ty hàng không. Có một cái bẫy hình thành do các quảng cáo đăng đầy trang: nó không thông qua ban thư ký tòa soạn, nhưng bạn phải đảm bảo là nó sẽ không dẫn đến việc sắp xếp kề nhau không đúng chỗ và nét chữ của nó sẽ không giống với nét chữ của trang bên cạnh.

Chỉ còn có việc lắp ráp các yếu tố biên tập. Đối với các tờ nhật báo thì cần có sự linh hoạt nào đó vì không có thời gian để làm tỷ mỉ được; sự linh hoạt này thể hiện ở quy mô trang, cho phép thay đổi cách trình bày hầu như vô hạn. Thư ký tòa soạn có thể tác động đến chỗ bố trí đầu đề, đối với tuần báo và nguyệt san thì không được phép. Đối với tạp chí, có một số cởi mở hơn ở chương mục hoặc về tổng thể chẳng hạn như bản đồ, các ô viền khung hay các khuôn ảnh đòi hỏi cách trình bày makét độc đáo hay sáng tạo thực sự, tuy nhiên phần lớn các trang đều theo đúng mô hình. Công việc trước hết là lựa chọn trong số nhiều makét mẫu hiện có, chủ yếu phụ thuộc vào vị trí tương đối của trang ảnh minh họa. Các đầu đề, dấu móc, phụ đề và chú dẫn đã sắp chữ được áp vào chỗ của nó. Vị trí của những bài *chưa đưa in* thì vẫn được dành lại, giống như vị trí của tranh ảnh minh họa. Các tranh ảnh minh họa được *viền khung*, y nguyên như khi được thợ nhiếp ảnh hay người vẽ giao, hoặc giữ lại một phần rồi được vẽ can lại. Nó được đưa đi làm phim

với chỉ dẫn kích thước thật phù hợp với makét.

Vào giai đoạn này, điều đặc biệt là tất cả đều đi vào trật tự. Bài thì quá dài lại có bài thì quá ngắn, khi chênh lệch vài dòng thôi thì thư ký tòa soạn tiến hành điều chỉnh bằng cách cắt đi một câu, một phần của câu, thêm hay bỏ một đoạn... Khi cần tu chỉnh lớn, phòng biên tập sẽ trao lại cho tác giả để viết lại nếu tìm được tác giả. Đối với một nhật báo, người ta mạnh bạo khi thêm hay bớt một phụ đề, thay đổi khe dòng, cỡ chữ đầu đề, thậm chí cả bài, độ cao của ảnh. Người ta có sẵn *tin vắn*, bài báo ngắn vài dòng để có thể lấp chỗ trống.

Makét được gửi tới xưởng để in lên khuôn. Nếu làm khuôn trên màn hình thì thế là đã bắt đầu mà không thể nói lúc nào chuyển từ makét sang khuôn in.

### **V. Tít, chapô<sup>1</sup>, chú thích...**

Công việc *đặt tít* cho bài báo rất quan trọng. Nhưng ai làm tít đây? Khi nào? Đây là việc thay đổi tùy từng tờ báo và tùy hoàn cảnh. Đó có thể là tác giả trước khi nộp bản thảo nếu người đó hứng thú và có tài, nhưng rất hiếm. Thường đây là việc của các chuyên gia, họ bình thường thì ở phòng biên tập, đôi khi ở ban thư ký tòa soạn. Công việc đặt tít một bài báo hay một trang thường được thực

---

<sup>1</sup> Nguyên từ tiếng Pháp là *chapeau*: phần tóm tắt hoặc bao quát nội dung bài báo (B.T).

hiện qua nhiều bước, liên quan đến tiến độ makét và do nhiều người làm. Bởi vì nó phụ thuộc chặt chẽ vào việc xếp trang.

Khó khăn không chỉ là phải ngắn gọn, rõ ràng, có hình ảnh và bằng số lượng từ ít ỏi, mà còn các từ này phải chiếm một số lượng dòng cụ thể và từng dòng lại chứa đựng các dấu hiệu gắn số lượng giữa cái tối đa và cái tối thiểu, thậm chí còn bằng nhau khi đó là một đầu đề, một lời đề dẫn hay một cái móc *lưu ý* mà các hàng đều đã đầy chữ. Người ta có một chút quyền tự do hành động nếu việc sắp chữ tập trung *vào giữa* hay theo kiểu *móc nối*, sắp thẳng hàng chỉ một bên lề duy nhất; còn cần phải cân đối các dòng sao cho tránh được các hình thức vô duyên chẳng hạn như hình thang hoặc hình bậc thang.

