

E.P. Prôkhôpp

CƠ SỞ LÝ LUẬN của báo chí

(Tập 2)



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN

E.P.Prôkhôrốp

CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA BÁO CHÍ

(Tập 2)

(Sách tham khảo nghiệp vụ)

Người dịch: Đào Tấn Anh

Đời Thị Kim Thoa

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN

HÀ NỘI - 2004

LỜI NHÀ XUẤT BẢN

Tháng 6-2003, nhân dịp Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam, Nhà xuất bản Thông Tấn đã ấn hành Bộ sách tham khảo nghiệp vụ báo chí gồm 14 cuốn, đáp ứng một phần nhu cầu tìm hiểu, học hỏi của báo giới trong nước và độc giả nói chung.

Sau hơn một năm kể từ ngày Bộ sách ra mắt bạn đọc, Nhà xuất bản đã nhận được nhiều ý kiến đóng góp quý báu. Trong lần biên soạn, xuất bản này, chúng tôi mong tiếp tục gửi tới bạn đọc những hiểu biết thêm về lý luận và thực tiễn, kỹ năng và kinh nghiệm trong hoạt động báo chí, hy vọng giúp ích phần nào cho các nhà báo, sinh viên báo chí, và những ai quan tâm đến lĩnh vực này.

Cuốn **“Cơ sở lý luận của báo chí”*** của tác giả E.P.Prôkhôrốp ấn hành năm 2001 hiện đang được dùng làm giáo trình giảng dạy cho sinh viên ngành báo chí của các trường đại học và cao đẳng ở Nga. Sách đã được tái bản lần thứ tư có chỉnh lý và bổ sung. Đây là tài liệu nhập môn báo chí, cung cấp cho độc giả những kiến thức cơ bản và hệ thống về lĩnh vực báo chí.

Trong nội dung cuốn sách, tác giả trình bày những vấn đề chung nhất, khái quát nhất về lý luận nghiệp vụ báo chí và những đặc thù của hoạt

* Chúng tôi chia cuốn sách làm 2 tập (B.T).

động báo chí với tư cách là một lĩnh vực hoạt động sáng tạo.

Tập 2, tác giả đi sâu giới thiệu báo chí trong hệ thống các thiết chế xã hội; báo chí trong không gian thông tin; báo chí với tư cách là một lĩnh vực hoạt động sáng tạo; hiệu lực và tính hiệu quả của báo chí. Đặc biệt ở chương cuối tác giả phân tích làm nổi bật vai trò của nhà báo với tư cách là chủ thể của hoạt động thông tin đại chúng, trong đó nêu rõ những phẩm chất nghề nghiệp, đạo đức, trách nhiệm công dân, địa vị pháp lý của nhà báo cũng như quyền tác giả trong hoạt động báo chí.

Nội dung cuốn sách là những vấn đề lý luận cơ bản của hoạt động báo chí. Tuy nhiên, sách do tác giả người Nga viết, luận giải trên cơ sở thực tế của báo chí Nga và một số nước khác, nên chỉ mang ý nghĩa tham khảo đối với độc giả nước ta.

Chúng tôi trân trọng giới thiệu cuốn sách và hy vọng bạn đọc, nhất là những người hoạt động trong lĩnh vực báo chí, những học viên, nhà nghiên cứu sẽ tiếp nhận được những điều hữu ích và cần thiết cho công tác và học tập, đồng thời rất mong nhận được ý kiến góp ý giúp cho chất lượng ấn phẩm được hoàn thiện hơn trong lần tái bản sau.

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN

CHƯƠNG I

BÁO CHÍ TRONG HỆ THỐNG CÁC THIẾT CHẾ XÃ HỘI

Hoạt động báo chí được thực hiện trong những điều kiện chính trị - xã hội nhất định (những điều kiện về thể chế nhà nước, kinh tế, lịch sử, văn hóa, tôn giáo, dân tộc...), với một tính chất xác định và trong những quan hệ qua lại giữa các lực lượng xã hội (các giai cấp, các đảng phái, các công đoàn, các hiệp hội của những nhà kinh doanh, các tổ chức sáng tạo...). Đồng thời, hoạt động sống của xã hội phần lớn diễn ra với tư cách là chức năng hoạt động của một số lượng lớn các thiết chế xã hội khác nhau (từ Latinh - institutum có nghĩa là “sự sáng lập, sự thiết lập”).

Trong xã hội có sự tác động của nhiều thiết chế xã hội, chúng xuất hiện với tư cách là tổng

thể những cơ sở chức năng - chuẩn mực của hoạt động sống của con người trong một lĩnh vực nào đó (gia đình, tài sản, sự giáo dục...). Những cơ sở này sau đó có được những khuôn khổ pháp luật và những hình thức tổ chức, chẳng hạn, thiết chế luật pháp xuất hiện với tính cách là tổng hòa những chuẩn mực "thông thường" được mọi người thừa nhận, được xác định với tư cách một hệ thống những đạo luật "thành văn", được quy tụ thành những bộ luật khác nhau" (Luật La Mã, Luật của Nga, Bộ luật Napôlêông và những bộ luật khác quy định về tổ chức và hoạt động của các cơ quan tư pháp, các cơ quan công tố, điều tra, xét xử, bảo vệ trật tự an ninh... Có cả những thiết chế kinh tế, chính trị, văn hóa - giáo dục và những thiết chế xã hội khác).

Mỗi thiết chế ấy phải hoạt động trên cơ sở những quy định rõ ràng - trên cơ sở của hiến pháp, các đạo luật, các bộ luật, các điều lệ, các quy định, các thể chế, quy tắc...

Báo chí là một trong những thiết chế xã hội quan trọng nhất mà thiếu nó thì không thể có sự hoạt động bình thường của xã hội, bất kể là sự hoạt động ấy được xây dựng và hoạt động trên những cơ sở nào.

Cũng giống như tất cả những thiết chế xã hội khác trong một xã hội hoạt động trên *những nguyên tắc dân chủ* trong điều kiện phát triển toàn diện các cơ chế điều tiết bằng luật pháp,

trong điều kiện thực hiện đầy đủ các quyền tự do công dân, báo chí cũng hoạt động trên cơ sở những chuẩn mực khác. Nền dân chủ hiện đại là nền dân chủ tự nguyện (đòi hỏi một sự tham gia rộng rãi nhất của đa số công dân trong tất cả các quá trình đời sống xã hội), nền dân chủ đồng thuận (dựa trên cơ sở thông tin rộng rãi cho công chúng, làm tiền đề cho những quyết định được suy tính kỹ và có cơ sở hợp lý) và là nền dân chủ đối thoại (đảm bảo đưa ra những ý kiến và những quyết định trong điều kiện có sự thảo luận rộng rãi nhằm đi đến sự đồng thuận). Việc phát triển đầy đủ những thuộc tính ấy của dân chủ dẫn đến một xã hội cởi mở, công khai, trong đó có sự bảo vệ quyền của con người về thông tin, còn báo chí được bảo vệ quyền thực hiện đầy đủ các chức năng của mình nhằm mục đích khẳng định những giá trị nhân bản¹.

QUYỀN LỰC CỦA BÁO CHÍ

Trong một xã hội dân chủ, dân chúng không phải là “những thần dân”, mà là “những công dân”, và chủ quyền thuộc về những công dân ấy - vai trò chủ động trong đời sống chính trị - xã hội, và do đó, họ cũng nắm cả quyền hình thành, thông qua các cuộc bầu cử định kỳ, các

¹ Phần này, tác giả lập luận và dẫn chứng theo thực tế nền báo chí Nga (BT).

thiết chế quyền lực, và nắm quyền kiểm soát hoạt động của những thiết chế ấy. Mọi hạn chế (về tài sản và địa vị xã hội, về trình độ học vấn, về thành phần dân tộc, về giới tính, thời gian định cư...) đều dần dần bị xóa bỏ, các cuộc bầu cử trở thành trực tiếp và phổ thông (chỉ còn lại sự giới hạn về lứa tuổi - chỉ có những người đủ tuổi trưởng thành mới có quyền đi bầu cử). Qua đó thực hiện tư tưởng *respublica* (tiếng Latinh có nghĩa là “công việc chung”) - Toàn dân tham gia thực hiện quyền lực.

Hiến pháp của Liên bang Nga tuyên bố:

“Ở Liên bang Nga, nhân dân các dân tộc của nước Nga là người có chủ quyền và là nguồn quyền lực duy nhất.

Nhân dân thực hiện quyền lực của mình một cách trực tiếp, cũng như thông qua các cơ quan chính quyền nhà nước và các cơ quan tự quản địa phương”.

Trong hệ thống quan hệ quyền lực trong xã hội, báo chí giữ một vị trí đặc biệt, bởi vì ở đâu có thông tin thì ở đó có sự quản lý. Sự quản lý này biểu hiện thông qua “các thẩm quyền” đặc trưng đối với các phương tiện thông tin đại chúng, với tư cách là thiết chế xã hội đặc thù, và thông qua các hình thức thực hiện những thẩm quyền ấy.

Quyền lực - đó là sự chi phối (của một người, một nhóm người, một tổ chức) đối với những

người khác, là khả năng thực hiện ý chí của mình, bằng các tác động lên “những đối tác” của mình vì lợi ích của mình, phấn đấu đạt cho được những mục tiêu được đặt ra. Thực chất của quyền lực là *khả năng* trực tiếp hay gián tiếp *đạt cho được sự phục tùng* của mọi người trong việc thực hiện các nhiệm vụ đã đặt ra. Để làm được điều đó cần có được “một sự hùng mạnh” nào đó, có “sức mạnh” mà việc sử dụng sức mạnh ấy dẫn đến sự thực hiện khả năng tiềm tàng tác động hữu hiệu đến hành vi của các đối tượng “được đặt dưới quyền” của mình, kết quả là những đối tượng ấy thay đổi *trạng thái và hoạt động của mình*. Các hình thức thực hiện quyền lực - sự thống trị, bạo lực, sự cưỡng chế, sự phục tùng, uy tín của người lãnh đạo (kể cả người lãnh đạo thần quyền), ảnh hưởng, sự thôi thúc (thông qua việc thuyết phục, dỗ dành, dùng thủ đoạn...) được sử dụng để thực hiện *sự lãnh đạo, sự tổ chức, sự kiểm soát*.

Với tính cách là khả năng bắt người khác quy phục ý chí của mình, điều khiển, chi phối, thúc giục, tổ chức, kiểm soát, quyền lực biểu hiện trong ba lĩnh vực khác nhau - trong lĩnh vực *chính quyền - nhà nước* (dựa vào hoạt động lập pháp và những hoạt động dưới luật, hệ thống pháp luật, các cơ quan kiểm soát và trừng phạt); trong lĩnh vực *kinh tế* thông qua sự khuyến khích và chế tài vật chất, trong lĩnh vực *tu tưởng*

- *tinh thần* thông qua sự hình thành ý thức, tâm trạng, các định hướng giá trị, những ước muốn, ý định, những xung lực ý chí, những quy định về hành vi...

Cơ sở của “kim tự tháp” quyền lực là *các thiết chế nhà nước* tạo nên ba nhánh quyền lực trong xã hội dân chủ - *quyền đại diện* (quyền lực cao nhất). Chính quyền nhà nước mang tính chất rộng khắp, những quyết định của nó mang tính chất bắt buộc phải thực hiện và được củng cố bằng những khả năng cưỡng chế. Quyền lực của *các thiết chế phi nhà nước* là lĩnh vực lãnh đạo và kiểm soát rộng hơn và ít mang tính chính thức hơn. Và có một quyền lực còn lan tỏa rộng hơn, xuất hiện như là *ảnh hưởng không chính thức* - quyền lực *phi thiết chế* - “uy tín tri thức”, “sức mạnh của lời nói” và “sức mạnh của tấm gương”, quyền lực của công luận (nói chung là quyền lực tinh thần). Còn có thể nói đến quyền lực bên trong cá nhân (“hãy học cách chi phối bản thân”)...

Vậy là, trong xã hội có nhiều quyền lực hơn là con số 3 hoặc 4 quyền lực. Đồng thời tính chất của quyền lực cũng khác nhau, phương pháp thực hiện quyền lực và kết quả của quyền lực cũng khác nhau. Gắn liền một cách hữu cơ với chính trị (politics, cũng như policy) và với hình thức thực hiện chính trị ở những cấp độ khác nhau nhất, quyền lực tựa hồ như “lan tỏa” trong xã

hội và xâm nhập vào tất cả các cơ cấu và tiểu cơ cấu của xã hội. Quyền lực ngày càng phi tập trung hóa và mang hình thức “đa thức bậc”.

Những quan niệm ấy về thực chất, tính chất và các lĩnh vực biểu hiện quyền lực trong xã hội hoàn toàn cho phép đặt vấn đề về “thẩm quyền” báo chí, vì rằng xã hội hiện đại ngày càng dựa trên sự thông tin. Sự thông tin ấy thường xuyên trở thành nhân tố ngày càng quan trọng của phát triển kinh tế - xã hội. Do vậy, trong thời đại hình thành “xã hội thông tin” đang diễn ra sự phát triển mạnh mẽ của “quyền lực thông tin”. Trong cấu trúc đa cấp độ về quyền lực ấy, báo chí giữ một trong những cấp độ quan trọng.

Các phương tiện thông tin đại chúng không có sức mạnh của sự cưỡng chế nhà nước, không có cả những khả năng gây sức ép kinh tế. “Những thẩm quyền” của các phương tiện thông tin đại chúng nằm trong lĩnh vực tinh thần - tư tưởng, trong lĩnh vực gây ảnh hưởng (hơn nữa, mức độ ảnh hưởng thực tế có thể rất khác nhau tùy thuộc vào nhiều điều kiện hoàn cảnh). Là một thứ quyền lực không chính thức, quyền lực này thực hiện áp lực xâm nhập vào mọi lĩnh vực của đời sống, hơn nữa áp lực ấy không kém mạnh mẽ so với áp lực của quyền lực kinh tế và quyền lực chính trị, đặc biệt là trong thời đại chúng ta.

Do xã hội có những nhu cầu thông tin, báo chí

hướng đến việc “làm sáng tỏ” những hiện tượng và những vấn đề của toàn cộng đồng xã hội, cho nên “quyền lực của ảnh hưởng” - của sự tác động thông tin - quần chúng của các phương tiện thông tin đại chúng - lan tỏa đến tất cả các cấu trúc và tiểu cấu trúc của xã hội.

Bằng những phương tiện tư tưởng đặc trưng của mình, báo chí tác động cả vào các lĩnh vực khác nhau trong việc quản lý điều hành nhà nước, cả vào đời sống kinh tế của xã hội, cả vào hoạt động của công dân, với tất cả sự phong phú của các hình thức hoạt động thiết chế hóa và phi thiết chế hóa của xã hội. Tựa hồ như không một ai bị bắt buộc phải trực tiếp lắng nghe những lời suy xét, những quy kết và những khuyến cáo của các phương tiện thông tin đại chúng, nhưng ảnh hưởng tinh thần ấy có đặc trưng là biểu hiện một cách kín đáo hoặc hiển nhiên trong ý thức và hành vi của con người.

Nếu quả thật như vậy (mà điều này thì đã hiển nhiên) và nếu “sức ép lan tỏa” của các phương tiện thông tin đại chúng ngang bằng, và đôi lúc còn vượt trội tác động của các quyền lực chính trị và kinh tế (điều này cũng hiển nhiên), thì cần phải trả lời câu hỏi quan trọng căn bản sau đây: Ai đã trao cho báo chí “những thẩm quyền” rộng rãi và mạnh mẽ đến thế? Hoặc nói cách khác: các phương tiện thông tin đại chúng thực hiện ý chí của ai vậy? Ai có quyền lực ấy?

Xuất phát từ quan điểm về chủ quyền của nhân dân, về sự hình thành - trong triển vọng lịch sử - nền dân chủ nhân dân, người ta đi đến kết luận rằng toàn bộ tổng thể các phương tiện thông tin đại chúng (bất luận ai là người đã thành lập và sở hữu từng phương tiện thông tin đại chúng cụ thể) - đó là *báo chí nhân dân*. Do vậy, sứ mạng của báo chí ấy là *thực hiện ý chí và quyền lực của nhân dân*. Vì thế, điều hiển nhiên là một xã hội dân chủ báo chí lành mạnh là báo chí dựa vào nhân dân và vì thế nó có bốn phạm hoạt động phù hợp với những nhu cầu và lợi ích của nhân dân, đồng thời có tính đến đặc thù về nhu cầu và quyền lợi của các nhóm xã hội khác nhau. Do vậy, phương tiện thông tin đại chúng có sứ mạng công bố những tài liệu có tác dụng đoàn kết chứ không phải chia rẽ mọi người, vì thế các phương tiện thông tin đại chúng là một lực lượng đoàn kết mọi người, hành động vì lợi ích của nhân dân, phục vụ những nhu cầu kinh tế, chính trị, xã hội và văn hóa của nhân dân.

Hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng là biểu hiện, và là một trong số các hình thức thực hiện những hình thức dân chủ trực tiếp. Tuy nhiên bên cạnh hình thức dân chủ *trực tiếp*, còn có các hình thức dân chủ *đại diện*, trong đó hình thức dân chủ thứ nhất (dân chủ lập pháp), cũng như hình thức dân chủ thứ hai

và thứ ba (hình thức dân chủ hành pháp và tư pháp). Nhân đây cũng cần nói thêm rằng quyền lực của các phương tiện thông tin đại chúng - với tư cách là quyền lực trực tiếp - được giả định tồn tại *bên cạnh* các hình thức dân chủ đại diện kia.

Tuy nhiên, trong xã hội dân chủ, quyền đại diện mang tính chất chính thống thông qua bầu cử, thì quyền lực của các phương tiện thông tin đại chúng lại không có được tính chính thống ấy. Chính sách thông tin nhà nước được xác định bởi nhánh thứ nhất của quyền đại diện, trước hết thông qua hoạt động lập pháp làm cơ sở cho hoạt động báo chí, do vậy, việc thực hiện chính sách thông tin nhà nước và việc kiểm soát sự thực hiện chính sách ấy được thực hiện bởi nhánh thứ hai và thứ ba của quyền đại diện.

Do vậy mà các phương tiện thông tin đại chúng có đặc trưng là “quyền lực thứ tư”. Nhưng vì báo chí không có được “nền tảng nhà nước”, bởi vì trên thực tế nó không có được tính chính thống như thế (ba nhánh quyền lực nhà nước được hình thành do kết quả bầu cử, cho nên được gọi là quyền đại diện), cho nên báo chí không phải là quyền lực chính thức, mà chỉ là sự quy ước, mà bản chất đặc thù của nó được thể hiện với tư cách là thiết chế dân chủ trực tiếp. Gọi là “quyền lực thứ tư”, bởi vì nó đứng “cạnh” ba quyền lực nhà nước kia (trong khi còn có nhiều thứ quyền khác, có thể gọi là “quyền lực thứ

năm”, “quyền lực thứ sáu”..., nhưng mang một hình thức chính thống đặc biệt).

Do vậy, nảy sinh vấn đề về hình thức chính thống đặc thù của báo chí như là “quyền lực thứ tư” trong khuôn khổ “nhà nước pháp quyền”. Các phương tiện thông tin đại chúng là một trong những thiết chế dân chủ trực tiếp, và mức độ chính thống của nó phụ thuộc vào mức độ tín nhiệm của công chúng dành cho nó. Mức độ tín nhiệm ấy biểu hiện qua sự ủng hộ đối với những ý kiến suy xét, những quy kết và những kiến nghị của nó. Hơn nữa, sự tín nhiệm chính là dành cho báo chí nhân dân, là nền báo chí bảo vệ những nhu cầu thực sự của công chúng của mình, phục vụ công chúng ấy (chứ không phải “chiều theo” những đòi hỏi lạc hậu và nhất là không lợi dụng công chúng để phục vụ những lợi ích được che giấu của mình). Dù người ta có nghiên cứu tốt đến mức nào - về phương diện lý luận - vấn đề về các nghĩa vụ, khả năng, quyền hạn và ranh giới của “quyền lực thứ tư”, thì cũng cần có những đặc trưng pháp lý đã được kiểm nghiệm và được củng cố bằng luật pháp của nó với tư cách là một thiết chế dân chủ trực tiếp trong hoạt động của nó phục vụ nhân dân.

Trong điều kiện có sự hoạt động bình thường của tổ chức xã hội thì các quan hệ giữa ba nhánh quyền lực nhà nước với “quyền lực thứ

tư” bổ sung cho nhau và những quan hệ ấy không thể mang tính chất nào khác hơn là quan hệ đối tác. Điều đó có nghĩa là các phương tiện thông tin đại chúng, trong khi phân tích hoạt động của các nhánh quyền lực chính thức (và của tất cả những cơ cấu khác trong xã hội), phải thay mặt nhân dân để trong những trường hợp này thì lấy uy tín của mình mà ủng hộ và củng cố những xu hướng và hiện tượng tích cực, còn trong những trường hợp khác thì phê phán và đòi hỏi phải thay đổi chính sách của những nhánh quyền lực nào đó hoặc của những cơ cấu xã hội khác. Về phía mình, những nhánh quyền lực và cơ cấu xã hội ấy có quyền và trách nhiệm đáp lại sự phê phán ấy - bằng cách đồng ý hoàn toàn hoặc một phần, trong những trường hợp khác thì bằng lý lẽ bác bỏ và phản bác những nhận xét và những đòi hỏi không chính đáng. Các nhánh quyền lực nhà nước - nếu nó hành động như các thiết chế dân chủ nhân dân - có quyền căn cứ vào những qui định pháp luật hiện hữu để kiểm soát các hoạt động của báo chí. Đó là sự thể hiện nguyên tắc bổ sung cho nhau trong lĩnh vực quan hệ giữa bốn nhánh quyền lực. Sự tác động qua lại và sự kiểm soát lẫn nhau được tổ chức một cách tối ưu - đó là chuẩn mực của một xã hội dân chủ.

Để triển khai một cách chính xác tối đa những quan niệm về bản chất của “quyền lực

thứ tư” thì điều quan trọng về *phương diện lý luận* (tiện thể cũng xin nói rằng cả đối với việc nghiên cứu tiếp theo những vấn đề *thực tiễn* về hiệu lực và hiệu quả) là phải làm rõ *tính chất và giới hạn* “các thẩm quyền” của các phương tiện thông tin đại chúng.

Nếu vấn đề được nói tới là nền báo chí nhân dân, hành động thay mặt nhân dân và vì lợi ích của nhân dân và với sự tham gia tích cực của nhân dân nhằm thực hiện chủ quyền của nhân dân, thì “không gian” của tính tích cực của báo chí nhân dân, “không gian” của “sự can thiệp” của các phương tiện thông tin đại chúng vào các công việc của xã hội rất rộng rãi và đa dạng.

Trước hết, xét về bản chất của nó, báo chí tiến hành *quan trắc* toàn diện mọi lĩnh vực đời sống và thông qua vai trò hữu cơ ấy - đối với bản thân nó - của nhà quan sát và bình luận mà quyết định “*chương trình nghị sự*”, như người ta vẫn quen nói thế, trình bày với công luận tổng thể các đề tài, các vấn đề, các suy xét, nghĩa là tạo ra một bức tranh thông tin toàn diện toàn bộ những gì có ý nghĩa nóng hổi trên thực tế - bức tranh thông tin về thực tại với tư cách là thời khắc chuyển tiếp từ quá khứ sang tương lai. Nếu không phân biệt rõ những gì đang diễn ra trong đời sống, hơn nữa với những cách suy ngẫm khác nhau trong các tầng lớp khác nhau của xã hội và của các phương tiện thông tin đại

chúng phản ánh lập trường của các tầng lớp ấy thì không có cơ sở cho những giải pháp dân chủ. Bức tranh rộng và đa dạng về cuộc sống thực hiện *quyền được biết* - “quyền tự nhiên”. Nếu không có sự đảm bảo và bảo vệ quyền đó thì các công dân không thể trở thành những chủ nhân tốt của đất nước. “Quyền được biết” dựa trên nhu cầu của các công dân về thông tin nhằm phục vụ việc thi hành một cách có trách nhiệm nghĩa vụ công dân. Hoạt động quan trắc là cần thiết để xác định xem cần phải thu hút sự chú ý vào cái gì và cần đạt được những thay đổi cần thiết như thế nào trong xã hội để đảm bảo thực hiện các nhu cầu của nhân dân.

Thông qua việc trình bày và thảo luận các hiện tượng của cuộc sống, các nhà báo - một cách công khai hoặc kín đáo - đóng vai trò của nhà giám định *xã hội*, họ cần tỏ rõ thái độ, đưa ra những quan niệm, những ý kiến, các quan điểm, những ước vọng. Do vậy đối với các phương tiện thông tin đại chúng “sự xâm nhập vào quyền lực” còn biểu hiện ra với tư cách “một bác sĩ”, báo chí (bằng những tư liệu bài vở của các cộng tác viên của mình và dành diễn đàn cho công luận) nắm nhịp đập của cuộc sống, đưa ra sự dự báo, chẩn đoán của mình, và nếu thấy cần thiết thì đưa ra một chiến lược và sách lược “chữa trị” cho “những cơ quan” nào đó của xã hội (kể cả sự can thiệp kiểu phẫu thuật), một sự

chữa trị cần thiết để duy trì hoặc phục hồi “sức khỏe” xã hội. Còn liệu mọi người có lắng nghe những lời khuyên ấy hay không, thì điều đó tùy thuộc vào tính chính xác của sự chẩn đoán và sự tin cậy dành cho những suy đoán và kiến nghị của báo chí.

Nhờ vậy mà các phương tiện thông tin đại chúng tham gia vào việc tạo ra bầu không khí tinh thần trong xã hội thông qua việc tham gia vào sự hình thành ý thức quần chúng với tất cả các khía cạnh và các hình thức của ý thức ấy (thế giới quan, ý thức lịch sử và đặc biệt là dư luận xã hội), hơn nữa trong tinh thần ý thức công dân, sự quan tâm đến “phúc lợi chung”, thực hiện những khả năng của mình là người tổ chức ra sự hợp tác nhằm hình thành tinh thần đồng thuận và vẽ ra một hướng vận động theo con đường phát triển ổn định của toàn xã hội.

Đồng thời báo chí còn là *diễn đàn* của công luận nhằm thực hiện quyền của các công dân được thông tin và trao đổi thông tin. Như vậy, các phương tiện thông tin đại chúng đóng vai trò là *vox populi*¹ - với tất cả sự phong phú và đa dạng. Nhưng dân tộc không phải là một khối đồng nhất, mà là một cộng đồng phức tạp về cơ cấu gồm nhiều nhóm, mà mỗi nhóm trong số đó lại có “cơ sở”

¹ *Dư luận công chúng*, cuộc phong vấn ngắn của phương tiện thông tin đại chúng với người dân (B.T).

xã hội và do địa vị xã hội của mình, khác với những nhóm khác về lợi ích, nhu cầu, ý nguyện, cho nên các phương tiện thông tin đại chúng phải chuyển tải thông tin về sự đa dạng ấy.

Trong nền báo chí nhân dân “quyền được biết” một cách thụ động không thể không được bổ sung bằng *quyền tích cực* là *quyền phát biểu* của công dân, đưa ra ý kiến của mình cả về những gì do các phương tiện thông tin đại chúng thông tin, cả về những điều mà công dân gặp phải trong cuộc sống, công bố lập trường của mình về những vấn đề nóng hổi, nêu những vấn đề bức xúc. Nhờ vậy, báo chí tích tụ và làm cho mọi người biết rõ đời sống của ý thức quần chúng và trước hết của dư luận xã hội (thông qua tổng hợp đánh giá những thư từ gửi đến các ban biên tập và thông qua các tài liệu của các cơ quan chuyên môn xã hội học). Khi làm cho “ý kiến của nhân dân” trở thành tài sản của mọi người thì các phương tiện thông tin đại chúng trực tiếp thể hiện bản thân mình là thiết chế dân chủ trực tiếp.

Tuy vậy, việc thực hiện quyền phát biểu ý kiến lại vấp phải không ít khó khăn. Nếu những ý kiến phát biểu phù hợp với lập trường của các phương tiện thông tin đại chúng, hướng vào việc ủng hộ lập trường ấy thì thông thường không có vấn đề gì cả. Còn khi “những ý kiến bất đồng” được nói ra thì người ta bị cuốn hút hết sức vào

việc bỏ qua không chú ý đến ý kiến của họ. Điều đó là phi dân chủ, và thế là đòi hỏi phải có những biện pháp nào nhằm đảm bảo quyền đó cho công dân? Câu trả lời cần phải được tìm kiếm trong những chuẩn mực được quy định rõ ràng về hoạt động của báo chí.

Nhưng “quyền được phát biểu ý kiến” sẽ không có nội dung nếu không đảm bảo *quyền được lắng nghe*. Quyền này được đảm bảo bằng việc giới thiệu kết quả thăm dò công luận trong các lĩnh vực khác nhau của công luận, bằng việc công bố các bức thư, những lời thỉnh cầu, những ý kiến phản hồi, những kiến nghị và những tài liệu khác đến “từ công chúng” và đến từ các công dân, nhất thiết có kèm theo phản ứng của phương tiện thông tin đại chúng trước những điều nghe thấy, kèm theo sự đồng ý và không đồng ý, câu hỏi ngược trở lại, kèm theo ý kiến trao đổi, nhận xét, kèm theo cách đặt vấn đề có tính chất lựa chọn, và kèm theo một sự chào mời thảo luận vấn đề ấy trên phương tiện thông tin đại chúng, có sự tham gia của “các bên” khác nhau. Hơn nữa, ý kiến phát biểu phải được xét đến trong tiến trình thảo luận (điều đó tuyệt nhiên không có nghĩa là được chấp nhận để thực hiện). Qua đó các phương tiện thông tin đại chúng trở thành những người tổ chức *đối thoại xã hội* hết sức quan trọng đối với việc tạo ra một bầu không khí thông tin trong xã hội.

Kết quả của tất cả những hướng hoạt động liên quan đến nhau ấy của các phương tiện thông tin đại chúng là tác động thông tin (là sự tác động mang tính chất quyền lực) vào các công dân cũng là *sự xác định phương hướng và khuyến khích tính tích cực xã hội của các công dân.*

Tính hiệu quả của những hướng khác nhau của đối thoại xã hội (phương tiện thông tin đại chúng-các thiết chế của các cơ cấu công dân, các cơ cấu kinh tế, các cơ cấu nhà nước, hoặc của “các cơ thể”, của xã hội và của các cơ sở hạ tầng của nó; các phương tiện thông tin đại chúng-công chúng) cũng còn biểu hiện ra với tư cách là hình thức thực hiện vai trò có tính chất hữu cơ của báo chí nhân dân-vai trò *kiểm soát xã hội* đối với hoạt động của các thiết chế xã hội (các thiết chế nhà nước và các thiết chế phi nhà nước) của các nhân vật chính thức thuộc những lĩnh vực hết sức khác nhau của đời sống xã hội. Thông thường nhất, phương cách để thực hiện điều đó là *những điều tra báo chí.* Dĩ nhiên là do nhân dân và vì lợi ích của nhân dân.

Các phòng báo chí của những thiết chế tương ứng phải có nhiệm vụ thu thập những tài liệu bài vở của các phương tiện thông tin đại chúng có liên quan đến những thiết chế ấy, còn các cơ cấu có chức năng đó của các thiết chế thì phải đưa ra những lời giải thích, những sự đánh giá và những câu trả lời, phải nêu lên tất cả những

gì có tính chất bổ ích, xây dựng và hữu dụng trên thực tế. Và phải công khai thông báo về những kết quả, báo cáo trước công luận và trước đại diện của công luận là báo chí. Điều đó là dân chủ, có tác dụng nâng cao uy tín của các thiết chế và sự tin cậy đối với báo chí. Ngược lại, sự im lặng trước những ý kiến phát biểu của các phương tiện thông tin đại chúng và trước những ý kiến suy xét của công luận được trình bày trên phương tiện thông tin đại chúng lại tỏ ra tai hại đối với uy tín của những thiết chế “bị đụng chạm”, làm cho các thiết chế ấy bị mất đi sự ủng hộ của xã hội. Đó là sức mạnh của công luận được tích tụ và được công bố thông qua các phương tiện thông tin đại chúng. Hành động theo nguyên tắc: các phương tiện thông tin đại chúng có quyền tự do viết, còn chúng ta có quyền tự do không đọc, là hành động nguy hiểm về phương diện chính trị, đồng thời còn là bằng chứng về sự khiếm khuyết của chuẩn mực. Đồng thời việc củng cố một cách có chuẩn mực *những quy tắc phản ứng trước các ý kiến phát biểu* của các phương tiện thông tin đại chúng lại tỏ ra là cần thiết, căn cứ vào các quyền dân chủ và các quyền tự do mà bản hiến pháp đã công bố. Đó cũng là điều mà các chủ quyền của con người đòi hỏi.

Nhờ có tất cả những khả năng khách quan ấy do bản chất của định hướng và đến mức độ thực

hiện những khả năng quyền lực ấy mà từ lâu người ta đã gọi báo chí là người canh cửa, là “tai mắt của dân chủ”, là công cụ, là đảm bảo, là lính canh giữ của dân chủ. Một số nhận định ấy cho ta quan niệm về các thẩm quyền của phương tiện thông tin đại chúng. Và những thẩm quyền ấy thật không nhỏ.

Quan niệm chính xác tối đa về bản chất của báo chí đã trực tiếp dẫn đến nhiệm vụ xác định một thể thức hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng mà nếu được thực hiện thì thể thức ấy cho phép báo chí hoàn thành đầy đủ các nhiệm vụ của mình.

TRẬT TỰ THÔNG TIN TRONG XÃ HỘI DÂN CHỦ

Bản chất của hoạt động của báo chí là tất cả các phương tiện thông tin đại chúng đều tuân thủ yêu cầu *đảm bảo dân chủ thông tin*.

Để thực hiện đầy đủ yêu cầu này, cần có một quan niệm rộng và chính xác về bản chất của dân chủ (trong tiếng Hy Lạp, đó là từ demos + kratos - “quyền lực của nhân dân”) theo cách giải thích hiện đại – đó là nền dân chủ với sự tham gia có ý thức của tất cả mọi công dân, *cán trọng* (đòi hỏi có những quyết định có suy nghĩ kỹ), *mang tính chất đối thoại* (các quyết định xuất phát từ kết quả của các quá trình tham khảo, thỏa thuận).

Do vậy, hoạt động dân chủ có một số đặc

trung. Thứ nhất, thực hiện được quyền lực của nhân dân - điều đó có nghĩa là không chỉ dựa vào lập trường của đa số, mà còn phải tính đến những yêu cầu đòi hỏi, quan điểm, nhu cầu của thiểu số - thiểu số ấy cũng là nhân dân. Đối với báo chí, điều đó biểu hiện ở sự cần thiết đối với từng phương tiện thông tin đại chúng - cho dù nó ủng hộ nhóm xã hội nào hoặc chính đảng nào - thì nó cũng phải giới thiệu cả những nhóm xã hội và các chính đảng khác với công chúng, hiểu rõ họ và qua đó mà điều chỉnh lập trường của mình nhằm nhận thức một cách đầy đủ tối đa về những nhu cầu đích thực của nhân dân với tư cách là tổng thể các nhóm xã hội khác nhau nhất (chứ không phải chỉ của những nhóm được phương tiện thông tin đại chúng đó đại diện, gắn với những nhu cầu của các nhóm khác), để chính là giữ lập trường dân chủ. Thứ hai, phải hiểu rằng những nguyên tắc dân chủ không chỉ áp dụng trong lĩnh vực hình thành quyền lực chính trị, mà cả trong tất cả các lĩnh vực khác của đời sống xã hội (dân chủ trong kinh tế, trong văn hóa, trong lĩnh vực xã hội và trong những lĩnh vực khác của đời sống), và cần đảm bảo thông tin về quá trình thực hiện các đòi hỏi dân chủ trong mọi lĩnh vực đời sống của cộng đồng. Thứ ba, vì quyền lực của nhân dân thể hiện không chỉ có một lần trong vòng mấy năm (ví dụ, trong các kỳ bầu cử), mà hàng ngày (dân chủ đại diện

trong sự thống nhất với dân chủ trực tiếp), cho nên phương tiện thông tin đại chúng cần quan niệm rõ vị trí của mình trong hệ thống các thiết chế dân chủ và phải góp phần vào việc phát huy các chuẩn mực dân chủ của đời sống trong mọi lĩnh vực một cách thường xuyên.

Việc thực hiện những quan niệm ấy về các hình thức đời sống dân chủ đòi hỏi nguyên tắc “mỗi người có một tiếng nói” phải tác động trên cơ sở bình đẳng thực sự và với hoạt động tích cực tối đa của các công dân. Nếu như trong một vấn đề có tính chất quyết định mà một công dân nào đó không được thông tin đầy đủ hoặc hoàn toàn không được thông tin, nhất là bị thông tin sai lệch, nếu như có thể mua được phiếu bầu của một công dân nào đó hoặc buộc anh ta phải nhượng lại lá phiếu ấy dưới sức ép tâm lý hoặc dưới một sức ép khác, nếu như một bộ phận lớn các công dân không tích cực điều hành công việc xã hội.

Vậy là, trong số những công cụ khác của việc thực hiện và hoàn thiện các hình thức dân chủ của đời sống thì báo chí có vai trò to lớn trong việc *đảm bảo thông tin dân chủ* thông qua việc đạt cho được *sự thông tin tối đa của công dân*. Điều đó có nghĩa là các phương tiện thông tin đại chúng có nhiệm vụ tổ chức hoạt động thông tin (xin lưu ý rằng thông tin là sự tham gia cùng lúc vào sự hình thành ý thức và do đó, vào định

hướng và tính tích cực của hành vi; ở đâu có thông tin thì ở đó có hoạt động điều hành) sao cho nhờ kết quả của hoạt động ấy các công dân không chỉ đơn giản có khả năng được một số lượng thông tin to lớn, mà còn được thông tin đầy đủ, nghĩa là được đảm bảo có những thông tin cần thiết và đầy đủ để đưa ra và thực hiện một quyết định chính xác tối đa. Không phải ngẫu nhiên trong các văn kiện của Liên hợp quốc (Nghị quyết số 59 (1) GA) đã khẳng định: “Tự do thông tin là một quyền cơ bản của con người và là tiêu chí của tất cả các hình thức tự do”. Không có thông tin thì không có tư duy và hành động thực sự tự do, không có một sự phát triển bình thường về chính trị và kinh tế, về xã hội và văn hóa. Khả năng được thông tin tối đa cũng đảm bảo khả năng nhận biết mọi tác động thông tin có tính chất phá hoại tác động đến con người và chống lại những tác động ấy. Cho nên, cần có sự phát triển của ý thức và hành vi công dân với đầy đủ giá trị của nó, đồng thời đây cũng là nhiệm vụ quan trọng nhất, và là điều kiện đảm bảo nền dân chủ đích thực.

Khái niệm “khả năng được thông tin” dần dần đi vào luật pháp. Trong “Dự luật Về quyền thông tin”, Điều 4 (trong số những nguyên tắc cơ bản trong việc thực hiện quyền thông tin) gọi “khả năng của công dân được thông tin về hoạt động của các cơ quan và các tổ chức” - những cơ

quan và những tổ chức này có trách nhiệm “thông báo cho mọi người biết thông tin mà họ đã biết khi tiến hành hoạt động của mình:

- Nếu thông tin ấy có thể ngăn chặn sự đe dọa sinh mạng hoặc sức khỏe của các công dân;
- Nếu cần thiết phải ngăn chặn việc thông báo tin tức không chính xác;
- Nếu thông tin ấy có hoặc có thể có ý nghĩa xã hội”.

Mặc dù tính chất hết sức quan trọng của việc đưa chuẩn mực ấy vào luật pháp, song cần nêu rõ rằng đạo luật ấy chỉ gián tiếp liên quan đến hoạt động của phương tiện thông tin đại chúng, tức là chừng nào hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng chưa có trách nhiệm thực hiện nguyên tắc công dân phải được thông tin. Ngoài ra, khái niệm “khả năng được thông tin” - như nó được giải thích trong đạo luật - không cung cấp một quan niệm đầy đủ đối với báo chí. Do vậy, sẽ còn phải giải thích một cách đầy đủ về quan niệm ấy.

Về nguyên tắc, cần nêu rõ rằng muốn có được thông tin đầy đủ để đưa ra và thực hiện một quyết định chính xác tối đa, để khả năng được thông tin, xét về toàn bộ, được xác định: Thứ nhất, phương tiện thông tin đại chúng cần làm việc tích cực như nhau với tất cả các khía cạnh ý thức quần chúng (thế giới quan, ý thức lịch sử và đặc biệt là dư luận xã hội). Thứ hai,

tính đến các đặc điểm địa vị của các nhóm xã hội khác nhau, hoạt động thông tin diễn ra có tính đến những nhu cầu khách quan của mỗi nhóm xã hội, từng tầng lớp xã hội, hơn nữa có tính đến sự khác biệt trong những quan niệm, quan điểm và tâm trạng của những nhóm và tầng lớp xã hội. Vấn đề là những lập trường khách quan của các nhóm khác nhau (của công nhân hoặc của những người hưu trí, của những doanh nhân nhỏ hoặc của những người thất nghiệp, của các công chức hoặc của các nhà khoa học...) thôi thúc họ giữ các lập trường khác nhau trong đời sống xã hội (kể cả việc ủng hộ các cá nhân khác nhau ứng cử vào những chức vụ được bầu ra). Những sự khác biệt ấy ảnh hưởng đến tính chất thông tin và đến kết quả được thông tin. Một công dân được xem là được thông tin khi anh ta hiểu rõ bối cảnh chung quanh và biết rõ cần có sự lựa chọn như thế nào cho phù hợp với các nhu cầu của mình để đảm bảo đến mức độ tối đa việc thực hiện những nhu cầu ấy và có được vị trí xứng đáng trong xã hội.

Thứ ba, xuất phát từ sự thống nhất của xã hội với tư cách là một chỉnh thể được tổ chức thành hệ thống, trong đó mỗi nhóm chỉ hoạt động trong sự tồn tại của các nhóm khác nhau và trong mối liên hệ hữu cơ với chúng, - khả năng được thông tin của mỗi tầng lớp chỉ có thể mang

tính chất đầy đủ nếu tầng lớp ấy ý thức được các nhu cầu, các quyền lợi cần thiết của các tầng lớp khác. Đồng thời, điều quan trọng không chỉ là biết rõ mà còn phải tính đến lập trường của các nhóm khác nhau. Điều đó nhất thiết được thể hiện trong tiến trình thông tin của từng nhóm, khi mà “cái của mình” hiện ra trên nền lợi ích “của người khác” và có tính đến lợi ích ấy, nhằm hòa kết “cái của mình” và “cái của người khác” trong các quyết định chung.

Như vậy, mỗi phương tiện thông tin đại chúng đóng vai trò như là “nô bộc của hai ông chủ”: của lập trường “cục bộ” của mình, đồng thời của lập trường “chung” của toàn cộng đồng (đối với các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước - xã hội thì ngược lại, của toàn xã hội, có tính đến tất cả những lập trường “cục bộ”). Do vậy, trong quá trình thảo luận tất cả các vấn đề ta thấy diễn ra sự chuyển động hoặc từ “cái riêng” đến “cái chung”, hoặc là “từ cái chung” đến “cái riêng”.

Vì vậy, hệ thống các quy tắc hoạt động thông tin đại chúng bao gồm cả luận điểm về sự cần thiết phải tích cực đưa *đối thoại xã hội* vào các phương tiện thông tin đại chúng trên các vấn đề mà các lực lượng xã hội khác nhau có những cách tiếp cận khác nhau và có những cách giải quyết khác nhau. Tuy nhiên, việc thừa nhận sự thật là trong những điều kiện ngày nay chỉ có niềm tin chân thành và cho rằng chỉ có đối thoại

mới dẫn đến những kết quả tích cực¹.