**Tít và chapô** có thể viết trước, vậy là ở giai đoạn chuẩn bị bản thảo lúc bài được lên makét theo mô hình đã biết. Chúng bổ sung cho nhau và không tách rời nhau. Nhìn chung, chúng cho ta cái chính yếu của tin. Trái với đầu đề cuốn sách hay tạp chí có mục đích thông báo sẽ bàn về chuyện gì thì tít của báo lại tóm tắt những điều sẽ nói đến. Gắn với chức năng đầu tiên này, tít còn có một chức năng khác: *dẫn dắt*. Đó là lời cuốn sự chú ý của độc giả, kích thích họ đọc bài báo.

Tùy theo tính chất của bài báo và văn phong chung của tờ báo, người ta nhấn mạnh ít nhiều đến

phần thông tin hay phần nhằm lôi cuốn độc giả. Trong trường hợp có tin quan trọng, việc lôi cuốn độc giả được thực hiện bởi chính nội dung thông tin. Nhưng khi đó là một sự kiện hay một đề tài không mấy rõ ràng đối với độc giả trung bình, thì việc phổ biến tốt đòi hỏi phải thu hút sự chú ý bằng tí, nhằm vào một chi tiết vui, bất ngờ hay ý nhị để kích thích bạn đọc. Tóm lại, theo công thức của Michel Truffet: “Điều thông thường phải làm cho nó khác thường, điều xa lạ phải làm cho nó quen thuộc”<sup>1</sup>.

Ngày càng được bắt chước, từ *Libération* (Giải phóng) đã tung ra *tít sốc* nhằm làm nổi bật, cho dù là biếm họa, ý nghĩa của sự kiện hay một khía cạnh của nó bằng một lối nói quen thuộc, một phép ngoa dụ, một phép đối ngẫu hay cách nói vòng, một cách lấy phụ âm, thậm chí cả trò chơi chữ. Có thể kể ra một tí có tính lịch sử mặc dù nghe ra rất bình thường và do vậy, nó có thể dùng làm mẫu để so sánh với một tí cổ điển nói về cùng một tin như nhau. Trong cuộc bầu cử lập pháp tháng 9-1984 tại Canada, chẳng những phái bảo thủ giành lại đa số từ tay phái tự do mà họ còn chiếm được 211 ghế trong tổng số 282 ghế. Báo *Le Monde* (Thế giới) rút ra bài học của cuộc bỏ phiếu một cách thận trọng:

---

<sup>1</sup> Michel Truffet, thuật hùng biện của nền dân chủ quá trớn, *Lịch sử và các phương tiện truyền thông đại chúng*.

Canada

**Washington hài lòng tiếp nhận  
thắng lợi của phái bảo thủ**

Còn ở đây, bằng những từ ngữ vừa quen thuộc lại vừa mạnh mẽ, tờ *Liberation* (Giải phóng) đã có một tit khác cho cùng một nội dung tin mà xét về thực chất đều viết chính xác về cùng một sự kiện:

CƠN SÓNG THẦN

**Ở Canada: Ronald Reagan  
có một cậu em nhỏ**

*Đảng bảo thủ của Brian Mulroney đã giành thắng lợi tuyệt đối vào ngày thứ ba với 211 ghế (trên 282 ghế) trong các cuộc bầu cử lập pháp, hất cẳng những người theo chủ nghĩa tự do ra khỏi chính quyền sau 21 năm trị vì.*

Tuy nhiên, nếu như tất cả các báo đều chịu ảnh hưởng của phong cách hiện đại này - và không chỉ có báo viết: người ta thấy có sự tương đồng trong một số bài bình luận hay lời chuyển tiếp ngắn gọn của người giới thiệu truyền hình - thì việc lạm dụng là nguy hiểm. Vì những lời hóm hỉnh, cách chơi chữ, đều cần đến một số vốn văn hoá và đầu óc thông minh linh hoạt mới hiểu được mà không phải tất cả độc giả và người xem đều có. Được số ít tán thưởng, những tit kiểu này lại khó hiểu đối với đông đảo công chúng. Và ta gặp ở đây một khiếm



khuyết, mà để chống lại nó, các nhà báo rất khó đề phòng: xu hướng viết cho đồng nghiệp của mình, cho bạn bè, cho những người quan trọng, và như vậy là giúp họ chỉ cần liếc mắt qua khi đang nói chuyện với độc giả hoặc người nghe.

Lo lắng cung cấp tối đa thông tin với số từ tối thiểu, báo chí Anh- Mỹ không ngần ngại sử dụng văn phong điện báo trong đầu đề. Các báo tiếng Pháp cũng chạy theo các lối viết thiếu cân nhắc, lối rút ngắn khá đường đột, làm méo mó ngôn ngữ, không chịu rút ra các bài học đã từng lây lan trong quảng cáo.

Rốt cuộc, thường không dễ khi kết hợp giữa yêu cầu truyền đạt thông tin và mặt khác cần đặt tit hấp dẫn, nên việc phân bổ giữa hai yêu cầu đó được thực hiện giữa tit và tit bổ sung, cũng như giữa một phụ đề hoặc các *phụ đề* có thể có.

**Chapô** là một đoạn văn ngắn tiếp ngay sau tit, có cùng độ dài như nhau (xem chapô sau tit của tờ *Libération* ở trên) hoặc nằm trên một cột, có vẻ như một lời giới thiệu bài báo nhưng chữ đậm hoặc in kiểu khác hơn chữ của bài. Nó bổ sung cho tit bằng các yếu tố thông tin hoặc giải thích. Vậy người đã đọc tit và chapô chắc đã tiếp nhận được thông tin thiết yếu rồi. Họ nắm thông tin đó rất nhanh và thấy muốn đọc để biết sâu hơn nội dung bài báo.

**Chú thích** là yếu tố bổ sung thông tin, cho biết trên ảnh nói gì. Nếu chú thích khá dài thì người ta

dùng nó để đưa vào đó một cách gây chú ý bằng cách gắn lời minh họa ảnh với một chi tiết của bài.

*Các tit của từng phần trong bài và các móc lưu ý thu hút sự chú ý* tạo thể cân đối hài hoà, như chúng ta đã thấy trong khi nói về makét: vai trò thu hút sự chú ý của độc giả. Không thể viết trước tit của từng phần trong bài và các móc lưu ý trước khi hoàn thành makét bởi vì chúng được quyết định bởi vị trí của chúng trong trang báo. Khác với đầu đề trong một cuốn sách, tit của từng phần trong bài báo không phải để chỉ ra một phần đoạn của bài báo mà để lưu ý trở lại sự quan tâm của người đọc bằng cách nêu bật một chi tiết của phần tiếp theo của bài báo nhằm đánh thức sự chú ý hay kích thích đầu óc tò mò. Trong nhật báo thì hiếm có các móc lưu ý, nhưng trong các ấn phẩm định kỳ thì được sử dụng nhiều. Dài hơn tit của từng phần trong bài, in chữ to hơn, móc lưu ý không cần thiết là cầu nối với những gì kế tiếp. Nó lấy lại nguyên văn hoặc không, một đoạn đáng chú ý nhất của bài báo, về nội dung hoặc về hình thức.

## VI. Khóa bản in

Trong khi dựng makét và việc đặt tit được tiến hành hoàn chỉnh thì người sửa bản in làm công việc đọc lại lần đầu đối với các bài báo theo lần lượt khi nó xuất hiện trên *bản in thử* trước khi xếp trang. Khi ban thư ký tòa soạn hợp thức hóa makét thì gửi tên tit cuối cùng đi và sửa bản in

thử, việc lên khuôn in kết thúc. Về nguyên tắc chỉ còn tiến hành các công việc kiểm tra và sửa chữa cuối cùng theo hai bước: trên *trang lên khuôn* và trên *film*.

**Trang lên khuôn** là đối tượng đọc lại lần thứ hai đối với thợ sửa bản in. Nếu như cần có các tu chỉnh ở một quy mô nào đó trên makét thì thường phải thực hiện một số điều chỉnh như: bớt đi hoặc thêm vào một hoặc hai dòng, dịch chuyển vị trí tít của một phần trong bài, cần điền thêm vào một *dòng trống* ở cuối chỗ thụt đầu vào ở dòng trên đầu cột, một nét gạch nhỏ bị quên, trang quá dài hay quá ngắn, một dòng tít quá dài... Đối với các nhật báo, người ta thường không có thời gian đọc lại tất cả. Ít ra cũng nên xem các sửa chữa đã nộp lại chưa, kiểm tra việc đặt tên tít, đoạn tiếp của cột, của trang..