Các phương pháp tiến hành đối thoại có thể khác nhau. Đối thoại “cởi mở” đòi hỏi phải trình bày một cách đầy đủ tới đa những lập trường của mình, với hy vọng nhận được sự cởi mở đáp lại của những bên khác tham gia đối thoại. Lập trường “khép kín” nói chung là sự trình bày độc thoại quan điểm của mình và niềm tin của mình vào tính chất chính đáng của quan điểm ấy. Các hình thức đối thoại “nửa khép kín” là hình thức “đối thoại độc thoại” (khi do ảnh hưởng của những phía phản biện, người ta có những sửa đổi trong lập trường của mình mà không công khai chỉ ra “bước đáp ứng” đã được thực hiện) và hình thức “độc thoại mang tính chất đối thoại” (khi mà những luận cứ và những kiến nghị được tính đến của các bên phản biện được nêu ra một cách công khai, nhưng với sự khẳng định rằng đó chỉ là một sự thay đổi có tính chất cục bộ và không quan trọng trong lập trường của mình).

Những phương tiện thông tin đại chúng nào tiến hành hình thức đối thoại công khai thì quan tâm tìm kiếm một giải pháp (sự thỏa hiệp, đồng thuận) có lợi cho tất cả các bên mà không sợ bị quở trách là “nhượng bộ quá lớn” hoặc thậm chí bị “mất mặt”. Nhưng đồng thời cũng

¹ Phần này tác giả lập luận và dẫn chứng theo thực tế nền báo chí Nga (B.T).

đòi hỏi phải có sự phân tích rạch ròi về tình huống có vấn đề mà chung quanh đó đã hình thành nên những lập trường khác nhau, đòi hỏi phải hiểu rõ những điều các bên mong muốn, xem đâu là những luận cứ mạnh và yếu, đâu là con đường để các lập trường xích lại gần nhau, những phương pháp vận động đi đến giải pháp có thể có, không chỉ xét đến lôgic, mà còn xét đến cả trạng thái tâm lý của các bên phản biện. Và phải biết cách tiến hành tranh luận “vì lợi ích chung”, nhìn thấy lập trường của mình trên nền những lập trường khác, đưa ra và chứng minh con đường đi đến giải pháp làm vừa lòng tất cả các bên.

Đó là con đường khó khăn. Con đường ấy đi xuyên qua “những nhượng bộ”, thừa nhận “những điểm yếu” và “những chỗ chưa chính xác” trong những luận cứ nào đó của mình, thông qua việc thừa nhận những suy xét chính xác nào đó của các bên phản biện... Nhưng người ta chỉ đi theo con đường ấy, khi có ước nguyện đi đến giải quyết, đi đến “lợi ích chung”. Đồng thời, đối thoại công khai, mà một bên tiến hành trong quá trình tranh luận, có thể vấp phải lập trường “khép kín” của những bên khác, vấp phải thái độ không hiểu và không muốn đi đến chỗ xích lại gần nhau và tìm kiếm một cách giải quyết được mọi người chấp nhận, đôi khi vấp phải ý muốn đi đến lợi ích của một phía (bảo rằng phía

phản biện - tức là phía đối thoại công khai - đã bộc lộ sự yếu kém của mình qua thái độ cởi mở của mình, và cần lợi dụng điều đó phục vụ các mục đích cá nhân của mình). Lập trường không xây dựng của phía phản biện không phải là cái cơ để đi đến “khép kín” lập trường của mình và chuyển sang lập trường “đấu tranh đến thắng lợi”. Tính dung chấp không được phụ lòng những ai có ước muốn tiến hành đối thoại cởi mở. Rốt cuộc, tính chất không thay đổi của “tình huống có vấn đề” và ước nguyện của một bên hướng đến tìm kiếm giải pháp sẽ buộc cả những phía khác đi theo con đường đối thoại công khai.

Trật tự thông tin có thể được tuân thủ một cách tốt nhất chỉ khi nào trong hoạt động báo chí có sự tối ưu hóa các loại hình báo chí xã hội cần thiết.

CÁC LOẠI HÌNH XÃ HỘI CỦA BÁO CHÍ DÂN CHỦ¹

Bản chất của trật tự dân chủ quyết định sự cần thiết của sự đại diện tất cả các nhóm và các lực lượng xã hội trong báo chí - các nhóm và các lực lượng biểu thị và bảo vệ những lợi ích “cục bộ”, cũng như các nhóm và các lực lượng đứng trên lập trường những đòi hỏi về “phúc lợi chung”. Đồng thời, vấn đề ngày càng trở nên bức

¹ Toàn bộ phần này, tác giả lập luận và dẫn chứng theo thực tế nền báo chí Nga (BT).

thiết là vấn đề cân bằng quan hệ giữa những đội ngũ báo chí khác nhau và sự tác động qua lại có tính chất xây dựng của những đội ngũ ấy.

Do vậy, kết quả của sự phát triển dân chủ trong lĩnh vực báo chí là *ba loại hình xã hội* của các phương tiện thông tin đại chúng.

Loại hình thứ nhất - đó là *phương tiện thông tin đại chúng mang tính chất công dân*. Chính những phương tiện thông tin đại chúng ấy đại diện triệt để cho những lợi ích “cục bộ” của các nhóm và tổ chức xã hội khác nhau (với khuynh hướng nhìn thấy những lợi ích ấy trong triển vọng của những lợi ích chung). Xã hội công dân là cơ sở và nền tảng của đời sống xã hội nhờ chủ quyền của nhân dân trong tư cách là tổng thể các công dân. Vì chính công dân - tùy thuộc vào trình độ ý thức và tính tích cực của anh ta - quyết định cơ cấu đời sống xã hội. Xã hội công dân - đó là lĩnh vực “tự chủ” của con người trong tư cách là một công dân (chứ không phải là một thần dân) được hưởng một “phạm vi” rộng các quyền chính trị, kinh tế, xã hội, văn hóa và các quyền khác được ghi nhận trong Hiến pháp của Liên bang Nga và trong nhiều luật quốc tế. Vấn đề chỉ là vận dụng như thế nào các quyền ấy.

Do đó công dân là cơ sở của xã hội. Đặc trưng của xã hội công dân là khả năng và hơn nữa là sự cần thiết tập hợp một cách tự do các công dân thành những tổ chức khác nhau thể hiện và

bảo vệ các lợi ích của họ trong những lĩnh vực khác nhau nhất - trong các lĩnh vực chính trị, kinh tế, xã hội, văn hóa, sáng tạo... Đó là các chính đảng, các công đoàn, các hội sáng tạo, những hiệp hội khác nhau (các hội cựu chiến binh, thương binh, các hội thanh niên, phụ nữ, thiếu nhi...) và các hợp tác xã (các hợp tác xã sản xuất, nhà ở, tiêu thụ...), các cơ cấu sản xuất - thương mại, các cơ quan tự quản xã hội và thanh tra, các tổ chức thể thao, văn hóa, từ thiện, giáo hội, bảo vệ pháp luật và những tổ chức khác, các tổ chức như Chữ Thập Đỏ, Chữ Thập Xanh... cho đến các hội của những người tiêu dùng, những người bảo vệ súc vật, các tổ chức nghiệp dư... Những tổ chức tự lập ấy độc lập với nhà nước (nhưng hoạt động theo pháp luật), tạo thành cấu trúc của xã hội công dân, và cấu trúc ấy càng phát triển thì vai trò của xã hội công dân càng có ý nghĩa. Trình độ phát triển và tính tích cực của các thành tố khác nhau của xã hội công dân quyết định trình độ dân chủ của tổ chức toàn xã hội.

Trong cấu trúc của xã hội công dân, báo chí của xã hội công dân - do các tổ chức tương ứng hoặc các công dân riêng lẻ lập ra - cũng có vị trí của mình. Báo chí ấy - thống nhất trong tư thế độc lập với nhà nước gồm ba "khu vực" thể hiện những lợi ích cục bộ của những người sáng lập và sở hữu nó: những phương tiện thông tin

đại chúng của các tổ chức, chúng công khai bảo vệ lập trường của các tổ chức ấy và hoạt động bằng sự tài trợ của những tổ chức ấy, mặc dù chúng cũng có thể mang lại lợi nhuận; của các chính đảng, các hiệp hội của các doanh nhân, các hiệp hội liên hiệp sáng tác và khoa học, các hội cựu chiến binh, thương binh...; các phương tiện thông tin đại chúng mang tính chất thương mại hoạt động nhằm thu lợi nhuận (nhưng đương nhiên là giữ một lập trường nhất định, mặc dù không công khai gắn với cương lĩnh của một chính đảng cụ thể hoặc của một hiệp hội cụ thể); các phương tiện thông tin đại chúng của những tổ chức phi chính trị khác nhau (cựu chiến binh, thương binh, Chữ Thập Đỏ...) là những phương tiện thông tin đại chúng có hoạt động chuyên môn “hẹp” và một công chúng đặc thù của mình.

Loại hình thứ hai - *các phương tiện thông tin đại chúng của nhà nước*, được lập ra bởi những cơ cấu quyền lực khác nhau, với phạm vi toàn liên bang cũng như với phạm vi khu vực. Ở một số nước (ví dụ, ở Mỹ) nói chung không có những phương tiện thông tin đại chúng của nhà nước (ngoài những bản tin công bố những văn kiện chính thức và những phát biểu chính thức). Ở một số nước không có cơ quan báo chí của nhà nước, nhưng có đài truyền hình và đài phát thanh của nhà nước, cũng như các hãng tin của

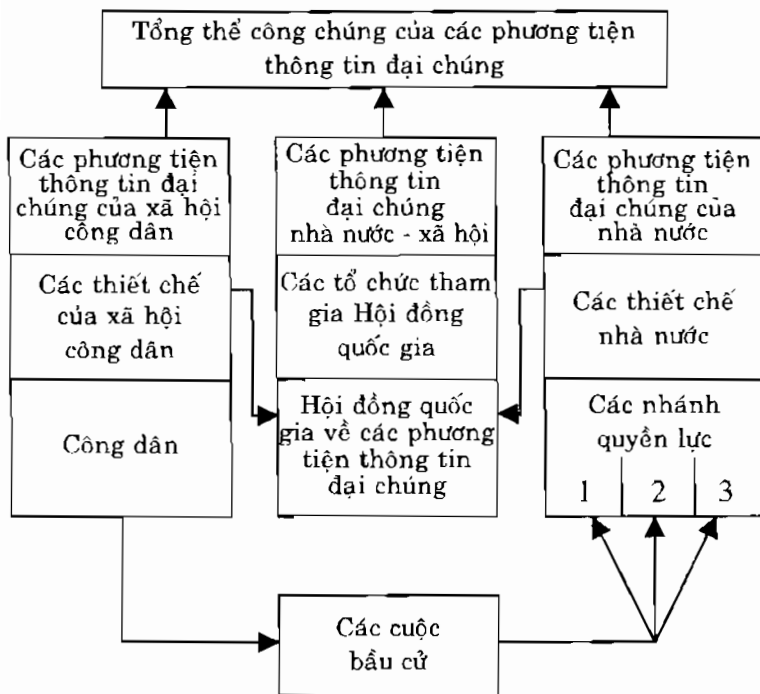
nhà nước (mặc dù đặt dưới sự điều hành của các cơ quan đặc biệt, chứ không phải đặt dưới sự điều hành trực tiếp của những nhân vật lãnh đạo được bổ nhiệm). Người ta cho rằng không được phép dùng tiền của những người đóng thuế (“tiền của chung”) để tài trợ cho hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng đại diện cho quan điểm “cục bộ” của một thiết chế nhà nước nào đó. Nên nhớ rằng tất cả các nhánh quyền lực (quyền hành pháp đứng đầu là tổng thống, là nhân vật cũng có một số thẩm quyền lập pháp, quyền đại diện (lập pháp) - từ quốc hội cho đến hội đồng thành phố, quyền tư pháp) đều có những lập trường đại diện không phải tất cả, mà là đại diện cho đa số. Đó là điều đã hình thành từ lâu. Tuy nhiên, trên nguyên tắc (điều này ngày càng trở nên hiển nhiên) các thiết chế nhà nước, mặc dù đa số thẳng cử lên cầm quyền, phải đại diện cho tất cả và phải xét đến quan điểm, lập trường, những lợi ích của thiểu số. Và khác với các phương tiện thông tin đại chúng của xã hội công dân, các phương tiện thông tin đại chúng của nhà nước, xét về triển vọng, phải đại diện cho những lợi ích “chung” mặc dù việc thực hiện bước tiếp cận ấy cũng rất khó khăn.

Loại hình thứ ba - đó là những phương tiện thông tin đại chúng nhà nước - xã hội có khả năng thực hiện đầy đủ nhất những lợi ích chung. Những phương tiện thông tin đại chúng

ấy - nếu tổ chức công việc một cách thích đáng - chính là có sứ mạng đứng trên lập trường toàn dân, toàn dân tộc để đưa ra những giải pháp được mọi người chấp nhận trên những vấn đề tranh chấp trong đời sống xã hội. Đó là sứ mạng khó khăn, nhưng nhất thiết đòi hỏi phải được thực hiện của đội ngũ báo chí ấy. Điều kiện nhất thiết để đạt được thành công là sự đại diện cân đối trong việc lãnh đạo loại hình xã hội "thứ ba" của báo chí thuộc tất cả những thiết chế có ý nghĩa xã hội công dân và của các cơ quan nhà nước, hơn nữa, cần để cử những ai mong muốn đạt đến những quyết định có được sự đồng thuận và có khả năng khắc phục những khó khăn không tránh khỏi trong việc đưa ra những quyết định ấy. Vai trò ấy có thể thuộc về Hội đồng quốc gia về các phương tiện thông tin đại chúng. Sau đây, chúng ta sẽ thấy rằng đối với báo chí của xã hội dân chủ phát triển thì việc thành lập hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước - xã hội là nhiệm vụ trung tâm. Ngoài ra còn có những phương tiện thông tin đại chúng được lập ra bởi các thiết chế của một nhánh quyền lực (bởi chính phủ của một nước hoặc bởi chính quyền của một khu vực) cùng với những cơ cấu riêng lẻ của xã hội công dân (với một nhóm các ngân hàng hoặc với ban biên tập của một tờ báo) chỉ mang hình thức là những phương tiện

thông tin đại chúng “nhà nước - xã hội”, bởi vì trong quá trình tổ chức ra chúng đã có sự vi phạm nguyên tắc chủ yếu: sự đại diện cho tất cả các thiết chế.

Như vậy, ta thấy hình thành ba loại hình xã hội của báo chí - các phương tiện thông tin đại chúng của xã hội công dân, các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước và các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước - xã hội. Có thể mô tả những loại hình đó bằng sơ đồ dưới đây:



Chỉ có thể thực hiện đầy đủ những khả năng của tất cả ba loại hình phương tiện thông tin đại chúng nếu hiểu rõ và thừa nhận các quy luật nội tại của hoạt động báo chí trong một xã hội dân chủ.

Mới thoát nhìn có cảm tưởng rằng mỗi loại hình xã hội của các phương tiện thông tin đại chúng tồn tại và hoạt động theo những quy tắc chỉ “viết ra” cho nó. Nhưng trên thực tế, do chính “nguồn gốc” của mình, những người lãnh đạo của các phương tiện thông tin đại chúng của xã hội công dân và các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước hình như đều có sứ mạng thể hiện và bảo vệ những lợi ích “cục bộ”. Các phương tiện thông tin đại chúng thứ nhất thì bảo vệ lợi ích của các tầng lớp xã hội khác nhau phù hợp với địa vị và những nhu cầu đặc thù của họ; những phương tiện thông tin đại chúng thứ hai thì bảo vệ lợi ích của những tầng lớp xã hội đã đưa họ lên nắm quyền (“của đa số”). Chỉ có các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước - xã hội là đại diện cho các lợi ích “chung”.

Tuy nhiên, nếu mỗi loại hình phương tiện thông tin đại chúng (hơn nữa, mỗi phương tiện thông tin đại chúng riêng rẽ) sẽ cố đảm bảo, về phương tiện thông tin, bảo vệ các lực lượng xã hội do nó đại diện (nhân danh mình đưa ra thông tin cho công chúng của mình, vì những mục đích của mình, đứng trên lập trường của mình, thì “cái

riêng” và “cái chung” sẽ đối chọi nhau, hơn nữa mỗi “cái riêng” sẽ bảo vệ lợi ích của mình khác với những lợi ích “riêng” khác. Kết quả là có cái gì đó giống như “cuộc chiến của tất cả chống lại tất cả”. Và chỉ có một nhóm phương tiện thông tin đại chúng bảo vệ những nhu cầu “của tất cả”.

Một mặt, điều đó là tự nhiên và cần thiết. Nhưng mặt khác, lại không tính đến sự thống nhất của xã hội, sự cần thiết phải tìm kiếm các con đường dẫn đến đoàn kết và đồng thuận.

Vậy là, với tư cách là thiết chế xã hội phát triển của xã hội, phương tiện thông tin đại chúng mang những nhóm thuộc tính khác nhau. Một mặt, nó là đại diện của các lực lượng “riêng” có lập trường và những lợi ích đặc biệt, nhưng mặt khác, nó lại là một bộ phận của một xã hội thống nhất nội tại gắn bó lẫn nhau và lệ thuộc nhau, trong đó vị trí của mỗi người lại phụ thuộc vào những người khác. Điều đó đòi hỏi phải có sự tác động qua lại với tất cả “các bộ phận” cơ cấu của xã hội nhằm tìm kiếm khu vực đồng thuận thông qua việc nhìn thấy “cái riêng” trên nền “cái chung” và nhìn thấy “cái chung” như là tổng thể những lực lượng “riêng”. Do vậy, không tránh khỏi “sự hợp tác xã hội” giữa các lực lượng có những xu hướng khác nhau của xã hội. Vì vậy, trong hoạt động của các lực lượng ấy hiển nhiên có sự tác động của “nguyên tắc bổ sung nhau”; điều đó đòi hỏi phải có sự hoạt động

rõ ràng trong hệ thống các chuẩn mực trật tự thông tin của báo chí trong một xã hội dân chủ, hướng đến nền văn minh của thế kỷ XXI.

CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC TRONG LĨNH VỰC THÔNG TIN ĐẠI CHÚNG

Trong xã hội dân chủ, những quy luật hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng, mang tính chất khách quan xét về bản chất, hoàn toàn không tự động biểu hiện ra trong hoạt động của các nhà báo. Những quy luật ấy được làm rõ và vạch ra về mặt lý luận và trải qua giai đoạn ghi nhận chính thức trong các văn bản đạo đức học (tiếng Hy Lạp deontis “bổn phận” + logos “học thuyết”) với quy mô khác nhau và tính chất khác nhau trong các quy tắc hành vi trong công tác biên tập, trong các điều lệ của các tổ chức báo chí, trong các bản hiến chương, bộ luật, trong các nguyên tắc quốc tế của đạo đức báo chí, trong các quyết định của các thiết chế thuộc Liên hợp quốc, UNESCO và của các tổ chức quốc tế khác... Những chuẩn mực bắt buộc chung thì được ghi nhận trong các bộ luật (của từng nước và của quốc tế). Đã có sự chấp nhận luận điểm, theo đó luật của Nga không được mâu thuẫn với luật quốc tế, các chuẩn mực quốc tế tác động ở Nga theo cách khác.

Nội dung của hệ thống các chuẩn mực đạo đức - đó là sự ghi nhận những đòi hỏi về trật tự

thông tin trong một xã hội dân chủ và việc đảm bảo thực hiện những chuẩn mực ấy trong thực tiễn báo chí. Ở đây cơ sở là chính sách nhà nước được thực hiện thông qua đạo luật và thông qua việc thực hiện những chuẩn mực pháp luật đã được tất cả các nhánh quyền lực chấp nhận.

Luật pháp (trong đó kể cả lĩnh vực thông tin đại chúng) có thể được xem xét từ hai phía. Thứ nhất, từ khía cạnh phạm vi bao quát đầy đủ, “phạm vi” quan hệ được điều chỉnh. Đối với hoạt động báo chí thì đó là hệ thống quan hệ giữa nhà nước với các phương tiện thông tin đại chúng (hoạt động được phép và bị cấm, các quy tắc đăng ký, cấp phép hoạt động và thanh tra), quan hệ giữa người sáng lập (chủ nhân) và các nhà báo; quan hệ giữa các nhà báo và các đối tượng trong các tác phẩm của họ; giữa các phương tiện thông tin đại chúng và các thiết chế xã hội; giữa các phương tiện thông tin đại chúng và các công dân; giữa các phương tiện thông tin đại chúng và công chúng; giữa các phương tiện thông tin đại chúng với nhau, giữa các phương tiện thông tin đại chúng với các bộ phận kỹ thuật... nghĩa là tất cả các loại quan hệ trong lĩnh vực hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng. Thứ hai, từ khía cạnh tính chính xác và tính chính đáng của các điều luật, vì các quan hệ luật pháp giữa các chủ thể xã hội khác nhau liên quan trong lĩnh vực thông tin

đại chúng phải được điều chỉnh sao cho trật tự luật pháp ngự trị, và đáp ứng các nhu cầu của công chúng...

Trong cả hai trường hợp có nhiều khó khăn, hơn nữa xét cả về phương diện nhận thức (nhận thức luận), cả về phương diện xã hội (tùy thuộc vào các lập trường). Vì vậy, quá trình lập pháp không chấm dứt, người ta thảo luận và thông qua những đạo luật mới, có những sửa đổi đưa vào những đạo luật hiện hành.

Lĩnh vực thứ hai về những quan hệ được luật pháp điều chỉnh - đó là *các quan hệ giữa các phương tiện thông tin đại chúng với các nguồn thông tin* (với các thiết chế xã hội và các công dân). Để thực hiện các chức năng của mình, các nhà báo phải có những quyền rộng rãi về thu thập thông tin. Luật pháp điều chỉnh những quan hệ ấy, dựa vào quan điểm về tính công khai.

Tính công khai là mức độ công khai đã đạt được và cần thiết đối với hoạt động bình thường của báo chí dân chủ, là mức độ cởi mở (người ta thường sử dụng thuật ngữ tiếng Anh “transparency”, có nghĩa là “tính trong suốt, rõ ràng”), công khai trong hoạt động của các cơ cấu xã hội khác nhau.

Bằng những sự cho phép, quy định trách nhiệm và cấm đoán, luật pháp điều chỉnh các quan hệ pháp lý trong lĩnh vực các nhà báo tiếp cận nguồn thông tin. Hiến pháp, đạo luật

về các phương tiện thông tin đại chúng, đạo luật về quyền được thông tin, về bảo vệ thông tin, về bí mật nhà nước, về thể thức đưa tin về hoạt động của các cơ quan nhà nước và những văn bản quy định khác xác định các quyền của nhà báo về thu thập thông tin, thể thức hành động của các bên, những chế tài đối với hành vi bất hợp pháp.

Các nhà báo rất thường vấp phải thái độ của các cơ cấu chính thức, các nhân vật quan chức của những cơ cấu ấy và các cơ quan báo chí bảo vệ “những lợi ích” của các ban, ngành không muốn cung cấp thông tin hoặc tìm cách hạn chế ở việc chỉ cung cấp những tin tức có tính chất không đầy đủ, làm vừa ý cơ quan của mình. Không ít trường hợp người ta viện dẫn những khó khăn kỹ thuật và sự bận rộn của các nhân viên, đòi phải trả tiền dịch vụ... Trường hợp đặc biệt là trường hợp người ta nêu lên tính chất công vụ hoặc thậm chí tính chất bí mật của thông tin được yêu cầu cung cấp.

Thông tin không thuộc lĩnh vực bí mật được luật pháp quy định thì phải được cung cấp mà không được nêu ra bất cứ những điều kiện gì. Nếu không, luật pháp ấn định những sự chế tài đối với hành vi khước từ bất hợp pháp. Tuy nhiên, thông thường các nhà báo không sử dụng quyền kiện lên tòa án để có được thông tin hoặc trừng phạt bên có lỗi: vì thông tin mà

bị trì hoãn mất vài tuần lễ và hàng tháng trời thì không còn ý nghĩa đối với các phương tiện thông tin đại chúng.

Điều cũng quan trọng là có nhiều tổ chức tìm cách mở rộng đến mức tối đa phạm vi những thông tin thuộc vào diện những thông tin mật. Luật pháp quy định bảo vệ bí mật nhà nước (có đạo luật tương ứng), những bí mật công vụ, thương mại, ngân hàng, các bí mật điều tra, nhận con nuôi, các khoản tiền gửi vào ngân hàng, các bí mật trong hoạt động thầy thuốc và một số bí mật khác. Luật pháp bảo vệ phẩm giá của cá nhân, danh dự và thanh danh của cá nhân, tính chất bất khả xâm phạm của đời sống riêng tư, bí mật cá nhân và bí mật gia đình, bí mật thư tín, bí mật của các cuộc gọi điện thoại, bí mật của các bức điện báo và của những thông tin khác. Việc loan tin tức về đời tư chỉ được phép nếu có sự thỏa thuận của cá nhân có liên quan hoặc các cá nhân có liên quan. Tuy nhiên, các quy tắc “đóng kín” thông tin (đặc biệt là đối với các cơ quan nhà nước, các tổ chức sản xuất và các tổ chức khác) đòi hỏi phải có những xác định chính xác hơn, làm sao để các nhà báo không bị người ta “ngăn chặn” một cách vô căn cứ không cho tiếp cận được những thông tin được yêu cầu, chỉ dựa vào những quyết định tùy tiện.

Khuynh hướng bình thường là khuynh hướng tiến tới “sự trong sáng, rõ ràng” ngày càng

nhiều hơn trong hoạt động của các tổ chức và các ban ngành, của những viên chức cao cấp, đồng thời có sự tuân thủ cẩn trọng và thậm chí có sự mở rộng quyền của những người bình thường được bảo vệ bí mật đời sống riêng tư của họ.

Lĩnh vực điều chỉnh thứ ba - đó là *các quyền của nhà báo được phổ biến thông tin*. Những quyền này đã được đảm bảo bằng các văn bản pháp luật quốc tế và nước nhà. Tuy nhiên, ví dụ như sự khảng định của “Hiệp định quốc tế về các quyền công dân và các quyền chính trị”, việc hưởng các quyền ấy lại “quy định những bổn phận đặc biệt và trách nhiệm đặc biệt” liên quan đến sự cần thiết phải “tôn trọng các quyền và thanh danh của những cá nhân khác” và “bảo vệ an ninh quốc gia, trật tự xã hội, sức khỏe và đạo đức của dân chúng”.

Đạo luật về các phương tiện thông tin đại chúng có điều khoản nói về việc *không được phép lạm dụng quyền tự do* về thông tin đại chúng. Theo điều khoản này, không được phép sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng để kêu gọi cướp chính quyền và dùng bạo lực thay đổi chế độ, xâm phạm tính toàn vẹn của quốc gia, kích động sự hiềm khích dân tộc, hiềm khích xã hội, sự hiềm khích và thái độ bất dung chấp về tôn giáo, tuyên truyền chiến tranh, chủ nghĩa phát xít và các hình thức chủ nghĩa cực đoan khác, phổ biến các hình ảnh dâm ô, sùng

bái bạo lực và sự tàn bạo. Hạn chế việc phổ biến những ấn phẩm và những chương trình thiên về tình dục.

Đạo luật về quảng cáo đòi hỏi các tài liệu quảng cáo không được kích động những tình cảm quá khích dân tộc..., nghiêm cấm hành động quảng cáo không trung thực, không chính xác, không có đạo đức, gian dối, bí mật, hạn chế quy mô quảng cáo trên các trang báo, tạp chí và trên kênh phát sóng. Đạo luật về bảo vệ các quyền của người tiêu dùng quy định các quy định cần thiết trong thông tin cho người tiêu dùng về hàng hóa và dịch vụ.

Theo luật bầu cử và luật thông tin về hoạt động của các cơ quan nhà nước, các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước phải tuân thủ một loạt đòi hỏi. Luật pháp quy định tính chất của việc dành chỗ miễn phí trên phương tiện thông tin đại chúng ấn phẩm và dành miễn phí thời gian trên các phương tiện thông tin đại chúng điện tử để các ứng cử viên có đăng ký có thể phát triển, xuất phát từ nguyên tắc bình đẳng. Đồng thời, các phương tiện thông tin đại chúng phi nhà nước tự mình đưa ra các quyết định, còn các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước thì còn có thể bán chỗ và thời gian (điều này thường bị phê phán). Các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước có nghĩa vụ công bố các lời kêu gọi và tuyên bố của Tổng thống, của Hội đồng

liên bang, của Quốc hội liên bang, của Thủ tướng Chính phủ và về những sự kiện có ý nghĩa chung trong hoạt động của các cơ quan chính quyền nhà nước.

Các tài liệu của các đại biểu Hội đồng liên bang và các đại biểu Đuma quốc gia được các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước công bố một cách ưu tiên, còn các đại biểu được bầu ra tại các khu vực lãnh thổ thì có quyền công bố đều đặn các tài liệu của mình trên các phương tiện thông tin đại chúng tương ứng của khu vực của mình. Trong việc tổ chức cuộc tranh luận giữa các đại biểu các phương tiện thông tin đại chúng có trách nhiệm quan tâm đến những điều kiện như nhau dành cho tất cả các bên tham gia tranh luận.

Lĩnh vực điều chỉnh thứ tư - *quan hệ giữa các phương tiện thông tin đại chúng với công chúng*. Theo Đạo luật về các phương tiện thông tin đại chúng thì “các công dân có quyền tích cực thu thập... những thông tin chính xác về hoạt động của các cơ quan nhà nước, các tổ chức, các đoàn thể xã hội, các quan chức của những tổ chức ấy (điều 38). Tuy nhiên, đó là một lời tuyên bố quá chung chung, đòi hỏi phải hoàn chỉnh xét trên góc độ những đòi hỏi về khả năng được thông tin. Tính hạn chế của những nghĩa vụ trước công chúng còn biểu lộ rõ hơn trong khả năng hợp pháp không lưu ý đến bư phẩm, khước từ công

bố các thư từ gửi tới ban biên tập, không trả lời các bức thư được gửi tới. Không phải ngẫu nhiên mà các phương tiện thông tin đại chúng quan tâm đến mối liên hệ vững chắc với công chúng đã đưa ra những tuyên bố gần như mang tính chất phản bác: “Ban biên tập có tiến hành trao đổi thư từ”.

Khi các phương tiện thông tin đại chúng đưa ra ý kiến đề cập những thiết chế xã hội nào thì theo Đạo luật về các phương tiện thông tin đại chúng, những thiết chế ấy có quyền trả lời, nhưng không có trách nhiệm phải phản ứng trước ý kiến phê phán. Chỉ có theo lệnh của Tổng thống, các cơ quan chính quyền nhà nước mới có trách nhiệm thông báo về các biện pháp được áp dụng đáp lại những ý kiến phát biểu của các phương tiện thông tin đại chúng.

Về phần mình, các nhà báo chịu trách nhiệm về tội vu khống và lăng mạ (theo Bộ luật hình sự), các phương tiện thông tin đại chúng có thể yêu cầu bồi thường sự tổn hại về đạo đức do bài vở được công bố gây ra. Những người bị xúc phạm có quyền kiện lên tòa án để bảo vệ danh dự của mình, phẩm giá và danh tiếng doanh nhân của mình (theo Bộ luật hình sự). Tòa án có thể tuyên án về xử phạt hình sự, phạt tiền, về bồi thường bằng tiền cho sự thiệt hại, cũng như về việc công bố lời cải chính khi có quyết định của tòa án.

Nhìn chung, về quan hệ “các phương tiện thông tin đại chúng” đòi hỏi cần làm rõ thêm và triển khai các quy định của luật pháp. Nói chung, luật pháp của nhà nước đòi hỏi đối với các phương tiện thông tin đại chúng là “những đòi hỏi khung” mà mỗi phương tiện thông tin đại chúng phải thực hiện khi đề ra và thực hiện chính sách thông tin đại chúng trong những điều kiện xã hội cụ thể.

Điều đó cũng liên quan đến những biện pháp nhà nước ủng hộ các phương tiện thông tin đại chúng trong lĩnh vực kinh tế (giảm nhẹ những đòi hỏi về thuế má, hải quan, tiền tệ và những đòi hỏi tài chính khác đối với tất cả các phương tiện thông tin đại chúng hoặc là những biện pháp đặc biệt nhằm hỗ trợ một số khu vực báo chí rơi vào những điều kiện đặc biệt nhưng cần thiết cho xã hội), trong lĩnh vực này đã có những văn bản pháp luật và những văn kiện quy định khác có hiệu lực thường xuyên, cũng như những văn bản áp dụng trong một thời gian nhất định.

Còn có một thành tố nữa của chính sách nhà nước trong lĩnh vực các phương tiện thông tin đại chúng, đó là việc xác định khối lượng và *tính chất của sự tham gia trực tiếp của các cơ quan nhà nước vào hoạt động thông tin đại chúng*. Nhà nước là người sáng lập ra Hãng thông tấn của nước Nga - người thừa kế hợp pháp

Thông tấn xã Liên Xô (ITAR - TASS), Hãng tin của Nga (RIA - Nôvôsti), các cơ quan thông tin thuộc các viện của Quốc hội liên bang, của Văn phòng Tổng thống, của Chính phủ, của các bộ và các ngành, của các cơ quan chính quyền nhà nước ở địa phương...

Những thiết chế nhà nước sáng lập ra một loạt phương tiện thông tin đại chúng ("*Báo nước Nga*", "*Báo Quốc hội*") của Công ty phát thanh - truyền hình nhà nước Nga (Đại Công ty cổ phần GTRK-công ty này bao gồm một loạt kênh truyền hình và kênh phát thanh, các đài phát, rất nhiều cơ sở hạ tầng khác của các phương tiện thông tin đại chúng), đồng sáng lập Đài truyền hình xã hội của Nga (ORT)... Các kênh liên lạc trên mặt đất và trong vũ trụ, nhiều xí nghiệp ấn loát và những xí nghiệp khác cấu thành cơ sở hạ tầng thông tin đều thuộc sở hữu nhà nước. Nhà nước là "người chi phối không gian phát sóng" - cấp giấy phép hoạt động cho hoạt động truyền hình và phát thanh.

Có cả một hệ thống cơ quan đề ra và thực hiện chính sách nhà nước trong lĩnh vực các phương tiện thông tin đại chúng. Trong lĩnh vực lập pháp thì đó là những cơ cấu của Quốc hội và của Tổng thống, trong lĩnh vực quản lý thì đó là Bộ về các vấn đề xuất bản, phát thanh - truyền hình và thông tin quần chúng...

Sau hết, chính sách nhà nước còn thể hiện ra

với tư cách là *hoạt động kiểm soát hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng*. Sự kiểm soát ấy được thực hiện nhằm mục đích tuân thủ các quy định của luật pháp. Tính chất và thể thức của công việc kiểm soát quyết định các điều khoản đặc biệt trong luật.

Trong lịch sử các cơ quan kiểm soát trong lĩnh vực báo chí và xuất bản sách được mang tên gọi là cơ quan kiểm duyệt. Từ này xuất phát từ một chức vụ có từ thời La Mã cổ đại - chức giám sát - thanh tra (từ Latinh *censeo* - "tôi tiến hành kiểm kê"). Thoạt đầu chức vụ này làm công việc kiểm kê số lượng công dân và xác định khả năng đóng thuế của họ, kiểm soát tình hình tài chính của quốc gia, về sau còn làm nhiệm vụ giám sát đạo đức. Vào thời Trung cổ chính quyền giáo hội áp dụng việc kiểm duyệt các sách viết tay về kinh thánh và các sách ghi chép công việc phục dịch nhà thờ. Với sự xuất hiện của ngành in sách, các cuốn sách có nội dung tôn giáo chỉ được in ấn khi có sự cho phép của các bậc giáo chức của nhà thờ. Người ta công bố bản chỉ dẫn nêu các cuốn sách bị cấm. Trong thế kỷ XVI, ở mọi nơi đã xuất hiện sự kiểm duyệt của các cơ quan nhà nước.

Chế độ kiểm duyệt, với tính cách là sự kiểm soát của chính quyền đối với nội dung của các ấn phẩm được xuất bản, có hai hình thức kiểm duyệt xét từ góc độ các ấn phẩm ấy phải đáp

ứng các đòi hỏi của luật pháp: kiểm duyệt sơ bộ và kiểm duyệt tiếp theo. Kiểm duyệt sơ bộ được thực hiện trước khi xuất bản ấn phẩm. Dựa vào những điều lệ, những quy định, những danh mục các đề tài bị cấm..., các quan chức kiểm duyệt có quyền nói chung là cấm xuất bản một tác phẩm nào đó hoặc đòi cắt bỏ một số chỗ, hoặc sửa đổi một số chỗ trong tác phẩm đó. Chưa được cơ quan kiểm duyệt cho phép thì không một tác phẩm nào có thể được công bố. Hình thức kiểm duyệt *tiếp theo* (trừng phạt) được thực hiện đối với các tác phẩm đã được công bố. Căn cứ vào thẩm quyền được giao phó, các quan chức kiểm duyệt có thể đưa ra các nhận xét, những lời cảnh cáo, yêu cầu thu hồi số sách đã in, thậm chí cấm các tờ báo và tạp chí.

(Theo luật pháp của Nga, không được phép tiến hành kiểm duyệt sơ bộ. Chỉ trong những trường hợp đặc biệt, căn cứ vào đạo luật về tình trạng khẩn trương, mới có thể áp dụng hình thức kiểm duyệt sơ bộ, niêm phong ấn phẩm, tịch thu các phương tiện nhân bản và tăng âm. Ở một số nước (ví dụ ở Tây Ban Nha) và tại nước Nga thì ở một số bộ ngành có tồn tại những bộ phận (ví dụ, trong Bộ Quốc phòng - Cục an ninh thông tin) có thể gọi là *cơ quan kiểm duyệt tư vấn*: những nhà báo đến xin ý kiến có thể nhận được những khuyến cáo về việc hoàn thiện hoặc sửa chữa những văn bản được

xem xét, nếu trong đó phát hiện thấy những thông tin không được phép công bố. Những khuyến cáo ấy không mang tính chất bắt buộc thực hiện, nhưng buộc nhà báo phải suy ngẫm về những khuyến cáo ấy và đưa ra một cách có ý thức, một giải pháp nào đó).

Cần lưu ý rằng hoạt động của một tổng biên tập hoặc của những cá nhân nào đó có thẩm quyền lãnh đạo phương tiện thông tin đại chúng không phải là hoạt động kiểm duyệt. Sẽ bị xem là *hình thức kiểm duyệt gián tiếp* khi có những cá nhân và những tổ chức nào không được nhà nước trao thẩm quyền, nhưng lại có những mưu toan gây ảnh hưởng đến việc các nhà báo đưa ra những quyết định về việc công bố những tác phẩm đụng chạm đến các lợi ích của những cá nhân và những tổ chức ấy. Những người làm việc trong phương tiện thông tin đại chúng có quyền không nghe theo “những lời khuyên” như thế, song đáng tiếc là thường khi người ta lại tuân theo sức ép đó do những sợ hãi đủ loại.

Theo luật pháp thì có nhiều thiết chế nhà nước - Bộ về các vấn đề xuất bản, Ủy ban chống độc quyền và các cơ quan chuyên trách khác - tiến hành khâu kiểm soát tiếp theo (về khâu kiểm soát này trong luật không sử dụng từ “kiểm duyệt”). Trường hợp vi phạm các đòi hỏi của luật pháp sẽ dẫn đến kết quả là phương tiện thông tin đại chúng nhận được văn bản cảnh

cáo, nếu trong một năm có nhiều sự vi phạm xảy ra (và tương ứng với điều đó là có nhiều lời cảnh cáo), thì những vi phạm ấy có thể là cơ sở để kiện lên tòa án đòi đình chỉ hoặc cấm các phương tiện thông tin đại chúng, ấn loát đó hoạt động, thu hồi giấy phép hoạt động trong lĩnh vực truyền hình và phát thanh. Có quy định khả năng các công dân và các tổ chức kiện lên viện công tố và tòa án đòi bảo vệ danh dự, phẩm giá, danh tiếng doanh nhân, cũng như đối với những ấn phẩm có thể bị xem là có tính chất thóa mạ và vu khống.

Trong các dự luật đang được soạn thảo, vai trò “giám sát” được dành cho một cơ quan liên bang duy nhất có chức năng điều chỉnh và kiểm soát trong lĩnh vực thông tin đại chúng.

Theo đà phát triển dân chủ của xã hội hình thức tự điều chỉnh trong nội bộ tòa soạn sẽ ngày càng có ý nghĩa lớn hơn. Ý thức tự giác của nhà báo đặt cơ sở trên các quan niệm về bản chất của “trật tự thông tin” trong một xã hội dân chủ - đó là nền tảng của hành vi có trách nhiệm, là một thứ “tự kiểm duyệt” nào đó với tính cách là sự thực hiện những đòi hỏi cần thiết của xã hội về trật tự thông tin.

CHƯƠNG II

BÁO CHÍ TRONG KHÔNG GIAN THÔNG TIN

Hoạt động báo chí có thể có kết quả trong trường hợp nếu việc thực hiện các chức năng của nó, trong các tầng lớp công chúng khác nhau xét về những đặc điểm xã hội - dân tộc học (trình độ học vấn, nghề nghiệp, lứa tuổi, giới tính, nơi cư trú...), về những định hướng chính trị - xã hội, những lợi ích và quan điểm sẽ được “phân bổ” giữa một số lượng lớn các ấn phẩm và các chương trình. Vì vậy, điều không tránh khỏi sự xuất hiện hợp quy luật của nhiều tờ báo khác nhau, nhiều tờ tạp chí, kênh phát thanh và truyền hình khác nhau. Hệ thống báo chí đã hình thành trong lịch sử, trong suốt nhiều thế kỷ, và hệ thống báo chí đã thay đổi cùng với những thay đổi trong đời sống chính trị xã hội, trong tính chất của công chúng, cùng với sự phát triển của những khả năng kỹ thuật của

ngành thông tin liên lạc đại chúng.

“Không gian thông tin” đã xuất hiện ngay từ đầu những bước đi đầu tiên của loài người và đã làm nảy sinh những hiện tượng tiền báo chí khác nhau (xem chương I - Tập I). Đúng ra, báo chí bắt đầu khai phá không gian thông tin ở châu Âu (không gian này thường là khép kín trong phạm vi một nước, với một tầng lớp hẹp những người sử dụng) từ thế kỷ XVII.

Tại các nước châu Âu thoát đầu xuất hiện nghề in sách (các thế kỷ XV-XVI), sau đó là báo và muộn hơn một chút (thế kỷ XVII-đầu thế kỷ XVIII) là các tạp chí. Vào giữa thế kỷ XIX đã triển khai hoạt động của các hãng tin, đến nửa đầu thế kỷ XX đã bắt đầu có sự phát triển rộng rãi của ngành phát thanh và truyền hình. Nửa sau và đặc biệt là vào cuối thế kỷ XX là thời kỳ xuất hiện “độ đậm đặc” lớn của những dòng thác thông tin đại chúng, bắt đầu hình thành “không gian thông tin” thế giới trên cơ sở xuất hiện những khả năng kỹ thuật của “các siêu xa lộ” thông tin - liên lạc - những kênh thông tin liên lạc dưới mặt đất và trong vũ trụ, liên kết nhiều điểm phục vụ (các ngân hàng - computer về dữ liệu) và những thiết bị nghe nhìn ở đầu cuối - các máy computer cá nhân tập thể. Các hệ thống thông tin toàn cầu sẽ có sự phát triển đầy đủ (thuộc kiểu “Internet”) ở thế kỷ XXI.

Trong phạm vi một nước, hệ thống báo chí có

thể được xem là đã hình thành một cách tương đối tương xứng nếu:

- Người ta sử dụng rộng rãi và đầy đủ những khả năng đặc thù của các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau - xuất bản, phát thanh và truyền hình, hoạt động trên cơ sở những đặc điểm của mình với tư cách là các kênh thông tin liên lạc và xuất hiện trước “những người sử dụng” dưới dạng một tổng thể to lớn những ấn phẩm và những chương trình;

- Mọi thiết chế xã hội, mọi đoàn thể xã hội, các công dân riêng lẻ nào mong muốn sáng lập ra hoặc đồng sáng lập ra một ấn phẩm hoặc một chương trình (có thể cả hoạt động sáng lập tham gia xây dựng một đề mục, một trang ấn phẩm nào đó...) thì đều có thể thực hiện nguyện vọng của mình và giới thiệu ra thị trường sản phẩm thông tin đại chúng các tác phẩm của mình được tạo ra phù hợp với lập trường, quan điểm và nhận thức của mình. Hơn thế nữa, điều quan trọng là làm sao tất cả mọi lực lượng xã hội và các lập trường xã hội xuất hiện, trên thực tế đều được đưa ra “thị trường thông tin” với các sản phẩm thông tin đại chúng của mình;

- Trên thị trường các ấn phẩm và các chương trình xuất hiện một tình hình là “người sử dụng” riêng lẻ (mỗi con người với tư cách là một cá nhân hoặc trong khuôn khổ một gia đình, những cộng đồng khác) sau khi lựa chọn một số nguồn

thông tin mà đối tượng tiếp cận được về một loạt thông số (trong đó cả về tính chất trình bày tư liệu, cả về giá cả), sẽ nhận được tối đa những thông tin “cần thiết và đầy đủ” về tất cả các vấn đề quan trọng đối với đối tượng đó. Điều đó dẫn đến đạt được khả năng được thông tin;

Kết quả là có được một hệ thống báo chí trong đó trên thực tế đã lấp đầy tất cả “những lỗ hổng” thông tin (về đề tài, về lập trường, về hình thức giới thiệu thông tin) và giữa các cơ quan báo chí khác nhau cũng xuất hiện những quan hệ phức tạp của sự tác động qua lại - từ sự bổ sung lẫn nhau cho đến đấu tranh thông tin. Trong tiến trình và nhờ kết quả của những quan hệ hai chiều ấy mà một số ấn phẩm và chương trình đã xuất hiện mới, còn những ấn phẩm và những chương trình khác lại được cải tiến, còn số thứ ba thì không còn có mặt trên thị trường.

CÁC PHƯƠNG TIỆN THÔNG TIN - LIÊN LẠC ĐẠI CHÚNG CỦA BÁO CHÍ

Nếu những phương tiện hoạt động tiên báo chí chủ yếu là những hình thức thông tin bằng miệng và dưới dạng chữ viết, thì báo chí đích thực có mối liên hệ trực tiếp với việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật phát triển của thông tin liên lạc (tiếng Latinh *communicatio* có nghĩa là “thông tin, phương tiện thông tin”) - báo chí (các phương tiện loan tin bằng in ấn văn bản và

hình ảnh), phát thanh (truyền thông tin âm thanh bằng sóng điện từ) và truyền hình (truyền thông tin âm thanh và thông tin hình ảnh cũng bằng các sóng điện từ, đối với hình thức phát thanh và truyền hình thì nhất thiết phải sử dụng máy thu tương ứng).

Nhờ sử dụng các phương tiện thông tin liên lạc ấy đã xuất hiện ba nhánh hệ thống của báo chí: xuất bản, phát thanh và truyền hình, mỗi nhánh trong đó gồm rất nhiều kênh - những tờ báo, tạp chí riêng lẻ, những tờ niên giám, sản phẩm sách, các chương trình phát thanh và các chương trình truyền hình có khả năng lan truyền đi khắp thế giới, cũng như những khu vực nhỏ (các quận, tỉnh, khu). Mỗi hệ thống nhánh thực hiện một phần các chức năng báo chí của mình trên cơ sở sử dụng những đặc điểm chuyên biệt, được thể hiện trước hết qua những phương pháp ghi lại và chuyển tải thông tin.

Xuất bản (báo, tuần san, tạp chí, niên giám, sách) có một vị trí đặc biệt trong hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng nhờ ghi lại thông tin trên giấy (trên vải, trên tấm pôlime..., điều đó không mang tính nguyên tắc) nhờ kỹ thuật in ấn tái hiện các văn bản và các hình ảnh dưới hình thức một văn bản chữ in, những tấm ảnh, những hình vẽ, những biểu ngữ, những bản sơ đồ, đồ họa và những hình thức tạo hình - đồ họa khác được người đọc - người xem cảm thụ

mà không cần đến các phương tiện bổ sung nào nữa (trong khi ấy để có được thông tin phát thanh - truyền hình phải cần đến máy thu hình, máy thu thanh, máy ghi âm...).

Tình hình ấy (tức là khi thông tin trong báo chí được ghi lại trên giấy và được người đọc cảm thụ mà “không cần đến những phương tiện trung gian”) giúp làm bộc lộ một loạt thuộc tính quan trọng trong quan hệ hai chiều giữa báo chí và công chúng.

Thứ nhất, có khả năng nhanh chóng giới thiệu bao quát toàn bộ “danh mục” các thông tin được đưa vào số báo hoặc cuốn sách. Điều này, đến lượt mình, lại tạo khả năng có được định hướng chính thể ban đầu của toàn bộ khối lượng thông tin đa dạng (trên cơ sở vị trí tác phẩm trên trang báo, đầu đề và nhan đề phụ, các “tiểu đề” và những phần được nhấn mạnh trong tác phẩm). Nhờ vậy, có thể có được ấn tượng chung về nội dung của ấn phẩm và tiếp đó, lựa chọn tài liệu đáng quan tâm, xác định mức độ cần thiết của việc “rút ra tư liệu” (xem lại, tìm hiểu có lựa chọn, đọc tỉ mỉ, lưu lại số báo hoặc đoạn trích trong số báo đó để lưu và tìm hiểu một lần nữa...).

Thứ hai, có thể sử dụng những khả năng “đọc lại sau này” - sau khi tìm hiểu lần đầu thì lưu lại tài liệu để vào dịp thuận tiện sẽ đọc lại một cách chăm chú và tỉ mỉ và tại một nơi thích hợp

(chẳng hạn, chuyển việc tìm hiểu số báo vào buổi tối, tạm dừng việc đọc sách để sau này quay trở lại công việc ấy...).

Tất cả những điều đó có khả năng thực hiện, vì những ấn phẩm mang tính chất chủ động tự quản nhờ phương pháp ghi lại. Ta có thể dễ dàng tìm, nhận thông tin vào một thời điểm thuận tiện, không gây phiền hà cho những người xung quanh, và cả trong những hoàn cảnh không cho phép hoặc cản trở công việc nghe đài hoặc xem các chương trình truyền hình (trong xe lửa, trong tàu điện ngầm, ô tô buýt, máy bay...). Thực ra, có thể sử dụng máy thu thanh xách tay có ống nghe hoặc máy thu hình xách tay (trong đó có máy nghe âm nhạc mini), nhưng trong trường hợp này nảy sinh thêm những khó khăn và những hạn chế (phải mang theo thiết bị kỹ thuật, có thể có những hiện tượng nhiễu, những sự cấm đoán, dựng màn hình, xem và nghe những chương trình không đáng quan tâm...). Ngoài ra, việc đọc văn bản và cảm thụ tư liệu in ấn tạo hình diễn ra phù hợp với nguyện vọng, theo sự lựa chọn, theo một trật tự, nhịp độ và tốc độ do bản thân người đọc xác định. Anh ta có thể trở lại vài lần cùng một tác phẩm, lưu lại những điều cần thiết, nhấn mạnh, ghi những chỗ đánh dấu trên lề trang sách (những đề mục ghi bên lề)... Tất cả những điều đó xác định nhiều mức độ tự do khi tiếp xúc với những ấn

phẩm. Điều này khiến cho chúng trở thành những phương tiện chuyển tải thông tin đại chúng bất khả thay thế và quan trọng trong một thời gian nhất định nào đó.

Tuy nhiên, các xuất bản phẩm cũng có những thuộc tính khiến nó thua kém những phương tiện thông tin khác. Nếu như đài truyền hình và đặc biệt là đài phát thanh trên thực tế có khả năng chuyển tải thông tin một cách liên tục và hết sức nhanh chóng thì do chính quy trình công nghệ các phương tiện xuất bản bị gián đoạn xét về phương diện xuất bản các số báo và các cuốn sách. Ngày nay tần suất của xuất bản phẩm dao động từ ấn phẩm hàng ngày (báo) đến ấn phẩm xuất bản mỗi năm một lần (niên giám). Dĩ nhiên, có thể phát hành các tờ báo, đặc biệt là những tin đột xuất và khẩn, vài lần trong một ngày (tình hình đã thường xảy ra trong điều kiện các phương tiện thông tin nghe nhìn còn chưa phát triển), nhưng điều đó đi kèm theo với những khó khăn về in ấn và phát hành. Do vậy, khi phát thanh và truyền hình đã trở thành phương tiện phổ biến, rộng rãi ở khắp nơi thì phương pháp ấy hầu như không có mấy tác dụng.

Vậy là, báo chí thua kém về phương diện thông tin nhanh chóng. Vì không thể tránh khỏi thời gian gián đoạn dài giữa khâu chuẩn bị số báo, khâu in, vận chuyển và đưa đến tay “người sử dụng”. Điều này đặc biệt có liên quan đến loại

báo chí phát hành trên toàn quốc. Mặc dù có nhiều ấn phẩm in tại chỗ (trên cơ sở những bản gốc nhận được theo bản photo) trên thực tế cùng một lúc với việc in số lượng bản của ấn phẩm ở địa điểm chính, tuy nhiên do khác nhau về múi giờ giữa các vùng khác nhau ở trong nước và do cần thời gian để vận chuyển, cho nên một bộ phận đáng kể bạn đọc sẽ chỉ nhận được các tờ báo toàn quốc chậm hơn nhiều so với các tờ báo địa phương, đôi khi chậm đến một - hai ngày.

Cũng không thể không kể đến sự thật là báo chí chỉ tiếp cận được với người biết đọc, có được những kỹ năng đọc, cho phép sử dụng tất cả các ưu thế của phương tiện thông tin này: nhờ sự phát triển của phương tiện phát thanh và truyền hình nên mức độ phân tích và bình luận thông tin ngày càng nâng cao; sự tuyển lựa và tổ chức các trang báo chí có được trình độ ngày càng cao hơn, căn cứ theo “những quy tắc” đặc biệt, những nỗ lực trong việc lựa chọn các cỡ và kiểu chữ, phân bố các bài vở tùy theo ý nghĩa của nó, có những điểm nhấn đủ loại... Ví dụ, nếu người đọc không có kỹ năng đọc lướt đầu đề các ấn phẩm, các tòa soạn báo không có cách bố trí các bài vở một cách phù hợp, nhờ vậy mà độc giả xác định nhanh được các đề mục và tin, bài cần đọc, thì càng làm phức tạp thêm cho sự tiếp xúc của người đọc với báo chí và hạn chế khả năng sử dụng một cách tối ưu các ấn phẩm định kỳ để

có được những thông tin “cần thiết và đầy đủ”.

Cả những thuộc tính ưu thế và thua kém của xuất bản phẩm đều phụ thuộc vào bản chất của phương tiện chuyển tải thông tin đại chúng này. Trong điều kiện tồn tại bên cạnh các phương tiện phát thanh và truyền hình, các thuộc tính này phải được các nhà báo tính đến để tận dụng được những thuộc tính ưu thế và giảm thiểu, hạn chế những thuộc tính bất lợi. Cơ sở của việc tạo dựng và tổ chức hoạt động của nhà báo đòi hỏi phải dựa vào tính chất đặc thù là nhịp tần số xuất bản của các ấn phẩm tương đối thưa (so với các phương tiện phát theo truyền hình). Điều này cho phép và đòi hỏi đào sâu phân tích thông tin; ghi lại trên phương tiện chuyển tải bằng giấy, tạo khả năng đa dạng hóa chế độ “bóc gỡ” thông tin; khả năng lưu giữ lâu dài và các hình thức khác nhau trong việc sử dụng thông tin đã được ghi trên giấy.

Trong cơ cấu của hệ thống thông tin đại chúng, hệ thống nhánh của báo chí đã phát triển nhất trong báo chí và bao gồm rất đa dạng các loại hình báo, tuần san, tạp chí, sách. Sự đa dạng ấy tương ứng với những đặc điểm của những chu kỳ sống khác nhau của ấn phẩm - hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng, hàng năm và những chu kỳ khác, dài hơn. Hơn nữa, có thể xuất bản báo với số lượng bản hàng chục triệu bản và những tờ bướm với số lượng vài chục,

sách với vài trăm trang và những ấn phẩm tờ gấp ấn hành sột dẻo dày từ hai đến tám trang, những ấn phẩm trắng - đen khiêm tốn và những trang in chuyển tải tinh tế toàn bộ gam màu nghệ thuật để đưa vào các tạp chí và các sách ảnh. Những khả năng đa dạng ấy phải được đòi hỏi tuân thủ tối đa trong sáng tạo.

Phương tiện thông tin đại chúng thứ hai xét về thời gian xuất hiện là *đài phát thanh* (tiếng Latinh radiare có nghĩa là “phát xạ”). Nét tiêu biểu nhất của nó là: trong trường hợp này chỉ có âm thanh (bao gồm cả những lúc ngừng) là phương tiện chuyển tải thông tin. Liên lạc vô tuyến (sử dụng các làn sóng vô tuyến điện - phát sóng vào không trung, hình thức liên lạc hữu tuyến - phát thanh hữu tuyến) cho phép lập tức chuyển tải thông tin đi xa không giới hạn, hơn nữa việc thu nhận tín hiệu diễn ra vào thời điểm phát thanh chuyển tải (hoặc trong trường hợp chuyển tải đi những khoảng cách rất xa hoặc xuyên qua vũ trụ - với một sự chậm trễ nhỏ). Do vậy, có khả năng phát tin nhanh, tức là việc thông tin trên thực tế được thực hiện vào cùng thời điểm diễn ra sự kiện, điều này trên nguyên tắc, không thể thực hiện được trong báo chí.

Nếu như vào thời kỳ đầu đài phát thanh chỉ có khả năng chuyển tải những thông tin bằng lời nói, thì theo đà hoàn thiện kỹ thuật phát thanh và thu thanh, người ta đã có thể chuyển tải âm

thanh đủ tất cả các loại - lời nói, âm nhạc, tiếng động. Nhờ vậy mà đài phát thanh có thể tạo ra một bức tranh âm thanh đầy đủ về thế giới. Những khả năng kỹ thuật của nó càng trở nên phong phú thêm nhờ kỹ thuật ghi và tái hiện âm thanh một cách “lập thể” và “đa góc cạnh”, nhiều khi làm gia tăng lên nhiều khả năng chuyển tải âm thanh “khắc họa” khi đưa tin về các sự kiện, phát đi một màn kịch trên sân khấu, những tác phẩm âm nhạc. Việc phát minh ra những phương pháp khác nhau trong việc ghi âm thanh đã cho phép sử dụng rộng rãi các khả năng dàn dựng, tái hiện một cách đầy đủ hoặc “trích dẫn” những chương trình đã được phát từ lâu, tạo ra những tác phẩm “được dàn dựng lại”...

Đặc điểm của phương tiện phát thanh là tính chất không nhìn thấy được (tiếng Latinh *viseo* có nghĩa là “nhìn thấy”). Thoạt nghĩ thì đó là khuyết điểm của phương tiện phát thanh, nhưng trên thực tế tính chất này - cơ sở đặc thù sâu sắc của phát thanh - đã cho phép thực hiện những khả năng của âm thanh với mức độ mà truyền hình không thể cho phép làm được điều đó. Nhà báo làm việc ở đài phát thanh cần luôn luôn nhớ rằng xuất bản phẩm cung cấp hình ảnh bất động, còn truyền hình thì cung cấp hình ảnh sống động, còn trên đài phát thanh thì cần thực hiện tối đa khả năng của “âm thanh thuần khiết”.

Sự thiếu vắng yếu tố nhìn thấy tạo ra cho

người nghe phát thanh hai nhóm khả năng cảm thụ. Nhóm thứ nhất liên quan đến sự thể là âm thanh “thuần khiết” được cảm thụ đầy đủ hơn và sâu sắc hơn, vì người nghe không bị sao nhãng khỏi lời nói đang phát ra, âm nhạc, những giọng nói của cuộc sống, “không phân tán” sự chú ý của mình tập trung vào âm thanh để chú ý vào những gì đi kèm theo âm thanh. Theo ý nghĩa này, có sự khác biệt to lớn giữa việc nghe hòa nhạc cổ điển trên đài phát thanh với “việc nghe - nhìn” buổi biểu diễn hòa nhạc trên truyền hình vì ở trường hợp thứ nhất chúng ta cảm thụ tác phẩm “đã được thực hiện rồi”, còn ở trường hợp thứ hai thì chúng ta trở thành những người chứng kiến việc nhạc trưởng, các nhóm nhạc công, các nhạc công riêng lẻ “thực hiện tác phẩm ra sao”, ngoài ra, chúng ta còn phải quan sát được phản ứng sống động của cử tọa ngồi xem... Đài phát thanh tựa hồ như lọc âm thanh ra khỏi tất cả những thành tố khác của tình huống, những thành tố tất yếu mang thông tin trong trường hợp cảm thụ bằng mắt, thứ thông tin nhiều khi không cần thiết và thậm chí không đáng mong muốn, và nhờ vậy mà nó tập trung sự cảm thụ vào âm thanh “một cách đương nhiên”. Nhưng dĩ nhiên, “sự độc quyền” của âm thanh làm hạn chế khả năng của công chúng trong việc “nhìn thấy”, để xem ai đã tạo ra như thế nào “bức tranh âm thanh”.

Nhóm những khả năng cảm thụ thứ hai, gắn với sự thiếu vắng yếu tố nhìn thấy, - đó là sự tăng cường óc tưởng tượng của người nghe, cho phép họ thể hiện những khả năng của mình trong việc “cách điệu” hình ảnh tư duy. Sân khấu phát thanh, những buổi hội tưởng trên đài phát thanh, việc đọc các tác phẩm nghệ thuật và các chương trình văn học - những chương trình dàn dựng âm nhạc không buộc người nghe phải thông qua diện mạo diễn viên để cảm nhận nhân vật Hamlet hoặc vua Lia, mà cho phép dùng âm nhạc và lời thoại tạo ra một sự nhìn thấy nhân vật, một cách tương xứng với cá tính trong việc cảm thụ tác phẩm nghệ thuật (mặc dù diễn viên hoặc người dẫn chương trình, bằng cách nào đó, đã “tạo ra những khuôn khổ” cho sự cách điệu của người nghe).

Tuy nhiên, những đặc điểm của phát thanh cũng quy định cả một số thuộc tính yếu kém của nó. Hiểu theo một ý nghĩa nào đó thì hình thức phát thanh vô tuyến có mang tính chất cưỡng chế - chỉ có thể nghe chương trình phát thanh vào thời gian nó được phát sóng, hơn nữa theo một trật tự, nhịp độ và tiến độ đã định sẵn ở đài phát thanh. Vì vậy, không thể trì hoãn việc nghe đài đến một thời điểm thuận tiện (ở đây không phải lúc nào chiếc máy ghi âm cũng giúp ích được), làm việc đó nhanh hơn hoặc chậm hơn, theo một trật tự đã được lựa chọn, nhất là

“xem lướt qua”, như đặc điểm của những sự tiếp xúc với các văn bản in ấn. Những đặc trưng ấy của phát thanh buộc người ta phải chăm chú nghiên cứu khả năng của các tầng lớp công chúng khác nhau và soạn ra các chương trình, có tính đến một cách tối đa những hình thức tiêu biểu của việc phân bổ thời gian, tính chất công việc, trạng thái tâm lý và thể chất của người nghe vào những khoảng thời gian khác nhau. Nhờ vậy có sự tăng lên của vai trò phát thanh sơ bộ điếm qua nội dung các thông tin (chẳng hạn như “thoạt đầu là những tin tóm tắt”) và cấu trúc nội dung thông tin, có tính đến những quy luật tập trung sự chú ý, chuyển sự chú ý và hướng sự chú ý vào phía khác, dĩ nhiên, cũng phải dựa rất nhiều vào những lựa chọn, những lợi ích, những động cơ của công chúng khi nghe thông tin trên đài phát thanh.

Khi tiếp xúc với đài phát thanh rõ ràng biểu lộ có ảnh hưởng tiêu cực của yếu tố sau đây: khi cảm thụ các chương trình phát thanh chỉ có những cơ quan cảm thụ thính giác hoạt động, nhờ vậy có khả năng, bên cạnh việc nghe đài, còn có thể làm nhiều công việc khác nữa trong đó chủ yếu là tay và mắt có liên quan đến những công việc ấy. Do vậy, một mặt, có sự mở rộng những khả năng chuyển tải thông tin đại chúng, vì “những lỗ hổng” trong sự cảm thụ thông tin ấy - mà báo chí và truyền hình không tiếp cận

được - được lấp đầy (“đảm bảo nghe chương trình phát thanh” cho khoảng thời gian buổi sáng “chưa làm việc”, thời gian đi đường, tổ chức chương trình phát thanh chức năng cho người lao động trong quá trình làm việc tại các xí nghiệp thuộc ngành công nghiệp may mặc hoặc công nghiệp đồng hồ, chương trình phát thanh trong đời sống của các bà nội trợ, các bà mẹ trẻ...) trong điều kiện áp dụng rộng rãi các phương tiện thu thanh vô tuyến với giá bán dễ mua và đơn giản trong sử dụng, trước hết là các thiết bị thu thanh bán dẫn cầm tay. Nhưng mặt khác, trong điều kiện vừa nghe vừa làm việc khác như vậy thì việc nghe các chương trình phát thanh sẽ mang tính chất âm thanh. Điều đó không tránh khỏi những sự thất thoát thông tin. Vì vậy, cần có sự tổ chức thích hợp việc phát thanh, có tính đến việc phân bố sự chú ý, cần có sự nhắc lại, nhấn mạnh những điều cần bản, tăng thời lượng dành cho âm nhạc và các chương trình giải trí trong các chương trình.

Sau hết, cần nêu lên rằng tuy có thể tạo ra nhiều kênh phát thanh, song trong một khoảng thời gian nhất định người nghe chỉ có thể thu được một chương trình và không cùng lúc thu được tất cả những chương trình khác nhau mặc dù chúng được phát sóng cùng một lúc (không thể trì hoãn việc nghe chương trình phát thanh ấy như việc hoãn đọc sách). Vì thế, điều quan

trọng là phải đưa ra một chính sách chương trình được tính toán rõ ràng nhằm phục vụ công chúng, nếu chính sách ấy được thực hiện tốt thì việc “phát triển” những chương trình cần thiết đối với cùng một công chúng sẽ ở mức tối thiểu.

Truyền hình (tiếng Hy Lạp tele có nghĩa là “xa” và tiếng Latinh viseo có nghĩa là “nhìn thấy”) đã đi vào cuộc sống từ những năm 1930. Cũng như phát thanh, truyền hình là thành viên bình đẳng trong “tam hùng chế” của các phương tiện thông tin đại chúng trong những năm 1960. Về sau truyền hình đã phát triển vượt trội và đã chiếm vị trí hàng đầu về các tham số (thông tin thời sự, văn hóa, giải trí).

Đặc thù của truyền hình ra đời gần như ở điểm giao cắt giữa những khả năng của phát thanh và điện ảnh.

Truyền hình tiếp nhận ở phát thanh khả năng truyền tín hiệu nhờ các sóng vô tuyến đến những khoảng cách xa (tuy nhiên, do truyền hình sử dụng sóng có độ dài là mét và dềximét lan truyền theo đường thẳng, cho nên muốn truyền đến những khoảng cách lớn thì truyền hình phải nhờ đến những tuyến truyền dẫn trên mặt đất hoặc bằng phương tiện thông tin qua vệ tinh vũ trụ). Tín hiệu này cùng một lúc còn mang cả thông tin âm thanh và cả thông tin hình. Thông tin này trên màn ảnh máy thu hình, tùy theo tính chất của chương trình truyền

hình, còn mang tính chất điện ảnh hoặc tính chất một chuỗi ảnh chụp sơ đồ hình và đồ họa hình... Nói cách khác, yếu tố nhìn trong truyền hình có thể cũng giống với sự mô tả hình ảnh trong điện ảnh và giống với các hình thức giới thiệu các tư liệu ảnh trên các sách và báo chí (dưới dạng trắng đen, cũng như dưới dạng màu), với những hạn chế liên quan đến kích thước, các khả năng chuyển tải màu, khả năng độ phân giải của màn ảnh truyền hình. Trên màn ảnh máy thu hình cũng có thể tái hiện văn bản ấn loát.

Cũng như ở đài phát thanh, ở đài truyền hình cũng có thể tổ chức được những chương trình truyền hình nhanh chóng từ trường quay, cũng như từ hiện trường của các sự kiện (mặc dù việc truyền trực tiếp có gặp một số khó khăn kỹ thuật, được khắc phục nhờ phát triển kỹ thuật truyền hình và các kênh thông tin liên lạc). Phương pháp chuyển tải “sống động”, trực tiếp tiến hành từ nơi diễn ra sự kiện và phát sóng trực tiếp, có những ưu điểm vượt trội hơn nhiều so với phát thanh, có “hiệu ứng hiện diện” lớn hơn nhiều so với phát thanh, vì hai yếu tố âm thanh và hình ảnh có một sự thống nhất hữu cơ và có hai cơ quan cảm thụ quan trọng nhất của con người tác động. Điều đó đảm bảo tạo ra được những mối liên hệ vững chắc hơn với công chúng. Sự thống nhất các phương tiện nghe - nhìn cũng tạo ra những khả năng như thế đối với cả những chương trình

được ghi lên băng từ (phim điện ảnh hoặc băng video). Những chương trình này chiếm vị trí quan trọng trong cơ cấu các chương trình.

Sự kết hợp các yếu tố nghe - nhìn trong truyền hình có thể mang những hình thức khác nhau - “nghe” và “nhìn” có thể đóng vai trò như nhau, nhưng trong những chương trình phát cần thiết thì người ta nhấn mạnh hoặc yếu tố “âm thanh” hoặc yếu tố “nhìn” (ví dụ, trường hợp chương trình được phát từ một phòng tranh). Khâu dựng chương trình (thậm chí trong trường hợp với một diễn viên), việc sử dụng khéo léo một phong nền lớn, một sự tổ chức nhịp nhàng và tốc độ cao trong khâu cung cấp tài liệu cũng đóng vai trò quan trọng, đôi khi vai trò quyết định đối với chất lượng các chương trình phát.

Tính chất đặc thù của truyền hình quyết định những đặc điểm của tất cả các loại chương trình: các chương trình chính luận, văn nghệ, khoa học đại chúng.

Nhà báo làm việc cho ngành truyền hình cần tính đến những đặc điểm cảm thụ của công chúng đối với các chương trình. Tuy rằng về tổng thể số công chúng xem truyền hình đông nhiều triệu người, nhưng ngồi trước màn hình thường là một nhóm người không lớn, thông thường nhất là một nhóm người trong gia đình, hơn nữa, thông thường thì buổi xem truyền hình diễn ra trong điều kiện trong nhà. Yếu tố này rất

quan trọng. Nếu như thoát đầu các tờ báo, các tạp chí, các cuốn sách là để phục vụ cho việc đọc của từng cá nhân, hơn nữa, trong những điều kiện hết sức khác nhau (kể cả trên đường đi và thậm chí tại nơi làm việc), nếu như việc nghe các chương trình phát thanh cũng có thể diễn ra trong những điều kiện hết sức khác nhau và chủ yếu dưới hình thức đơn độc, thì truyền hình (có những đặc điểm gần gũi với đặc tính nghe nhìn của điện ảnh và sân khấu - là những hình thức nghệ thuật từ lâu đã hình thành như là những sự trình diễn tập thể) đòi hỏi phải biết xử sự cả với cử tọa đông hàng triệu người, cả với một nhóm người nhỏ mà sự tiếp xúc với họ phải diễn ra với mức độ tin cậy cao. Đồng thời điều đó cũng không loại trừ hình thức phát chương trình truyền hình thẳng từ những hội trường lớn có sự hiện diện của những nhóm lớn khán giả, khi mà sự giao tiếp với cử tọa mang tính chất khác, gần với loại hình cuộc “mít tinh của hàng triệu người”.

Đông đảo công chúng xem truyền hình chủ yếu vào thời gian nhàn rỗi, thông thường nhất là vào buổi tối, sau một ngày làm việc hoặc vào những ngày nghỉ ngơi. Điều này đòi hỏi các nhà báo phải biết kết hợp lượng thông tin đậm đặc với mức độ giải trí cao, biết cách “đưa” các chương trình vào các giờ nghỉ và sửa soạn cho ngày làm việc tiếp theo.

“Tính chất cưỡng chế” như thế (giống như ở

đài phát thanh) của các chương trình truyền hình, tức là khán giả không có khả năng thay đổi thời gian xem các chương trình, trật tự, cơ cấu và nhịp độ tiến độ của các chương trình, đòi hỏi phải tiếp cận một cách đặc biệt thận trọng đối với việc soạn thảo các chương trình.

Xuất bản, phát thanh và truyền hình là một “tam hùng chế” của các phương tiện thông tin đại chúng, trong đó mỗi phương tiện thông tin đại chúng có một số đặc điểm thể hiện qua tính chất và những phương pháp đưa thông tin đến công chúng. Tuy nhiên, với những thuộc tính đặc thù của mình thì các xuất bản phẩm, phát thanh và truyền hình có được một cái lớn hơn - đó là khả năng đem đến cho đại chúng một cách tương đối nhanh chóng thông tin khái niệm - lời nói và cảm xúc - hình tượng. Các hình thức thể hiện khái niệm và hình ảnh có thể mang tính chất chung đối với hai trong số ba phương tiện thông tin (âm thanh ở đài phát thanh và truyền hình, hình ảnh bất động trên truyền hình và trong xuất bản phẩm, hình thức tường thuật không hình - bằng âm thanh và lời nói - trên đài phát thanh và trong xuất bản phẩm...). Nhưng cũng có cả những nét đặc trưng chỉ thuộc về một phương tiện nào đó (sự mô tả mang hình thức điện ảnh trên truyền hình, thông tin bằng chữ viết và lời nói trên báo chí, thông tin âm thanh không hình trên đài phát thanh).

Trong thập kỷ gần đây, bên cạnh “tam hùng chế” nói trên còn xuất hiện thêm và phát triển loại hình thứ tư các kênh thông tin - *mạng lưới thông tin máy tính toàn thế giới* (ngày nay, đại diện là mạng lưới *Internet*) trong đó vị trí quan trọng (song song với mạng lưới thông tin đặc biệt) thuộc về thông tin đại chúng. Đó là các phiên bản điện tử và các báo điện tử, các tạp chí điện tử, “phát thanh trên mạng” và “truyền hình trên mạng”, các “trang điện tử” của các tạp chí, hơn nữa những trang tạp chí điện tử này nhanh chóng thay đổi nội dung và được cung cấp theo chế độ thời lượng thực tế. Vậy là, các mạng máy tính kết hợp các khả năng của tất cả các loại hình phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, các văn bản ấn phẩm chỉ đọc được trên máy mônitor (và khi cần có thể được in ngay trong máy in vi tính). Cũng cần phải lưu ý rằng, bộ phận lớn nhất các thông tin được truyền đi bằng các thứ tiếng nước ngoài (phần nhiều bằng tiếng Anh). Điều này gây khó khăn cho nhiều người, trong việc khai thác đầy đủ giá trị các thông tin, ngay cả khi trong máy tính có cài chương trình dịch.

Các ấn phẩm và các chương trình sử dụng rộng rãi những khả năng thông tin của mình. Đồng thời, trong thực tiễn tiếp xúc với các phương tiện thông tin khác nhau, công chúng có những lựa chọn ưu tiên và những động cơ của mình mà các nhà báo cũng nên tính đến.

Khi người đọc tiếp cận báo chí mong muốn hàng đầu là có sự định hướng sâu hơn về những gì đang diễn ra, tìm hiểu rõ những quy luật của cuộc sống, sau đó là ước muốn khai thác những thông tin bổ ích - hữu dụng sử dụng thời gian nhàn rỗi một cách có ích. Phát thanh trước hết thỏa mãn được nguyện vọng có được thông tin nhanh chóng, đồng thời kèm theo nguyện vọng sử dụng thời gian nhàn rỗi một cách lý thú, được hội nhập vào sự chuyển động của cuộc sống, có được những lời cố vấn thiết thực. Các động cơ của việc tìm đến truyền hình cũng giống những nguyên nhân tìm đến phát thanh, sự khác biệt chỉ là ở chỗ (nhưng là sự khác biệt có ý nghĩa quan trọng không nhỏ): yếu tố chiếm vị trí hàng đầu là nguyện vọng sử dụng thời gian nhàn rỗi bên chiếc máy thu hình, còn việc nhận được thông tin nhanh chóng chiếm vị trí thứ hai.

Nếu xét đến những động cơ và những lựa chọn ấy, có thể nói như sau: Đối với hoạt động báo chí thì đặc trưng của nó phải là quan niệm tổng hợp về thông tin thời sự có kèm theo sự bình luận nghiêm túc và đề cập những quy luật căn bản của cuộc sống; điều cũng có ý nghĩa quan trọng là phương hướng thực tiễn của thông tin, còn định hướng nghỉ ngơi có thể giảm thiểu và có thể được sử dụng như định hướng làm nền. Trước hết, các nhà báo làm việc ở đài phát thanh phải đưa tin nhanh chóng về những sự

kiện thời sự (và trước nhất là những tin tức giờ chót), đồng thời cái nền tích cực của loại thông tin này có thể là âm nhạc hoặc tin tức khác mang tính chất “thư giãn văn hóa”, đồng thời tính chất liên tục và tính chất đa dạng của dòng thông tin tạo ra một khả năng đầy đủ để cảm nhận được “nhịp điệu của cuộc sống trên thế giới”, còn những tin tức tham khảo về thời tiết, về các chương trình phát sóng, các câu giải đáp câu hỏi, quảng cáo... thì thỏa mãn nguyện vọng có được những thông tin hữu dụng. Các nhà báo ở đài truyền hình chỉ hoàn thành đầy đủ các nhiệm vụ của mình trong trường hợp họ có tính đến định hướng của người xem hướng đến truyền hình trước hết như là nhân tố sử dụng thời gian nhàn rỗi. Nhưng đồng thời các nhà báo ấy cũng có nhiệm vụ chuẩn bị những chương trình súc tích về những sự kiện trong ngày. Điều đó cho phép không bị mất liên hệ với thế giới và thỏa mãn được nguyện vọng có được những sự tư vấn thực tế trên các vấn đề hết sức khác nhau.

Hiện thời đông đảo công chúng còn chưa thật rõ ý nghĩa của loại thông tin được cung cấp từ các mạng máy tính toàn cầu, kiểu Internet, và khả năng đến với nó còn ở chừng mực. Những người sử dụng nó mới chỉ cốt thu nhận thông tin, “trút gỏi” lên bản thân mình những khả năng dồi dào của nó, coi nó như một kênh thông tin đại chúng. Cũng đã có “những kẻ cuồng tín”

Internet chịu sự tác động của nó như một chất ma túy thông tin.

KẾT CẤU HẠ TẦNG CỦA CÁC PHƯƠNG TIỆN THÔNG TIN ĐẠI CHÚNG

Để cho một tổng thể to lớn các phương tiện thông tin đại chúng rất đa dạng - các xuất bản phẩm, đài phát thanh, đài truyền hình - có thể hoạt động bình thường thì đã xuất hiện và phải tiếp tục phát triển một hệ thống kết cấu hạ tầng (tiếng Latinh - Infra là “ở dưới, thấp hơn”) - đó là hệ thống đảm bảo hoạt động cho báo chí. Một mặt, hệ thống ấy cung cấp cho các tờ báo, các tạp chí các tổ chức phát thanh và truyền hình những điều kiện cần thiết cho hoạt động hữu hiệu của những phương tiện ấy - thông tin, các phương tiện kỹ thuật, các phương tiện liên lạc... Mặt khác, nó đảm bảo đưa sản phẩm thông tin đến với người sử dụng. Nếu không có một kết cấu hạ tầng như vậy thì mọi ban biên tập sẽ rơi vào tình trạng khi mà hoạt động “đơn độc” sẽ trở thành hết sức phức tạp, khó khăn, tốn kém và sẽ được thực hiện với tiến độ chậm chạp.

Những bộ phận quan trọng nhất của kết cấu hạ tầng là các hãng tin và các đơn vị phục vụ việc trao đổi thông tin, các đơn vị sản xuất - kỹ thuật, các đơn vị phục vụ liên lạc, hệ thống vận chuyển và phân phát, các thiết chế đảm bảo khoa học cho hoạt động của các phương tiện

thông tin đại chúng và đào tạo cán bộ cho các phương tiện thông tin đại chúng, hiệp hội các tổ chức và các cá nhân làm công tác xuất bản và thông tin, các cơ quan nhà nước phụ trách đăng ký và cấp giấy phép hoạt động cho báo chí cũng có sự tham gia của các cơ quan kiểm soát làm công việc giám sát sự thực hiện luật pháp trong lĩnh vực báo chí, các tòa án xét các vụ án dân sự và hình sự khi xảy ra vi phạm các luật lệ.

Các hãng tin và các đơn vị thông tin - đó là hệ thống các hãng điện tín, hãng xuất bản và thông tin nghe nhìn, các phòng báo chí, các trung tâm báo chí, các đơn vị chịu trách nhiệm liên hệ với công luận, các đơn vị phục vụ quảng cáo, những tổ chức này tiến hành hoạt động đa dạng trong việc thu thập, xử lý, phổ biến, cung cấp thông tin cho các cơ quan, thông tin đại chúng, thiết lập quan hệ với các nhà báo...

Có quan hệ hết sức gần gũi với các phương tiện thông tin đại chúng là những cơ sở cung cấp thông tin, thường được người ta, thậm chí xếp vào hàng các phương tiện thông tin đại chúng ("báo chí xuất bản, truyền hình, phát thanh, các hãng thông tấn"), bởi vì những cơ sở ấy cũng làm công việc xây dựng thông tin đại chúng. Tuy vậy, các đơn vị cung cấp và phục vụ thông tin có sự khác biệt với báo, tạp chí, phát thanh và truyền hình, ở chỗ là, chúng chủ yếu không đến trực tiếp với đông đảo công chúng, mà chỉ cung

cấp thông tin cho các báo, tạp chí phát thanh... Nhưng cũng có trường hợp các cơ quan cung cấp tin trở thành người sáng lập ra các phương tiện thông tin đại chúng (ví dụ, ITAR-TASS xuất bản tạp chí *Tiếng vọng của hành tinh*), nhưng trong trường hợp này chúng cũng giống như mọi thiết chế xã hội khác, cũng có quyền thành lập các ấn phẩm và các chương trình của mình.

Vì các thiết chế chính trị, kinh tế và các thiết chế khác của xã hội đều luôn cần đến thông tin, cho nên các cơ quan thông tin đã xuất hiện từ lâu, trước khi xuất hiện các tờ báo đầu tiên. Đặc biệt, các chức năng thu thập tin tức ngoại quốc là do các cơ quan ngoại giao đảm nhiệm (ở nước Nga trước kia là phái bộ đại sứ). Các cán bộ lo xuất bản những ấn phẩm đầu tiên, lúc đầu gồm các cán bộ thuộc những cơ quan kể trên, đôi khi được hình thành trên cơ sở các cơ quan thông tin (ví dụ, như tờ *Gazette* của Pháp).

Tuy nhiên, những cơ quan thông tin lớn, chuyên cung cấp tin cho báo chí, thì đã xuất hiện vào giữa thế kỷ XIX, khi báo hàng ngày có tính chất đại chúng đã bắt đầu hình thành nhanh chóng. Người ta thấy rõ rằng, nếu chỉ bằng sức lực của riêng mình thì các tờ báo không thể có được khối lượng thông tin cần thiết, đặc biệt là tin tức nước ngoài, còn việc tăng số lượng phóng viên lên thì quá tốn kém và là một việc làm không hợp lý, vì chỉ cần qua

điện báo chuyển đến các khách hàng ở các nước và các khu vực những tin tức về những sự kiện cùng loại của một số nhà báo thuộc các hãng thông tấn. Điều này đã đưa đến việc thành lập gần như cùng một lúc các hãng tin điện tín ở các nước châu Âu khác nhau (thoạt đầu là ở nước Pháp, sau đó là ở Đức và ở Anh. Hãng thông tấn Anh Reuters vẫn tồn tại đến tận ngày nay).

Các hãng tin đầu tiên có một mạng lưới rất đông phóng viên và có nhiều chi nhánh, sử dụng các phương tiện liên lạc nhanh chóng (lúc đầu bằng điện báo, sau đó bằng điện thoại, bằng têlêtip, telex, fax, có sử dụng các thiết bị trên mặt đất và trên vũ trụ), thu thập và xử lý một khối lượng lớn tin tức, nhanh chóng chuyển tin tức đến các phương tiện thông tin đại chúng với một khoản tiền trả dịch vụ tương ứng. Chỉ có thể sử dụng thông tin ấy nếu viện dẫn nguồn tin (nhờ vậy, các phương tiện thông tin đại chúng đưa tin này không phải chịu trách nhiệm về nội dung của thông tin ấy). Khi truyền thông tin này có thể cắt ngắn và nén thông tin, cũng như có kèm theo phần bình luận.

Lúc đầu thông tin của hãng thông tấn chỉ mang tính chất thời sự và do được truyền đi bằng điện báo, nên thông tin hết sức ngắn gọn (do vậy xuất hiện “phong cách điện báo”). Dưới đây là đoạn trao đổi tin tức có tính chất huyền thoại giữa ông Hécxtơ và phóng viên của ông ta

vào thời điểm trước khi nổ ra cuộc chiến tranh Mỹ - Tây Ban Nha năm 1898. “Tất cả đều yên tĩnh. Không xảy sự việc nào. Sẽ không có chiến tranh. Tôi muốn trở về - Rêminhton”. Trả lời: “Tôi yêu cầu ở lại. Anh hãy đảm bảo các hình vẽ. Tôi đảm bảo sẽ nổ ra chiến tranh - Hócxtơ”.

Tuy nhiên, theo đà phát triển của báo chí và mở rộng các nhu cầu của nó về các loại tin tức hết sức khác nhau, nên tính chất tin tức của hãng thông tấn cũng đã thay đổi. Bắt đầu xuất hiện những tin tức chi tiết, những hình thức bình luận khác nhau. Bên cạnh những tin tức quy chuẩn thông thường được chuyển đến tất cả khách hàng đăng ký thì đã xuất hiện một loại tin tức gọi là tin tức bất thường đặc biệt (tiếng Anh exclusive có nghĩa là “dành riêng”), được soạn thảo theo đơn đặt hàng riêng của ban biên tập của một ấn phẩm hoặc một chương trình nào đó chỉ dành công bố trên kênh thông tin đó thôi. Các hãng thông tấn bắt đầu phát hành những bản tin đặc biệt để phục vụ những nhóm “khách hàng” cụ thể - xét về nội dung chuyên đề, cách trình bày tài liệu, nguồn tin.

Sự xuất hiện khả năng truyền thông theo các kênh liên lạc bằng fax (nghĩa là những bản sao chính xác nguyên bản) đã đưa đến việc phổ biến rộng rãi các bức ảnh chụp, các hình vẽ, bản đồ, sơ đồ... bằng phương tiện điện báo, ảnh. Với sự phát triển của ngành phát thanh và truyền hình

đã xuất hiện các hãng đặc biệt đưa các thông tin nghe nhìn (đôi khi chúng là những đơn vị trực thuộc các hãng tin “cũ”). Hiện nay đang ngày càng có nhiều phòng ghi âm - hình độc lập. Thuộc loại hình hãng tin đặc thù còn có Internet. Khi truy cập Internet thì các phương tiện thông tin đại chúng có thể “rút ra” những khối lượng thông tin to lớn mang tính chất hết sức khác nhau về nội dung và hình thức (văn bản, thông tin âm thanh và thông tin hình) để đáp ứng các nhu cầu của mình.