Tuy nhiên, thế giới không ngừng quay, cho đến tận *hạn chót* vẫn còn phải cập nhật. Sự phát triển mới nhất của một sự kiện đang diễn ra được đưa vào bằng cách thay đổi một hay nhiều đoạn, với điều kiện số lượng các dòng vẫn giữ nguyên và cần thiết thì sửa lại tít. Nếu một sự kiện ngoài dự kiến xảy ra, có thể dành chỗ tùy theo tầm quan trọng của nó và còn thời gian. Người ta có thể thế tin này vào chỗ của một bài báo không nóng hổi cho lắm ở một trang còn bỏ ngõ; có thể thay một minh họa bằng bài tường thuật ngắn gọn về sự kiện dưới một cái tít lớn

và tít bổ sung vào “giờ chót”. Khi có quyết định “cái đó xứng đáng lên trang nhất” thì công việc lại càng phức tạp hơn. Thực vậy, tất cả tin tức ở trang nhất đều quan trọng, ngoài ra không thể bỏ đi một bài báo bắt đầu ở trang nhất để chuyển sang một trang đã kín. Vẫn có thể huỷ rồi loan báo về một tin dự kiến đăng ở một trang bên trong, hoặc một tranh ảnh minh họa, hoặc phân tóm tắt của một tin. Trong trường hợp cực chẳng đã, có thể đưa tin giờ chót vào vị trí của thông tin nổi bật, thu gọn nó bằng từ ngữ đơn giản hơn. Để có được những tu chỉnh như thế, đối với từng bản in, phải để trang nhất là trang khóa cuối cùng.

*Film* chụp lại trang lên khuôn. Khâu kiểm tra cuối cùng là ở giai đoạn này. Không còn chuyện thay đổi nữa, cũng không có chuyện đọc lại tất cả nữa mà là “tránh một kịch biến”. Chủ yếu xem lại các minh họa, không phải bao giờ nó cũng có vị trí xứng đáng trên bản in thử của trang lên khuôn và xem lại các khuôn in sửa chữa cuối cùng. Có thể tẩy xoá một dòng kẻ nhỏ quá dài hay con chữ cuối của một từ để sửa lỗi. Trừ phi phát hiện ra một lỗi trầm trọng hay lỗi ở đầu đề, còn không thì film không phải làm lại.

Các film được tập trung lại để chuẩn bị làm phim kính. Các phim kính được gắn chặt trên máy in quay. Máy quay và thế là đến lúc nghĩ tới bản in lần sau.

## KẾT LUẬN

### TƯƠNG LAI

Cơ cấu của phương tiện thông tin và việc thực thi nghề báo đã bị đảo lộn trong gần 50 năm qua. Sự phát triển trong tương lai của tin học và viễn thông sẽ tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà báo nắm bắt thông tin và tư liệu cũng như cho các phương tiện truyền thông xử lý tin tức. Thật là tin tốt lành cho phương tiện truyền thông hiện hữu. Còn sự cạnh tranh của “các phương tiện truyền thông mới” mà người ta đã thông báo trong những năm 1980 hoặc “phương tiện truyền thông đa phương tiện” mà người ta đang chờ đợi thì như thế nào? Chúng ta có phần sa vào thuật ngữ rồi. Truyền thông đa phương tiện là một công cụ kỳ diệu, không phải là phương tiện truyền thông bổ sung hay cạnh tranh của các phương tiện khác. Trước sự phong phú của các dữ liệu có sẵn trên Internet, người tiêu thụ thông tin sẽ bắt lực trong việc lựa chọn. Họ cần đến các khâu trung gian, đến các phương tiện truyền thông với nghĩa đầy đủ của từ này. Các phương tiện truyền thông cũ, nếu được nói như vậy, vẫn chiếm vị trí hàng đầu. Nhưng chúng biến chuyển, chứng kiến những sự đảo lộn,

nhưng không vì thế mà quá xa rời các trục đã được vạch sẵn, cũng không mất đi bản sắc. Cuộc cách mạng kỹ thuật đã được khởi đầu đang rất quyến rũ, nó sẽ không phải là cuộc cách mạng về phương tiện truyền thông.