Những nhu cầu của các phương tiện thông tin đại chúng trong việc thu thập tin tức thông tấn rộng rãi, đa dạng đã được thu thập và xử lý bởi các nhà báo thuộc các định hướng khác nhau, đã dẫn đến việc lập ra các cơ quan thông tin chuyên biệt - song song với các hãng thông tấn lớn và tổng hợp - các hãng thông tấn nhỏ quy mô khu vực, cũng như làm xuất hiện các nhà báo “độc lập” (ở nước ngoài người ta gọi họ là nhà báo tự do). Họ chủ động, hoặc theo đơn đặt hàng, soạn tin tức và chuyển giao cho các phương tiện thông tin đại chúng. Có các hãng tin của nhà nước, cũng như các hãng tin hợp tác xã và tư nhân.

Các hãng tin tổng hợp tiến hành thu thập, xử lý, phổ biến tin tức về các đề tài rộng rãi trong phạm vi một khu vực, một nước, trên toàn thế giới, loại hãng tin nói sau cùng thường được gọi là “các hãng tin quốc tế”. Thuộc vào loại này có

các Hãng *Accosiated Press*, *Frans Press*, *Reuters*, *ITAR-TASS* (trước kia gọi là Thông tấn xã Liên Xô, được cải tổ thành Hãng tin điện Nga). Các bản têlétíp của các ban biên tập liên tục gửi tin tức cập nhật về những sự kiện xảy ra trên toàn thế giới đến các phương tiện thông tin đại chúng đã có quan hệ hợp đồng, còn “những bản tin”, ví dụ của Hãng *Interfax*, thì được phát hành nhiều lần trong ngày.

Mạng lưới các cơ quan thông tấn thường xuyên mở rộng. Xuất hiện các hãng tin chuyên biệt về đề tài (Hãng thông tấn kinh tế, Hãng thông tấn Thiên chúa giáo), về tính chất phổ biến tài liệu (“Nhà chính luận” - là hãng tin phổ biến bài vở của các chuyên gia lớn và các nhà chính luận nổi tiếng), về nguồn tin (*Intercept*, “*Efir-Dijest*” soạn bài vở trên cơ sở tin lấy từ những buổi phát tin của các đài phát thanh ngoại quốc), về phương pháp phổ biến tin (*ITAR-TASS* tổ chức cơ sở thông tin cung cấp các số liệu cho các ngân hàng điện tử). Ta thấy xuất hiện một sự cạnh tranh lành mạnh đòi hỏi một sự năng động, am hiểu rộng rãi, biết cách tìm ra những thông tin quan trọng hơn, ít công khai hơn. Việc tìm kiếm những thông tin ấy đòi hỏi một sự tháo vát, nhiều khi chịu liều lĩnh. Vì vậy, tin tức của Hãng *Interfax* và của các cơ quan thông tin khách hàng nhiều khi mang tính chất độc nhất vô nhị, và nếu sửa những thông tin ấy

cho cùng một chủ đề thì đó là loại thông tin có tính chất bổ sung cho nhau, điều chỉnh cho nhau, đôi khi còn phản bác nhau. Tất cả những điều này khiến cho công việc của các tòa soạn phương tiện thông tin đại chúng khi xử lý thông tin của các hãng tin trở nên phức tạp và thú vị, đòi hỏi phải có thái độ suy ngẫm sâu và so sánh khéo léo các thông tin nhận được, nhanh chóng có phản ứng về những thông tin đó.

Trong không gian thông tin thế giới, các mạng lưới thông tin máy tính toàn thế giới, kiểu Internet, có vị trí ngày càng lớn. Khi truy cập vào các mạng thông tin ấy người ta có thể thu thập được các tin tức chuyên đề và đại chúng hết sức khác nhau.

Mạng Internet cũng cung cấp rất nhiều dịch vụ khác (dịch vụ thương mại, tín dụng - ngân hàng...). Nhờ có mạng thông tin Internet đã xuất hiện cái gọi là điều khiển học báo chí - các phiên bản điện tử của phương tiện thông tin đại chúng, các mạng phương tiện thông tin đại chúng chuyên đề, các trang (các tít) điện tử của từng nhà báo, từng chính khách, của các ngành và các tổ chức khác nhau... Từng cá nhân người khai thác tin, cả từng phương tiện thông tin đại chúng đều có thể trực tiếp tiếp cận Internet, coi những thông tin trong đó như là những thông tin của hãng tin. Tình trạng chưa có sự điều chỉnh về pháp lý và tổ chức cho hoạt động của

Internet đã làm nảy sinh nhiều vấn đề mà toàn thể cộng đồng thế giới sẽ còn phải giải quyết.

Các trung tâm báo chí và các cơ quan liên hệ với công luận là do các bộ, các cục vụ, các hãng kinh doanh lớn, các tổ chức xã hội lập ra nhằm thiết lập quan hệ với các phương tiện thông tin đại chúng, thông báo cho công luận về hoạt động của mình, tiến hành hợp báo và các cuộc thông cáo báo chí. Chẳng hạn như Vụ báo chí của Tổng thống hoặc Trung tâm báo chí của Bộ Ngoại giao Nga.

Các trung tâm báo chí ngành là những cơ quan trung gian giữa các phương tiện thông tin đại chúng với các đơn vị thuộc nội bộ ngành và hoạt động theo một số hướng.

Những cán bộ ở các trung tâm báo chí (phần lớn họ là các nhà báo chuyên nghiệp, chuyên trách về một đề tài trong hoạt động của ngành) đưa ra những ý kiến tư vấn cho các cán bộ của báo chí, phát thanh và truyền hình, giúp họ thiết lập quan hệ với các đơn vị khác nhau trực thuộc ngành, thu thập thông tin về hoạt động của ngành đó. Tại các trung tâm báo chí người ta tích hợp một khối lượng lớn thông tin mà các nhà báo có thể sử dụng, cũng ở đây người ta soạn các tập tài liệu đặc biệt để phân phát cho giới báo chí (những tập tuyển chọn tài liệu thuộc các loại). Những tài liệu này được giữ nguyên xi cho các phương tiện thông tin đại chúng để công

bố nguyên văn, cũng như sau khi đã được xử lý thêm để phù hợp với những đòi hỏi biên tập. Dĩ nhiên, trong trường hợp này cần phải trích dẫn nguồn tin. Ngoài ra, các trung tâm báo chí còn gửi đến các tờ báo khác nhau, các tạp chí, các tòa soạn của đài phát thanh và đài truyền hình các tài liệu do họ biên soạn đặc biệt để công bố. Theo đơn đặt hàng hoặc theo sự thỏa thuận với ban lãnh đạo của những phương tiện thông tin đại chúng nào đó tại các trung tâm báo chí, người ta soạn thảo các tài liệu được lựa chọn đặc biệt và thậm chí những bài báo trọn vẹn. Nhờ có những thông tin sâu rộng và uy tín nghề nghiệp cao trong một lĩnh vực nào đó, cho nên các nhà báo làm việc tại các trung tâm báo chí nhiều khi trở thành những tác giả được ưa chuộng. Đồng thời cần nhớ rằng vì là cán bộ của ngành, nên họ có thể có cách tiếp cận phiến diện, “theo quan điểm của ngành mình” trong việc thông tin về những vấn đề nào đó, còn bản thân các bộ ngành có thể thực hiện hoạt động tự quảng cáo (hơn nữa, không hoàn toàn trung thực) thông qua các cán bộ làm việc tại các trung tâm báo chí của mình.

Một hướng hoạt động khác trong hoạt động của các trung tâm báo chí là thu nhập, đăng ký và hệ thống hóa các bài vở liên quan đến lĩnh vực thẩm quyền chuyên môn của ngành mình hoặc trực tiếp đụng chạm đến hoạt động của

các trung tâm ấy (mang tính chất tích cực cũng như tiêu cực). Các trung tâm báo chí thông báo cho ban lãnh đạo và các cá nhân hữu quan biết về những tài liệu ấy, theo dõi phản ứng và các biện pháp cho các đơn vị trực thuộc áp dụng giúp đỡ trong trường hợp cần thiết - soạn thảo các bài phát biểu trả lời thay mặt bộ ngành hoặc thay mặt các nhân vật chính thức.

Trong những thời gian diễn ra các hội nghị chính trị, các đợt vận động xã hội, các cuộc thi đấu thể thao lớn... thì ngoài các trung tâm báo chí thường trực, người ta còn thành lập các trung tâm báo chí tạm thời. Những trung tâm này tiến hành đăng ký bố trí các nhà báo tới tham dự các hoạt động ấy, thu thập và phổ biến một khối lượng thông tin to lớn, phát hành các bản tin báo chí, làm việc với các nhà báo đã đăng ký.

Cùng với các hãng tin thì các trung tâm báo chí ngày càng trở thành mắt xích quan trọng trong kết cấu hạ tầng thông tin của báo chí, ý nghĩa của những trung tâm ấy tăng lên, khối lượng công việc cũng tăng lên.

Xét về loại hình công việc được thực hiện thì các cơ quan liên hệ với công luận gần gũi với các trung tâm báo chí (thông thường đó là cách dịch từ thuật ngữ tiếng Anh “public relations”, thường người ta sử dụng thuật ngữ viết tắt PR). Những chức năng của những cơ quan này rộng hơn là chỉ thực hiện tiếp xúc với các phương tiện thông

tin đại chúng, và cũng chuyên biệt hơn vì nhiệm vụ cơ bản của chúng là tạo ra một hình tượng chính thể (danh tiếng) của “người đặt hàng” - một chính khách, một doanh nhân, một nhà quản lý, một nhà khoa học, nghệ sĩ... của các tổ chức khác nhau mang tính chất chính trị, kinh tế, văn hóa, tôn giáo, khoa học... Mục tiêu của những cơ quan ấy là thiết lập sự hiểu biết lẫn nhau, tạo ra một dư luận xã hội tích cực, thậm chí cả trong những tình thế gay gắt đối với “người đặt hàng”, trong thời điểm thông qua những quyết định không được lòng người. Đồng thời, người ta sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng cũng như các kênh thông tin khác - các biểu ngữ, các tờ rơi, các tờ dán, các huy hiệu, bong bóng có ghi những dòng chữ tương ứng..., tổ chức các cuộc họp mặt giới thiệu, những chuyến đi lưu động, những cuộc gặp gỡ. Một cá nhân (ví dụ, Tổng thống của đất nước) hoặc một tổ chức có thể tổ chức cơ quan thông tin liên lạc của riêng mình với công luận, nhưng họ cũng có thể nhờ đến cơ quan liên lạc nhận các đơn đặt hàng với hình thức “phục vụ” nhất thời hoặc thường xuyên với một khoản trả tiền dịch vụ tương ứng.

Trực tiếp có quan hệ đến kết cấu hạ tầng thông tin của báo chí còn có cả các *hãng thông tin quảng cáo* nhận các đơn đặt hàng trong việc soạn thảo và bố trí các tài liệu quảng cáo, trong đó có bố trí trên các trang báo chí và trong các

chương trình phát thanh và truyền hình. Trong các tòa soạn của phương tiện thông tin đại chúng có các phòng chuyên quảng cáo, có quan hệ với các hãng tin và các cơ sở dịch vụ quảng cáo và thực hiện chính sách quảng cáo của các ấn phẩm và các chương trình phát sóng của mình.

Ngoài ra, trong hoạt động của kết cấu hạ tầng của báo chí còn có sự tham gia của nhiều cơ sở sản xuất và lưu giữ các thông tin có thể được sử dụng trong các phương tiện thông tin đại chúng. Đó là xưởng phim sản xuất các phim tài liệu và phim truyện, “hãng phim hoạt hình” và các cơ sở khác, các hãng ghi âm; các cơ sở lưu giữ khác nhau - các thư viện, các kho lưu trữ tài liệu văn bản và tài liệu âm thanh điện ảnh, các quỹ phim, phòng sách báo...

Ngoài các hãng tin, kết cấu hạ tầng cũng còn gồm cả những tổ chức tham gia hoạt động trong lĩnh vực *trao đổi quốc tế* về thông tin văn bản - lời nói và thông tin nghe nhìn. Đó là những nhà tổ chức đủ mọi loại hình hội chợ và liên hoan (tại đó có thể được sản phẩm thông tin), còn có cả những cơ quan đại diện và bảo vệ quyền của tác giả chủ tài sản trí tuệ.

Bộ phận kỹ thuật của kết cấu hạ tầng gồm các xí nghiệp ấn loát; các trung tâm kỹ thuật của ngành truyền hình và phát thanh; các xí nghiệp thông tin liên lạc, trong đó có liên lạc trên vũ trụ; các tổ chức kinh doanh sách, thực hiện việc

đăng ký mua dài hạn, phát hành, vận chuyển sách báo, những cơ sở sản xuất máy thu hình và máy thu thanh, sản xuất giấy, phim, các thiết bị kỹ thuật về tổ chức, các phương tiện kỹ thuật phục vụ phương tiện thông tin đại chúng... Thông qua những khâu ấy báo chí trên thực tế “xâm nhập” vào tất cả các ngành kinh tế và văn hóa của đất nước. Bộ phận kỹ thuật của kết cấu hạ tầng quyết định rất nhiều đối với những điều kiện hoạt động tối ưu của báo chí, vì chẳng hạn, những trục trặc trong thông tin liên lạc hoặc giá vận chuyển cao có thể hạn chế nghiêm trọng đến việc đưa thông tin đại chúng đến “người sử dụng”.

Hệ thống công tác cán bộ - đó là bộ phận đặc biệt trong kết cấu hạ tầng của báo chí. Hệ thống này gồm các khoa và các bộ môn báo chí thuộc các trường đại học tổng hợp, các đơn vị đào tạo nhà báo thuộc các cơ sở giảng dạy khác (trong đó có cả các trường thương mại), những cuộc hội thảo, các lớp tập huấn nhằm nâng cao trình độ của cán bộ xuất bản, cán bộ của các đài phát thanh và truyền hình. Vai trò đáng kể thuộc về những hiệp hội sáng tác của các nhà báo, các nhà điện ảnh, các nhà văn...

Kết cấu hạ tầng tổ chức - quản lý bao gồm nhiều thiết chế xã hội với những cấp độ hết sức khác nhau - từ những thiết chế thuộc Quốc hội ra các đạo luật trong lĩnh vực báo chí cùng những kết cấu hạ tầng của nó, cho đến các cơ

quan chính quyền ở địa phương, đặc biệt là những cơ quan đăng ký các phương tiện thông tin đại chúng hoạt động trên một vùng lãnh thổ nhất định. Cơ quan nhà nước quan trọng nhất thực hiện nhiều chức năng đa dạng - đó là Bộ về các vấn đề xuất bản, phát thanh và truyền hình và các phương tiện thông tin đại chúng. Các tổ chức bảo vệ sở hữu trí tuệ cùng làm nhiệm vụ của mình. Hiệp hội các nhà xuất bản, Hiệp hội toàn Nga các nhà xuất bản và các tổng biên tập báo hoạt động theo quy chế các tổ chức xã hội. Những cơ quan chức năng và những tổ chức ấy đảm nhận việc tổ chức các hoạt động phối hợp các quyết định có thể có, phối hợp các nỗ lực nhằm tối ưu hóa hoạt động của báo chí và của rất nhiều kết cấu hạ tầng của báo chí.

NHỮNG THÀNH TỐ TRONG CƠ CẤU CỦA HỆ THỐNG PHƯƠNG TIỆN THÔNG TIN ĐẠI CHỨNG

Việc hình thành cơ cấu của hệ thống báo chí được thực hiện bằng những con đường khác nhau. Trong lịch sử, thoạt đầu xuất hiện những ấn phẩm riêng lẻ với những định hướng rộng, sau đó trong quá trình phát triển phương tiện thông tin đại chúng bắt đầu xuất hiện những tờ báo mới, những tạp chí, những chương trình phát thanh và truyền hình với những định hướng khác nhau về đề tài, về chương trình, về đối tượng công chúng. Bằng cách đó dần dần

xuất hiện những phương tiện thông tin đại chúng đa dạng, để phát hiện ra và “đem lại sự sống” cho “những khoảng trống thông tin” xuất hiện do tình hình và các nhu cầu của các tầng lớp công chúng khách hàng tiềm tàng mà các lực lượng xã hội nào đó muốn tranh thủ sự chú ý của các tầng lớp ấy.

Trong điều kiện khi mà quá trình tự nhiên ấy bị kìm nén một cách không tự nhiên, khi mà sự thủ tiêu các lực lượng kìm hãm đã dẫn đến sự xuất hiện có tính chất “bùng nổ” của rất nhiều ấn phẩm được tung ra “thị trường” cùng một lúc.

Nếu như trong trường hợp thứ nhất những nhà sáng lập và các nhà báo có cơ hội “nhìn lại” và xác định một cách ít nhiều rõ ràng “khoảng trống” thông tin của mình, thì ở trường hợp thứ hai sự vội vã đưa đến hậu quả là trong một số lĩnh vực hình thành “những sự đậm đặc” lớn vô căn cứ, còn trong những lĩnh vực khác lại vẫn còn khoảng trống. Nhưng rốt cuộc, trong cả hai trường hợp ấy của quá trình phát triển đều diễn ra các quá trình tối ưu hóa, đặc biệt là khi các nhà báo hoạt động tích cực và có sự thấu hiểu các quy luật hoạt động của báo chí với tính cách là một hệ phương tiện thông tin đại chúng. Một số ấn phẩm (một số chương trình) xuất hiện, số khác lại biến mất, số khác nữa thì hợp nhất lại, số thứ tư thì thay đổi lĩnh vực hoạt động, số thứ năm đấu tranh để tồn tại và giành ảnh hưởng... Những ấn

phẩm sống sót và trở thành lực lượng xã hội quan trọng (lực lượng chính trị trên phạm vi cả nước và thế giới hoặc lực lượng “nghịệp dư” trong hàng ngũ những người yêu thích trồng vườn hoặc yêu thích các con vật nuôi trong nhà - đó lại là vấn đề khác) chỉ gồm những ấn phẩm nào phát hiện ra “khoảng trống” thông tin của mình và “thu xếp ổn định” và phát triển tốt trong khoảng trống ấy, tự bộc lộ mình như là một loại hình ấn phẩm (chương trình) được xác định rõ ràng.

Loại hình (tiếng Hy Lạp *typos* có nghĩa là “dấu ấn, hình thái, mẫu hình”) của các ấn phẩm và các chương trình được xác định bởi tổng thể ổn định các nét đặc trưng xuất hiện do tác động của các nhân tố tạo nên loại hình.

Khi xem xét vấn đề báo chí với tính cách là một thiết chế xã hội, người ta phải tiến hành phân tích các phương tiện thông tin đại chúng về phương diện loại hình. Cần áp dụng hai phương pháp phân loại.

Căn cứ theo một phương pháp phân loại, người ta phân biệt những loại hình *lịch sử* của báo chí: loại hình báo chí phong kiến - quân chủ, loại hình tôn giáo - tăng lữ, loại hình tư bản chủ nghĩa, loại hình xã hội chủ nghĩa. Sự hình thành và hoạt động của những loại hình này có quan hệ với các lực lượng ý thức hệ và các lực lượng kinh tế - xã hội thuộc những thời đại trong lịch sử loài người. Đồng thời, do một số

nguyên nhân, tất cả những loại hình lịch sử ấy tồn tại ở những nước và những xã hội khác nhau, ngay cả trong thời đại ngày nay.

Theo một phương pháp, người ta xác định những loại hình xã hội của báo chí - đó là các phương tiện thông tin đại chúng của xã hội công dân, các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước và các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước - xã hội. Đối với xã hội hiện đại thì cả ba loại hình ấy đều là cần thiết, để trên cơ sở bổ sung lẫn nhau của ba loại hình ấy, đảm bảo thông tin dân chủ thông qua việc thiết lập một trật tự thông tin tối ưu trong xã hội¹.

Trong sự hình thành những ấn phẩm và chương trình cụ thể đều có sự tác động của các nhân tố tạo loại hình, trong việc cụ thể hóa, và quyết định tính chất đặc thù của các ấn phẩm và các chương trình ấy. Những nhân tố này, trước hết, bao gồm định hướng chính trị - xã hội, tổng thể đường hướng về các vấn đề - chủ đề, định hướng công chúng, định kỳ, khu vực phổ biến thông tin, diện mạo sáng tạo...

Trong quá trình hình thành hệ thống phương tiện thông tin đại chúng thuộc các loại hình xã hội, ta thấy có một số nhân tố chủ yếu trở thành động lực.

¹ Phần này, tác giả lập luận và dẫn chứng theo thực tế nền báo chí Nga (B.T).

Nhân tố thứ nhất - nó giúp hình thành cơ cấu tối ưu của hệ thống phương tiện thông tin đại chúng - là ở chỗ: trong một giai đoạn phát triển xác định của xã hội tất cả những lập trường xã hội có thể có đều phải được giới thiệu trên báo chí. Tất cả mọi tổ chức nhà nước và xã hội, mọi chính đảng, mọi hiệp hội, hội đoàn, các công dân riêng lẻ đều có quyền phát biểu và bảo vệ quan điểm của mình, những sự đánh giá về hiện tại và những quan niệm về các con đường đi đến tương lai (dĩ nhiên, trong khuôn khổ luật pháp). Chỉ trong những điều kiện như vậy xã hội mới có được khả năng lắng nghe “tất cả các bên” và trên cơ sở “những tranh luận giữa các bên” mới đưa ra được quyết định tốt nhất trong số những quyết định có thể có. Dĩ nhiên, cũng có thể không đạt được sự cố kết, nhưng ý nguyện hướng đến sự cố kết ấy phải được dùng làm cơ sở cho việc hình thành và hoạt động của hệ thống phương tiện thông tin đại chúng. Còn cơ cấu của hệ thống và hoạt động của các yếu tố trong hệ thống ấy phải làm sao cho mỗi ý kiến (thậm chí nếu đó là ý kiến của thiểu số hoặc đơn giản là của một nhóm nhỏ) phải được đưa đến đúng địa chỉ người nhận và phải được thảo luận. Nếu không sẽ có sự vi phạm đối với đòi hỏi dân chủ trong trật tự thông tin và sẽ xuất hiện nguy cơ đánh mất những cách tiếp cận và những ý tưởng thiết yếu đối với việc đưa ra một quyết định chính xác.

Nhân tố thứ hai - đó là tổng thể các ấn phẩm và các chương trình phải như thế nào để bức tranh được tạo ra về thực tại trở nên đầy đủ đến mức tối đa, súc tích, toàn diện và hoàn thiện. Do vậy, trong báo chí xuất hiện nhiều ấn phẩm và chương trình, còn ở bên trong chúng thì xuất hiện nhiều cột báo, trang báo, nhiều chương trình chuyên mục đề cập những lĩnh vực khác nhau của thực tại. Dải tần những chuyên mục ấy hết sức rộng (“Công nghiệp gỗ” và “Văn hóa”, “Vườn cây và vườn rau quả” và “Tập chí thời trang”, “Trong thế giới động vật” và “Bản tin âm nhạc”, “Vấn đề nông dân” và “Trong thế giới kinh doanh”...). Hơn thế nữa, những ấn phẩm và những chương trình ấy có thể nhằm phục vụ những khu vực rộng lớn (từng nước, từng châu lục, toàn thế giới - các tờ *Tuần báo kinh doanh* hoặc *Ridoczó Daigietxtó* xuất bản bằng một số thứ tiếng), cũng như nhằm phổ biến trong nội bộ những vùng nhỏ bé (trang môi trường dành để phục vụ một vùng nhỏ hoặc ấn phẩm thể thao dành cho một thành phố). Đồng thời có những ấn phẩm và những chương trình khác nhau thường lại hướng tới cùng một mảng đề tài - những ấn phẩm và những chương trình ấy cạnh tranh với nhau hoặc bổ sung cho nhau.

Nhân tố thứ ba là những nhu cầu và những đặc điểm của công chúng tương ứng với địa vị xã hội của họ, với những định hướng tư tưởng -

chính trị, những nhu cầu và những lợi ích của họ trong lĩnh vực thông tin, những yêu cầu và những lựa chọn ưu tiên của họ, với trình độ và tính chất của trình độ học vấn, với những dấu hiệu nhân chứng học khác (lứa tuổi, giới tính, nghề nghiệp...), trong đó ở những tình huống nhất định - đối với chính sách thông tin của các ấn phẩm và các chương trình thì những dấu hiệu về dân tộc, tôn giáo, khu vực... là rất quan trọng. Những đặc điểm đa dạng ấy và những nhu cầu tương ứng của công chúng làm xuất hiện một số lượng lớn những ấn phẩm và những chương trình được định hướng chặt chẽ, chuyên phục vụ một nhóm công chúng cụ thể. “Nữ nông dân”, “Nữ công dân”, “Cựu chiến binh” và “Diễn đàn công nhân” - chỉ riêng tên gọi của những ấn phẩm ấy cũng chỉ rõ định hướng phục vụ công chúng nào, cũng như tên gọi các mục trong các phương tiện thông tin đại chúng chung - “Góc của người sưu tầm”, “Lời khuyên dành cho các bà nội trợ”, “Chương trình Thiên chúa giáo”...

Điều có ý nghĩa quan trọng là việc tính toán quy mô *khu vực phổ biến thông tin*. Trong điều kiện ngày nay xuất hiện ngày càng nhiều ấn phẩm và chương trình có phạm vi phổ biến “toàn thế giới”, toàn cầu, cũng như những phương tiện thông tin đại chúng hoạt động trong phạm vi các châu lục (ví dụ: Đài truyền hình toàn châu Âu hoặc tờ báo *European*). Dĩ nhiên

các phương tiện thông tin đại chúng quy mô toàn quốc vẫn là rường cột của “không gian thông tin” ở mỗi nước, và vẫn giữ được ý nghĩa hoạt động của mình, đôi khi ý nghĩa ấy còn tăng lên. Ngày càng có xu hướng nâng tầm ý nghĩa hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng địa phương (ví dụ, đài truyền hình và đài phát thanh khu vực, các tờ báo của tỉnh, đài phát thanh của huyện).

Tính chất của các phương tiện thông tin đại chúng cũng phụ thuộc nhiều cả vào *tính chất định kỳ*. Căn cứ vào những chu kỳ tự nhiên của cuộc sống mà người ta cho ra những ấn phẩm và những chương trình hằng ngày của đài truyền hình và đài phát thanh hoặc những ấn phẩm xuất bản vài lần trong tuần (ví dụ, cách nhật). Chiếm vị trí đặc biệt là những tuần san hoặc các chương trình phát hàng tuần của truyền hình và phát thanh, với những nét đặc thù (chẳng hạn, ấn phẩm “kết quả”), cũng như các tạp chí và cột báo phát hành 2 tuần 1 lần, 3 lần một tháng... Cuối cùng, cần nêu lên những ấn phẩm và những chương trình ấn hành hằng tháng (các nguyệt san, các tạp chí truyền hình và các tạp chí phát thanh...).

Cũng tương xứng như vậy, cả *bộ mặt sáng tạo* của ấn phẩm và chương trình cũng hình thành một cách tương xứng. Trong lĩnh vực này, những đặc trưng loại hình gắn với những lựa chọn thể

loại (ví dụ, chương trình “Những luận cứ và sự kiện” thường chủ yếu sử dụng hình thức phỏng vấn, mạn đàm, giải đáp câu hỏi, còn những ấn phẩm và những chương trình thuộc thể loại khác thì lại sử dụng hình thức điểm thời sự, tóm tắt, thuật lại, tức là sử dụng những hình thức dựa trên cơ sở nén thông tin), với phong cách trình bày ưa thích (một số ấn phẩm và chương trình đã sử dụng rộng rãi các hình thức đối thoại, thảo luận, tranh luận để giới thiệu và so sánh những ý kiến và những quan điểm khác nhau, những ấn phẩm và chương trình khác lại nhấn mạnh vào việc trình bày độc thoại về những lập trường của mình theo một hướng nhất định), với một loại hình tác giả xác định, cùng với những đặc điểm trong cách sắp chữ, trình bày...

Do có những sự khác biệt lớn và do có những thay đổi thường xuyên trong hoàn cảnh khách quan và trong những định hướng xã hội, trong những ưu tiên thông tin và trong các lĩnh vực lợi ích của các tầng lớp công chúng khác nhau, cho nên các nhà báo thường xuyên đứng trước một nhiệm vụ khó khăn cả trên hai phương diện tổ chức và sáng tạo - đó là nhiệm vụ tạo ra và xây dựng lại tổng thể các ấn phẩm và chương trình như thế, những cột báo, những trang báo, những chương trình phát sóng hướng vào những nhóm công chúng khác nhau, sao cho bất kỳ thời điểm nào những ấn phẩm và những chương trình ấy

cũng tỏ ra là “cần thiết và đầy đủ” trước hết xét trên góc độ thỏa mãn các nhu cầu của công chúng, có thể tạo ra được một bức tranh rộng và đa dạng về thực tại và nêu lên một cách dễ hiểu đối với từng tầng lớp công chúng - thái độ của các lực lượng xã hội có lập trường khác nhau đối với các ấn phẩm và các chương trình.

Có thể coi là đã có được một *cơ cấu tối ưu của hệ thống* khi đã hình thành được một tổng thể ấn phẩm và chương trình phát sóng, trong đó mỗi đại diện của công chúng sẽ có thể lựa chọn được thông tin cần thiết làm thỏa mãn mọi lợi ích, ước nguyện, có được những lựa chọn ưu tiên từ phía bản thân mình trong lĩnh vực thông tin đại chúng và giúp đạt được khả năng thông tin tối đa. Nhà báo cần hiểu rằng chỉ có dựa vào lợi ích và nhu cầu đã được thỏa mãn của công chúng thì mới có thể thực hiện được những nhiệm vụ của mình tạo ra bức tranh thực của cuộc sống và thuyết phục mọi người thấy sự đúng đắn của những cách tiếp cận và đánh giá, những suy xét và những kiến nghị.

Như vậy, tất cả các nhân tố hình thành cơ cấu của hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng hoạt động như một thể thống nhất. Những nhân tố khác nhau ấy tác động thường xuyên và quyết định các quá trình thay đổi của hệ thống phương tiện thông tin đại chúng tùy theo tính chất, nội dung của từng nhân tố ấy.

Sự xuất hiện hoặc tách riêng ra một tầng lớp công chúng mới (ví dụ, các doanh nhân) đã dẫn đến sự hình thành cả một nhóm những phương tiện thông tin đại chúng “kinh doanh”; sự hợp nhất một số vùng ở Xibêri đã dẫn đến sự thành lập tờ *Báo Xibêri*; sự triển khai hoạt động của một tổ chức chính trị mới đã góp phần vào việc lập ra một ấn phẩm thể hiện quan điểm của tổ chức ấy. Vậy là, trên cơ sở “nơi giao cắt” của những nhân tố tạo ra các loại hình khác nhau (lĩnh vực đời sống - lập trường xã hội - những đặc điểm của công chúng - khu vực phổ biến - tính chất định kỳ - “đặc điểm” sáng tạo...) đã hình thành nên diện mạo loại hình của phương tiện thông tin đại chúng (của một tờ báo, một tạp chí, một chương trình phát sóng truyền hình hoặc phát thanh).

Đồng thời, xét về diện mạo loại hình, thì *những ấn phẩm và những chương trình toàn quốc* là rất đa dạng. Ở chúng có những yếu tố liên kết chúng lại - đó chỉ là khu vực phổ biến và phần nào là phạm vi đề tài. Còn về mặt lập trình, định hướng công chúng, diện mạo sáng tác thì rất khác nhau. Điều này dẫn đến hình thành những loại hình độc nhất vô nhị của các tác phẩm và các chương trình. Thí dụ, đó là *Tin tức thương mại* hoặc *Tin tức thời sự*, *Tin tức* hoặc tờ *Sự thật*.

Tuy nhiên, các ấn phẩm toàn quốc lại tạo ra

một số hệ thống phụ trong cơ cấu các phương tiện thông tin đại chúng.

Xét theo tính chất hướng vào các mảng đề tài, cần tách riêng ra những ấn phẩm và những kênh truyền hình và phát thanh *tổng hợp*, chúng bao quát (nếu tính đến đặc thù kỹ thuật của báo chí, đài phát thanh và đài truyền hình), trên thực tế, mọi lĩnh vực đời sống của xã hội (đôi khi những phương tiện thông tin đại chúng ấy được gọi là những phương tiện thông tin đại chúng chính trị - xã hội, cách gọi như vậy không đạt lắm, vì chúng đề cập không chỉ các vấn đề chính trị). Với việc hướng vào phạm vi đề tài rộng, những ấn phẩm và những chương trình ấy (ví dụ như báo *Tin tức*, tạp chí *Đóm lửa*, chương trình *Tin tức*) chỉ có thể đề cập những vấn đề thuộc hàng “thứ hai” và “thứ ba”, hơn nữa chỉ dưới hình thức triển khai tóm tắt. Vì vậy xuất hiện sự cần thiết phải có những phương tiện thông tin đại chúng trong đó cũng vẫn những mảng đề tài ấy có thể được trình bày đầy đủ và sâu sắc hơn.

Bên cạnh các ấn phẩm tổng hợp còn có những ấn phẩm và những chương trình *đa chức năng* bao quát một loạt hướng vấn đề - đề tài gắn với nhau bởi định hướng trọng tâm và tính chất thông tin. Chẳng hạn những ấn phẩm đề cập các đề tài nước ngoài gồm có các tuần san *Ở nước ngoài* và *Thời mới*, nhưng một tuần san trong đó xây dựng hoạt động của mình chủ yếu

dựa trên các bài vở đăng trên báo chí ngoại quốc, còn tuần san kia thì chủ yếu dựa trên các bài vở của các tác giả trong nước, những nhà phân tích lĩnh vực quan hệ quốc tế. Nếu những ấn phẩm ấy nhằm phục vụ công chúng đông đảo nhất thì tạp chí *Sinh hoạt quốc tế* về cơ bản lại hướng đến bạn đọc là các chuyên gia. Cũng có cả những tạp chí chuyên về những khu vực (châu Phi và châu Á, Mỹ và Canada...). Theo một cách nào đó, những chức năng đa dạng cũng có ở *Báo Văn học* và *Văn hóa*. Hai báo này tập trung thông tin chung quanh các vấn đề được hiểu rộng rãi về sinh hoạt văn học và sinh hoạt văn hóa, thu hút các tác giả chủ yếu thuộc hàng ngũ trí thức sáng tác.

Những ấn phẩm như *Báo Văn học* và *Văn hóa* tựa hồ như là những ấn phẩm trung gian giữa loại ấn phẩm đa năng và loại hình ấn phẩm *chuyên năng*, chuyên về một hướng đề tài nào đó. Chẳng hạn, như tờ *Tin nhanh thể thao*, *Bóng đá*, *Khúc côn cầu* và những ấn phẩm thể thao khác. Đồng thời, cũng dễ thấy được rằng với việc đưa tin đầy đủ về đề tài thể thao hoặc lựa chọn lấy một hoặc một số “bộ môn” thể thao hoặc (ví dụ, tạp chí *Thi đấu thể thao*), các phương tiện thông tin đại chúng ấy khai thác một cách rộng rãi đề tài thể thao, xem xét các khía cạnh xã hội, đạo đức, pháp lý, thẩm mỹ và nhiều khía cạnh khác của đời sống thể thao, đồng thời hướng đến chính

sách công chúng đông đảo, chứ không phải nhằm phục vụ các chuyên gia trong lĩnh vực nào đó (mặc dù những ấn phẩm ấy phải gây hứng thú đối với các chuyên gia).

“Bên cạnh” những phương tiện thông tin đại chúng có tầm toàn quốc thì bổ sung vào những phương tiện thông tin đại chúng ấy còn hình thành hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng *khụ vực* (của các nước cộng hòa, tỉnh, huyện).

Nếu nhiều tờ báo có con số phát hành rộng rãi (*Báo y tế, Tiếng còi, Lao động, Sự thật thanh niên cộng sản* và những ấn phẩm khác, thường là đa năng xét về những đặc điểm loại hình và không có những ấn phẩm nào tương tự, thì các tờ báo tỉnh lại có những nét tương đồng, ngay cả nếu chúng được phát hành không chỉ ở những vùng khác nhau, mà còn ở các nước khác nhau thuộc Cộng đồng các quốc gia độc lập và được xuất bản bằng những thứ tiếng khác nhau.

Tính chất đặc thù về loại hình của các tờ báo tỉnh xuất phát từ việc các tờ báo ấy thực hiện các nhiệm vụ của mình tùy thuộc vào đối tượng phục vụ, những thiết chế chính trị trong khu vực và trên cơ sở tư liệu của cuộc sống ở khu vực này. Thậm chí nếu trong tỉnh ấy có một số tờ báo được xuất bản thì bất kỳ tờ báo nào trong số ấy về cơ bản cũng hướng đến tất cả các tầng lớp dân cư tỉnh đó (thường thì chỉ có

thanh niên mới có tờ báo riêng của mình), tuy là đứng trên những lập trường chính trị - tư tưởng khác nhau.

Đó là lý do có những đặc điểm của các phương tiện thông tin đại chúng cấp tỉnh: tổng thể các đề mục “nằm gọn” trong toàn bộ không gian đề tài, đi đôi với việc hướng đến các nhóm công chúng khác nhau (về phương diện nghề nghiệp, lứa tuổi, dân tộc, trình độ học vấn, các nhóm ý thức và lập trường...). Đồng thời thường thấy nhiều hơn là ở những ấn phẩm và chương trình cấp tỉnh có thể có (và thậm chí đó là sự cần thiết) sự tham gia sáng lập của các lực lượng xã hội khác nhau. Những người đồng sáng lập và sáng lập phụ có thể lập ra các cột chuyên mục thậm chí các trang của mình trong một ấn phẩm, tổ chức và duy trì sự đối thoại có tính chất xây dựng với nhau, những cuộc thảo luận và tranh luận gay gắt. Việc thực hiện đầy đủ những thuộc tính ấy của các ấn phẩm tỉnh là đặc biệt quan trọng ở nơi nào chỉ xuất bản một tờ báo (còn trong điều kiện có những khó khăn tài chính và tổ chức thì tình hình ấy còn trở nên thường xuyên hơn).

Đặc điểm khác về loại hình của các phương tiện thông tin đại chúng tỉnh là ở chỗ: Khi mà tờ báo tỉnh nào đó (chỉ có một bộ phận công chúng tiếp cận các ấn phẩm phát hành trên toàn quốc) thì phần lớn bề mặt tờ báo ấy dành

cho việc cung cấp thông tin “trong nước và trên thế giới”. Nguồn thông tin ấy đến nhiều nhất từ các hãng tin và các phòng báo chí khác nhau thực hiện việc phát hành các bản tin báo chí. Hình thức ngày càng có ý nghĩa là những bài điểm thời sự và đúc kết các bài vở ở các phương tiện thông tin đại chúng trong nước và của những nước khác, những thông tin lấy từ mạng Internet, cũng như những bài vở chuyên biệt (được đặt cung cấp riêng cho tờ báo) và những bài vở đăng ký mua (phát hành theo sự đăng ký của một số tờ báo) và của các phương tiện thông tin đại chúng trong nước. Đồng thời, điều rất quan trọng là phải nhận thức được chủ đề tương ứng “ở trong nước và trên thế giới” theo hướng là ưu tiên dành cho những vấn đề của tỉnh sở tại gắn với những khu vực khác ở trong nước và trên thế giới. Vì bạn đọc có thể thu thập thông tin từ những tờ báo khác, trên các chương trình phát thanh và truyền hình.

Những đặc trưng về loại hình của đài phát thanh và truyền hình tỉnh cũng gắn gũi với những đặc điểm đặc trưng của các tờ báo tỉnh (ngoại trừ chủ đề “ở trong nước và trên thế giới”). Vẫn còn có sự cần thiết phải thông tin về những quan hệ liên khu vực và các quan hệ quốc tế của các tỉnh. Đồng thời các bài vở có ý nghĩa chung về đời sống trong nước và trên thế giới được phát thanh và trình chiếu trên truyền hình

thì đến với công chúng theo các kênh khác (xin xem riêng ở phần sau về sự phối hợp hoạt động giữa xuất bản, phát thanh và truyền hình tĩnh).

Nhưng đặc điểm về loại hình của báo chí huyện¹ cũng giống với những đặc điểm của các ấn phẩm tĩnh. Các tờ báo cấp huyện - đó là những ấn phẩm gần gũi nhất đối với dân chúng các làng xã và ở trung tâm huyện, vì các tờ báo ấy viết về những sự việc mà nhìn chung dân chúng biết rõ, hơn nữa, nhiều khi viết về những con người vẫn duy trì các quan hệ với nhau, đôi khi còn có những quan hệ thân thích.

Điều đặc biệt quan trọng là ngoài 15-20 phút của các chương trình phát thanh được phát sóng 2-3 lần mỗi tuần thì tờ báo huyện không có các "chiến hữu" cũng như các địch thủ cạnh tranh (đơn giản là không có nguồn tài chính để xuất bản các tờ báo khác, vì ngay cả ấn phẩm duy nhất thông thường cũng bị thua lỗ và cần đến những khoản tiền bù lỗ). Vì vậy, trong tương lai sẽ chuyển sang chế độ các tờ báo xuất bản mỗi tuần một lần bên cạnh việc phát sóng hàng ngày của đài phát thanh huyện đưa tin nhanh chóng. Đến khi ấy toàn bộ tổng thể các chủ đề, lợi ích của tất cả các tổ chức chính trị - xã hội và các tổ chức khác hoạt động trong một huyện có thể được giới thiệu.

¹ Tác giả phân tích theo thực tế báo chí Nga (B.T).

Ở Nga có nhiều ấn phẩm và chương trình phát sóng với những sự khác biệt hết sức khác nhau về loại hình. Đồng thời, nếu tính đến cả những ấn phẩm và những chương trình phát sóng hợp tác với các công ty báo chí và các tổ chức phát thanh - truyền hình ngoại quốc, những hãng truyền hình cáp, cũng như việc phát hành quảng bá các ấn phẩm và các chương trình phát sóng của ngoại quốc thì ngay từ bây giờ đã có thể nói đến xu hướng mạnh nha biểu hiện độ đậm đặc cao của các luồng thông tin. Tuy nhiên, “không gian thông tin” ở Nga chưa được chỉnh trang tốt vì một số nguyên nhân (chính trị, kinh tế, tổ chức). Đòi hỏi phải có những nỗ lực to lớn trong việc hoàn thiện hệ thống báo chí để việc thông tin cho công dân (đây là nỗi quan tâm chủ yếu của các nhà báo) được đảm bảo một cách đáng tin cậy.

Việc hoàn thiện hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng phần nhiều phụ thuộc vào nhận thức tính chất thực tế và cần thiết của sự phối hợp hoạt động giữa các phương tiện thông tin đại chúng.

NHỮNG SỰ TÁC ĐỘNG QUA LẠI GIỮA CÁC PHƯƠNG TIỆN THÔNG TIN ĐẠI CHÚNG

Tình hình “không gian thông tin” chứa nhiều ấn phẩm và chương trình phát sóng - những ấn phẩm này đã xác định được “khoảng trống”

thông tin của mình và cố gắng đứng chân vững chắc trong đó - đòi hỏi rằng các phương tiện thông tin đại chúng phải thiết lập với nhau các quan hệ nhất định. Hơn nữa, cũng không tùy thuộc vào việc các nhà báo có muốn điều đó hay không. Nếu biết rằng khi đến với thị trường thì những phương tiện thông tin đại chúng “đụng chạm” những phương tiện thông tin đại chúng khác, “trước mắt” công chúng - người tiêu dùng. Chính “những sự đụng chạm” ấy thể hiện những hình thức khác nhau của sự tác động qua lại giữa chúng.

Từ những bước hình thành đầu tiên và trong suốt thời gian tồn tại của mình, mỗi phương tiện thông tin đại chúng đều tham gia vào *sự tác động qua lại* vĩ mô giữa tất cả các phương tiện thông tin đại chúng hiện hữu. Trong trường hợp này, khi tìm kiếm “khoảng trống” của mình, mỗi phương tiện thông tin đại chúng tìm ra những thuộc tính phân biệt của mình, tựa hồ như “tách khỏi” các phương tiện thông tin đại chúng đang hiện diện trên thị trường. Chẳng hạn, tờ tuần báo *Ở nước ngoài* xác định phạm vi vấn đề - đề tài khác biệt của mình, công chúng của mình, hình thức của mình (từ tên gọi, kích thước và tính chất sắp xếp trang báo cho đến những cách trình bày đặc thù về tiêu đề và phương pháp chỉ dẫn xuất xứ các nguồn thông tin) cũng cần phải thấy trước cả những thuộc tính khác biệt về đề

tài quốc tế khi so sánh với các tuần báo khác (ví dụ, tờ *Thời mới* hoặc tờ *Tiếng vọng hành tinh*).

Tuy nhiên, sự tác động qua lại khác biệt và “tiêu cực” ấy không thể không đi song song với sự tác động qua lại “tích cực”, có tính chất liên kết. Vì tờ *Ở nước ngoài* tính đến tình hình là cả những phương tiện thông tin đại chúng khác, những tờ báo hằng ngày khác, các đài truyền hình và phát thanh khác cũng cung cấp thông tin nước ngoài. Do vậy, tạp chí tựa hồ như bổ sung và phát triển những đoạn trích dẫn ngắn rút từ các nguồn thông tin ngoại quốc cũng đã được các phương tiện thông tin đại chúng khác giới thiệu dưới những hình thức khác nhau (các đoạn trích dẫn, trình bày các đề cương riêng lẻ, viện dẫn những sự kiện và những ý kiến phát biểu đã được công bố...). Vì thế, ngoài những bài vở nguyên gốc thì tờ báo ấy còn thông tin “điều chưa biết về những gì đã biết”, những chi tiết và tình tiết, những suy luận và những luận cứ chi tiết, ấy là chưa nói đến những bản dịch đầy đủ hoặc những bài tường thuật chi tiết không được giới thiệu trong các ấn phẩm khác do những đặc điểm loại hình của những ấn phẩm ấy. Ngoài ra, trên cơ sở bài vở ngoại quốc, tờ báo *Ở nước ngoài* trình bày các dạng lặp lại những điều mà các ấn phẩm và các chương trình phát sóng khác vẫn soạn dựa trên tư liệu “trong nước”. Chính những hình

thức lặp lại đa dạng - cả về nội dung, về các nguồn thông tin, về cách trình bày, về các tác giả... xuất phát từ các luật lệ quy định về hoạt động thông tin đại chúng.

Vậy là trong quá trình tác động qua lại vĩ mô đã thể hiện mọi loại hình có thể có của các quan hệ giữa những phương tiện thông tin đại chúng khác nhau - các loại hình quan hệ “bằng hữu” cũng như “thù địch”.

Sự tác động qua lại mang tính chất “bằng hữu” thể hiện ra trước hết như là một sự giúp đỡ lẫn nhau, sự hợp tác (từ Latinh - cooperatio có nghĩa là “hợp tác”). Hình thức biểu hiện đơn giản - đó là sự tác động lẫn nhau giữa các ấn phẩm và các chương trình phát sóng ở cấp độ khác nhau (các ấn phẩm cấp toàn quốc, cấp khu vực, cấp huyện) nhưng cùng hướng đến cùng một lĩnh vực đề tài. Ví dụ, các vấn đề quan hệ kinh tế có thể được xem xét trên phạm vi thế giới cũng như ở cấp độ sự tác động qua lại giữa các hãng ở các nước khác nhau, hoặc như là đề tài hội nhập kinh tế quốc tế giữa các xí nghiệp trong một khu vực. Do vậy, ở trường hợp thứ nhất các ấn phẩm và các chương trình cấp toàn quốc sẽ phụ trách đề tài, còn trong trường hợp nói sau thì ở cấp một khu vực thôi, tuy rằng cũng không loại trừ (nhiều khi điều đó còn hữu ích) sự xuất hiện các bài vở ở “cấp độ vi mô” trong “các ấn phẩm vĩ mô” và “các phương trình

phát sóng vĩ mô”. Sự tồn tại của các phương tiện thông tin đại chúng có quy mô khác nhau đã đảm bảo cả việc triển khai chi tiết những mảng đề tài, cả sự lặp lại theo nhiều dạng (ở trường hợp này là về quy mô và tính chất của bài vở), cả sự bổ sung cho nhau của các bài vở công bố trong các ấn phẩm và các chương trình phát sóng khác nhau. Tất cả những điều đó chứng tỏ sự tác động qua lại thường xuyên giữa các phương tiện thông tin đại chúng như là một hiện tượng tồn tại khách quan (và sẽ rất hay, nếu các nhà báo ý thức được điều đó và sự tác động lẫn nhau mang tính chất có tổ chức, được thực hiện chu toàn và thường xuyên).

Sự hợp tác được thực hiện một cách có ý thức này cũng có thể mang tính chất đơn giản hoặc phức tạp.

Sự hợp tác đơn giản đòi hỏi liên kết những nỗ lực khi giải quyết một nhiệm vụ thống nhất trên cơ sở sử dụng các quy luật hiệu ứng. Đó là trong trường hợp chính sách thông tin có cơ sở thống nhất và được thực hiện bằng việc sử dụng những nét chung của các phương tiện thông tin đại chúng. Chẳng hạn, khi một tờ báo được phát hành trên toàn quốc mục “Bình luận quốc tế” hằng tuần, còn sau mấy ngày khán giả truyền hình có được cơ hội trông thấy “Bức tranh toàn cảnh quốc tế” cũng thông tin về những đề tài như thế, còn các nhà bình luận quốc tế thì

hướng đến các bạn nghe đài và họ ngồi quanh “bàn tròn” - đó chính là ví dụ về một sự hợp tác đơn giản. Đồng thời cũng xuất hiện một tình trạng thông tin thừa thãi ở mức độ lớn hoặc nhỏ. Tuy nhiên, trong hợp tác có thể làm cho mức thông tin thừa không vượt quá những quy định cho phép (thường nhiều nhất là những mức quy định cần thiết) đòi hỏi phải có để khai thác có hiệu quả những thông tin được chuyển tải. Dĩ nhiên, cần tránh sự lặp lại trực tiếp như vẫn thấy xảy ra trong trường hợp tin, bài “sáng ở tòa soạn báo, tối lại xuất hiện trên màn ảnh”.

Sự hợp tác đơn giản không tránh khỏi phát triển thành sự hợp tác phức tạp, vì trong sự hợp tác này các phương tiện thông tin đại chúng tác động với bản chất vật lý khác nhau của vật chuyển tải tín hiệu (báo chí, đài phát thanh, truyền hình với những khả năng đặc thù của nó) ở cấp độ khác nhau (từ “Đài phát thanh toàn thế giới” cho đến một tờ báo cấp huyện), thuộc loại hình khác nhau (chỉ ít cũng về phương diện tập hợp các hướng đề tài - vấn đề). Sự hợp tác phức tạp đặt trên cơ sở phân công, sử dụng lao động, đồng thời có tính toàn diện đến tính chất đặc thù của các ấn phẩm và các chương trình phát sóng khác nhau. Nhờ vậy, mỗi phương tiện thông tin đại chúng đảm nhận trước hết phần nhiệm vụ mà có thể thực hiện có hiệu quả nhất.

Sự hợp tác là đặc trưng chẳng những đối với các ấn phẩm thuộc cùng một “phe” trong hoạt động báo chí. Trên các đề tài ít nhiều trung lập về phương diện chính trị thì sự hợp tác ấy có thể tồn tại đối với những ấn phẩm thuộc những định hướng khác nhau. Ví dụ, kết hợp sử dụng giữa ưu thế về tốc độ nhanh của Đài phát thanh, khả năng cung cấp hình ảnh của Đài truyền hình và mặt mạnh của báo chí là có thể tập trung sự chú ý của độc giả vào một vấn đề bình luận nghiêm túc mặc dù không có được tốc độ nhanh và tính trực quan trong thu nhận thông tin, khi thực hiện đề tài thể thao người ta có thể phân công như sau: những thông tin ngắn cần tốc độ nhanh nhưng mang tính chất cục bộ thì phát trên sóng phát thanh (không loại trừ những yếu tố phóng sự và bình luận), phóng sự “hình ảnh” thì phát trên truyền hình (không được quên sự bình luận tối thiểu về “bức tranh hình ảnh” và chuyển tải những thông tin bổ sung nếu xuất hiện một khoảng trống tạo hình), còn phần bình luận tổng hợp và phân tích tỉ mỉ thì giao cho báo và tạp chí (có dựa vào các sự kiện thời sự và những quan sát có tính chất phóng sự).

Khả năng hợp tác phức tạp gợi ý cho chúng ta thấy rằng tốt hơn nên dành cho đài truyền hình khâu trực tiếp truyền từ nhà hát, và dành cho đài phát thanh khâu truyền thanh từ các phòng hòa

nhạc, còn trên báo chí thì công bố những chuyện kể và tiểu thuyết. Đồng thời cũng không được quên sự cần thiết về một độ dư thừa nào đấy, sự lặp lại phần nào những thông tin đã phát. Trên sóng phát thanh có thể nghe trong vài buổi tối liền vở “Ephghêni Ônhêghin” qua diễn xuất của một nghệ nhân kịch nói hoặc trên kênh truyền hình có thể vài lần chiêm ngưỡng một vị nhạc trưởng tầm cỡ thế giới trong buổi thực hiện bản giao hưởng của Betthôven. Dĩ nhiên, trong trường hợp này hiển nhiên điểm nhấn chuyển từ chính các tác phẩm sang người diễn xuất và tính chất của sự diễn giải của họ đối với các tác phẩm.

Như vậy, sự hợp tác phức tạp cho phép người ta thực hiện hữu hiệu các nhiệm vụ báo chí trên cơ sở sự thống nhất của thông tin độc nhất vô nhị ở từng phương tiện thông tin đại chúng, sự hiện diện của nó ở bên cạnh thông tin lặp lại (từng phần hoặc toàn phần) có chức năng bổ sung và phát triển liên quan đến những bài vở được công bố trong các ấn phẩm và chương trình phát sóng khác.

Để thực hiện có kết quả những mối quan hệ hợp tác và sử dụng đầy đủ những khả năng hợp tác thì cần phải tổ chức phối hợp (tiếng Latinh - *coordinatio* có nghĩa là “đưa vào trật tự, nền nếp” - một sự phân bố có ý thức, có định hướng mục tiêu, có tổ chức và thống nhất các nỗ lực của các ấn phẩm và chương trình tham gia quá

trình tác động lẫn nhau dưới dạng hợp tác. Sự đảm bảo phối hợp về phương diện tổ chức có thể có những hình thức khác nhau - từ sự giao tiếp có tính chất ngẫu nhiên cho đến việc tạo ra các trung tâm phối hợp gồm những đại diện của các nhà sáng lập và các tập thể báo chí. Kết quả của hoạt động có tổ chức là việc đề ra chính sách thông tin. Chính sách này có thể chuyển dịch từ chỗ đưa ra những khuyến cáo chung đến các kế hoạch được vạch ra tỉ mỉ nhằm tiến hành hoạt động thông tin theo các hướng khác nhau, trong đó có các kế hoạch tiến hành các chiến dịch vận động (trong tiến trình bầu cử, nhân các sự kiện chính trị lớn, liên quan đến việc thực hiện những hoạt động báo chí trường kỳ...).

Hình thức hợp tác đơn giản nhất trong hoạt động báo chí là tổ chức việc xuất bản một tờ báo, một tạp chí, một chương trình phát thanh và truyền hình. Nên biết rằng ngay ở cấp độ hoạt động của một tòa soạn đã đòi hỏi phải đề ra chính sách thông tin - cho một thời gian nhất định - trên những hướng đề tài - vấn đề đang được thực hiện ở một cơ quan báo chí nào đó. Đồng thời, còn xác định cả chính sách thông tin về một phạm vi rộng những vấn đề báo chí: về đường lối chính trị của ấn phẩm (chương trình phát sóng), về các hướng đề tài - vấn đề chủ yếu, về tính chất thực hiện các hướng ấy, về hệ thống các chuyên mục, thái độ đối với bài vở của

những phương tiện thông tin đại chúng khác, đối với các tác giả được thu hút tham gia, đối với cơ cấu thể loại, đối với việc phân bố bài vở trên các trang của ấn phẩm (trong cơ cấu chương trình phát sóng)...

Đĩ nhiên, để đề ra, hiệu chỉnh và thường xuyên thực hiện một chính sách thông tin nào đó thì cần có những cơ quan lãnh đạo (trong một số tờ báo thì đó là người tổng biên tập, ban biên tập và ban thư ký hoạt động theo những quy định trong điều lệ của ban biên tập, với những sự tiếp xúc khác nhau với nhà sáng lập).

Nhưng nếu tính đến sự thể là trong phạm vi ngay cả một ban biên tập thì chính sách thông tin cũng không thể được thực hiện dưới các hình thức cứng nhắc, vì cuộc sống có sự can dự, áp đặt các luật lệ của mình, do đặc điểm cá nhân của các nhà báo (các quan điểm của họ)... đều để lại dấu ấn trong hoạt động của phương tiện thông tin đại chúng. Do vậy, cần ghi nhận rằng trên những phạm vi lớn hơn, vấn đề sẽ còn phức tạp hơn đối với sự phối hợp hoạt động của một số ấn phẩm và chương trình phát sóng vì ngoài những khó khăn nảy sinh trong phạm vi một ban biên tập còn có một số điểm phức tạp khác trong khâu phối hợp hành động của những tập thể mang tính đặc thù và trình độ khác nhau.

Trong phối hợp hoạt động giữa các phương tiện thông tin đại chúng, người ta tổ chức hợp

tác theo chiều ngang - giữa các ấn phẩm và các chương trình có “cùng một quy mô”, được phát hành trên toàn quốc hoặc trong một khu vực, một tỉnh, một huyện, cũng như theo chiều thẳng đứng - giữa các ấn phẩm và chương trình ở cấp độ khác nhau (chẳng hạn, giữa các ấn phẩm phục vụ công chúng cả nước, và những ấn phẩm xuất bản trong phạm vi các khu vực, kể cả các báo ở các huyện).

Tuy nhiên, khi khắc phục những phức tạp trong phối hợp, các nhà báo nào cũng có những định hướng khác nhau sẽ có được khả năng ít tiêu phí sức lực hơn để đạt được những kết quả to lớn, bởi vì trong trường hợp này có sự tác động của cái gọi là những thuộc tính “tuần tự” của hệ thống, có sự gia tăng tác động của phương tiện thông tin đại chúng vào công chúng, do “sự hình thành các lực lượng” đã đem lại những kết quả khác về chất, nhưng kết quả lớn hơn là một phép cộng đơn giản những kết quả hoạt động của các ấn phẩm và các chương trình phát sóng riêng lẻ. Ví dụ, không phải ngẫu nhiên mà đối với các cơ quan báo chí mang tính chất chính thức - những đối tượng sáng lập ra chúng là các cơ cấu quyền lực - người ta đề nghị chương trình quốc gia về chính sách thông tin của các phương tiện thông tin đại chúng, còn để thực hiện chính sách ấy người ta tổ chức ra hội đồng đảm bảo thông tin

về chính sách do chính quyền thực hiện.

Sự tác động qua lại “mang tính chất thù địch” - đó là những quan hệ giữa các ấn phẩm và các chương trình phát sóng tìm cách loại đối tượng cạnh tranh với mình ra khỏi thị trường thông tin (thậm chí đó là đối tượng cùng chí hướng, nhưng do không gian “thật chật chội” của sự cùng tồn tại trong cùng một “khoảng trống thông tin”), cũng như để khắc phục ảnh hưởng của đối thủ chính trị - tư tưởng (và do đó, loại ra khỏi thị trường).

Trong điều kiện nước Nga hiện nay đã và đang tồn tại nhiều ấn phẩm và chương trình phát sóng có những định hướng khác nhau, phục vụ một loại công chúng. Giữa những phương tiện thông tin đại chúng này diễn ra một cuộc đấu tranh rất căng thẳng. Cho nên sự tác động qua lại giữa các phương tiện thông tin đại chúng có những lập trường khác nhau (còn phạm vi những lập trường ấy thì rất rộng - từ “những đối tượng hữu khuynh cấp tiến” cho đến những đối tượng “cực tả”) không tránh khỏi mang tính chất ganh đua chính trị nhằm giành ảnh hưởng đối với đông đảo công chúng. Tuy nhiên, sự ganh đua ấy mang tính chất và hình thức khác nhau.

Giữa các ấn phẩm và các chương trình phát sóng được tạo nên bởi các lực lượng có những lập trường không khoan nhượng (đối kháng), hoặc ủng hộ các lực lượng ấy người ta thấy diễn

ra cuộc đấu tranh giành ảnh hưởng tuyệt đối đối với toàn bộ hoặc một bộ phận công luận (bộ phận mang tính giai cấp, dân tộc, tôn giáo...) được ưa thích mà lợi ích của bộ phận công luận được ẩn phấp ẩn đại diện và tập đoàn chính trị nào đó kỳ vọng vào thắng lợi của bộ phận công luận ấy. Tất nhiên, về những vấn đề không gắn với những vấn đề chính trị chủ yếu hoặc chỉ gắn với những vấn đề ấy một cách gián tiếp thì có thể không diễn ra một cuộc đấu tranh như thế (hơn thế nữa, những lập trường, những ý kiến đánh giá và những kiến nghị về các vấn đề ấy có thể gần giống nhau hoặc thậm chí trùng khớp). Tuy là đôi khi những vấn đề không liên quan đến chính trị lại bị “chính trị hóa” trong bầu không khí đấu tranh căng thẳng, bị ép buộc lôi kéo vào lĩnh vực các trận chiến chính trị, vì nếu muốn thì người ta có thể luôn tìm ra được mối liên hệ với chính trị (chẳng hạn vấn đề thể thao, những thành tựu kỹ thuật, các vấn đề sinh thái...) còn trong cuộc sống thực tế thì mọi cái đều liên quan đến nhau theo cách này hay cách khác. Trên những vấn đề chính trị cơ bản giữa các phương tiện thông tin đại chúng thuộc những lực lượng không thể dung hòa với nhau thì diễn ra cuộc đấu tranh “sinh tử”. Về điều này lịch sử báo chí đã biết đến vô số ví dụ. Tuy nhiên, từ nửa sau của thế kỷ XX, khi mà trong đời sống của xã hội loài người “ngày càng gia

tăng” các quá trình hình thành một loại hình văn minh khác trước, khi mà cuộc đấu tranh “sinh tử” đe dọa gây ra thảm họa toàn cầu thì lôgic khách quan của phát triển xã hội đòi hỏi những loại hình khác trong sự tác động lẫn nhau giữa các lực lượng chính trị và giữa các phương tiện thông tin đại chúng gắn với các lực lượng chính trị ấy.

Do vậy, xuất hiện một loại hình tác động qua lại có thể được gọi là *sự tác động qua lại đối thoại* mà thực chất là thực hiện ý tưởng “đối tác xã hội” giữa các lực lượng chính trị (khác nhau trên vấn đề quan điểm về tương lai và vấn đề những con đường đi đến tương lai ấy) nhằm đạt đến những giải pháp đồng thuận vì lợi ích nếu không phải của tất cả - là điều hết sức khó đạt được - thì chí ít cũng vì lợi ích của những tầng lớp chủ yếu trong xã hội.

Trên con đường ấy có một số loại hình giải pháp có thể thực hiện. Thứ nhất, cơ sở của những loại hình giải pháp ấy là xác định rõ lập trường của tất cả mọi lực lượng và việc họ đưa ra những luận cứ chứng minh được đến mức tối đa để bảo vệ lập trường của mình.

Thứ hai, các đối tác trong đối thoại có thể và cần phải đi theo hướng xích lại gần nhau thông qua việc so sánh các quan điểm, kiểm tra các ý kiến “của mình” và “của người khác” về mức độ xác đáng. Có thể thực hiện được điều này nếu

như mỗi bên tham gia đối thoại trên phương tiện thông tin đại chúng thực sự mong muốn tìm ra một giải pháp tối ưu, chứ không phải bảo vệ lập trường lúc ban đầu “bằng bất cứ giá nào”. Do vậy, điều có giá trị là biết lắng nghe và hiểu rõ đối tác, xác định những mặt mạnh và những mặt yếu của đối tác, thay đổi những chính kiến của mình, có tính đến những mặt mạnh trong lập trường của “đối phương” và khả năng thuyết phục anh ta thay đổi quan điểm của mình... Luận chiến, tranh luận, thảo luận với nội dung có tính chất xây dựng - đó là bản chất của đối thoại. Đối thoại không đơn giản là “trao đổi những ý kiến khác nhau”, mà là thông qua trao đổi ý kiến để đi đến sự xích gần nhau về lập trường.

Thứ ba, cần phải luôn luôn hướng tới sự hoà hợp, đó chính là một giải pháp tối ưu, tốt nhất trong những điều kiện hiện hữu. Đó có thể còn là một sự gắn kết - sự hình thành quan điểm thống nhất, hơn thế nữa, còn là một sự nhất trí (tiếng Latinh consensus nguyên văn có nghĩa là “sự đồng cảm”). Nhưng cũng có thể có sự đồng thuận về những yếu tố chủ yếu trong khi có sự khác nhau về các tiểu tiết, thậm chí là những tiểu tiết quan trọng. Nếu xuất hiện những quan điểm và những giải pháp gần giống nhau thì có thể có thỏa hiệp - sự đồng thuận thông qua những sự nhượng bộ lẫn nhau. Nhưng mọi sự

thỏa hiệp đều có những giới hạn, và nhà báo không được từ bỏ những lợi ích quan trọng thiết yếu của những nhóm mà nhà báo ấy đại diện. Vì vậy, cần phải tiếp tục đối thoại để tìm ra giải pháp thỏa đáng đối với mọi người.

Sự tác động qua lại mang tính chất đối thoại đòi hỏi phải có thái độ dung chấp, phải hướng đến việc đạt được kết quả tích cực cho mọi bên tham gia (thậm chí cả của “những địch thủ” chính trị). Điều này đòi hỏi phải khắc phục một loạt khó khăn tâm lý (“sự phân biệt đối xử giữa các nhóm”, “thái độ ưu ái trong các nhóm”, nỗi sợ hãi “bị mất mặt”, “từ bỏ lập trường...”). Nhiều khi việc tiến hành đối thoại “công khai” gặp phải trở ngại là thái độ của một trong các bên muốn giành “thắng lợi” bằng những thủ đoạn bịp bợm, bằng những luận cứ giả, che giấu sự thật, phân tích một cách có chủ ý tình hình... Điều đó nói lên tính chất “khép kín” của lập trường. Cũng có rất nhiều khó khăn về nhận thức ngay cả trong điều kiện có đối thoại công khai - hiểu biết không đầy đủ, tính chất phức tạp của vấn đề, tính chất rối rắm trong các quan hệ, nắm chưa thấu đáo những luận cứ đưa ra... Điều quan trọng để đạt được kết quả trong đối thoại là cảm ứng hai chiều (thôi thúc tìm kiếm giải pháp, thậm chí thông qua “những sự gợi ý” cho phía phản biện đi những bước “có lợi” cho anh ta trong tranh luận, nhằm thể hiện thái độ

cởi mở của mình, cũng như làm cho không gian đối thoại trở nên súc tích hơn và chính xác hơn), các bên chuyển từ tranh luận (trao đổi những ý kiến phản bác, phân tích lập trường của phía bên kia) sang nhất trí - phân tích nội tại điều đã đạt được trong đối thoại để chuyển sang giai đoạn tiếp theo, có thể gọi là sắp xếp lại các lực lượng. Luôn luôn phải sẵn sàng đối phó với thái độ của đối tác không chịu tiếp tục đối thoại. Điều đó dẫn đến tình trạng đóng băng, đôi khi dẫn đến chỗ làm cho các quan hệ xung đột trở nên gay gắt. Trong tình thế như vậy đòi hỏi phải có thái độ kiên trì và kiên quyết hướng đến giải quyết những vấn đề chưa được giải quyết, đồng thời có sự thôi thúc tiếp tục đối thoại, chứ không phải hướng tới hành động trao đổi “những đòn quật đả nhau”.

Để nắm được nghệ thuật phức tạp của đối thoại xã hội (giống như việc tiến hành đàm phán trong ngoại giao) cần phải học tập chuyên về nghệ thuật này và phải tích lũy kinh nghiệm lâu dài.

Điều đó sẽ mang lại những kết quả tràn đầy trong hoạt động báo chí ở thế kỷ XXI.

Sự tác động lẫn nhau ở tầm vĩ mô - đó là sự tác động lẫn nhau “của mọi người với mọi người” - phương pháp đồng nhất, nhưng không phải là duy nhất, để thiết lập quan hệ trong hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng. Bên cạnh nó còn có hình thức quan hệ không kém

phần quan trọng, mà còn quan trọng hơn ở phương diện nào đó - đó là sự tác động lẫn nhau ở tầm vi mô.

Sự tác động lẫn nhau ở tầm vi mô - đó là hệ thống quan hệ giữa những ấn phẩm và những chương trình phát sóng mà trên thực tế một bộ phận công chúng nào đó hướng tới.

Vì quy luật cơ bản của sự hình thành hệ thống báo chí là sự cần thiết phải xây dựng một tổng thể các ấn phẩm và chương trình phát sóng, làm sao để sau khi lựa chọn một số trong tổng thể ấy thì mỗi tầng lớp công chúng có thể thu thập được tất cả những thông tin cần thiết - vì vậy cho nên dĩ nhiên là các lực lượng chính trị - xã hội và những nhà sáng lập riêng lẻ mong muốn phổ biến trong những tầng lớp xã hội nào đó những thông tin phản ánh quan điểm của họ, xây dựng những ấn phẩm và những chương trình phát sóng được định hướng một cách thích đáng. Đồng thời cũng xuất hiện những phương tiện thông tin đại chúng hướng đến công chúng rộng rãi nhất - công chúng đó đại diện cho tất cả các tầng lớp xã hội (ví dụ, tuần báo có số lượng ấn hành lớn *Luận cứ và sự kiện*) - cũng như hướng đến số công chúng hạn chế hoặc một số nhóm xã hội được hình thành theo những đặc điểm về giai cấp, nghề nghiệp, giới tính, lứa tuổi, dân tộc, trình độ học vấn, khu vực sinh sống và theo những đặc điểm khác. Sự

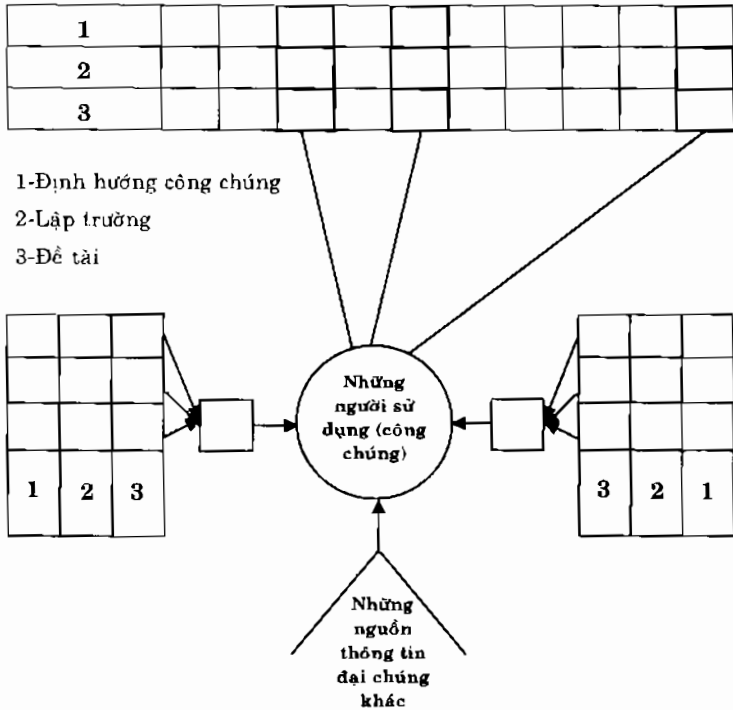
khác biệt về đặc điểm đối tượng công chúng đưa đến kết quả là đã xuất hiện, chẳng hạn, những ấn phẩm hướng đến những nhóm nhỏ khác nhau thuộc cùng một nhóm lớn (*Nữ công nhân* và *Nữ nông dân*). Đồng thời một tầng lớp công chúng lại là đối tượng hướng tới của nhiều ấn phẩm và chương trình phát sóng khác nhau về những định hướng chính trị (ví dụ, các báo *Sự thật* và *Tin tức*, những ấn phẩm thuộc các xu hướng khác nhau, nhưng nhằm phục vụ tầng lớp công chúng rộng rãi nhất).

Dĩ nhiên, do những nguyên nhân kinh tế, các nguyên nhân thuần túy thể chất, toàn bộ tổng thể công chúng trong nước không thể thu thập được thông tin từ tất cả các nguồn thông tin đại chúng, là những nguồn tin chuyên phục vụ mỗi tầng lớp hoặc cùng một lúc phục vụ mọi tầng lớp công chúng. Do vậy, có hiện tượng là mỗi một người, hoặc thường gặp nhiều nhất là mỗi gia đình lựa chọn tổng thể các phương tiện thông tin đại chúng nào tạo thành một “bộ sưu tập” ổn định các nguồn thông tin. “Bộ sưu tập” ổn định ấy được bổ sung bằng những ấn phẩm khác là đối tượng mà người ta hướng tới không thường xuyên (mặc dù “lần thử” có thể trở thành sở trường ổn định và có thể bổ sung cho “bộ sưu tập” ổn định).

Kết quả là trong một số lớn các ấn phẩm và chương trình phát sóng, trong “bộ sưu tập” các

phương tiện thông tin đại chúng ưa thích của cá nhân hoặc của gia đình chỉ có một số lượng ổn định không nhiều (tối thiểu là 2-3, tối đa là 6-8) các nguồn thông tin đại chúng. Việc lựa chọn để xếp vào nhóm những phương tiện thông tin đại chúng được cá nhân hoặc gia đình ưa thích diễn ra trên cơ sở các lợi ích, ước nguyện, lập trường, những nhu cầu, nghĩa là trên cơ sở mong muốn có được những thông tin thuộc phạm vi đề tài tương ứng và trên cơ sở tính chất của thái độ tiếp cận những thông tin ấy (dĩ nhiên, có tính đến mức độ tiếp cận, tính chất cuốn hút, cũng như sự có mặt của những thông tin hữu dụng...). Những nguồn phương tiện thông tin đại chúng được xếp vào “bộ sưu tập” ưa thích được lựa chọn trên cơ sở giả định và tiếp nữa là do kinh nghiệm - trên cơ sở tin rằng toàn bộ những thông tin mà “người sử dụng” quan tâm (xét về những khả năng vật chất của người nhận thông tin và xét cả về sự tồn tại khách quan của những ấn phẩm và những chương trình phát sóng) sẽ thu thập được.

Sự tác động lẫn nhau ở tâm vi mô chính là đã xuất hiện giữa những phương tiện thông tin đại chúng được một cử tọa nào đó lựa chọn (đó có thể là một cá nhân nào đó, một gia đình, một nhóm nhỏ, cả một tầng lớp; tuy nhiên, người ta thường xem đó là gia đình). Dưới hình thức sơ đồ có thể mô tả điều đó như sau:



Trong phạm vi “những bộ sưu tập” nguồn thông tin thì sự tác động lẫn nhau được hình thành tựa hồ như một cách tự nhiên - chính sự lựa chọn đã xác định tác động lẫn nhau ấy. Tuy nhiên sự tác động lẫn nhau ấy tỏ ra sâu sắc hơn, nghĩa là nó sẽ giúp hình thành được một cách tốt hơn khối công chúng, nếu như các nhà báo sẽ can thiệp vào việc thiết lập các quan hệ hai chiều giữa các ấn phẩm và các chương trình được lựa chọn.

Để làm được như vậy, trước hết các nhà báo của từng phương tiện thông tin đại chúng phải biết rõ công chúng mà phương tiện thông tin đại chúng nào đó đã lựa chọn, và (điều này cũng không kém phần quan trọng), phải biết xem công chúng hướng đến những nguồn thông tin nào khác. Điều quan trọng nữa là phải làm rõ “những bộ sưu tập” tiêu biểu nhất, trong đó có phương tiện thông tin đại chúng được nói đến. Bên cạnh những chương trình đã lựa chọn của đài phát thanh và truyền hình thì có thể là những tờ báo (*Tin tức + Tin tức Mátxcova, Báo Độc lập + Luận cứ và sự kiện, Thanh niên cộng sản Mátxcova + Liza...*).

Ban biên tập của mỗi phương tiện thông tin đại chúng cần quan tâm đến sự cần thiết của việc lập mối tương tác giữa các ấn phẩm và chương trình cụ thể, được xếp vào “những bộ sưu tập” nguồn thông tin đại chúng của cá nhân hoặc gia đình. Về mặt nguyên tắc, sự tương tác giữa những ấn phẩm ấy cũng đồng tính chất với sự tương tác giữa tất cả mọi phương tiện thông tin đại chúng liên quan đến toàn bộ công chúng. Tuy nhiên trong trường hợp này sự tương tác ấy được cụ thể hóa. Giờ đây không phải là tổng thể các ấn phẩm và chương trình phải “đóng kín” tất cả các phương hướng đề tài - vấn đề, giới thiệu tất cả các quan điểm, lập trường trong tiếp cận, đánh giá các hiện tượng của cuộc sống, mà chỉ là

những ấn phẩm được xếp vào các “bộ sưu tập” cụ thể nguồn thông tin. Đối với xã hội công dân, trong đó lợi ích của cá nhân, những nhu cầu của cá nhân có ý nghĩa hàng đầu, nhất thiết phải tính đến loại hình sự tương tác ấy và xem đó là điều kiện của tính dân chủ và tính hiệu quả của hoạt động trong lĩnh vực thông tin đại chúng.

Nếu các nhà báo biết rõ “những bộ sưu tập” nguồn thông tin đại chúng ấy, thì họ, một mặt, sẽ thấy rõ rằng ấn phẩm (chương trình phát sóng) của mình đã giành được ưu thế đến mức nào trong cuộc cạnh tranh với những ấn phẩm khác thuộc cùng loại hình (nhờ thực hiện một cách tốt nhất, thích ứng nhất với tình huống - những phương hướng đề tài - vấn đề hoặc nhờ chương trình phát sóng của mình và bằng các phương thức thực hiện đưa chương trình ấy đến với công chúng), mặt khác, thấy rằng ấn phẩm (chương trình) của mình đã có mặt trong tình huống khách quan với tương tác với các nguồn thông tin khác, được xếp vào “những bộ sưu tập”.

Trong tình hình ấy sẽ phải lựa chọn và thực hiện chiến lược hành động của các nhà báo, là những người sẽ quyết định và cụ thể hóa chính sách thông tin. Rõ ràng là trước hết, phương tiện thông tin đại chúng đứng trước nhiệm vụ phải củng cố địa vị của mình ở trong từng “bộ sưu tập” ấy (mặc dù cũng có thể có tình hình là một ấn phẩm nào đó không cần biết liệu nó có

đứng vững trong một “bộ sưu tập” nào đó hay không). Điều đó đòi hỏi phải mở rộng và tăng cường quan hệ với công chúng, thỏa mãn các nhu cầu, lợi ích, đòi hỏi, động cơ hướng đến chính nguồn thông tin nào đó. Nhưng sự củng cố trận địa của mình trong công chúng đòi hỏi phải đề ra tiếp những hình thức quan hệ ổn định với những phương tiện thông tin đại chúng khác được xếp vào các “bộ sưu tập”.

Quan hệ, ngay cả với một ấn phẩm (một chương trình) nào đó, có thể mang những tính chất khác nhau.

Trước hết nảy sinh các quan hệ *tương tác*, tức là một số ấn phẩm có ý nghĩa bổ sung các bài vở của những ấn phẩm khác, thông tin “điều chưa biết về điều đã biết”, đồng thời sử dụng rộng rãi những khả năng đặc thù của mình (các ảnh màu trên các tạp chí, tài liệu ghi hình trên truyền hình, những phương tiện khác nhau phục vụ việc phân tích đào sâu và mở rộng, phát triển đề tài theo các phương án...). Nhưng cũng không loại trừ cả hình thức *tranh cãi* và những hình thức đấu tranh khác.

Chính sách thông tin của phương tiện thông tin đại chúng đối với công chúng thuộc “bộ sưu tập” nguồn thông tin đại chúng nhất định không thể không đếm xỉa đến sự tồn tại của những phương tiện thông tin đại chúng không được xếp vào “những bộ sưu tập” ấy. Nên biết rằng đối với

công chúng của một ấn phẩm (hoặc một chương trình phát sóng) nào đó thì họ cũng có thể quan tâm đến cả những bài vở của những phương tiện thông tin đại chúng không được xếp vào “các bộ sưu tập” tương ứng. Như vậy là điều quan trọng là phải bằng cách này hay cách khác thỏa mãn nhu cầu của công chúng, đưa ra những bài điểm thông tin, tóm tắt, trình bày khái quát các tư liệu đó.

Ngoài ra, có những ấn phẩm và chương trình phát sóng hay chứa đựng *những bài vở có tính chất tranh luận, thảo luận, những ý kiến phê phán...* thể hiện các cách tiếp cận khác, đưa ra những quan điểm mới, đề xuất những kết luận, những khuyến cáo khác với những gì do ấn phẩm hoặc chương trình được nói đến đưa ra. Dĩ nhiên có thể không đếm xỉa đến tất cả những tài liệu đó. Tuy nhiên, hành vi đó vừa không hợp lý, vừa không dân chủ. Công chúng “của mình” có thể dễ dàng nhận ra quan điểm “xa lạ” (đôi khi dưới một hình thức cắt xén và xuyên tạc), nhưng do không có được ý kiến đáp lại quan điểm ấy trong nguồn thông tin “của mình”, cho nên công chúng sẽ nghi ngờ các nhà báo không tôn trọng ý kiến của người khác, không hiểu biết hoặc sợ ý kiến ấy, không có lập trường đối chọi lại một cách nghiêm túc, không muốn tính đến quan điểm ấy, tất cả những điều đó gây ra một tác hại hiển nhiên cho uy tín và làm xói

mòn niềm tin đối với ấn phẩm hoặc chương trình phát sóng. Ngoài ra, trong nền báo chí Nga hiện nay, tùy khả năng về mặt pháp lý có thể hành động im đi không nói đến những lập trường không hợp ý mình là có thể chấp nhận, nhưng lại không thể hiện mình được về mặt đạo đức. Nghĩa vụ nghề nghiệp của nhà báo đòi hỏi phải giới thiệu với công chúng “của mình” biết rõ toàn bộ các quan điểm và các tư tưởng.

Vì vậy, không chỉ là điều bổ ích, mà còn *cần phải có ý kiến về bài vở của những ấn phẩm và những chương trình phát sóng khác*, phải “bắt mạch” toàn bộ hoạt động báo chí, thực hiện đường lối của mình nhưng có xét đến tất cả dòng thác thông tin đại chúng. Đôi khi cũng có tình hình là số lượng những bài vở đáp lại những bài vở của báo chí ngoại quốc (những đoạn trích dẫn, những ý kiến nhắc lại, những ý kiến phê phán và tranh luận...) lại nhiều hơn gấp nhiều lần là những ý kiến đáp lại các phương tiện thông tin đại chúng nước mình. Dĩ nhiên, không được quên điều đó. Báo chí là một bộ phận của thực tại ngày nay, và sự phản ánh mảng đó của cuộc sống trên bất kỳ phương tiện thông tin đại chúng nào là thể hiện sự quan tâm đến việc tạo ra một bầu không khí thông tin thuận lợi, phát triển “không gian thông tin” nhằm đạt đến trình độ được thông tin tối đa của tất cả các tầng lớp công chúng nhằm đảm bảo thông tin dân chủ.

Sự phát triển cơ cấu của hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng với tư cách là những ấn phẩm và những chương trình phát sóng thuộc các loại hình khác nhau và thuộc tất cả ba loại hình báo chí (loại hình thứ nhất - các phương tiện thông tin đại chúng của xã hội công dân; loại hình thứ hai - những phương tiện thông tin đại chúng nhà nước và loại hình thứ ba, các phương tiện thông tin đại chúng nhà nước - xã hội, do Hội đồng quốc gia tổ chức ra) và sự tương tác có tính chất xây dựng, dựa trên đối thoại cởi mở, của tất cả các phương tiện thông tin đại chúng ở bên trong và bên ngoài các “bộ sưu tập” nguồn thông tin đại chúng (của cá nhân và của gia đình) - đó là một trong những quy luật phát triển của báo chí trong thế giới hiện đại, sự đa dạng của thế giới ngày nay, kể cả sự đa dạng nhóm xã hội, đang gia tăng và đòi hỏi một sự đảm bảo thông tin tối ưu.

Nhờ những nỗ lực có tính chất định hướng mục tiêu trong việc triển khai hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng nên đã hình thành các điều kiện cho hoạt động tối ưu của một “không gian thông tin thống nhất” (một khu vực, một nước, toàn thế giới). Tình hình của không gian này được đánh giá bằng khả năng của mỗi người có thể thu thập được tất cả những điều kiện cần thiết để có được thông tin, hơn nữa, dĩ nhiên là nếu tuân thủ các đòi hỏi về an

ninh thông tin. Chỉ có thể nói đến tính chất tối ưu của “không gian thông tin” khi mà “trong môi trường thông tin” (tổng thể các nguồn thông tin đại chúng mà mỗi “người sử dụng” lường đến) có “sự thâm nhập” của “các trường thông tin” của tổng thể các phương tiện thông tin đại chúng ấy mà bất kỳ một đại diện nào của công chúng, mỗi khi sử dụng “sản phẩm” của những phương tiện thông tin đại chúng ấy, đều thu thập được tất cả những thông tin “cần thiết và đầy đủ” và nhờ vậy mà trở thành người được thông tin đầy đủ.

Trong “môi trường thông tin” của một đại diện cụ thể của công chúng cũng có thể chỉ có một phương tiện thông tin đại chúng, nhưng như vậy thì nguồn thông tin duy nhất ấy một mặt phải cung cấp cho người đại diện toàn bộ những thông tin cần thiết và những quan điểm của các lực lượng chính trị - xã hội hiện hữu và mặt khác, phải đảm bảo sự tương tác đối thoại của những lực lượng ấy để đi đến những suy xét và những cách tiếp cận được mọi người chấp nhận nhằm giải quyết các vấn đề được thảo luận. Trong một tình huống như vậy không thể tránh được tình hình là tất cả các lực lượng chính trị - xã hội hiện hữu đều là những người đồng sáng lập ra các phương tiện thông tin đại chúng, còn ban biên tập thì hình thành nhân danh Hội đồng nhà nước - xã hội về các phương tiện thông

tin đại chúng. Vai trò của ban biên tập ấy là phân phối một cách công bằng vị trí trong phương tiện thông tin đại chúng dành cho các cách tiếp cận “riêng” và đồng thời trên các cột của ban biên tập mà đi đến - thông qua việc thảo luận những cách tiếp cận ấy - những kết luận “chung” và chấp nhận được đối với mọi người. Đó là phương án dành cho không gian thông tin còn chưa tràn đầy lắm.

Cũng có thể có cả những phương án khác trong sự hình thành một “không gian thông tin thống nhất”, nhưng trong mọi trường hợp công chúng cũng đòi hỏi - nhằm mục đích đạt được khả năng thông tin - thu nhận được thông tin ở chỗ cắt ngang giữa “cái riêng” và “cái chung” nhằm đi đến sự hợp tác xã hội, để đảm bảo được “trật tự thông tin” đích thực trong xã hội.

Trong báo chí hoạt động sáng tạo - trên các khía cạnh và những bước khác nhau của nó, - phải hướng chính vào việc đạt cho được trật tự thông tin cần thiết trong xã hội dân chủ.