Truyền hình còn ở độ non trẻ nhưng phát triển nhanh chóng. Việc mở cửa biên giới bằng cáp và vệ tinh đã mở ra một kỷ nguyên cạnh tranh khắp toàn cầu. Dù cho các tiến bộ của giáo dục, và sự năng động của con người, đa số người xem truyền hình vẫn không trực tiếp được lợi mấy do hàng rào ngôn ngữ, nhưng sự đua tranh quốc tế chỉ có lợi cho chất lượng các chương trình phát. Nước Pháp sẽ đuổi kịp sự chậm trễ của mình về truyền hình khu vực, và một số kênh nếu không phải là tất cả sẽ được chuyển lên *mạng*, cung cấp cho các đài phát những bản tin rồi các đài này sẽ trực tiếp phát lại, cũng như các chương trình trọn vẹn cùng các yếu tố bản tin phát đi. Một biến đổi cuối cùng, đã được bắt đầu, còn tinh tế hơn nhưng không kém phần cơ bản: rút bài học từ cú sốc những năm 1990 -1991, các kênh truyền hình sẽ tìm cách để phân tích tốt hơn thông tin “nóng bỏng”; ít nhất là các tổng biên tập và người dẫn chương trình sẽ học được cách làm chủ dòng hình ảnh và hạn chế phát trực tiếp trên màn hình để dành thời gian cần thiết cho biên tập và lời bình.

Phát thanh có phần bối rối do người nghe giảm,

các thế mạnh đặc thù của nó không bị động chạm đến. Thật nghịch lý, là đội quân tiên phong trong phát thanh quốc tế, phát thanh lại đang bị thụt lùi về điểm này: không có ai còn nghe các buổi phát sóng ngắn ngoài thế giới thứ ba, các đài tiếp âm điều biến tần số hay bằng cáp thu hút được lớp thính giả mới cho các kênh quốc tế, nhưng số lượng cũng hạn chế. Trong khi đó, phát thanh không còn gì nhiều để phát triển hơn về mặt phân cấp, phân vùng. Có lẽ chính phương tiện truyền thông đại chúng sẽ ít thay đổi cách xử lý thông tin của nó nhất.

Báo viết còn phải hoàn thành sự đột biến kỹ thuật của mình, nhất là ở Pháp, nơi báo viết quản lý không tốt các cuộc phong toả và tập trung của các tập đoàn<sup>1</sup> so với các phương tiện truyền thông khác. Có lẽ tiếp sau người ta sẽ chứng kiến sự triệt tiêu máy in quay, thay thế bằng những cỗ máy sử dụng kỹ thuật cao hơn như máy in và máy in chụp lazer. Tuy nhiên, các báo còn phải chịu căn bệnh kinh tế: nguồn quảng cáo giảm xuống, giảm thị trường xét về giá trị tuyệt đối từ đầu thập niên 1990 và giảm cả cơ cấu xét về thị phần. Việc làm lành mạnh về mặt tài chính sẽ tạo ra các nạn nhân đồng thời; nó sẽ củng cố các tập đoàn xuất bản được

---

<sup>1</sup> Năm 1991, tờ báo tiếng Pháp duy nhất được sản xuất theo phương pháp tin học hóa toàn bộ là tờ nhật báo *Tám mươi giờ* của Thụy Sĩ.

quản lý tốt.

Bài phân tích tình hình báo chí của Jean - Louis Servan - Schreiber năm 1979<sup>1</sup> vẫn còn giá trị. Ông giám đốc này của tạp chí *L'Expansion* đã kể ra vài dữ liệu hùng hồn: giảm lượng in, tăng giá bán hai lần so với khả năng mua, xu hướng người đăng quảng cáo chọn đối tượng đọc là tầng lớp trung lưu. Thế nhưng, kết luận rút ra là “tương lai của báo chí nằm ở sự tinh hoa”; một kết luận phải được diễn đạt một cách có chừng mực. Báo chí chuyên ngành, kể cả báo kinh tế, từ năm đó đã thể hiện tiềm năng phát triển mạnh và nó vẫn chưa hết tiềm năng. Còn các nhật báo lớn được gọi là “có chất lượng” và các tạp chí đăng các chủ đề chung đã phản ứng thành công khi triển khai các số chuyên đề. Không có gì chứng tỏ ở Pháp cũng như ở châu Âu, ở Nhật Bản, ở Mỹ không còn chỗ cho một nhật báo phục vụ đại chúng. Cái còn chưa chắc chắn xét về trung hạn, đó là sự phán xét của độc giả giữa các *nhật báo* và *tạp chí*.