CHƯƠNG III

BÁO CHÍ VỚI TƯ CÁCH LÀ MỘT LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG SÁNG TẠO

Tất cả những vấn đề đã được xem xét trong các chương trước - từ bản chất của thông tin cho đến những vấn đề tự do thông tin và tổ chức “không gian thông tin” - đó là các vấn đề mang tính quy luật của hoạt động báo chí biểu hiện trên những mặt khác nhau của hoạt động sáng tạo. Mọi hoạt động sáng tạo, trong đó có hoạt động báo chí, có đặc trưng là: kết quả của hoạt động ấy là “sản phẩm” mới và cao hơn về chất lượng, mang tính đặc thù đối với loại hình hoạt động ấy. Báo chí “đến” với công chúng đông đảo bằng một khối lượng lớn những số báo và tạp chí, những chương trình truyền hình và phát thanh, khác nhau về loại hình và lập trường, được khai thác từ nhiều tác phẩm đa dạng.

Trong quá trình chuẩn bị những số báo, tạp chí và các chương trình phát sóng có sự tham gia của một số lượng đông đảo những người thuộc các lĩnh vực sáng tạo khác nhau được tập hợp thành những tập thể sáng tạo.

Trước khi xuất hiện những số báo và những chương trình phát sóng đã có một công việc chuẩn bị to lớn: cần xây dựng hệ thống ý tưởng, quan niệm đối với phương tiện thông tin đại chúng, tìm cơ sở kỹ thuật, thiết lập quan hệ với các cơ sở nguồn thông tin và cơ sở phân phối phát hành, hình thành một tập thể biên tập, “hoàn tất” hoạt động của nó, biết cách duy trì chế độ hoạt động tối ưu. Để tạo ra những tác phẩm tạo thành các số báo và các chương trình phát sóng thì cần phải nắm được nghệ thuật lên kế hoạch hoạt động của ban biên tập, tổ chức hoạt động của các phòng ban, tổ chức công tác quần chúng (giải quyết các thư từ, làm việc với những người làm việc ngoài biên chế, với thành phần tích cực), hình thành phương hướng hoạt động, hệ thống các chuyên mục, tiến hành các đợt vận động, thực hiện các ý đồ của từng tác phẩm, nắm vững các phương pháp và những biện pháp thu thập thông tin, đề ra hệ thống các ý tưởng trong tác phẩm, xây dựng và biên tập các văn bản thông tin đại chúng, sắp xếp những tài liệu trong số báo hoặc trong chương trình phát sóng, các phương pháp nghiên cứu

công chúng và thiết lập các quan hệ tiếp xúc hữu hiệu với công chúng...

Trong tất cả những khía cạnh và những bước đi của hoạt động báo chí người ta đều sử dụng các hình thức lao động lặp lại, quen thuộc, *cổ lỗ* (tiếng Pháp routine có nghĩa là “lối mòn”), những hình thức ấy được làm phong phú thêm bằng những phát hiện độc đáo, những thủ thuật và những kết quả *độc nhất vô nhị* (tiếng Latinh unicus có nghĩa là “không lặp lại”). Không sử dụng những hình thức *cổ lỗ* (lối mòn – truyền thống) thì không thể có một hoạt động kết quả. Nhưng nếu nhà báo chỉ sử dụng các thủ pháp tái lặp lại trong hoạt động thì anh ta vẫn ở trình độ sử dụng những hình thức lao động đã hình thành, sử dụng công nghệ đã quen biết.

Hoạt động sáng tạo luôn luôn kết hợp các hình thức hoạt động lặp lại và hữu hiệu. Trình độ sáng tạo được xác định bởi mối tương quan giữa “những yếu tố cấu thành”, trong đó thể hiện mức độ và tính chất của các năng lực sáng tạo, của sự khéo léo và những kỹ năng của nhà báo. Hiển nhiên là, những tìm tòi sáng tạo có thể có và là cần thiết trong tất cả các khía cạnh và các bước hoạt động, đòi hỏi phải sử dụng một cách đầy đủ nhất những thủ pháp đã có sẵn và được sử dụng trong bối cảnh sáng tạo cụ thể, cũng như phải đưa vào một cách tối đa thành tố cá nhân - *độc nhất vô nhị*. Đồng thời, những

thuộc tính độc nhất vô nhị chỉ xuất hiện trên cơ sở nắm vững những kiến thức “công nghệ” đã có trong lĩnh vực lao động báo chí khác nhau đã được tích lũy trong từng lĩnh vực sáng tạo. Những kiến thức ấy là những nền tảng của trình độ phương pháp luận của nhà báo. Nắm vững những kiến thức phương pháp luận - đó là cơ sở của việc huy động tối đa những năng lực sáng tạo hiện hữu. Tự do sáng tạo thể hiện chính là ở chỗ trên cơ sở nắm vững những kiến thức trong phạm vi cần thiết đã diễn ra bước “đột phá” vào lĩnh vực tìm tòi và phát hiện sáng tạo.

Nắm vững kinh nghiệm thông qua tư duy khoa học của các nhà báo, những hiểu biết về phương pháp luận trong hoạt động nghề nghiệp - đó là con đường dẫn đến những điểm cao trong sáng tạo, ở các khía cạnh ngữ nghĩa (cách phản ánh thực tại) và cú pháp - bố cục (tác phẩm được xây dựng như thế nào). Khía cạnh thực dụng (tương tác như thế nào với công chúng) được xem xét ở chương tiếp theo.

CÁC HÌNH THỨC HOẠT ĐỘNG BÁO CHÍ VÀ SỰ HÌNH THÀNH CHÍNH SÁCH THÔNG TIN

Để tổ chức ấn hành một ấn phẩm hoặc phát sóng một chương trình thì ban biên tập cần có các cán bộ sáng tác thuộc nhiều ngành nghề. Nói một cách đôi chút quy ước thì có thể phân biệt *ba hình thức hoạt động sáng tạo trong báo*

chí: hoạt động biên tập, hoạt động tổ chức và công tác tác giả. Dĩ nhiên, trong thực tiễn những hình thức hoạt động này đan xen nhau, và trong hoạt động sáng tạo của các nhà báo cụ thể thì những hình thức ấy khác tách rời nhau. Tuy nhiên, mỗi một hình thức ấy đều có nét đặc thù của nó, còn hoạt động của từng nhà báo thông thường lại thuộc về một hình thức hoạt động ấy.

Hoạt động *biên tập* (tiếng Latinh *redactus* có nghĩa là “đưa vào trật tự”) đòi hỏi rất nhiều tác nghiệp và bản thân hoạt động ấy lại phân thành một số hình thức phụ. Nhà báo thường xuyên gặp phải cái gọi là “khâu biên tập văn học” - những hình thức sửa chữa khác nhau đưa vào văn bản (những đoạn rút gọn, làm rõ thêm và thay đổi cấu trúc, những nhận xét về văn phong...) giải quyết xử lý hình thức của tác phẩm. Một cán bộ của ban biên tập có thẩm quyền, đặc biệt đại diện cho lãnh đạo của ban biên tập cùng với tác giả thực hiện phần nội dung của công việc biên tập tác phẩm - ý đồ, chủ đề và đề tài, tư tưởng tổng thể của tác phẩm. Tùy theo mức độ thực hiện nghiêm ngặt chính sách thông tin của ban biên tập mà khâu biên tập nội dung (nhất thiết phải có sự đồng ý và nên có sự tham gia của tác giả) có thể mang tính chất khác nhau - từ khâu phối hợp đầy đủ với lập trường của ban biên tập cho đến các lời tư vấn khuyến cáo (khi ban biên tập tuyên bố rằng

quan điểm của các tác giả không nhất thiết phải trùng khớp với lập trường của tờ báo hoặc của một chương trình phát sóng). Việc xác định bản thân chính sách thông tin, việc hình thành diện mạo của một tờ báo và của một chương trình phát sóng, việc đề ra các phương hướng hoạt động, việc lựa chọn cán bộ và khâu quản lý tập thể sáng tạo và về tổ chức đối với phương tiện thông tin đại chúng, sau đó là khâu biên soạn các số báo và các tập sách - đó là hoạt động biên tập “ở cấp độ cao”. Tiến hành hoạt động ấy là “bộ tham mưu” lãnh đạo của mỗi phương tiện thông tin đại chúng - Tổng biên tập (hoặc Tổng giám đốc) và các trợ lý thân cận nhất tạo thành ban biên tập (hoặc tạo thành một cơ cấu có tên gọi khác).

Hoạt động *tổ chức* của nhóm lãnh đạo của một phương tiện thông tin đại chúng nào đó (ban biên tập, ban thư ký, tổng biên tập và những cơ cấu tương tự cũng như các cán bộ chuyên trách thuộc ban biên tập) cho phép tiến hành (vì đã hình thành một chương trình phát sóng, đã làm rõ được phương hướng hoạt động và đã xác định được “diện mạo bề ngoài” của một phương tiện thông tin đại chúng nào đó) công việc hằng ngày của nó ở một trình độ thích đáng, có những sự điều chỉnh và thay đổi cần thiết trong các nội dung chương trình và đề ra các phương pháp thực hiện những nhiệm vụ ấy

khi có sự thay đổi của thực tế xã hội. Hoạt động tổ chức có các nhiệm vụ chuyên môn như sau: duy trì những quan hệ kinh doanh với nhà sáng lập và nhà sản xuất, thiết lập và tối ưu hóa các quan hệ với các đơn vị thuộc kết cấu hạ tầng thông tin, kỹ thuật, khoa học, đào tạo và thuộc kết cấu hạ tầng khác của báo chí, giải quyết các vấn đề cán bộ, quản lý hoạt động của ban biên tập, hình thành các liên hệ với quần chúng, tổ chức công việc của khối phóng viên, theo dõi thái độ của công chúng và cung cấp thông tin về những mối quan tâm và phản ứng của công chúng về các bài vở của phương tiện thông tin đại chúng, về những nhu cầu và mong muốn của cán bộ ở các đơn vị thuộc ban biên tập, duy trì liên hệ với các nhà làm quảng cáo, các nhà tài trợ...

Dưới sự lãnh đạo của “bộ tham mưu” ban biên tập, công tác tổ chức được tiến hành bởi nhiều đơn vị trực thuộc trong đó có những đơn vị chuyên trách: phòng xử lý thư từ, phòng công tác quần chúng, phòng nghiên cứu xã hội học, phòng mạng lưới phóng viên, quảng cáo, các bộ phận phục vụ phát hành, các bộ phận tiếp đón xã hội... Thái độ làm việc cầu thị của các cán bộ và trình độ sáng tạo của công tác tổ chức quyết định thành công của công việc báo chí, quyết định tới khả năng đào tạo, năng lực và nghệ thuật xử lý công việc của các biên tập viên và các tác giả.

Hoạt động *tác giả* (từ Latinh auctor có nghĩa là “người tạo ra”, không phải từ chữ Hy Lạp autos có nghĩa là “chính bản thân”) - đó là bộ phận có ý nghĩa nhất trong công việc của đa số các nhà báo. Đó cũng là việc chuẩn bị các tác phẩm của chính mình, là công việc đạo diễn, soạn thảo tác phẩm để đưa vào số báo hoặc vào chương trình phát sóng, đó còn là biên soạn tập sách gồm các tác phẩm, là bản ghi chép văn học, và những hình thức công việc khác được sự bảo vệ của các văn bản pháp luật về quyền tác giả. Hoạt động tác giả trong báo chí đòi hỏi mỗi cán bộ phải có được nhiều những tri thức tổng hợp (tức là ở mức độ nào đó phải biết mọi thứ), nhưng đồng thời nhất thiết phải chuyên môn hóa trong một lĩnh vực nào đó (trong lĩnh vực đề tài, loại vấn đề, thể loại, văn phong...). Chỉ khi nào các cán bộ trong ban biên tập có thể “bao trùm” tất cả các hướng và tất cả những hình thức cần thiết trong hoạt động của nó ở một trình độ đủ cao và có thể thay thế cho nhau (nếu nảy sinh sự cần thiết) thì mới có thể nói đến một tập thể sáng tạo đã hình thành.

Trong hoạt động của ban biên tập nhân tố quan trọng nhất có tác dụng liên kết là chính sách thông tin đã được thông qua.

Chính sách thông tin - đó là hệ thống quan điểm tư tưởng - sáng tạo hướng theo những hướng đề tài chủ đạo, là *phương hướng* của một

phương tiện thông tin đại chúng mà tính chất của việc đề ra phương hướng ấy được quy định bởi lập trường xã hội và thể hiện thông qua tổng thể các hình thức thực hiện chương trình đã được chấp nhận. Những nét chủ yếu của phương hướng này được xác định bởi nhà sáng lập khi vạch thảo quan điểm của phương tiện thông tin đại chúng trong tiến trình chuẩn bị đăng ký phương tiện thông tin đại chúng. Nhà sáng lập có thể thực hiện hoạt động này một cách độc lập hoặc cùng cộng tác với những người lãnh đạo tương lai của ấn phẩm hoặc chương trình phát sóng. Phương án sau cùng là đáng lựa chọn hơn, vì nó cho phép thu hút các nhà chuyên môn tham gia vào công việc phức tạp là hình thành phương hướng và ngay cả trước khi đăng ký tạo ra được hạt nhân của ban biên tập tương lai, đồng thời đoán chắc xem trình độ sáng tạo của họ đáp ứng ra sao với việc hoạt động thành công của phương tiện thông tin đại chúng, còn lập trường xã hội thì đáp ứng các quan điểm của nhà sáng lập.

Dĩ nhiên, nhà sáng lập hoàn toàn không nhất thiết phải đạt cho được một sự nhất trí hoàn toàn - cũng có thể có một sự xác định phương hướng của ấn phẩm, trong đó có thể duy trì việc thực hiện theo tinh thần đa dạng các hướng đề tài - vấn đề. Tuy nhiên, thông thường nhất là phương hướng của ấn phẩm hoặc của chương

trình phát sóng lại được xác định khá rõ ràng, mặc dù trong khuôn khổ phương hướng ấy các nhà báo có được một không gian tương đối thoáng rộng để biểu lộ lập trường của mình. Đối với một phương tiện thông tin đại chúng cố gắng đáp ứng “những thách thức của thời gian” thì điều đó là rất quan trọng, vì nó cho phép thường xuyên có những tìm kiếm trong những điều kiện thay đổi và tạo cơ sở để điều chỉnh chương trình.

Vì vậy, một phương tiện thông tin đại chúng thực sự có sức sống tích cực và có tính đến bước tiến của cuộc sống, đều tránh cả hai thái cực – kiểu cách đa ý kiến một cách vô bờ bến, khi mà phương hướng của phương tiện thông tin đại chúng đó hòa tan trong rất nhiều ý kiến và do đó một ấn phẩm hoặc một chương trình phát sóng được hình thành mà “không có phương hướng” (có thể gọi phương hướng ấy là phương hướng hoàn toàn mang tính chất vô nguyên tắc), khi mà để chiều theo những động cơ thời thế, chiều theo những tâm trạng chốc lát của công chúng người ta đã phải hành động theo quy tắc “xin tùy ý quý vị”. Chính là ở những phương tiện thông tin đại chúng như thế thường gặp điệp khúc là câu thanh minh: ý kiến của các tác giả có thể không trùng khớp với ý kiến của ban biên tập. Thế là công chúng đành phải đoán xem đâu là lập trường của ban biên tập, còn đâu là ý kiến suy xét mà ban biên tập không muốn chịu trách

nhiệm về ý kiến suy xét ấy. Tưởng chừng ý nguyện tốt đẹp ấy muốn tạo tự do trao đổi ý kiến lại dẫn đến hậu quả trái ngược - làm lu mờ lập trường đã được chấp nhận. Một thái cực khác - đó là sự thực hiện cứng nhắc lập trường đã được nhà sáng lập (nhà xuất bản, đài phát thanh) chấp thuận, bất kể tình hình đã thay đổi, có những ý kiến phản đối nghiêm túc đã xuất hiện, sự xuất hiện những cách tiếp cận đã thay đổi trong ban biên tập trên cơ sở thảo luận tình hình. Chủ nghĩa giáo điều dẫn đến xa rời cuộc sống, dẫn đến hoạt động trên cơ sở những quan niệm ảo tưởng, đòi hỏi cuộc sống phải “uốn mình phù hợp” với sơ đồ đã được chấp nhận từ trước.

Những hình thức cực đoan và do đó cũng không thích hợp của chính sách thông tin không tránh khỏi bị phá sản, nhưng trên đường đi đến phá sản, những tầng lớp công chúng “nghe theo” có thể chịu một ảnh hưởng vô cùng tiêu cực. Ảnh hưởng ấy ít nhiều làm cho họ mất phương hướng, điều đó có nguy cơ đưa đến thái độ không đúng đắn của mọi người trong những lĩnh vực hết sức khác nhau của đời sống.

Thành tố thứ hai quan trọng nhất của chính sách thông tin của ban biên tập là *định hướng công chúng* và các phương thức quan hệ với công chúng. Khi xác định chính sách thông tin không thể bỏ qua những quan niệm tương đối rõ ràng về phạm vi công chúng đang mong đợi

và về nội dung chức năng của sự tương tác với công chúng (về tính chất của việc tiến hành hoạt động ý thức hệ, tổ chức - trực tiếp, văn hóa - đào tạo, quảng cáo - tra cứu, giải trí). Dĩ nhiên, ở đây có sự phụ thuộc trực tiếp vào phương hướng của phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, với “cách nhìn” thực tế của công chúng (các quan điểm của công chúng về cuộc sống, những đặc trưng học vấn, những nhu cầu, những đòi hỏi, những quan tâm ưu tiên trong lĩnh vực thông tin đại chúng) thì ban biên tập không thể không đề ra những hình thức cụ thể trong việc thực hiện phương hướng của mình chính là có liên quan đến tính chất của chúng. Làm việc với một công chúng có những định hướng gần gũi định hướng của phương tiện thông tin đại chúng thì đó là một chuyện. Còn vấn đề lại hoàn toàn khác khi mà đưa quan niệm của mình đi vào các tầng lớp những người không nhất trí (hoàn toàn hoặc một phần) với phương hướng của phương tiện thông tin đại chúng. Vậy mà cần phải đưa những quan điểm thuộc một định hướng đến tận những lớp công chúng hết sức khác nhau. Điều đó đòi hỏi phải có những ấn phẩm và những chương trình phát sóng đa dạng, tính chất đặc thù trong những cách tiếp cận đối với các tầng lớp công chúng khác nhau (các tầng lớp xã hội, nghề nghiệp, dân tộc, học vấn...).

Với tất cả các tầng lớp công chúng cần có sự đối thoại cởi mở, thảo luận một cách trung thực về tất cả những vấn đề những bất đồng, những điều chưa hiểu nhau, những căng thẳng tâm lý - tình cảm...

Thành tố thứ ba quan trọng nhất của chính sách thông tin - đó là phương pháp *tương tác với những phương tiện thông tin đại chúng khác*. Dĩ nhiên, cũng có thể xem thường những ấn phẩm và những chương trình phát sóng khác đều “đến” với cùng một công chúng (hoặc công chúng gần gũi) và với cùng một lập trường như thế hoặc với lập trường khác. Khi ấy việc thực hiện chính sách thông tin sẽ giống như một sự độc thoại “của người điếc nằm trong đồng rơm” không nghe thấy những giọng nói khác và cũng không muốn đáp lại những giọng nói khác. Cũng có thể có cả cách đối thoại mang tính chất độc thoại, kín đáo tính đến lập trường của những người khác, hoặc một sự độc thoại mang tính chất đối thoại, thậm chí công khai đáp lại những ý kiến phát biểu của “các bên phản biện”. Nhưng tất cả những điều đó chỉ là sự tham gia có tính chất cục bộ vào việc công khai giải quyết những vấn đề xã hội, vì cơ sở vẫn là lập trường của mình, một lập trường do chịu “áp lực” của các bên phản biện nên có sự tác động cho những sự hoàn thiện “nhỏ”, đôi khi là sự “trang điểm” nhằm khẳng định thêm lập trường “riêng” của

phương tiện thông tin đại chúng này.

Lập trường tốt nhất là đối thoại cởi mở với những phương tiện thông tin đại chúng khác, một sự đối thoại dựa trên tư tưởng hợp tác xã hội rộng rãi, mang tinh thần dung chấp.

Đồng thời giữa các phương tiện thông tin đại chúng theo những định hướng khác nhau - từ những định hướng dân chủ tá khuynh cho đến những khuynh hướng cấp tiến hữu khuynh - diễn ra những va chạm về quan điểm và ý kiến trên những vấn đề cụ thể nào đó. Nếu trong các ban biên tập của những phương tiện thông tin đại chúng khác nhau ấy có những nhà báo thực sự hướng đến “chân lý, cái thiện và sự công bằng” (trong điều kiện có sự giải thích đa dạng về những giá trị chung của loài người). Những va chạm ấy phải dẫn đến kết quả là đưa ra những giải pháp có tính chất xây dựng, làm vừa lòng tất cả các bên. Vì vậy, sự tìm tòi sáng tạo của mỗi ban biên tập và của từng nhà báo nhất thiết phải tính đến những suy xét và những đánh giá khác nhau.

Có một số phương pháp giới thiệu ý kiến của đối phương: có thể công khai trình bày quan điểm của phía phản biện, sự đánh giá của phía phản biện về các hiện tượng và luận chứng của những ý kiến ấy nhằm bác bỏ, đưa ra sự hoài nghi hoặc đồng ý với chúng, và cũng có thể không công khai - che giấu những lý lẽ của phía

phản biện ở bên trong lý lẽ của mình, và trả lời đáp lại với những lý lẽ “không được giới thiệu”. Đòi hỏi có tính chất cương lĩnh của án phẩm có thể là phương pháp thứ ba nữa: sự cân bằng của hai phương pháp đầu. Nhưng trong mọi trường hợp ban biên tập có lòng tự trọng sẽ không đi đến cố ý xuyên tạc các quan điểm của đối phương và không dùng những thủ đoạn tranh luận không trung thực.

Vậy là, chính sách thông tin của một phương tiện thông tin đại chúng cụ thể nào đó dựa trên định hướng chính trị - xã hội đã được tuyên bố và hướng tới những tầng lớp công chúng được lựa chọn và dựa trên thái độ đã được ban biên tập xác định - đối với những phương tiện thông tin đại chúng khác. Ngoài ra, còn một thành tố quan trọng bậc nhất của chính sách ấy - đó là *phương pháp thực hiện chính sách thông tin*. Vì “sự đảm bảo thông tin” cho việc thực hiện cương lĩnh của phương tiện thông tin đại chúng có thể bao quát toàn bộ “trường thông tin”, tức là đưa ra tất cả những sự kiện và những ý kiến liên quan đến lĩnh vực chính sách thông tin, và cũng có thể chỉ tập trung ở một điểm nào đó (có cả “những tờ báo cung cấp các sự kiện” và “những tờ báo cung cấp các ý kiến”), cho nên có thể chấp nhận một trong ba giải pháp có thể có: giới thiệu với công chúng một cách cân bằng các sự kiện, cả những ý kiến; nhấn mạnh vào các sự

kiện; trước hết giới thiệu các ý kiến. Nói cách khác, cương lĩnh của phương tiện thông tin đại chúng có thể được thực hiện thông qua việc tập trung chú ý vào việc thông tin về các sự kiện liên quan đến các sự kiện được thông tin, những cách đánh giá về các sự kiện ấy nêu lên những biện pháp đề xuất nhằm giải quyết, xử lý những hiện tượng ấy để đạt được “tương lai mong muốn”; cũng như thông qua bức tranh tổng thể các sự kiện - bức tranh của chính mình, được thảo ra trên cơ sở chính kiến của mình, thông qua sự đánh giá và những biện pháp nhằm đạt đến “tương lai mong muốn”. Và phương án thứ ba - đó là sự kết hợp hai phương án nói trên.

Tuy nhiên, không tồn tại “những tờ báo chỉ cung cấp các sự kiện” hoặc “chương trình phát sóng chỉ cung cấp các ý kiến”. Ngay việc lựa chọn các sự kiện (thậm chí nếu vấn đề chỉ là thông tin diễn tả) - dù là dưới hình thức kín đáo - cũng đã chứa đựng sự thừa nhận ý nghĩa của những sự kiện ấy đối với chương trình thực hiện định hướng và đối với chính sách thông tin dựa trên chương trình thực hiện đó. Còn việc thông tin về các sự kiện thì, do chính tính chất của nó (thông qua việc lựa chọn các chi tiết, thông qua trật tự diễn tả, bằng từ vựng...), không tránh khỏi làm bộc lộ lập trường xã hội của nhà báo, thậm chí nếu nhà báo không công nhận điều đó với chính bản thân mình.

Trong báo chí, kết quả của hoạt động sáng tạo chính là ảnh hưởng nào đó đã gây được với công chúng, là sự tác động đến ý thức của quần chúng và thái độ của quần chúng. Sự tác động này mang tính chất xã hội - sự phạm (người ta còn gọi đó là tác động tư tưởng...), bởi vì nhờ kết quả “sử dụng” thông tin do báo chí giới thiệu mà trong ý thức của công chúng đã hình thành nên một hình ảnh nhất định của thế giới, một hệ thống quan điểm, một định hướng của ý chí. Bằng cách ấy, hoạt động sáng tạo trong báo chí là hoạt động nhận thức - sáng tạo và thể hiện ra trong tác phẩm như là sự biểu hiện của tác giả về những hiện tượng đã được nhận thức của cuộc sống, và “ở đâu ra”, hoạt động ấy trở thành nhân tố hình thành lập trường xã hội của công chúng, những niềm tin của công chúng.

Từ đó có thể hiểu được rằng hoạt động sáng tạo của nhà báo - cho dù nhà báo muốn hay không muốn điều đó, dù nhà báo hành động công khai hay âm thầm - nhằm thực hiện chính sách thông tin mang một tính chất tuyên truyền - cổ động - tổ chức.

Tuyên truyền (tiếng Latinh *propagare* có nghĩa là “phổ biến” - đó là hoạt động phổ biến những tư tưởng nền tảng, được dùng làm cơ sở cho ý thức quần chúng, nghĩa là hoạt động nhằm khẳng định một thế giới quan nhất định, một vũ trụ quan, một ý thức lịch sử nhất định trong ý

thức quần chúng. Khi ta suy xét về những đặc điểm của hoạt động tuyên truyền thì cần lưu ý cả những ý nghĩa khác nữa được quy cho thuật ngữ này trong lý luận và thực tiễn. Người ta cũng còn gọi là tuyên truyền mọi hình thức hoạt động thông tin, mọi sự phổ biến mọi tri thức, mọi quan niệm và quan điểm (tuyên truyền các kiến thức khoa học, kinh nghiệm tiên tiến, tuyên truyền lối sống lành mạnh...). Người ta còn sử dụng thuật ngữ “tuyên truyền” để chỉ mọi hình thức hoạt động tư tưởng, chính trị - đại chúng (tiện thể xin nói thêm rằng thuật ngữ này được sử dụng lần đầu tiên trong hoạt động truyền bá Thiên chúa giáo, trong việc đưa vào vận dụng những tư tưởng tôn giáo). Nhiều khi thuật ngữ này còn bao hàm ý nghĩa “thông tin sai lạc”, “những thông tin gây nhầm lẫn”... Do vậy khi gặp phải thuật ngữ “tuyên truyền” và khi sử dụng thuật ngữ này thì cần xác định chính xác ý nghĩa được lồng vào thuật ngữ này trong trường hợp cụ thể.

Nếu như thuật ngữ “tuyên truyền” được sử dụng để chỉ hoạt động nhằm hình thành nên những khối ý thức quần chúng có tính chất nền tảng thì hoạt động này có một số định hướng. Trước hết, đó là việc phổ biến những quan điểm được ban biên tập (và của những nhóm xã hội, những lực lượng chính trị, những chính đảng, những hội đoàn...) tiếp theo trên những vấn đề

căn bản của cuộc sống. Trong đó gồm có những mục tiêu cương lĩnh và các phương thức thực hiện những mục tiêu ấy, tức là mô hình của “tương lai mong đợi” và những phương cách đạt đến tương lai ấy.

Khi đề ra phương hướng tuyên truyền, cũng như “song song” với nó, báo chí đứng trên lập trường vốn có của từng phương tiện thông tin đại chúng mà tạo ra hình ảnh của thế giới đương đại, đưa ra nhận xét về thời đại ngày nay, hình thành quan niệm về từng nước và từng khu vực trên thế giới, về các quy luật phát triển của chúng, đề ra những tiêu chí giá trị để hiểu rõ những quá trình kinh tế, chính trị và xã hội diễn ra ở những nước và khu vực đó.

Cổ động (tiếng Latinh *agitato* có nghĩa là “thúc giục, kích thích”; *agitare* có nghĩa là “khởi động”) - đó là sự phổ biến những thông tin sốt dẻo về những sự kiện đang diễn ra, lập trường kiến tạo tích cực của công chúng về những tình huống cụ thể của cuộc sống hiện đại. Nhà báo dựa trên những thông tin về các sự kiện cụ thể của cuộc sống hiện hữu (về các sự kiện, những tuyên bố, những hành vi, những quyết định...), với tư cách là người cổ động, đứng trên lập trường của mình mà đưa ra quan niệm về các sự kiện ấy, thông qua những sự đánh giá trực tiếp hoặc thông qua việc cung cấp các sự kiện mà hình thành thái độ đối với những sự kiện ấy.

Những thông tin được lựa chọn có định hướng mục tiêu về những sự việc mới diễn ra, tính chất trình bày những sự việc ấy, sự hiện diện của lời bình luận trực tiếp hoặc kín đáo đều tạo ra ở công chúng một “bức tranh sự kiện” về những gì đang diễn ra và thái độ tư tưởng - tình cảm phù hợp với chính sách thông tin của phương tiện thông tin đại chúng đối với những sự kiện ấy, tác động lên công luận.

Đồng thời trong tuyên truyền và đặc biệt trong cổ động (vì nó gắn chặt hơn với những sự kiện của cuộc sống thường nhật) cần cố gắng phân biệt đến mức tối đa có thể được - các sự kiện và những ý kiến. Sự kiện là cái đã xảy ra, cái gì đã diễn ra trên thực tế (từ sự tăng giá hoặc giảm giá của một hàng hóa; việc chính phủ đánh giá tình hình của một ngành kinh tế trong nước cho đến câu chuyện bê bối của một ngôi sao điện ảnh...). Nhà báo có lòng tự trọng phải trình bày một cách chính xác, đầy đủ, vô tư, không phụ thuộc vào thái độ của cá nhân mình đối với sự kiện ấy. Còn ý kiến - đó là những sự bình luận, những sự đánh giá, những dự báo - thì gắn với lập trường của nhà báo và với định hướng của phương tiện thông tin đại chúng mà nhà báo phát biểu trên đó. “Sự kiện là thiêng liêng, còn lời bình thì tự do” - đó là châm ngôn cần tuân theo, song phải nhớ đến những đòi hỏi về tính khách quan và về những khuôn

khổ xã hội - sáng tạo của tự do.

Trong chế độ chính trị của nước Nga hiện nay, có nhiều ấn phẩm và chương trình phát sóng thuộc các khuynh hướng khác nhau xuất hiện và hoạt động. Chính sách thông tin của những ấn phẩm và những chương trình ấy dĩ nhiên có khác nhau về cách lựa chọn, soạn và sắp xếp bài vở, trình bày các sự kiện, cũng như về cách giải thích, đánh giá, bình luận những sự kiện ấy. Vậy là, khi mà có những phương tiện thông tin đại chúng khác nhau xuất hiện thì sẽ có sự thi đua, cạnh tranh, đấu tranh nào đó. Một trong những hậu quả của tình hình đó là mỗi phương tiện thông tin đại chúng đều cố gắng giới thiệu một cách đầy đủ nhất và chính xác nhất bức tranh về các sự kiện và đưa ra những lời bình luận có sức thuyết phục về bức tranh ấy. Vì vậy, những hiện tượng tiêu cực cố hữu của nền báo chí thuộc ý thức hệ độc tôn - như sự im lặng, cung cấp sự kiện một cách phiến diện, xuyên tạc hoặc ngược lại, thổi phồng ý nghĩa của một sự kiện nào đó, sự âm ỉ chung quanh những sự kiện không quan trọng - đều có xu hướng giảm đi đến mức độ tối thiểu. Vì trong một tình hình như vậy các phương tiện thông tin đại chúng “cạnh tranh” có được cơ hội tiến hành các hoạt động phản tuyên truyền hữu hiệu.

Phản tuyên truyền - đó là một khía cạnh trong chính sách thông tin của phương tiện

thông tin đại chúng, khía cạnh này tựa hồ như là sự phản ứng đáp lại hoạt động của những phương tiện thông tin đại chúng khác. Vì thuật ngữ “phản cổ động” không được sử dụng, cho nên khái niệm phản tuyên truyền bao gồm những hành động đủ loại, kể cả những hành động chống lại những hoạt động cổ động của các lực lượng thù địch.

Có một số phương hướng phản tuyên truyền. Thứ nhất, đó là tất cả những hình thức tuyên truyền và cổ động có tính chất xây dựng, vì những hình thức ấy chống lại việc thực hiện chính sách thông tin của các phương tiện thông tin đại chúng phản biện.

Thứ hai, đó là những hoạt động trực tiếp phê phán (từ hình thức phê phán có tính chất uốn nắn đến hình thức phê phán có tính chất đả phá) nhằm chống lại những phương tiện thông tin đại chúng nào thực hiện một chính sách thông tin không chấp nhận được; đó còn là sự phê phán đụng chạm đến những cơ sở có tính nguyên tắc của những định hướng được thực hiện trong các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau, trước hết là những lập trường có tính chất thế giới quan, đó còn là những cuộc tranh cãi chung quanh những nhận định của các phương tiện thông tin đại chúng về tình hình ngày nay trên thế giới. Đó là những vấn đề đề cập các phương thức giải quyết những

vấn đề lớn của thời đại ngày nay trên phạm vi toàn cầu cũng như trên phạm vi từng nước và từng khu vực.

Thứ ba, đó là cái mà người ta có thể gọi là “phản cổ động” - những ý kiến tranh cãi về những bài vở của những phương tiện thông tin đại chúng khác, nếu bức tranh nóng hổi do chúng tạo nên nói về những sự kiện hiện tại và giải thích về những sự kiện ấy gây ra sự bất đồng, đòi hỏi phải có những sự uốn nắn hoặc thậm chí hoàn toàn không chấp nhận hoặc (thường hay gặp) trong những biểu hiện cụ thể.

Nếu ban biên tập mong muốn tiến hành đối thoại cởi mở thì việc thực hiện đường lối tuyên truyền, cổ động và phản tuyên truyền sẽ mang tính chất “tìm kiếm”, sẽ mang nhiều tinh thần dung chấp và có một định hướng rõ rệt muốn tìm kiếm những giải pháp đồng thuận. Điều đó biểu hiện ra hoàn toàn theo cách khác khi mà ban biên tập chỉ nhằm hướng tới “đấu tranh đến thắng lợi”.

Việc thực hiện một chính sách thông tin được đề ra trên cơ sở định hướng của phương tiện thông tin đại chúng nào đó sẽ dẫn đến - nếu chính sách ấy được thực hiện có hiệu quả - những thay đổi tương ứng trong ý thức của quần chúng và dẫn đến hệ quả là những thay đổi trong ý nguyện và trong định hướng của ý chí. Qua đó bộc lộ *nguyên tắc tổ chức* của hoạt

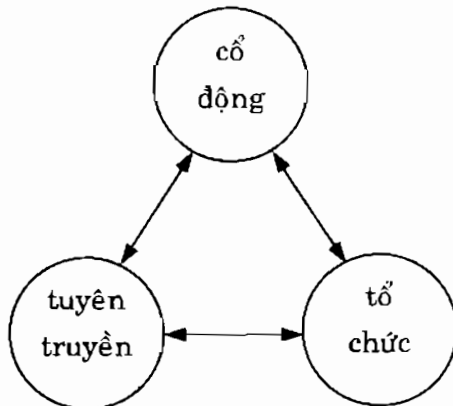
động sáng tạo trong báo chí.

Khía cạnh tổ chức trong hoạt động của phương tiện thông tin đại chúng có thể có những hình thức thể hiện hết sức khác nhau - từ việc gắn một ý nghĩa nào đó cho những biểu hiện thường nhật trong hoạt động sống, thay đổi, củng cố hoặc cải biến những phương châm hành vi trong lao động, đời sống xã hội, trong sinh hoạt, cho đến việc hình thành phong cách hành xử tích cực trong tiến trình bầu cử, chủ động tham gia vào sinh hoạt của các chính đảng, các hiệp hội, các liên hiệp, kể cả đến việc các thủ lĩnh công luận và những nhà tổ chức cuộc sống của các hội đoàn xã hội được đề bạt vào hàng ngũ những nhà tổ chức các hoạt động hoặc những cuộc đấu tranh xã hội. Nhờ vậy, bằng hoạt động sáng tạo của mình báo chí tạo ra tính tích cực công dân của công chúng và dĩ nhiên tạo ra định hướng của nó nữa¹.

Cả ba khía cạnh của việc thực hiện chính sách thông tin: tuyên truyền, cổ động, tổ chức - đều gắn chặt với nhau và gộp lại tạo thành những mặt khác nhau của hoạt động sáng tạo thống nhất trong báo chí. Mỗi tác phẩm, bằng cách này hay cách khác, với tỷ lệ khác nhau, đều chứa đựng những yếu tố tuyên truyền, cổ

¹ Phần này, tác giả lập luận và dẫn chứng theo thực tế tình hình báo chí Nga (B.T).

động và tổ chức, mặc dù những yếu tố ấy có thể biểu hiện ra với mức độ rõ ràng khác nhau và cường độ khác nhau. Xét riêng từng tác phẩm thì nói chung nó có thể tỏ ra chỉ mang nội dung “thông tin”. Tuy nhiên, khi nó được hòa nhập vào tổng thể các tác phẩm được lựa chọn để đưa vào một số báo hoặc một chương trình truyền hình thì tác phẩm ấy bộc lộ định hướng của mình. Mối quan hệ lẫn nhau giữa các mặt tuyên truyền, cổ động, tổ chức trong hoạt động sáng tạo của báo chí có thể được mô tả bằng sơ đồ như là những phương hướng hoạt động tương tác, ảnh hưởng lẫn nhau và bổ sung cho nhau:



“Trọng tâm” là cổ động, vì nhiệm vụ “ban đầu” và chủ yếu của báo chí là hình thành dư luận xã hội, và điều đó quyết định vai trò chủ đạo trong hoạt động cổ động của báo chí.

CÁC HÌNH THỨC THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH THÔNG TIN

Định hướng do ban biên tập xác định và chính sách thông tin dựa trên định hướng ấy được thực hiện thông qua việc hình thành bộ mặt của ấn phẩm - hệ thống những dấu hiệu “bề ngoài”, nội dung “bên trong”, những hình thức sáng tạo của sự thể hiện những đặc trưng loại hình của nó.

Những đặc trưng loại hình của ấn phẩm (của một chương trình phát sóng) có những biểu hiện “bên ngoài”, trước hết thông qua việc thường xuyên thực hiện *những đường hướng đề tài - vấn đề* quan trọng về nguyên tắc, cho thấy cơ sở của định hướng. Những đường hướng ấy được vạch ra trên cơ sở lập trường xã hội được ban biên tập chấp thuận, những cơ sở tư tưởng của ban biên tập. Phạm vi đề tài và vấn đề của cuộc sống thì rộng bao la. Vì vậy, nhiệm vụ hàng đầu khi xác định những đường hướng vấn đề - đề tài là sự lựa chọn: (ấn phẩm hoặc chương trình phát sóng hoặc mang chức năng tổng hợp, tức là phản ánh tất cả các hiện tượng đa dạng của cuộc sống, chỉ ít cũng giới thiệu, qua những biểu hiện quan trọng, toàn bộ phạm vi thực tại, hoặc là chuyên về một số mảng “được lựa chọn” của cuộc sống hoặc tập trung vào một hướng đề tài - vấn đề.

Dĩ nhiên, những ấn phẩm (những chương trình phát sóng) tổng hợp chú ý không đều đến các mặt khác nhau của cuộc sống, điều chủ yếu

đối với các ấn phẩm ấy là những vấn đề chính trị, kinh tế, xã hội chủ yếu của thời đại. Vì vậy, những ấn phẩm tổng hợp nhiều khi được gọi là các phương tiện thông tin đại chúng chính trị chung. Đồng thời, sự tập trung vào một mảng nào đó của cuộc sống tuyệt nhiên không phải là bằng chứng nói lên phạm vi hẹp về mảng đề tài, vì ngay cả trong không gian đề tài “nhỏ” cũng có thể xem xét những vấn đề xã hội chung. Cả trên báo *Mèo và chó* cũng có thể nêu lên những vấn đề nhân đạo, sinh thái, văn hóa cuộc sống..., đề cập những vấn đề kinh tế, xã hội và thậm chí những vấn đề chính trị nữa.

Cụ thể thì những hướng đề tài - vấn đề thể hiện qua *những cột chuyên mục và các bài vở được thường xuyên chuyển tải*. Một chuyên mục mang hình thức sáng rõ và thể hiện chính xác những đặc điểm của ấn phẩm hoặc của một chương trình phát sóng - đó là một phát hiện sáng tạo lớn của nhà báo, còn việc thực hiện chuyên mục ấy một cách đều đặn và có hệ thống - giữa sự ổn định và sự năng động - là thước đo trình độ sáng tạo của cả một tập thể.

Các bài vở có thể được tập hợp thành các chuyên mục căn cứ theo những dấu hiệu khác nhau. Trước hết đó là những chuyên mục phản ánh cuộc sống theo mảng đề tài (“Toàn cảnh”, “Tin nóng hổi”, “Cái nhìn qua những năm tháng”... Sau nữa - đó là chuyên mục về các vấn

đề (“Các ý kiến”, “Tìm giải pháp”, “Nơi gặp nhau giữa các quan điểm”). Cũng cần nêu lên những chuyên mục về thể loại (“Phóng sự nóng hổi”, “Tập văn chủ nhật”) và về loại hình tình thế (“Ngoảnh mặt về phía thành phố”, “Tình thế khẩn trương”, “Theo chân sự kiện”, “Điều tra”).

Có nhiều chuyên mục, khi được mở rộng, đã chứa đựng cả một số bài vở khác và trở thành một mảng riêng trên báo hoặc trên kênh phát thanh - truyền hình, phát triển thành một kiểu “tờ báo trong một tờ báo”, “chương trình trong chương trình phát sóng” (“Câu lạc bộ các du khách điện ảnh”, “Đài phát thanh Hòa bình”, “Phía sau chiếc gương”).

Tổng thể các chuyên mục - đó là một con số không lớn, nhưng mang tính đặc trưng đối với ấn phẩm (chương trình phát sóng) - như thể tạo thành một hệ thống các định hướng đối với cả các nhà báo, đối với cả công chúng, xác định những phương hướng cơ bản của hoạt động, lĩnh vực đặc biệt quan tâm của ban biên tập và những phương thức đặc thù trong việc khai thác những định hướng ấy.

Hình thức quan trọng trong việc thực hiện những đường hướng đề tài - vấn đề - đó là thực chất của phương hướng của một ấn phẩm hoặc của một chương trình phát sóng - là khâu tổ chức các đợt vận động. Khác với các bài vở chuyên mục, chiến dịch vận động là đợt khai

thác một cách dồn dập, trong một thời gian tương đối ngắn và đòi hỏi phải có một kế hoạch đặc biệt - một đề tài có tính chất thời sự nóng hổi, đề tài này xuất phát từ những sự kiện quan trọng nào đó trong một thời gian nào đó của cuộc sống thường nhật (ví dụ, chiến dịch vận động chính trị gắn với cuộc bầu cử hoặc với việc thảo luận một đạo luật, với một sự kiện quốc tế lớn hoặc với một ngày lịch sử). Cơ sở đề tài của chiến dịch vận động có thể là những sự kiện quan trọng trong các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, thể thao và bất kỳ lĩnh vực nào của cuộc sống. Mục tiêu của chiến dịch thường gắn việc hoàn thành những nhiệm vụ tuyên truyền, cổ động, tổ chức, đã được ban biên tập xác định rõ ràng. Do vậy, nó có một “cốt truyện” nào đó quyết định tính chất năng động trong bố cục, quyết định hệ thống những hình thức được sử dụng...

Việc khai thác các hướng đề tài - vấn đề nhất thiết bao gồm khâu lập kế hoạch, chuẩn bị và công bố *những bài vở quan trọng* có tính chất nguyên tắc đối với một ấn phẩm (một chương trình phát sóng) nào đó. Những bài vở ấy là một kiểu “những cái móc” được phân bố trong tiến trình tiến hành chiến dịch khai thác hướng đề tài - vấn đề.

Cùng với mức độ gia tăng thường xuyên, nhiều khi những bài vở này được xếp thành một chuyên mục hoặc có một hình thức trình bày đặc

biệt trên trang báo (hoặc trong chương trình phát sóng) của các nhà báo chính luận chủ chốt (cái gọi là các "columnit" - những tác giả đảm nhận riêng các cột báo của mình), mang một ý nghĩa to lớn. Những bài vở ấy được đăng, ví dụ, dưới tiêu đề "Ý kiến của nhà bình luận chính trị" hoặc "Cương lĩnh của tác giả".

Còn công việc khai thác các hướng đề tài - vấn đề thì được đảm bảo bởi nhiều bài vở cá nhân (được lên kế hoạch và ngẫu nhiên) của các nhà báo và của những tác giả nòng cốt, cũng như nhờ vào một số lượng lớn thư từ được gửi đến ban biên tập, những ý kiến nhận xét các bài vở, những bài giải đáp, những ý kiến tranh luận...

Chính sách thông tin - với tư cách là sự thực hiện phương hướng của ấn phẩm (chương trình phát sóng) phù hợp với những đặc điểm loại hình của phương tiện thông tin đại chúng - thể hiện ra qua việc khai thác các hướng đề tài. Vấn đề thông qua tổng thể các tác phẩm mà nhờ chúng, một mặt tạo ra được bức tranh độc đáo, có nội dung tư tưởng sâu sắc và phù hợp với phương hướng, về thực tại, và mặt khác hình thành nên thái độ - có nguồn gốc tư tưởng - của một phương tiện thông tin đại chúng nào đó đối với những phương tiện thông tin đại chúng khác và đối với những lực lượng đứng đằng sau các phương tiện thông tin đại chúng ấy. Tùy theo những đặc điểm của tính chất tư tưởng (tiếng Hy

Lập idea có nghĩa là “sự nhận thức gắn kết với thái độ; tri thức + ý muốn”) trong nhận thức về các hiện tượng của thực tại, ở mỗi phương tiện thông tin đại chúng có công bố những tác phẩm mang định hướng khác nhau.

Định hướng có tính chất xây dựng - khẳng định là đặc trưng của các tác phẩm báo chí trong đó nhìn chung hình thành một sự đánh giá tích cực đối với một hiện tượng nào đó, mặc dù một số mặt của hiện tượng ấy có thể bị phê phán. Nếu hoạt động của mỗi nhà báo có định hướng bình thường hướng vào những thay đổi tích cực trong cuộc sống thì, dĩ nhiên, nhà báo ấy quan tâm một cách nhạy bén đến những hiện tượng thể hiện những sự thay đổi tích cực ấy. Vì vậy, phương tiện thông tin đại chúng có đặc trưng là nó nêu lên thậm chí những bước tiến nhỏ về phía “tương lai đáng mong đợi”. Nhưng đồng thời, về nguyên tắc, điều quan trọng là những sự đánh giá tỉnh táo, không được có ảo tưởng và thổi phồng, biết cách nhìn thấy từng hiện tượng trong tương quan với những hiện tượng khác nhằm phát triển và không chấp nhận lối ba hoa trống rỗng và âm ỉ. Đòi hỏi chính là sự nghiên cứu cái mới, “điều tra” thực chất của hiện tượng, phân tích xem có thực sự có bước tiến hay không và ý nghĩa thực tế của bước tiến ấy là gì.

Định hướng phê phán trong sáng tạo báo chí

đòi hỏi phải công khai không chấp nhận tất cả những gì có ảnh hưởng tiêu cực - xét trên lập trường xã hội của phương tiện thông tin đại chúng - đến bước tiến của xã hội, những gì cản trở trên con đường đi đến “tương lai đáng mong đợi”. Đồng thời sự phê phán không được vô bằng chứng, mang tính chất xúc phạm, gây âm ỉ và tạo ra xìcăngđan. Điều quan trọng là cần có sự tương quan giữa tính chất gay gắt hoặc thậm chí tính chất nặng nề trong ý kiến phê phán với mức độ phê phán với mức độ “tiêu cực” thực sự của hiện tượng bị phê phán, của hành vi, của một con người bị phê phán. Người ta đánh giá cao nội dung xây dựng của phê phán - kiến nghị mang tính cầu thị, chỉ ra những con đường có thể để thoát ra khỏi tình hình hiện hữu, đề ra và thảo luận các phương án khác nhau trong việc khắc phục tình trạng bị phê phán. Những câu hỏi như: “Kiến nghị điều gì thay vào cái bị vứt bỏ?”, “Tìm lối thoát ở đâu?” phải là cái nền thường xuyên của sự phê phán, vì sự phủ nhận trần trụi là bằng chứng chứng tỏ một phương tiện thông tin đại chúng nào đó không có một cương lĩnh tích cực. Biến thể đặc biệt của các bài vở phê phán là những bài vở *mang định hướng châm biếm*. Các bài vở ấy đòi hỏi phải tạo ra - nhờ các phương cách gây hiệu quả hài - một thái độ châm biếm, một tiếng cười phẫn nộ hoặc sự mỉa mai, những bức tranh và chân dung của cái

đã lỗi thời, cái bất lực về mặt lịch sử nhưng lại có tham vọng đại diện cho “chân lý, điều thiện và sự công bằng”. Hình thức châm biếm là vũ khí quan trọng trong cuộc đấu tranh với những gì cản trở tiến bộ. Nó giúp vạch trần những kẻ truyền bá những tư tưởng sai trái và những kẻ tuyên truyền cho những giải pháp vô dụng, nó giúp thoát khỏi những quan niệm về sức mạnh của các lực lượng lạc hậu. Tuy nhiên, khi sử dụng vũ khí là tiếng cười, thì điều cực kỳ quan trọng là không được có sai lầm đối với địa chỉ đối tượng bị châm biếm. Cũng như trong những trường hợp khác, sự chính xác trong việc sử dụng các phương tiện châm biếm lại được quyết định bởi tính chất đúng đắn của lập trường xã hội của nhà báo, bởi mức độ chính đáng trong những sự đánh giá của nhà báo đối với các hiện tượng của thời đại.

Hình thức phê phán đặc biệt (thường có sử dụng cả những thủ pháp châm biếm) là những tác phẩm có *định hướng bút chiến*. Bút chiến là sự bác bỏ một phần hoặc toàn bộ những lập trường sai lầm của bên phản biện, những lời khẳng định và luận cứ không đúng của bên phản biện trên cơ sở sự phân tích có tính chất phê phán đối với những lời phát biểu công khai, những bài vở của phương tiện thông tin đại chúng, những văn kiện đã được công bố. Đồng thời, giọng điệu bút chiến tùy thuộc nhiều vào

việc lực lượng nào đứng đằng sau những lập trường và những lý lẽ bị bác bỏ - “lực lượng đối lập không thể dung hòa” hay là “những người lầm lạc trung thực”. Nếu như ở trường hợp thứ nhất có thể cho phép có những sự đá kích gay gắt, thậm chí có tính chất hạ gục, hoặc có những lời châm biếm hủy diệt đối với đối phương (tùy thuộc vào tính chất của những luận điệu bị bác bỏ), thì ở trường hợp thứ hai điều quan trọng là phải duy trì giọng điệu phê phán mang tính thần đồng chí, đi đôi với nhấn mạnh ý muốn tìm ra những điểm gặp nhau, nhằm làm cho các lập trường, các quan điểm, những sự đánh giá xích lại gần nhau. Trong cả hai trường hợp phải cố gắng đi đến những sự khẳng định có tính chất xây dựng, đi đến tìm ra giải pháp cho các vấn đề được thảo luận, đồng thời lưu ý rằng những tư tưởng mới thường phát triển chính là trong quá trình bút chiến với những tư tưởng già cỗi, lỗi thời và không còn khả năng “phát huy tác dụng” trong những điều kiện đã thay đổi. Vậy là, cũng như sự phê phán, bút chiến có sức mạnh nhờ yếu tố có tính chất xây dựng của mình.

Tuy nhiên, trong quá trình thảo luận những vấn đề phức tạp, những tư tưởng và những kiến nghị có tính chất xây dựng ấy không phải luôn luôn dễ dàng bộc lộ ra. Vì vậy, điều rất quan trọng là phải nêu ra vấn đề một cách chính xác. Chẳng hạn, khi nêu lên những vấn đề phức tạp -

sẽ còn phải tìm ra những lời giải đáp cho các vấn đề ấy - ta thấy xuất hiện những tác phẩm mang *định hướng vấn đề*. Sự phát triển xã hội, hoạt động sống của các đối tượng xã hội phức tạp, quan hệ giữa con người với thiên nhiên... không tránh khỏi việc đề ra những vấn đề, những câu hỏi lý luận và thực tiễn đòi hỏi phải giải quyết. Khi gặp phải một vấn đề đã chín muồi, điều quan trọng là phải đặt vấn đề một cách đúng đắn, xác định thực chất và những nhân tố làm xuất hiện vấn đề ấy. Nhiều khi người ta định nghĩa vấn đề được đặt ra như là “sự hiểu biết về cái chưa biết”. Những cố gắng của các nhà báo (đôi khi cả những nỗ lực chung của các nhà báo và các chuyên gia) trong những tình huống đó đều nhằm “tháo gỡ” sự không biết ấy, nghĩa là nhằm giải quyết vấn đề, tìm kiếm những điều kiện, những phương hướng và những con đường có thể có để đưa ra câu trả lời cho những vấn đề đặt ra, là những câu hỏi tạo thành thực chất của vấn đề.

Những vấn đề lớn có bản chất phức tạp, đụng chạm đến lợi ích của các lực lượng xã hội khác nhau và các nhóm xã hội khác nhau, thì gây ra thái độ không đồng nhất đối với mình và những kiến nghị khác nhau trong việc giải quyết những vấn đề ấy. Trong những điều kiện như vậy việc làm rõ bản chất của các vấn đề và của những con đường giải quyết chúng đòi hỏi phải có

những bài vở mang định hướng tranh luận.

Tranh luận - đó là hình thức cùng nhau tìm ra chân lý, tìm ra giải pháp cho vấn đề thông qua việc thảo luận các khía cạnh khác nhau của vấn đề và các giải pháp cho các bên tham gia tranh luận đề xuất. Trong tiến trình tranh luận hữu hiệu (cũng có cả những cuộc tranh luận “trống rỗng”, khi mà những phía tham gia không tìm kiếm và không tìm được kết cục được mọi phía chấp nhận và vẫn giữ các lập trường cũ của mình) mỗi bên tham gia đều cố gắng giải quyết vấn đề trên cơ sở những phương án của mình, có sự đóng góp riêng của mình vào công việc chung. Hơn nữa, những bên tham gia tranh luận thường sử dụng cả những hình thức phê phán, cả những hình thức bút chiến, cả những hình thức phát triển các tư tưởng một cách xây dựng. Trong quá trình tranh luận, người ta tăng cường mạnh mẽ sự chú ý của công luận đối với vấn đề được thảo luận và xuất hiện những ý kiến tích cực đáp lại những ý kiến và những kiến nghị được đưa ra. Việc mở rộng số lượng người tham gia tranh luận cho phép phát hiện ra một số lượng phong phú tới đa các cách tiếp cận và những kiến nghị. Nếu có sự tổ chức rành rọt và nếu “các bên” quan tâm thì việc tìm kiếm giải pháp tối ưu thường đi đến thành công làm vừa lòng nếu không phải tất cả, thì cũng là nhiều phía, tức

là làm vừa lòng những lực lượng xã hội và các nhóm xã hội chủ yếu trong xã hội.

Những tác phẩm thuộc mọi định hướng (trước hết là định hướng bút chiến, định hướng vấn đề, định hướng tranh luận) cần được xem xét trong mối quan hệ vững chắc với sự đối thoại xã hội - thường xuyên diễn ra - với tư cách là hình thức quan hệ lẫn nhau trong hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng, một hình thức vốn nhằm tìm kiếm sự đồng thuận đạt được trong tiến trình trao đổi ý kiến. Thậm chí ngay cả khi đối thoại trong báo chí mang kịch tính, diễn ra một cách khó khăn và trong những sự đụng chạm thường xuyên giữa các quan điểm đối nghịch, thì xu hướng đồng thuận, vẫn là cơ sở của hoạt động sáng tạo báo chí. (Dĩ nhiên, con đường ấy xa lạ với những phần tử quá khích, họ tuyệt đối tin rằng họ đúng. Nhưng nên biết rằng chủ nghĩa quá khích không có chỗ trong nền báo chí “bình thường” và “chủ nghĩa quá khích bị đặt ra ngoài vòng pháp luật”).

Những lực lượng có tinh thần xây dựng và nhận thức đúng đắn về những đòi hỏi của thời đại ngày nay, mặc dù tất cả mọi khó khăn khi giữ lập trường của người tham gia vào một cuộc đối thoại trung thực, nhưng vẫn tích cực cố gắng cùng nhau tìm kiếm những lời giải đáp cho các câu hỏi do cuộc sống đặt ra. Không phải ngẫu

nhiên mà chính trong thời đại chúng ta, một sự cân bằng giữa các lợi ích nhiều khi trở thành khả năng duy nhất để giải quyết những vấn đề xã hội khó khăn. Nếu sự đối thoại giữa những lực lượng xã hội khác nhau về chính kiến diễn ra với tinh thần xây dựng thì rốt cuộc sẽ xuất hiện khả năng giải quyết được các vấn đề phức tạp trên cơ sở có thái độ tôn trọng tất cả các lập trường và các cách tiếp cận. Đó là con đường dẫn đến cố kết. Nếu không có sự cố kết ấy thì không thể giải quyết được những vấn đề lớn ngày nay¹.

Hoạt động báo chí sáng tạo - nó mang tính chất tập thể trong khuôn khổ một ấn phẩm hoặc một chương trình phát sóng - ngày càng mang tính chất đối thoại trong khuôn khổ toàn hệ thống phương tiện thông tin đại chúng của Nga và ngày cả thế giới.

Là những người tham gia đối thoại xã hội, các nhà báo làm việc cho các phương tiện thông tin đại chúng thuộc các định hướng khác nhau, trong hoạt động của mình, đều tuân theo một loại đòi hỏi chung về nghề nghiệp có ý nghĩa quyết định đối với chất lượng của thông tin đại chúng. Trong hệ thống những đòi hỏi ấy vai trò có tính chất quyết định thuộc về những yếu tố dưới đây:

¹ Phần này, tác giả lập luận và dẫn chứng theo thực tế nền báo chí Nga (B.T).

Tính thời sự nóng hổi (tiếng Latinh actualis có nghĩa là “hiện tại”, “có thực”) - đó là việc đề cập những vấn đề và các hiện tượng nóng bỏng, thực sự có ý nghĩa của lịch sử đương đại, có ý nghĩa quan trọng đối với những định hướng trong cuộc sống, những vấn đề lý luận sắc bén, đề cập những sự kiện lịch sử của quá khứ và những dự báo về tương lai. Do vậy, khi gặp phải từng sự kiện, từng sự việc, những hành động, từng lời tuyên bố... thì nhà báo phải đưa ra quyết định xem có nên dựa trên tài liệu ấy để chuẩn bị bài vở cho phương tiện thông tin đại chúng hay không, nghĩa là trước hết cần đánh giá tài liệu đó về “tính thời sự” của bài vở sẽ có thể được đăng tải.

Đồng thời, điều quan trọng là phải phân biệt tính thời sự khách quan (nói lên ý nghĩa thật sự, tính chất tiêu biểu cao của sự việc, sự kiện, của vấn đề đối với đời sống xã hội) - mức độ nhận thức về tính thời sự khách quan ấy tùy thuộc vào tính chất đúng đắn của lập trường xã hội và sự nhạy cảm sáng tạo của nhà báo - với tính thời sự chủ quan (ý nghĩa của thông tin về những sự kiện ấy, những sự việc ấy, những vấn đề đối với công chúng). Đối với hoạt động sáng tạo thì điều có ý nghĩa quan trọng là mức độ trùng khớp giữa tính thời sự khách quan và tính thời sự chủ quan. Những khó khăn xuất hiện thêm với nhà báo khi mà điều có ý nghĩa quan

trọng khách quan không được công chúng nhận thức như vậy, cũng như cái thời sự chủ quan trên thực tế lại có ý nghĩa. Trong trường hợp thứ nhất nhiệm vụ sáng tạo là đưa ý nghĩa của cái thực sự có ý nghĩa thời sự đến với công chúng, trong trường hợp thứ hai thì phải đưa cái quan trọng của tính thời sự chủ quan bổ sung cho tính thời sự khách quan trong thời điểm đó được coi là ít quan trọng. Nói cách khác, kết quả của sự sáng tạo phải là sự thống nhất trong tác phẩm giữa cái có ý nghĩa thời sự khách quan với cái thời sự chủ quan.

Tính chất nhanh nhạy (tiếng Latinh operatio có nghĩa là “hành động”) - đó là tài khéo léo của nhà báo biết cách hành động sao cho thông tin được thu thập, được xử lý và được công bố kịp thời. Trong một số trường hợp tính chất kịp thời - đó là chuyển tải hết sức nhanh chóng thông tin, biết chuẩn bị và phổ biến thông tin trong một thời gian hết sức nhanh, trong những trường hợp khác thì đó là khả năng chớp thời cơ chính xác khi thông tin được soạn thảo từ trước và được “ép sẵn” phải được đăng tải để trở thành cần thiết đúng vào thời điểm đã định sẵn và nhờ vậy mà nó được tác động lớn nhất, đem lại những kết quả tối đa. Đối với nhà báo, tỏ ra nhanh nhạy có nghĩa là nắm bắt sắc bén nhịp đập của cuộc sống và nhu cầu xã hội về loại thông tin đáp ứng nhu cầu của tình hình. Biết

cách làm việc “chớp nhoáng” và khả năng chờ đến thời điểm cần thiết để công bố - đó là những đặc tính quan trọng như nhau của khả năng nhanh nhạy do tính chất đặc thù của báo chí; tính định kỳ, “tính thời điểm” của nó đòi hỏi công bố “đúng lúc”, đòi hỏi xuất hiện “kịp thời” đúng vào thời điểm đã định, không sớm hơn và cũng không muộn hơn.

Đối với hoạt động báo chí tái tạo bức tranh của cuộc sống trong tính chỉnh thể của nó thì phẩm chất hết sức quan trọng là *tính đồng bộ* (tiếng Latinh *complexus* có nghĩa là “kết hợp”) của các bài vở được đăng tải. Đối với các ấn phẩm và các chương trình phát sóng chuyên biệt thì tính đồng bộ là những gì dựa trên sự nhận thức về sự cần thiết cho rằng số báo hoặc chương trình phát sóng nào đó cần có một tổng thể các bài vở mà nhờ đó tạo ra được một quan niệm chỉnh thể về lĩnh vực bao quát được cụ thể của thực tại. Không phải sự lựa chọn tài liệu ngẫu nhiên, mà chính là sự đa dạng của sự lựa chọn ấy, làm sao để từ đó hình thành một bức tranh thống nhất. Chất lượng của tính đồng bộ buộc các nhà báo phải nhìn thấy mọi tác phẩm của mình ở hệ thống các bài vở của số báo hoặc trong chương trình phát sóng, sửa soạn số báo ấy như một trích đoạn tương đối độc lập của cái chỉnh thể, biết cách trình bày bức tranh đầy đủ thông qua sự đa dạng (sự đa dạng về đề tài, về

các vấn đề, về thể loại, về quy mô, về “địa lý”, về phong cách, về định hướng...).

Tính đồng bộ có quan hệ với các phẩm chất của báo chí như tính ổn định và nhất quán trong thực hiện hướng đề tài - vấn đề, sự cần thiết phải triển khai, phát triển và tăng cường định hướng của ấn phẩm hoặc của chương trình phát sóng dựa trên tài liệu lĩnh vực cụ thể của mình, có tính đến tính chất của công chúng.

Tính chất của công chúng có quan hệ đến một loại đặc biệt các chất lượng của tài liệu thông tin - tính chất khác biệt, tính chất dễ tiếp cận, tính chất thuyết phục, tính chất hấp dẫn... (xem chương IV: “Hiệu lực và tính hiệu quả của báo chí”).

CÁC LOẠI HÌNH VÀ NHỮNG CƠ SỞ PHƯƠNG PHÁP LUẬN CỦA HOẠT ĐỘNG SÁNG TẠO

Chính sách thông tin và những đường hướng đề tài - vấn đề của chính sách ấy được thực hiện trong báo chí với sự tham gia của tất cả các loại hình sáng tạo do loài người sản sinh ra: loại hình khoa học, nghệ thuật, chính luận. Không đề cập đến chúng thì không thể thực hiện đầy đủ các chức năng của báo chí trong lĩnh vực dư luận xã hội, thế giới quan, vũ trụ quan, ý thức lịch sử. Mặc dù những ấn phẩm khác nhau (và những chương trình phát sóng) đều sử dụng những hình thức cơ bản là: hoặc là các hình thức

khoa học, hoặc là những hình thức nghệ thuật, hoặc là những hình thức sáng tạo chính luận trong mỗi loại hình ấy đều có thể tìm được chỗ đứng cho bất kỳ hình thức nào trong số những hình thức ấy.

Trong báo chí *loại hình sáng tạo khoa học* được người ta sử dụng khi cần cung cấp cho công chúng những thông tin thu thập bằng con đường khoa học và được trình bày chặt chẽ (mặc dù dưới dạng phổ thông) là những thông tin quan trọng để hình thành bức tranh khoa học về thế giới. Đó là những luận điểm thế giới quan, những đặc trưng lịch sử, những văn kiện chính trị, ngoại giao, kinh tế và những văn kiện khác, những thông tin đa dạng thuộc các lĩnh vực khác nhau của khoa học (từ triết học cho đến sinh thái học, từ văn học đến tâm lý học).

Nên biết rằng cần có những kiến thức về các quy luật của các quá trình đang diễn ra và về những xu hướng phát triển xã hội, về tính chất của thời đại ngày nay, về các con đường và phương cách tiến lên trong các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội và trong những lĩnh vực khác của đời sống. Vì vậy, chính là những tác phẩm lý luận - khoa học, khoa học - lịch sử, khoa học - tư tưởng, khoa học đại chúng có sứ mạng đảm bảo phần quan trọng những hoạt động tuyên truyền.

Do vậy, điều có ý nghĩa ngày càng to lớn là thu hút các nhà khoa học thuộc các ngành

chuyên môn để họ tham gia vào hoạt động báo chí. Các nhà khoa học ấy có thể tạo thành một đội ngũ tác giả nòng cốt của ấn phẩm (của chương trình phát sóng) hoặc làm việc cho “báo chí” theo các đơn đặt hàng không thường xuyên. Đồng thời, trong hàng ngũ cán bộ của phương tiện thông tin đại chúng ngày càng có nhiều nhà báo có học vị và chức vị trong lĩnh vực kinh tế học và luật học, quan hệ quốc tế và sử học, sinh vật học, y học, sinh thái học... Đó là những nhà khoa học vào làm việc trong ngành báo chí, các nhà báo đã trở thành các nhà khoa học - các phó tiến sĩ và tiến sĩ khoa học. Tuy nhiên, những nhiệm vụ do báo chí giải quyết nhờ sự trợ giúp của các nhà khoa học thì hết sức rộng và hết sức có ý nghĩa, cho nên các nhà báo “bình thường” cũng đòi hỏi phải nắm vững các kỹ năng xử lý các tác phẩm khoa học, khai thác các ngân hàng dữ liệu, những thông tin khoa học sốt dẻo. Đi sâu vào ngôn ngữ khoa học, nghiêm túc trong sử dụng các khái niệm khoa học, các dữ kiện khoa học, các luận điểm, sự tiếp xúc công việc thường nhật với các nhà khoa học - tất cả những cái đó là những phẩm chất quan trọng của các nhà báo, những phẩm chất cần thiết trong công việc thường nhật. Nhưng đồng thời nhà báo ấy nhất thiết phải vẫn là nhà báo “phục vụ” công chúng đông đảo, biết nhìn thấy và chỉ rõ mối quan hệ giữa trí thức khoa học với

những vấn đề thời sự của thời đại ngày nay.

Loại hình sáng tạo nghệ thuật cũng được giới thiệu rộng rãi trong báo chí, hơn nữa, trong một số chương trình truyền hình và phát thanh, trên các tạp chí “dây cộp” và một số phương tiện thông tin đại chúng khác, các tác phẩm nghệ thuật đôi khi chiếm một vị trí áp đảo. Vai trò và vị trí của loại hình sáng tạo nghệ thuật trong hoạt động báo chí (của bản thân các nhà báo, cũng như của các nhà hoạt động văn học và nghệ thuật được thu hút tham gia) được quyết định bởi khả năng của các tác phẩm nghệ thuật có thể tích cực tham gia vào việc hình thành vũ trụ quan, trong việc tạo ra bức tranh nghệ thuật về hiện tại, về quá khứ và tương lai. Các tác phẩm nghệ thuật giữ vai trò to lớn trong định hướng hình ảnh - cảm xúc của công chúng trong đời sống xã hội.

Vì vậy, điều hết sức quan trọng là làm sao để những người làm việc trong báo chí là những người có trình độ hiểu biết nghệ thuật và tài ba. Bởi vì chỉ có thể lựa chọn và nhất là đặt viết tác phẩm chuyên về loại hình sáng tạo ấy khi nắm được kiến thức và thị hiếu nghệ thuật, kết hợp với cách nhìn của nhà báo về các vấn đề thời đại ngày nay. Ngoài việc tổ chức “chuyển tải” các tác phẩm nghệ thuật thì nhà báo còn có nhiệm vụ chuẩn bị các bài bình luận dẫn người đọc (khán giả) vào đề tài, gắn việc

công bố các chuyện kể, những câu chuyện, những tiểu thuyết, những bài thơ, buổi trình diễn vở kịch, phim và hòa nhạc, các phóng sự thực hiện tại các cuộc triển lãm, các bảo tàng và các cuộc hội họp tư nhân của những nhà sưu tầm, gắn với những vấn đề thời sự hàng ngày. Việc đưa một cách hữu cơ các tác phẩm nghệ thuật vào cơ cấu của số báo hoặc chương trình phát sóng - đó là một nhiệm vụ không phải đơn giản, đòi hỏi phải kết hợp các phẩm chất nhà báo với thị hiếu nghệ thuật. Điều đó lại càng là cần thiết khi dựa trên cơ sở những tác phẩm nghệ thuật người ta soạn ra những chương trình đặc biệt (các tác phẩm phối hợp âm nhạc - thi ca, những bộ phim phát thanh về hoạt động sáng tạo và đời sống của các nhạc sĩ, các nhạc công, các loạt chương trình truyền hình về họa sĩ, các nhà điêu khắc, các kiến trúc sư, “những cuộc du ngoạn” đến các bảo tàng, các công trình kiến trúc liên hoàn...).

Nhờ vậy, trong báo chí (đặc biệt là trong ngành truyền hình và phát thanh) đã hình thành đội ngũ đặc biệt các cán bộ sáng tạo - đó là những con người có “chuyên môn thứ hai” là những người nghiên cứu nghệ thuật, các nhà hoạt động nghệ thuật, cũng như các nhà báo chuyên nghiệp đã tiếp cận với thế giới nghệ thuật.

Tuy nhiên, với tất cả ý nghĩa của các tác phẩm khoa học và nghệ thuật, vai trò chủ đạo

trong báo chí thuộc về *những tác phẩm sáng tạo thuộc loại hình chính luận*. Điều đó cũng dễ hiểu: là một loại hình sáng tạo, môn chính luận đã hình thành để “phục vụ” công luận, còn sự tương tác với công luận là nhiệm vụ trung tâm của báo chí. Nếu như tính đến cả sự thật là báo chí, ở một mức độ nào đó và dưới một hình thức nào đó, cung cấp những thông tin liên quan đến thế giới quan, vũ trụ quan và ý thức lịch sử, thì vai trò của nó đối với báo chí cũng có ý nghĩa.

Chính luận (tiếng Latinh - publicus có nghĩa là “mang tính chất xã hội”, tính chất nhân dân, công chúng) là một loại hình sáng tạo và “thấp tùng” từ tính chất của tư duy và của các hình thức giao tiếp bằng lời nói trong xã hội nguyên thủy), mặc dù bản thân từ “chính luận” được sử dụng từ nửa đầu thế kỷ XIX ở Nga. Đồng thời, cho đến nay những nhà khoa học cho rằng tất cả các tác phẩm thuộc đề tài chính trị - xã hội đều là chính luận, số khác lại cho rằng các bài viết chính trị đại chúng là chính luận; số khác nữa thì cho rằng chính luận là những tác phẩm bút chiến gay gắt, số người thứ tư cho rằng chính luận là thể loại báo chí bài viết, ngoại trừ những tác phẩm khảo luận và phóng sự. Còn có những ý kiến khác nữa.

Nếu coi chính luận là hình thức sáng tạo ra đời nhằm “phục vụ” công luận, với tư cách là

một yếu tố đặc biệt của ý thức đại chúng, thì có thể (tùy theo các nhu cầu và đặc điểm của công luận) nêu ra đây một số đặc trưng của chính luận với tư cách là một loại hình sáng tạo.

Với tổng thể những tác phẩm của mình, trong điều kiện các phương tiện thông tin đại chúng hoạt động bình thường thì trước hết chính luận tái hiện *bức tranh toàn cảnh* chính thể về thời đại như là một “*thời điểm*” chuyển từ quá khứ sang tương lai. Lịch sử đương đại có thể được diễn tả đầy đủ nếu chính luận phản ánh thực tại thông qua nhiều *tình huống cụ thể* riêng lẻ, tiêu biểu nhất, những trích đoạn tiêu biểu của hiện tại. Vì vậy, *bức tranh toàn cảnh* của thời đại được phản ánh trong chính luận được hình thành từ nhiều tác phẩm. Mỗi tác phẩm ấy có giá trị độc lập nhưng nó chỉ có ý nghĩa đích thực của mình khi được đăng tải trên mặt báo hoặc trong một chương trình truyền hình dưới một hình thức liên kết với những tác phẩm khác. Chỉ sau khi phản ánh (thông qua nhiều *tình huống cụ thể*) tất cả sự phong phú của các mảng đề tài của cuộc sống qua những hình thức biểu hiện tiêu biểu của cuộc sống thì chính luận mới có thể hoàn thành nghĩa vụ của mình trước công luận.

Dĩ nhiên, trong báo chí *bức tranh toàn cảnh* khách quan về các sự kiện thường nhật mang tính chất tư duy cá nhân - chủ quan, tức là

một yếu tố đặc biệt của ý thức đại chúng, thì có thể (tùy theo các nhu cầu và đặc điểm của công luận) nêu ra đây một số đặc trưng của chính luận với tư cách là một loại hình sáng tạo.

Với tổng thể những tác phẩm của mình, trong điều kiện các phương tiện thông tin đại chúng hoạt động bình thường thì trước hết chính luận tái hiện *bức tranh toàn cảnh* chính thể về thời đại như là một “thời điểm” chuyển từ quá khứ sang tương lai. Lịch sử đương đại có thể được diễn tả đầy đủ nếu chính luận phản ánh thực tại thông qua nhiều *tình huống cụ thể* riêng lẻ, tiêu biểu nhất, những trích đoạn tiêu biểu của hiện tại. Vì vậy, bức tranh toàn cảnh của thời đại được phản ánh trong chính luận được hình thành từ nhiều tác phẩm. Mỗi tác phẩm ấy có giá trị độc lập nhưng nó chỉ có ý nghĩa đích thực của mình khi được đăng tải trên mặt báo hoặc trong một chương trình truyền hình dưới một hình thức liên kết với những tác phẩm khác. Chỉ sau khi phản ánh (thông qua nhiều tình huống cụ thể) tất cả sự phong phú của các mảng đề tài của cuộc sống qua những hình thức biểu hiện tiêu biểu của cuộc sống thì chính luận mới có thể hoàn thành nghĩa vụ của mình trước công luận.

Dĩ nhiên, trong báo chí bức tranh toàn cảnh khách quan về các sự kiện thường nhật mang tính chất tư duy cá nhân - chủ quan, tức là

không chỉ chứa đựng những sự kiện, mà còn bao chứa cả những ý kiến về những sự kiện ấy nữa. Tùy theo định hướng của từng tác phẩm (chương trình phát sóng) người ta tạo nên bức tranh về cuộc sống và đưa ra những ý kiến đánh giá.

Do vậy, trong các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau những bức tranh toàn cảnh chính luận có thể mang những nét khác nhau về sắc thái, cũng như về bản chất. Vì vậy, điều quan trọng là từng phương tiện thông tin đại chúng nêu rõ sự khác biệt của bức tranh do họ đưa ra so với những bức tranh khác. Nếu không bạn đọc cũng sẽ phải sử dụng những phương tiện thông tin đại chúng khác, hoặc tin tưởng sử dụng một phương tiện thông tin đại chúng duy nhất.

Khi chuyển tải những khoảnh khắc của lịch sử hiện hữu, xem xét những sự kiện đang phát triển chưa hoàn tất thì điều hết sức phức tạp là làm sáng tỏ những nguyên nhân sâu xa của những sự kiện ấy (nhiều khi những nguyên nhân này không nổi lên phía trên), chỉ ra những mối liên hệ căn bản của những sự kiện này với những sự kiện khác và xác định những hậu quả có thể có của những gì đang diễn ra. Nhưng khó khăn này không thể là nguyên nhân khiến người ta khước từ việc phản ánh và đánh giá những sự việc nóng hổi, mà ngược lại, khó khăn ấy phải nâng cao ý thức trách nhiệm về những

lý lẽ đưa ra, dẫn đến ý thức thận trọng và cân trọng (biểu hiện trong một số trường hợp thông qua những ý kiến bảo lưu kiểu như “có thể giả định”, “hình như”, “có vẻ như là”...). Xin nhắc lại rằng ngay cả các nhà sử học sau mấy chục năm vẫn tranh cãi về bản chất và ý nghĩa của nhiều sự kiện, nhiều hiện tượng và cá nhân.

Những sai lầm có thể vấp phải trong việc phản ánh những mảng chưa hoàn tất của cuộc sống đòi hỏi phải có những sự sửa đổi, bổ sung và điều chỉnh trong những số ấn phẩm tiếp theo, để bức tranh thay đổi của thực tại vẫn là bức tranh phù hợp tối đa.

Vì dư luận xã hội luôn luôn suy xét *một cách chính thể* về cuộc sống, cho nên chính luận cũng có sứ mạng xem xét *một cách chính thể* những hiện tượng của thực tại, tức là đưa ra những đặc trưng của những hiện tượng ấy *trong sự đan xen của những cách tiếp cận - về phương diện chính trị, kinh tế, pháp lý, đạo đức, thẩm mỹ, triết học - đối với các tình huống của cuộc sống*. Trong những trường hợp khi mà một cách tiếp cận nào đó, trong số những cách tiếp cận ấy trong việc suy tư về những hiện tượng nào đó, trở thành cách tiếp cận chủ đạo, thì ta thấy xuất hiện những tác phẩm chính luận thuộc các hình thức đặc biệt (chính luận chính trị, triết học, pháp lý...).

Nét quan trọng của chính luận cũng còn là

tính chất của nó, tức là việc sử dụng cùng một lúc những thủ pháp khoa học, khái niệm - hợp lý, cũng như những thủ pháp nghệ thuật, cảm xúc - hình tượng. Điều này cũng gắn với tính chất của sự phản ánh thực tại trong dư luận xã hội. Dĩ nhiên trong những tình huống khác nhau và ở các nhà chính luận khác nhau “những tỷ lệ” giữa các khái niệm và các hình tượng có thể thay đổi một cách căn bản, nhưng không tránh khỏi có sự kết hợp giữa hai cái đó.

Vì các tác phẩm chính luận xuất hiện với tính cách là sự phản ánh những mảng có những đặc trưng khác nhau của thực tại được ghi nhận bằng những phương pháp khác nhau, cho nên bức tranh chính luận về cuộc sống gồm những tác phẩm thuộc các hình thức thể loại khác nhau. Những hình thức thể loại ấy rất đa dạng và gồm một số nhóm. Nhóm tác phẩm phóng sự (các bản tin ngắn, những bài tường thuật, những bài phỏng vấn, những bài phóng sự) chủ yếu cung cấp khía cạnh sự kiện của các hiện tượng thường nhật, ghi nhận các sự kiện và những ý kiến của những người trong cuộc và các nhân chứng nói về các sự kiện ấy. Nhóm thể loại ấy đòi hỏi phải sử dụng rộng rãi các sự kiện và thật hết sức nhanh nhạy trong việc đưa tin về những sự kiện ấy đồng thời đưa ra tối thiểu sự bình luận “của nhà chính luận”. Nhóm các thể loại bài viết (các bản tin, các bài bình luận, các

bài viết, các bài điểm báo) chủ yếu suy xét trên phương diện chính luận về các hiện tượng của cuộc sống, vạch rõ bản chất của các hiện tượng ấy, nghiên cứu các vấn đề và các con đường giải quyết các vấn đề ấy. Các thể loại khảo luận (các bài khảo luận, các bài tùy bút, những bài nhận xét về thời cuộc) hướng vào phác họa những nhân vật điển hình lớn trong lịch sử hiện đại, giới thiệu bức tranh toàn cảnh của cuộc sống qua sự thể hiện cá nhân của cuộc sống. Dĩ nhiên, trong bài phóng sự cũng bằng cách này hay cách khác giới thiệu các gương mặt và có những sự phân tích sơ bộ về các sự kiện, còn trong bài viết dài thì nhà chính luận nêu đặc trưng của những người trong cuộc, ngoài ra còn thông tin về các sự kiện. Nhưng trung tâm sự chú ý của từng nhóm thể loại thì tương ứng với các sự kiện, hiện tượng, các cá tính.

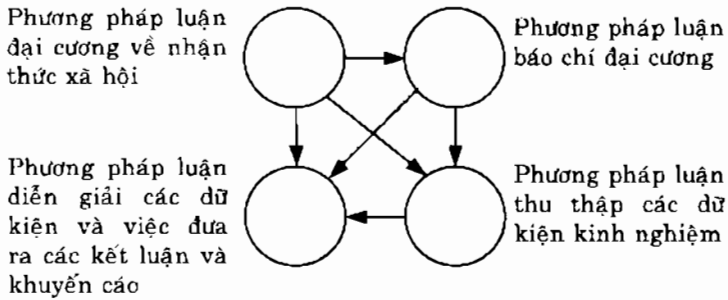
Cuối cùng, cần lưu ý rằng bằng cách ấy chính luận giới thiệu sâu sắc về thực tại thường nhật, rằng những ý kiến tổng hợp trong chính luận có khả năng hình thành thế giới quan của người đọc, để lại dấu ấn trong ý thức lịch sử của xã hội.

Với tư cách là loại hình sáng tạo trung tâm trong báo chí, chính luận không tránh khỏi có ảnh hưởng đến các tác phẩm thuộc các loại hình sáng tạo khác. Điều này thể hiện trong các tác phẩm ấy dưới hình thức *tính chính luận*, nghĩa là làm phong phú thêm các tác phẩm khoa học

và nghệ thuật bằng những nét chính luận - trước hết bằng cách đặt ra các vấn đề hiện đại và bằng những đáp ứng các đòi hỏi của công chúng ngày nay trong mối quan hệ với các vấn đề của thực tại thường nhật.

Để trở thành nhà chính luận thì chỉ có ước nguyện và năng lực trong lĩnh vực hoạt động này là chưa đủ, chỉ có nguyện vọng tích cực phục vụ công luận thì chưa đủ (tuy rằng tất cả những điều đó là tuyệt đối cần thiết). Điều quan trọng là cũng phải có cả *những hiểu biết về phương pháp luận*, để trên cơ sở đó những ước nguyện, những năng lực và những khao khát mới có thể được thực hiện một cách tốt nhất.

Phương pháp luận (tiếng Hy Lạp *methodos* “con đường, cách thức nghiên cứu; logos có nghĩa là “khái niệm, học thuyết”) - đó là tổng thể những kiến thức về bản chất, về hệ thống và những phương pháp hoạt động trong lĩnh vực nào đó nhằm đảm bảo giải quyết hữu hiệu những nhiệm vụ sáng tạo. Những kiến thức phương pháp luận của nhà báo hình thành chỉ ít từ bốn lĩnh vực tri thức và khả năng biết cách có quan hệ hữu cơ với nhau. Đó là phương pháp luận báo chí chung, phương pháp luận thu thập các dữ kiện kinh nghiệm và những cơ sở phương pháp luận của việc diễn giải các dữ liệu đã thu thập được. Dưới hình thức sơ đồ có thể diễn tả hệ thống ấy như sau:



Cơ sở của kiến thức phương pháp luận của nhà báo, cũng như của mọi nhà hoạt động chính trị - xã hội, là *phương pháp luận đại cương về nhận thức xã hội*. Hạt nhân của nó là triết học xã hội mà nhà báo lấy làm kim chỉ nam, tức là một hệ thống các quan niệm về các quy luật được lấy làm chỗ dựa cho hoạt động và sự phát triển của xã hội (trong phạm vi giữa tính quyết định kinh tế vững chắc và quan niệm về vai trò của các nhà hoạt động lịch sử có ý nghĩa quyết định lịch sử). Phương pháp luận đại cương cũng gồm cả việc nắm vững tài liệu các môn khoa học xã hội cụ thể: các học thuyết kinh tế, chính trị học, lý thuyết về quản lý, luật học, đạo đức học, khoa học về tôn giáo...

Nhà báo không thể thiếu định hướng trong lĩnh vực nhận thức luận, lôgic học, xã hội học, tâm lý học xã hội, sử học, văn học và nghệ thuật. Với chuyên môn về một lĩnh vực cụ thể nào đó, nhà báo cần sử dụng những môn khoa

học tương ứng “mô tả” lĩnh vực đó (học thuyết về nhà nước hoặc những kiến thức trong lĩnh vực thể thao, khoa học về nông nghiệp hoặc khoa học quảng cáo, lý thuyết về văn hóa hoặc những cơ sở của hoạt động sống của gia đình...). Nói cách khác, vì tính chất đặc thù của báo chí mà các cán bộ của các phương tiện thông tin đại chúng phải trở thành những nhà tư tưởng xã hội tổng hợp và những người am hiểu về một lĩnh vực cụ thể của cuộc sống. Sự thiếu vắng những tri thức ấy trong hoạt động nhận thức - sáng tạo sẽ khiến cho hoạt động sáng tạo của nhà báo bị mất đi những định hướng nền tảng, đưa đến cách tiếp cận chứa đựng những suy xét sai lầm gây lầm lạc cho công chúng.

Thành tố thứ hai của tri thức phương pháp luận của nhà báo là *phương pháp luận báo chí đại cương*. Trong đó bao gồm toàn bộ tổng thể những kiến thức về báo chí với tư cách là lĩnh vực hoạt động thông tin đại chúng, là những kiến thức được sử dụng trong quá trình sáng tạo, còn bao gồm cả mọi tri thức về hoạt động báo chí - từ bản chất của thông tin đại chúng và chức năng của nó cho đến những quy luật của hoạt động sáng tạo. Việc sử dụng những kiến thức ấy tạo ra những khuôn khổ báo chí đặc thù và những đặc điểm chung trong tìm tòi sáng tạo, và vì vậy nó không đơn giản là sự bổ sung cho phương pháp luận đại cương về nhận thức xã

hội, mà còn đem lại cho việc sử dụng nó tính chất đặc thù, vốn có của chính báo chí. Đặc biệt, kiến thức về tính đặc thù của chính luận quy định những đặc điểm của việc vận dụng các quy luật của nhận thức lịch sử và nhận thức lôgic, nhận thức nghệ thuật và nhận thức khoa học, những nguyên tắc của tính cụ thể, tính hệ thống, tính thực tiễn của nhận thức...