Sẽ luôn luôn có các tờ báo thịnh vượng: các báo thể hiện được trí tưởng tượng để đáp ứng các nhu cầu mới, có cách lựa chọn quản lý tốt và tuyển chọn được các nhà báo tốt. Bước vào thế kỷ XXI này, ai là những nhà báo tốt đây? Đó là những nhà báo, cả nam lẫn nữ có kiến thức cao, rộng, nghiêm túc, rất

---

<sup>1</sup> Đăng trên tờ *L'Expansion*, số ra tháng 4 năm 1979.



muốn tìm hiểu và khám phá thời kỳ họ sống, chuyên sâu về lĩnh vực hoạt động của con người mà họ được giao trách nhiệm thông tin, làm chủ được cách diễn đạt bằng từ ngữ và kỹ thuật thông tin đại chúng.

Các kỹ thuật nêu trên là chủ đề của cuốn sách nhỏ này. Những điều trình bày trong cuốn sách có ý nhấn mạnh đến những cái xem ra có thể coi là những nỗi nhọc nhằn, gian truân của một nghề cao quý, đó là nghề làm báo. Thế nhưng những nỗi nhọc nhằn vất vả và bao điều thúc bách khác không loại trừ sự cao cả và niềm vinh quang của nghề nghiệp này. Ngược lại chính những cái đó đã góp phần tạo ra sự cao cả và niềm vinh quang đó. Công lao của nhà báo tài ba là làm cho người đương thời biết và hiểu thế giới mà chúng ta đang sống. Chẳng lẽ nó lại không lớn hơn công lao của một bậc “tiền bối” nào đó chỉ biết dùng tài năng của mình để than thở về những nỗi buồn thời đại hay sao?

Tài năng đâu có bị cấm đoán mà ngược lại, nhưng các nhà báo Pháp hơn những nhà báo khác, phải học cách dè chừng nó. Đó là lời nhắn nhủ của một người Mỹ<sup>1</sup> không thiếu tài năng và hiểu biết về những gì mà ông ta nói đến: “Báo chí Pháp, cái

---

<sup>1</sup> Phát biểu của ông John Vinocur, Giám đốc của tờ *L'International Herald Tribune*, được đăng trên tờ *L'Expansion* số ra ngày 18-7-1991.

công quốc đôi khi kỳ cục, thường thông minh một cách rồ dại, sống dễ dãi với những điều đại khái. Họ đôi khi thích nổi bật hơn là gắn kết với nhau, thích lấu lỉnh hơn là hào hiệp(...). Họ thích dài dòng và thường không nhận thức rõ sự khác biệt giữa bình luận và phân tích”. Và ông kết luận: “Cần phải lao công khổ tứ, phải mất nhiều giờ và nhiều giờ. (...) Sự tuyệt vời đồng nghĩa với đau khổ, với chăm chỉ và quyết tâm. Phần còn lại chỉ là nghị lực và tài năng”.

## MỤC LỤC

	Trang
<i>Lời Nhà xuất bản</i>	5
<b>PHẦN I: NGHỀ LÀM BÁO HIỆN NAY</b>	
<b>CHƯƠNG I: VAI TRÒ CỦA BÁO CHÍ</b>	9
- <i>Cú sốc năm 1991</i>	11
- <i>Các nhân tố văn hóa, xã hội và chính trị</i>	18
- <i>Các phương tiện truyền thông bổ sung</i>	26
<b>CHƯƠNG II: NHÀ BÁO</b>	
<b>TRONG DOANH NGHIỆP BÁO CHÍ</b>	31
<i>I. Các bộ phận của một doanh nghiệp báo chí</i>	32
<i>II. Tòa soạn</i>	33
<i>III. Các nhật báo vùng</i>	39
<i>IV. Tuần báo</i>	41
<b>CHƯƠNG III: TỪ SỰ KIỆN ĐẾN TIN TỨC</b>	42
<i>I. Chu trình thông tin</i>	42
<i>II. Chọn tin</i>	44
<i>III. Ba tiêu chí lựa chọn</i>	47
<i>IV. Bố cục của một thông tin</i>	54
<b>PHẦN II: SẴN TIN</b>	
<b>CHƯƠNG I: TRUYỀN TIN</b>	59
<b>CHƯƠNG II: CÁC HÃNG THÔNG TẤN</b>	63
<i>I. Vai trò của một hãng thông tấn</i>	63

<i>II. Tổ chức và hoạt động</i>	64
<i>III. Chất lượng dịch vụ</i>	70
<i>IV. Các hãng thông tấn quốc gia và các hãng thông tấn thế giới</i>	72
<i>V. Các hãng khác và các kênh báo chí</i>	75

### **CHƯƠNG III: PHÓNG SỰ** 79

<i>I. Phóng viên - nhân chứng nghề nghiệp</i>	79
<i>II. Chuẩn bị một phóng sự</i>	82
<i>III. Làm việc tại nơi xảy ra sự kiện</i>	85
<i>IV. Ghi chép</i>	89

### **CHƯƠNG IV: CÁC LOẠI PHÓNG SỰ** 92

<i>I. Phóng sự chính trị, tư pháp hoặc thể thao</i>	93
<i>II. Những thông tin muôn mặt đời thường</i>	99
<i>III. Đặc phái viên</i>	103
<i>IV. Điều tra và phóng sự lớn</i>	106
<i>V. Phóng viên</i>	109
<i>VI. Phỏng vấn</i>	112

## **PHẦN III: VIẾT TIN**

### **CHƯƠNG I: VIẾT VÀ BIÊN TẬP BÁO** 119

<i>I. Thông tin và văn phong báo chí</i>	119
<i>II. Chuẩn bị</i>	121
<i>III. Bố cục</i>	122
<i>IV. Lời viết</i>	126

### **CHƯƠNG II: ĐÔI NÉT VỀ KỸ THUẬT IN** 130

<i>I. Sắp chữ và làm khuôn</i>	132
<i>II. In</i>	134
<i>III. Đóng xén</i>	136

<b>CHƯƠNG III: PHÒNG BIÊN TẬP VÀ BAN THƯ KÝ TÒA SOẠN</b>	138
<i>I. Chuẩn bị công việc và “thực đơn”</i>	140
<i>II. Xem xét và lựa chọn</i>	143
<i>III. Hiệu đính và biên tập lại</i>	145
<i>IV. Makét</i>	150
<i>V. Tít, chapô, chú thích</i>	154
<i>VI. Khóa bản in</i>	159
<b>KẾT LUẬN</b>	162

# NGHỀ LÀM BÁO

Chịu trách nhiệm xuất bản:

**Vũ Quốc Khánh**

Chịu trách nhiệm nội dung:

**Nguyễn Cường Dũng**

Biên tập:

**Vũ Kim Hải**

Trình bày bìa:

**Vũ Mạnh Long**

Sửa bản in:

**Văn Chiến Thắng**

---

In 1.000 cuốn, khổ 13x19 cm. Giấy chấp nhận ĐKKHXB số 316-2007/CXB/04-11/ThT.

In tại Công ty in Giao Thông. In xong và nộp lưu chiểu tháng 9 năm 2007.

## BỘ SÁCH NGHIỆP VỤ BÁO CHÍ Xuất bản đợt II

- Báo chí hiện đại nước ngoài:  
những quy tắc và nghịch lý
- Công nghệ phỏng vấn
- Chúng tôi làm tin
- Báo chí điều tra
- Các thể loại báo chí
- Báo chí truyền hình
- Giao tiếp trên truyền hình:  
Trước ống kính và sau ống kính camera
- Nghệ thuật quảng cáo
- Các thể loại báo chí phát thanh
- Nghệ thuật thông tin
- Cơ sở lý luận của báo chí
- Nghiệp vụ báo chí: Lý luận và Thực tiễn
- Phóng sự báo chí hiện đại

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN: 11 Trần Hưng Đạo - Hà Nội  
Điện thoại: (04) 9332279 \* Fax: (04) 9332276  
Website: <http://www.sachthongtan.com.vn>

Email: [hn@sachthongtan.com.vn](mailto:hn@sachthongtan.com.vn)

CHI NHÁNH PHÍA NAM: 120 Nguyễn Thị Minh Khai - Q3 - TP HCM  
Điện thoại: (08) 9302826 \* Fax: (08) 9306471  
Email: [hcm@sachthongtan.com.vn](mailto:hcm@sachthongtan.com.vn)

# NGHỀ LÀM BÁO



Nghề làm báo (TT)



8935069200110

16,000

8 935069 200110

Giá 16.000đ