Lĩnh vực thứ ba của tri thức phương pháp luận - đó là các *phương pháp thu thập các dữ kiện kinh nghiệm*, thu thập các sự kiện. Tổng thể những phương pháp ấy là những kiến thức và những kỹ năng trong lĩnh vực tổ chức quan sát, thực hiện các cuộc thăm dò ý kiến (phỏng vấn, trả lời các câu hỏi trong bản hỏi đáp), nghiên cứu các văn bản (các văn bản chính thức, các văn bản cá nhân...) tiến hành thử nghiệm trong trường hợp cần thiết (trên thực tế, bằng mô hình, trong trí óc). Trong khuôn khổ nắm vững các phương pháp thu thập thông tin còn có cả kỹ năng làm việc tại các khu lưu trữ và các thư viện, lập hồ sơ và tiến hành các ghi chép, lập thành các văn bản những dữ kiện thu thập được để có đủ độ vững tin khi cho công bố các sự kiện.

Không phải mọi thông tin do nhà báo thu thập được đều là sự kiện. Thứ nhất, có thể gọi là sự kiện những thông tin nào phản ánh những gì thực sự đã xảy ra và có thể kiểm tra được (tiến

hành thẩm tra). Đồng thời, cũng cần phân biệt những thông tin đã được xác nhận bằng văn bản (văn bản ghi nhận cuộc phỏng vấn, bản sao văn kiện được thực hiện một cách thích đáng, trích dẫn chính xác một cuốn sách hoặc một bài viết nào đó...) và những sự kiện thuộc loại “như được biết qua những nguồn đáng tin cậy” hoặc (trường hợp cùng cực) những tin đồn. Việc viện vào các thông tin ấy (cũng như những dữ kiện thu thập được trong những cuộc trò chuyện đã diễn ra trên thực tế (nhưng không được ghi nhận bằng văn bản) đòi hỏi phải có những lời chú thích đặc biệt.

Thứ hai, thông thường người ta gọi là sự kiện, những sự việc, những lời tuyên bố, những hành động quan trọng, có ý nghĩa, đóng vai trò quan trọng, trong khi những hiện tượng nhỏ nhặt, không có ý nghĩa, không tiêu biểu của thực tại thì được người ta gọi là những tiểu sự kiện chỉ có ích cho việc nhắc đến kiểu như “nói thêm”. Vấn đề tính đặc trưng của sự kiện có liên quan trực tiếp đến lập trường xã hội và những cách tiếp cận phương pháp luận của nhà báo: cơ sở phương pháp luận không đúng sẽ dẫn đến những cách tiếp cận không đúng trong việc thu thập và đánh giá những thông tin thu thập được, tư duy không đúng thì dẫn đến hành động đơm đặt ra những sự việc không có thật.

Sau hết, lĩnh vực thứ tư của tri thức phương

hành thẩm tra). Đồng thời, cũng cần phân biệt những thông tin đã được xác nhận bằng văn bản (văn bản ghi nhận cuộc phỏng vấn, bản sao văn kiện được thực hiện một cách thích đáng, trích dẫn chính xác một cuốn sách hoặc một bài viết nào đó...) và những sự kiện thuộc loại “như được biết qua những nguồn đáng tin cậy” hoặc (trường hợp cùng cực) những tin đồn. Việc viện vào các thông tin ấy (cũng như những dữ kiện thu thập được trong những cuộc trò chuyện đã diễn ra trên thực tế (nhưng không được ghi nhận bằng văn bản) đòi hỏi phải có những lời chú thích đặc biệt.

Thứ hai, thông thường người ta gọi là sự kiện, những sự việc, những lời tuyên bố, những hành động quan trọng, có ý nghĩa, đóng vai trò quan trọng, trong khi những hiện tượng nhỏ nhặt, không có ý nghĩa, không tiêu biểu của thực tại thì được người ta gọi là những tiểu sự kiện chỉ có ích cho việc nhắc đến kiểu như “nói thêm”. Vấn đề tính đặc trưng của sự kiện có liên quan trực tiếp đến lập trường xã hội và những cách tiếp cận phương pháp luận của nhà báo: cơ sở phương pháp luận không đúng sẽ dẫn đến những cách tiếp cận không đúng trong việc thu thập và đánh giá những thông tin thu thập được, tư duy không đúng thì dẫn đến hành động đơm đặt ra những sự việc không có thật.

Sau hết, lĩnh vực thứ tư của tri thức phương

pháp luận của nhà báo - đó là *những phương pháp diễn giải, những sự đánh giá và giải thích về những thông tin thu thập được, đưa ra những kết luận và những khuyến cáo, hình thành luận điểm chung và nội dung thực tế của tác phẩm tương lai*. Các phương pháp diễn giải cho phép “tập hợp” những sự kiện thu thập được thành một bức tranh chỉnh thể về một hiện tượng, xác lập mối tương quan giữa những tình huống riêng lẻ và nhận định vai trò và ý nghĩa của mỗi tình huống ấy, đưa ra một cách có luận chứng sự đánh giá của mình và đưa ra những kết luận phù hợp với bản chất thực sự của một sự việc nào đó, với sự biến động của sự việc đó, với ý nghĩa đích thực của nó đối với đời sống. Tính khách quan của việc xem xét và đánh giá cuộc sống thường được đảm bảo bằng những tiền đề phương pháp luận xuất phát điểm đúng đắn, nhận thức sâu sắc về những quy luật hiện hữu về sự hoạt động và sự phát triển của xã hội. Chính sự hiểu biết ấy đảm bảo các phương pháp và tính chất diễn giải các dữ kiện. Vì mỗi tình huống phải được nêu lên trong những mối liên hệ lịch sử rộng rãi, có tính đến những nhân tố làm xuất hiện những đặc tính và thuộc tính của tình huống ấy. Điều đó vẫn được quyết định bởi lập trường xã hội của nhà báo, bởi kỹ năng áp dụng “những thước đo” thích hợp vào một tình huống cụ thể. Chính điều này quy định mức độ

tính chính xác của việc nêu ra những đặc trưng và sự đánh giá.

Những hiểu biết lý luận trong lĩnh vực phương pháp luận của hoạt động báo chí - chính luận được áp dụng thực tế *trong quá trình tạo ra những tác phẩm chính luận*.

Có những nhân tố khác nhau có thể trở thành động cơ thôi thúc, *nguồn kích thích ban đầu* của hoạt động sáng tạo nhằm tạo ra một tác phẩm có thể - đó là nhiệm vụ của ban biên tập, là vấn đề mà nhà báo quan tâm, là sự việc bất bình thường lọt vào mắt nhà báo, là “đơn đặt hàng” bằng văn bản, cũng như câu chuyện ngẫu nhiên được nghe thấy... Nguồn kích thích ban đầu này thường hay được người ta gọi là “cơ chế khởi động”, bởi vì nó mà có sự hoạt động mạnh mẽ và tác động của tất cả “các nguồn dự trữ” tri thức của nhà báo, kinh nghiệm do nhà báo tích lũy được, tài khéo léo và những kỹ năng lao động sáng tạo. Nói cách khác, tri thức phương pháp luận của nhà báo “được khởi động”, được đưa vào trạng thái hoạt động. Nhờ tính chất phát triển của tri thức ấy và tính đồng nhất của tình huống sáng tạo mà tư duy khởi đầu về tư liệu dẫn đến sự hình thành ban đầu của ý đồ - một quan niệm chưa rõ ràng, với nhiều phương án (đôi khi là những phương án loại trừ nhau), về tác phẩm tương lai. Trong ý đồ trước hết người ta xác định nội dung tương lai có thể có

của tác phẩm - *chủ đề* của nó (tiếng Hy Lạp *thema* có nghĩa là “được lấy làm cơ sở”), tổng thể các hiện tượng của cuộc sống được nói đến, vấn đề được đặt ra (tiếng Hy Lạp *idea* có nghĩa là “tư duy, sự hiểu biết”) - đó là những kết luận, những suy xét, những ý kiến, những kiến nghị sẽ được luận chứng và được chứng minh khi giải quyết các vấn đề được đặt ra trên cơ sở tài liệu về những hiện tượng được xem xét của thực tại. Bên cạnh đó, dù còn chưa rõ ràng, nhưng đang hình thành những dạng khác nhau về hình thức của tác phẩm - đó là những phác họa về giải pháp về thể loại, về bố cục, về văn phong.

Trong ý đồ ban đầu những yếu tố của nội dung và hình thức chủ yếu nằm trong trạng thái *những giả thiết* (tiếng Hy Lạp *hipothesis* “giả định, cơ sở có khả năng xuất hiện”) - đó là những phương án giải pháp có thể thực hiện, được giả định. Có nhiều phương án giải pháp thì không có hại, mà ngược lại, còn giúp cho công việc của nhà báo chính luận mà hoạt động tiếp theo của anh ta là “bổ trí” theo cách nào đó, những tài liệu đã có và mới được thu thập, sao cho có thể khẳng định, bác bỏ hoặc thay đổi các giả thiết.

Nhà báo chính luận dựa trên cơ sở những tri thức phương pháp luận của mình - ở giai đoạn này những tri thức ấy quyết định tính chất sáng tạo trong hoạt động của nhà báo ấy - để tiến hành công việc xử lý các giả thiết khi phát

triển, làm thay đổi, điều chỉnh cho chính xác thêm ý đồ và biến nó thành một *hệ thống quan niệm* hoàn chỉnh của *tác phẩm tương lai*. Sự sẵn sàng giải quyết những nhiệm vụ sáng tạo có thể là chưa đủ, khi ấy nảy sinh sự cần thiết phải có sự chuẩn bị thêm, đôi khi còn cần có những sự thay đổi lớn trong những cách tiếp cận đã được chấp nhận. “Tính cởi mở” của nhà báo chính luận trong cuộc sống phải ở mức rất cao, để các lý lẽ giáo điều không kìm hãm tư duy của anh ta và không sản sinh ra những giải pháp rập khuôn. Chỉ có như vậy mới có thể có sự tìm tòi phức tạp và đòi hỏi những sức sáng tạo với nỗ lực cao, để tìm ra được một bức tranh chỉnh thể về tình huống đang được xem xét, mới có thể nghiên cứu triển khai các đề tài và hình thành nội dung tư tưởng của tác phẩm và “hình thức bên ngoài” của tác phẩm.

Giai đoạn kết thúc của hoạt động sáng tạo - đó là *việc viết ra tác phẩm*, công việc này được hướng dẫn bởi những thành tố khác nhau của tri thức phương pháp luận của nhà báo. Tính chất đặc thù của các quá trình và các kết quả của việc tạo ra bản văn thì tùy thuộc vào những phẩm chất sáng tạo của cá nhân nhà báo, kinh nghiệm cá nhân và những sở trường, trực giác, tính chất của viễn tưởng, phong cách tư duy và cảm xúc...

Việc nắm vững tri thức phương pháp luận, việc phát triển các phẩm chất sáng tạo, phát

triển các kỹ năng và tài nghệ đòi hỏi một sự lao động không mệt mỏi, nghiên cứu các quy luật sáng tạo, sự hiểu biết các tác phẩm của các nghệ nhân báo chí, phải đi sâu vào phòng thí nghiệm sáng tạo của các nghệ nhân ấy, sự tích lũy và suy ngẫm kinh nghiệm của cá nhân mình, và công việc phải được tiếp tục không ngưng nghỉ.

Ở giai đoạn đầu của cuộc đời sáng tạo, ta thấy hình thành những hiểu biết, những sự khéo léo và những kỹ năng đầu tiên của nhà báo, *những yếu tố công nghệ* trong lĩnh vực công tác biên tập, tổ chức, tác giả của các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau. Trên cơ sở ấy - tùy thuộc vào những năng lực và trình độ hiểu biết học vấn được kinh nghiệm kiểm nghiệm - xuất hiện khả năng bước lên một trình độ tiếp theo trong hoạt động sáng tạo nghề nghiệp, đó là nắm vững nghệ thuật sáng tạo báo chí. Nghệ thuật đòi hỏi phải nắm vững một cách điêu luyện, việc này chỉ vừa sức những ai tỏ ra am hiểu hơn trong sáng tạo, những ai đã tạo được cho mình một thị hiếu cá nhân và tự khẳng định mình trong nghề nghiệp (đã trải qua sự từng trải). Nghệ thuật đòi hỏi tính chất đặc thù của diện mạo sáng tạo.

Nếu như những thủ pháp công nghệ (trong trường hợp có tài năng và sở thích) có thể qua học hỏi mà có được, còn nghệ thuật thì có thể nắm được trong quá trình lao động, thì *tài nghệ*

là trình độ cao nhất trong hoạt động sáng tạo, nó do con người có tài năng đạt được nhờ lao động căng thẳng, với sự thể hiện tối đa những tiềm lực nội tại của anh ta. Tính chất và trình độ tài nghệ thể hiện một cách cô đọng lập trường xã hội, trình độ chuẩn bị về nghề nghiệp, cũng như trình độ phương pháp luận của một cá nhân có tài năng sáng tạo.

CHƯƠNG IV

HIỆU LỰC VÀ TÍNH HIỆU QUẢ CỦA BÁO CHÍ

Trong quá trình thực hiện định hướng của mình và chính sách thông tin dựa trên định hướng ấy, mỗi phương tiện thông tin đại chúng đều cố gắng hoàn thành đầy đủ nhất những nhiệm vụ đặt ra cho nó. Đồng thời, định hướng quan trọng có tính nguyên tắc trong hoạt động sáng tạo là kết quả cuối cùng - sức mạnh của ảnh hưởng xã hội, báo chí hoàn thành vai trò của mình đối với những thiết chế xã hội, cũng như đối với đông đảo công chúng. Tất cả những hình thức hoạt động mang tính chất ngữ nghĩa và cú pháp (từ khâu hình thành đề cương chủ đề cho đến khâu sửa chữa hoàn tất tác phẩm, từ việc thu thập tài liệu cho đến khâu lên khuôn số báo hoặc một tập sách), xét về khách quan, đều tuân theo tính chất thực dụng của lao động báo chí, sự định hướng nhằm tới những

mục tiêu xã hội cuối cùng.

Nhiều khi có tình hình là những tác phẩm trong giới báo chí được xem là một thành công sáng tạo thì lại không có tác động sâu sắc đến “người sử dụng” thông tin. Và ngược lại, có những tác phẩm “thoảng qua”, bình thường xét trên góc độ ngữ nghĩa - cú pháp, không xuất sắc lại có thể có ảnh hưởng sâu sắc đến tình hình công việc trong xã hội, gây được ý kiến phản hồi sôi động và phản ứng trong các tổ chức khác nhau, cũng như ở những nhân vật chính thức. Cũng có thể có cả những kết quả khác.

Trên nguyên tắc có thể có bốn phương án tác động của phương tiện thông tin đại chúng lên “người sử dụng”: tác động chức năng, tức là nhiệm vụ được đặt ra đã được thực hiện ít nhiều thỏa đáng; tác động *trái chức năng*, tức là kết quả lại trái ngược với điều mong muốn; *tác động không có tính chất chức năng* khi xuất hiện những kết quả bất ngờ, không gắn với nhiệm vụ được đặt ra, tác động *vô chức năng*, kết quả số không, không có bất kỳ kết quả nào cả.

Dĩ nhiên, hoạt động sáng tạo phải hướng vào những kết quả *có tính chất chức năng*.

TÍNH KẾT QUẢ CỦA BÁO CHÍ VÀ NHỮNG HÌNH THỨC CỦA TÍNH KẾT QUẢ ẤY

Tính kết quả của hoạt động sáng tạo - đó là một trong những vấn đề chủ yếu của báo chí.

Rất hiếm khi người ta hiểu tính kết quả là thành công thương mại, là việc thu lợi nhuận nhờ hoạt động báo chí. Báo chí (ngoại trừ một số phương tiện thông tin đại chúng công khai có định hướng thương mại), xét về thực chất, tồn tại không phải vì lợi nhuận, mặc dù không loại trừ có sự quan tâm đến khả năng sinh lời cao của các ấn phẩm nhằm mục đích tiến hành công việc với một trình độ thích đáng và độc lập, không cần có những khoản tài trợ của các cá nhân và các tổ chức. Tính kết quả xã hội cao tạo ra những tiền đề cho thành công thương mại và cho những đảm bảo tránh khỏi những tác động không mong đợi.

Đòi hỏi về nâng cao kết quả của báo chí có thể được thực hiện một cách tối đa trong trường hợp các nhà báo nhận thức được đầy đủ rằng thế nào là kết quả, cần hiểu biết gì về những con đường đạt đến kết quả cao, cần có những kỹ năng như thế nào để làm được việc đó.

Câu trả lời cho câu hỏi thứ nhất gắn với sự nhận thức về các chức năng mục tiêu của báo chí, nghĩa là gắn với quan niệm rõ ràng về điều mà báo chí đạt được sau cùng nhờ hoạt động ý thức hệ, văn hóa giải trí, tổ chức trực tiếp và các hoạt động khác, về định hướng thực dụng của một ấn phẩm hoặc một chương trình phát sóng nào đó. Do vậy, dưới hình thức chung, có thể định nghĩa kết quả như là mức độ thực hiện mục

tiêu. Bằng biểu tượng có thể biểu thị điều đó như sau: Tính kết quả = kết quả/ mục tiêu.

Qua công thức trên thấy rằng để cho hoạt động đạt được tính kết quả cao thì điều có ý nghĩa quyết định là kỹ năng biết đề ra mục tiêu và thông qua kết quả tương ứng mà đạt cho được mục tiêu. Khi nêu vấn đề tính kết quả thì khái niệm “mục tiêu” có ý nghĩa quan trọng: nhà báo phải nhận thức rõ bản chất của tính kết quả và những con đường hình thành các mục tiêu cụ thể trong hoạt động báo chí.

Mục tiêu - với tư cách là trạng thái (ý thức, hành vi) - mà một phương tiện thông tin đại chúng và một nhà báo nào đó muốn đạt tới lại có bản chất chủ quan và vì vậy có thể, ở mức độ lớn hơn hoặc nhỏ hơn, khác biệt với trạng thái cần thiết khách quan. Do vậy, cả các nhà báo, cả các nhà phân tích về hoạt động sáng tạo báo chí đều hết sức cần xem xét những mục tiêu đề ra trong bối cảnh những nhu cầu khách quan của phát triển xã hội đối với một tình huống cụ thể mà chung quanh đó hoạt động báo chí diễn ra. Không phải ngẫu nhiên mà trong báo chí (kể cả các phương tiện thông tin đại chúng có những lập trường khác nhau) người ta luôn luôn nhấn mạnh rằng báo chí xem nhiệm vụ của mình là thỏa mãn các nhu cầu của xã hội về thông tin.

Nhu cầu về thông tin - đó là nhu cầu về tổng

thể những thông tin mà xã hội cần đến để hoạt động bình thường và phát triển các lĩnh vực kinh tế, chính trị - xã hội, tinh thần và những lĩnh vực khác. Báo chí có sứ mạng hoàn thành vai trò đặc thù của mình trong việc “đảm bảo thông tin” về những nhu cầu ấy. Dĩ nhiên, các lực lượng xã hội có định hướng khác nhau thì “nhìn” theo những cách khác nhau về các nhu cầu. Điều này cần phải được xét đến khi phân tích cách tiếp cận của những lực lượng ấy đối với tính kết quả, nhưng trên nguyên tắc các nhu cầu đều mang tính khách quan và không phụ thuộc vào “các ý kiến”.

Để xác định cụ thể các nhu cầu về thông tin thì nhà báo cần so sánh trạng thái cần thiết khách quan của một đối tượng xã hội nào đó (một ngành kinh tế hoặc những cư dân ở một tỉnh, một trường học hoặc những người lao động của một nhà máy) và sự tồn tại “lý tưởng” cần thiết của nó trong tương lai gần nhất cũng như trong viễn cảnh xa xôi so với thực trạng. Kết quả của sự so sánh là xuất hiện một quan niệm về những gì cần làm và làm như thế nào để tiến lên trên con đường đạt đến điều mong muốn. “Sự khác biệt” chính là giữa các nhu cầu của đối tượng xã hội, còn tổng thể những tác phẩm báo chí đảm bảo những thay đổi cần thiết ấy thì hiện ra như là một nhu cầu thực tế về thông tin. Do vậy, nhà báo, xét về phương

diện kết quả, chỉ có thể hành động trong trường hợp nếu như anh ta biết phải chuẩn bị và chuyển tải thông tin nào và theo địa chỉ nào để đảm bảo, về phương diện thông tin, cho sự phát triển xã hội.

Tùy theo trạng thái của đối tượng xã hội, để thỏa mãn các nhu cầu thông tin về đối tượng đó, bên cạnh việc phân tích toàn diện và chi tiết tình hình thì còn đòi hỏi phải có thông tin với “nội dung” khác nhau: cả loại thông tin duy trì, phát triển những xu hướng tích cực, cả những thông tin có tính chất phê phán, nhằm loại bỏ cái tiêu cực, cả những thông tin làm chính xác thêm, điều chỉnh... Nói cách khác, tổng thể nhu cầu về thông tin hình thành từ tổng thể những thành tố đa dạng. Tiềm năng của những thành tố đó không bao giờ có thể cạn kiệt, vì tồn tại quy luật phát triển và nâng cao các nhu cầu.

Cũng còn phải xét đến tình hình là vào mỗi thời điểm cụ thể của lịch sử những khả năng cả của báo chí (trình độ phát triển của hệ thống, tình hình cán bộ, mức độ đảm bảo về các nguồn lực về thông tin, khoa học và những nguồn lực khác...), cả của “người sử dụng” thông tin (mức độ dễ tiếp cận các nguồn thông tin, năng lực khai thác và sử dụng thông tin...) đều có giới hạn. Do vậy, khi đưa ra những khái niệm chung về bản chất của tính kết quả thì cũng cần đưa

vào đó việc nêu lên đặc trưng của những khả năng (của báo chí - trong việc chuyển tải thông tin, của công chúng - trong việc khai thác thông tin). Do vậy, công thức tổng thể về tính kết quả có thể mang công thức như sau:

$$\text{Tính kết quả} = \frac{\text{kết quả}}{\text{mục tiêu (các nhu cầu) x khả năng}}$$

Có thể định nghĩa tính kết quả như sau: đó là *mức độ báo chí đạt đến các mục tiêu đáp ứng những nhu cầu của xã hội về thông tin đại chúng có tính đến những khả năng thực tế của “những người sản xuất” thông tin, cũng như của “những người sử dụng” thông tin.*

Đĩ nhiên, mỗi phương tiện thông tin đại chúng, mỗi nhà báo riêng lẻ hoặc mỗi tác phẩm riêng lẻ chỉ đảm nhận một phần nhất định hoặc thậm chí một phần rất nhỏ trong việc thỏa mãn các nhu cầu xã hội, của những tầng lớp và những nhóm xã hội cụ thể về thông tin. Hơn nữa, dưới các hình thức khác và trong những bước đi khác của hoạt động báo chí “sự đáp ứng” các nhu cầu thể hiện ra rất khó khăn, thông qua nhiều nấc thang trung gian. Cần phải có tầm tư duy quy mô để so sánh một “cách có ý thức không những những hoạt động báo chí lớn, mà cả những công đoạn có tính chất bộ phận trong xử lý các nhu cầu về thông tin.

Có vấn đề được đặt ra còn gay gắt hơn, đó là

vấn đề lựa chọn các định hướng nhu cầu của xã hội về thông tin, nếu xét đến tình hình là khi nhận thức các nhu cầu thực sự loài người sẽ vấp phải một loạt khó khăn, nhiều khi phạm phải các sai lầm và rơi vào những lầm lạc. Điều này thể hiện rõ ở chỗ là những quan niệm của các lực lượng xã hội khác nhau, các chính đảng, các nhóm phái khác về những nhu cầu của xã hội và về tính chất của “việc đảm bảo thông tin” cho họ trong một lĩnh vực nào đó đều khác nhau.

Những sự khác biệt ấy sẽ luôn luôn tồn tại và lại xuất hiện mới ở mỗi vòng xoắn của quá trình phát triển của xã hội. Công việc xác định nhu cầu, bảo vệ và điều chỉnh, làm rõ thêm lập trường của mình trong tiến trình bút chiến, công việc tìm kiếm các con đường thực hiện nhu cầu về thông tin - đó là nhiệm vụ thường xuyên được đặt ra cho nhà báo.

Dĩ nhiên, cả những quan niệm về tính kết quả của các hoạt động nào đó cũng sẽ khác nhau ở các đại diện cho những lập trường khác nhau trong báo chí. Vì thành công của một số đại diện trong số “những người sử dụng” thông tin không ít khi lại có nghĩa là sự không thành công của những đại diện khác cũng ở số công chúng ấy. Hoặç là nếu những ấn phẩm (những chương trình phát sóng) với những quan niệm khác nhau về nhu cầu, đạt được thành công

trong công chúng của mình, thì trong xã hội hình thành những ý kiến, những tư duy và những ý chí mang những định hướng khác nhau.

Vậy là, sự lựa chọn lập trường, tính chất của sự nhận thức và của các hình thức thực hiện các nhu cầu quyết định rất nhiều đến bầu không khí tinh thần của xã hội, tính chất của ý thức và của hành vi của các thành tố khác nhau trong xã hội. Điều hiển nhiên là mức độ ý thức trách nhiệm của các nhà báo về định hướng trong hoạt động của mình, về việc theo dõi lập trường của những phương tiện thông tin đại chúng khác và về việc tiến hành sự đối thoại có tính chất xây dựng nhằm đề ra những ý tưởng và những giải pháp góp phần hữu hiệu vào sự tiến lên của toàn xã hội.

Mức độ cao của tính kết quả, tức là hoạt động chức năng tối đa - đó là kết quả của hoạt động tối ưu của báo chí (tiếng Latinh optimum có nghĩa là "tốt nhất trong những điều kiện nào đó") theo hướng thỏa mãn các nhu cầu của xã hội về thông tin, theo cách hiểu và thực hiện của nhà báo đối với nhu cầu ấy trong các tác phẩm của mình. Đồng thời, những tác phẩm có kết quả nhất là những tác phẩm trong đó có xét đến một cách tốt nhất tổng thể các nhân tố cho ra đời bản văn. Có những nhân tố như vậy ảnh hưởng đến nhà báo trong hoạt động của anh ta: nhà báo phải kết hợp *sự phản ánh*

khách quan thực tại với việc hoàn thành các mục tiêu cương lĩnh của nhà sáng lập, phù hợp với tính chất và các nhu cầu công chúng và các thiết chế xã hội. Dĩ nhiên, tính chất hài hòa trong sự tác động của những nhân tố ấy chỉ đạt được trong trường hợp giữa nhà báo và cương lĩnh sáng lập không có những sự khác biệt (hoặc những sự khác biệt ấy là tối thiểu) với nhu cầu của “người sử dụng” thông tin, còn các nhu cầu thì được nhận thức đủ chính xác để có thể tạo ra bức tranh khách quan về cuộc sống. Vậy là, để đạt cho được tính kết quả có ý nghĩa lịch sử (chứ không đơn giản là thành công trong công chúng “bằng mọi phương cách”) thì không đơn giản, và trên thực tế người đạt được tính kết quả đó chỉ là người nào nhìn được tốt nhất triển vọng lịch sử và biết thu hút công chúng của mình vào tính kết quả đó.

Vì “những người sử dụng” thông tin là đông đảo công chúng, cũng như các thiết chế xã hội, cho nên tính kết quả của hoạt động thể hiện trên hai phương diện - phù hợp với người nhận thông tin. Một mặt cần xem sự tác động của thông tin lên đông đảo công chúng như là hiệu quả (tiếng Latinh - *effectivus* có nghĩa là “hiệu quả”), mặt khác, tính kết quả của các liên hệ tác động của thông tin đối với các thiết chế xã hội (sự tác động lên việc đưa ra các quyết định) được xem là hiệu lực. Sự phân biệt này có ý nghĩa lý

luyện và thực tiễn, mặc dù rất nhiều khi những thuật ngữ ấy được sử dụng như là những từ đồng nghĩa hoặc gần gũi với nhau, thậm chí như là những khái niệm đồng nhất. (Đặc biệt, người ta coi mức độ đạt kết quả trực tiếp, có tính chất tức thì là hiệu lực, còn xem những hậu quả xa xôi sau này là hiệu quả...).

Sự phân biệt hiệu quả và hiệu lực xét theo mục tiêu báo chí hướng đến cho phép các nhà báo định hướng rõ ràng những nỗ lực của mình và đo lường một cách tương ứng những kết quả của những nỗ lực ấy. Hơn nữa, hiệu quả cao tạo ra ở công chúng sự tin cậy đối với các phương tiện thông tin đại chúng, còn hiệu lực cao thì giúp củng cố uy tín của các phương tiện thông tin đại chúng ấy. Sự tin cậy và uy tín, với tính chất đặc thù và sự thống nhất của nó - đó là những dấu hiệu của khả năng ảnh hưởng của báo chí. Đó là kết quả của chất lượng cao trong công việc báo chí.

Đồng thời, hoạt động của báo chí, với phương án tối ưu, hướng vào cả hai hình thức biểu hiện của tính kết quả, vào “tính vạn năng” của ảnh hưởng trong xã hội. Điều này lại càng trở nên quan trọng vì tính hiệu quả cao giúp tăng cường hiệu lực (bởi vì, tựa hồ như áp lực của công luận tăng thêm đối với các thiết chế xã hội), và ngược lại, hiệu lực làm tăng hiệu quả (bởi vì làm tăng sự tin cậy đối với các phương tiện

thông tin đại chúng có uy tín trong các thiết chế xã hội và có tác động đến việc đưa ra các quyết định).

Mối quan tâm về tính kết quả đòi hỏi tất cả các hành động của các nhà báo phải có tính định hướng mang tính thực tế.

HIỆU LỰC CỦA BÁO CHÍ VÀ NHỮNG CON ĐƯỜNG NÂNG CAO HIỆU LỰC ẤY

Hiệu lực - đó là tính kết quả trong việc hoàn thành những chức năng tổ chức - trực tiếp của báo chí, mức độ thành công của báo chí trong việc đảm bảo thông tin đại chúng cho việc giải quyết các nhiệm vụ phát triển xã hội, thể hiện qua việc đưa ra những biện pháp cụ thể.

Đối với nhà báo, tính chất quan trọng của cách nhìn đúng đắn và việc hoàn thành hữu hiệu các chức năng tổ chức - trực tiếp được quyết định bởi một yếu tố là: Hoạt động ấy - với tư cách là sự thể hiện thực tế những kết quả của việc phân tích các hiện tượng thực tại - không tách rời khỏi định hướng xã hội của công chúng. Vì những kết luận và những đề xuất thực tiễn do các nhà báo đưa ra dĩ nhiên là quan trọng đối với việc đưa ra những quan niệm nhất định ở công chúng và phải hoà nhập đối với thực tiễn xã hội.

Việc các cá nhân và các tổ chức “đưa ra các giải pháp” xử lý thực tiễn đã sử dụng những kết

luận và đề xuất (không phải luôn luôn đầy đủ, nhưng nhất thiết phải là sự phân tích kỹ lưỡng) - đó là sự tiếp tục trực tiếp hướng đến công chúng đông đảo của các phương tiện thông tin đại chúng và (nếu công chúng đã chấp nhận những tư tưởng và những khuyến cáo được phát biểu trên các phương tiện thông tin đại chúng) và nhân danh công luận, hướng đến những ai chịu trách nhiệm về tình hình trong lĩnh vực được xem xét của cuộc sống (trong chính phủ và trong nhà máy, ở trường cao đẳng và tại cơ quan hành chính của tỉnh...). Nếu không có sự tham gia có hiệu lực thông qua việc đưa ra các giải pháp thì hoạt động báo chí sẽ phiến diện và như thể không hoàn chỉnh, vì những đề xuất thực tiễn của các nhà báo - trong tư cách là những nhà phân tích và nhà hoạt động xã hội - nếu không được đáp ứng và thực hiện đều là sự chi phí “lãng phí”, những gì mà lao động của họ đã đạt được, ấy là chưa nói đến những chi phí về phương diện chính trị - xã hội, trong đó phải kể đến sự giảm sút uy tín của các phương tiện thông tin đại chúng và lòng tin của công chúng đối với báo chí.

Hiệu lực và việc nâng cao hiệu lực đòi hỏi các nhà báo phải tuân theo một số điều kiện.

Trước hết, khi phân tích những tình huống cụ thể nhà báo cần phải luôn luôn “tự nêu câu hỏi”: cái gì và ai có thể khiến cho tình hình

được cải thiện, cần phải làm gì để đáp ứng các nhu cầu của xã hội diễn ra mạnh mẽ hơn và có định hướng mục tiêu hơn? Đồng thời, những đề xuất ủng hộ những sáng kiến tích cực, những hình thức hoạt động tiến bộ, những đề xuất về việc khắc phục các thiếu sót, khó khăn, giải quyết những vấn đề đã chín muồi - những đề xuất ấy chỉ hình thành sau khi có sự phân tích cho thấy rằng về đại thể có thể thực hiện những đề xuất ấy không và chính là trong những thời hạn nào. Điều này liên quan ngay cả đến những đề xuất có căn cứ, nếu như trong những điều kiện nhất định chúng không được thực hiện (những đề xuất bất khả thi, “những ý định tốt đẹp” gây ra sự mĩa mai ở những người có tư duy lạnh mạnh). Còn việc xác định triển vọng và những con đường tiến lên dần dần, “từng bước” theo những hướng đã định. Ở đây cần phân biệt những nhiệm vụ trước mắt, của tương lai gần và trong tương lai xa hơn.

Những đề xuất do báo chí đưa ra, có dựa vào kết quả phân tích đặc thù tùy thuộc vào những đặc điểm của tình hình (sự phân tích kinh tế đối với lĩnh vực kinh tế, sự phân tích luật học đối với việc áp dụng pháp luật, sự phân tích thẩm mỹ đối với những hiện tượng nghệ thuật...) đều có khía cạnh chính trị chung, bởi vì, như đã nêu rõ, xét về bản chất của mình thì báo chí “vốn có

trách nhiệm” nhìn nhận mọi hiện tượng của cuộc sống trong ý nghĩa xã hội nói chung của chúng gắn với việc đưa ra những quyết định chính trị. Do vậy mà ta thấy tính chất của những giải pháp được đề xuất, mối tương quan của những giải pháp ấy với cách nhìn nhận quy mô về tình huống của một lĩnh vực cụ thể, và đời sống xã hội nói chung, với tính chất giả định có thể có, và nhiều khi là cần thiết của một giải pháp cụ thể cũng như việc đưa ra những phương án khác nhau trong giải pháp cụ thể ấy. Nhưng mục tiêu cuối cùng - điều gì cần đạt đến? - thì đã được xác định bởi cách tiếp cận có tính nguyên tắc đối với cuộc sống, cách tiếp cận ấy gắn với lập trường xã hội của phương tiện thông tin đại chúng.

Như vậy, cái nền và đồng thời cũng là nội dung chủ yếu trong bài vở của nhà báo - đó là giải pháp chính trị có tính nguyên tắc về triển vọng của bước tiến. Một mặt, cách tiếp cận ấy “dè chừng” nhà báo không để anh ta đi sâu quá chi tiết vào lĩnh vực chuyên biệt, trong đó dĩ nhiên tiếng nói hàng đầu thuộc về các nhà chuyên môn, và mặt khác, nó cho phép tích cực can thiệp vào cuộc sống đứng trên lập trường và gắn chặt với những lợi ích xã hội quan trọng nhất của công chúng đông đảo, đứng trên góc độ lợi ích của toàn bộ sự phát triển xã hội. Chính điều đó cho phép báo chí “tự giữ mình” trong khuôn khổ tính đặc thù - với tính cách là lĩnh

vực hoạt động thông tin đại chúng và chuyển sang thông tin chuyên ngành, thực hiện được cách tiếp cận đặc trưng của các phương tiện thông tin đại chúng đối với các hiện tượng của cuộc sống, dưới góc độ những nhu cầu của ý thức quần chúng trong xã hội (của toàn thế giới hoặc của một nước, của một tỉnh hoặc của một huyện). Nhờ vậy, các nhà chuyên môn mới có được khả năng thông qua báo chí để nhận thức tình hình và nắm được những vấn đề đòi hỏi phải được giải quyết, đứng trên lập trường của toàn xã hội - điều đó, nếu không có “sự gợi ý” của nhà báo thì thường nằm bên ngoài sự chú ý của các nhà chuyên môn, vì họ thường tập trung chú ý vào những vấn đề chuyên môn sâu và hẹp.

Vậy là, bối cảnh xã hội rộng rãi khi xem xét những tình huống cụ thể thuộc những lĩnh vực đặc biệt nào đó của cơ thể xã hội - thật là quan trọng và bổ ích dưới nhiều góc độ, nó xác định tính chất và giọng điệu của các bài vở báo chí trên những vấn đề thực tiễn.

Vì việc giải quyết những vấn đề được nêu lên trong báo chí, cũng như việc xem xét (nếu không phải là trực tiếp thực hiện) những đề xuất do báo chí nêu ra đều phụ thuộc vào những thiết chế nào đó của xã hội và các nhân vật chức sắc (chính phủ, các tổ chức kinh tế, các tổ chức bảo vệ luật pháp, các đoàn thể xã hội, các hiệp hội sáng tạo...), cho nên trong hoạt động thực tiễn

của các ban biên tập có khâu quan trọng căn bản là tổ chức những quan hệ tiếp xúc với các thiết chế ấy và những nhân vật chính thức.

Trước hết cần đưa bài vở của phương tiện thông tin đại chúng đến với họ vì không phải tất cả các thiết chế đều có các trung tâm báo chí thu thập và tổng hợp các bài vở của các phương tiện thông tin đại chúng về những vấn đề có liên quan đến hoạt động của các thiết chế ấy. Nhưng ngay cả trong trường hợp các bài vở tương ứng đã có trong tay các cấp có vai trò quyết định giải pháp thì các bài vở ấy hoàn toàn không phải luôn luôn đưa ra được những biện pháp thích đáng, đặc biệt là đối với những bài vở có tính chất phê phán. Do vậy, điều quan trọng là phải khẳng định chắc chắn xem bài vở của phương tiện thông tin đại chúng “đã đến tay người nhận” và bằng cách đó (mà cũng có thể cả bằng “văn bản trực tiếp”) tỏ rõ ý muốn nhận được lời phúc đáp về các nhận xét và những đề xuất được đưa ra. Nếu không thấy có sự phản ứng đối với ý kiến đề xuất “đầu tiên” thì điều cần thiết là sau một thời gian hãy nhắc đến lập trường của ấn phẩm (hoặc của chương trình phát sóng), hoặc bổ sung thêm thông tin (thông tin mới nhận hoặc đã có sẵn trong ban biên tập, nhưng trước đó chưa công bố).

Bằng cách đó ban biên tập can thiệp triệt để vào việc xem xét vấn đề do nó đặt ra, giữ một lập

trường tích cực nhằm đạt đến hiệu lực. Trong hoạt động này có nhiều điều (nhắc nhở, gửi thêm các tài liệu bổ sung, những bài điểm báo khép kín, những ý kiến phản hồi của công chúng và của những thiết chế khác nhau...) trước đó, “không xuất hiện” trên trang báo hoặc trong buổi phát chương trình truyền hình, tựa hồ như vẫn giữ ở “dạng sau thước phim”. Đôi khi các ban biên tập tổ chức “hội nghị bàn tròn” thảo luận về các bài vở đã được đăng tải, sự tham gia của các nhà chuyên môn, và sau đó giới thiệu với công chúng về kết quả thảo luận những vấn đề nào đó.

Tuy nhiên, nhiều khi những nỗ lực của các ban biên tập chưa đủ để khiến cho những bài vở của phương tiện thông tin đại chúng có hiệu lực. Đáng tiếc là thái độ xem thường hoạt động của các nhà báo, thái độ không muốn đếm xỉa đến họ, do thái độ ngạo mạn của các nhà chuyên môn đối với “sự can thiệp” của phương tiện thông tin đại chúng vào lĩnh vực thuộc thẩm quyền chuyên môn của họ đã được củng cố thêm bởi tình trạng thiếu cơ sở pháp lý đầy đủ để điều chỉnh mối quan hệ “báo chí - các thiết chế xã hội”.

Tình trạng ban hành chưa đầy đủ các quy định luật pháp - quy định trách nhiệm của cả hai phía trong quan hệ “báo chí - các thiết chế xã hội” - đã gây khó khăn cho việc thực hiện những chức năng tổ chức trực tiếp của báo chí, làm giảm các khả năng tham gia có hiệu quả của

các phương tiện thông tin đại chúng trong tư cách là “quyền lực thứ tư” trong lĩnh vực chính trị - xã hội, kinh tế - xã hội, văn hóa và trong những lĩnh vực khác của cuộc sống. Đồng thời cũng không được quên sự tác động gián tiếp của các phương tiện thông tin đại chúng đến việc ra các quyết định, là sự tác động gắn với áp lực của công luận, với các đòi hỏi của công luận đưa ra do ảnh hưởng của báo chí. Và lại, các phương tiện thông tin đại chúng bằng cách này hay cách khác, cũng ảnh hưởng đến cả các đại diện của những thiết chế xã hội.

Nhưng trên thực tế không thể ghi nhận hiệu lực gián tiếp ấy của báo chí và điều trần với công chúng về hiệu lực ấy trên các trang báo, trên đài phát thanh hoặc trên đài truyền hình. Ngoài ra hậu quả của tình trạng đó còn là hiện tượng bản thân các nhà báo cũng phần nào mất phương hướng - vì nếu không có “thông tin ngược chiều” về sự phản ứng trước các bài vở báo chí, nếu không biết tính chất của phản ứng đó thì sẽ khó tiếp tục và phát triển định hướng đề tài - vấn đề nào đó.

Tuy nhiên, bất chấp tất cả những khó khăn và những vấn đề chưa được giải quyết trong lĩnh vực hiệu lực của bài vở báo chí (và có thể, cũng vì lý do ấy) các nhà báo trong hoạt động thực tiễn của mình không những không thể xem thường những khả năng của mình tham gia vào

đời sống xã hội trên phương diện tổ chức - trực tiếp, mà còn có thể và phải cố gắng đạt kết quả tối đa trong các bài vở của mình.

TÍNH HIỆU QUẢ VỚI TƯ CÁCH LÀ TÍNH KẾT QUẢ CỦA SỰ TIẾP XÚC VỚI CÔNG CHÚNG

Trong quá trình báo chí thực hiện các chức năng tư tưởng, văn hóa và các chức năng khác người ta thấy xuất hiện vấn đề tính hiệu quả trong việc thực hiện các chức năng ấy. Điều này đòi hỏi sự định hướng đối với công chúng của mình, phải biết tiếp cận, cuốn hút công chúng, gây sự chú ý và đưa thông tin đáp ứng nhu cầu của họ. Do vậy, dù có đạt trình độ cao đến mấy trong việc đáp ứng về phương diện ngữ nghĩa và cú pháp thì cũng chưa đủ để đánh giá tính hiệu quả của báo chí. Hơn thế nữa, có không ít trường hợp là những chất lượng cao của tác phẩm - nếu chỉ xét tác phẩm trên những khía cạnh ấy - lại là “những thiếu sót” xét từ góc độ thực tế. Ví dụ, việc sử dụng những thủ thuật cú pháp hiếm thấy của ngôn ngữ, những cấu trúc cú pháp phát triển, những cách bố cục phức tạp có thể làm cho bản văn trở nên khó hiểu và dẫn đến những hậu quả là không đạt được hiệu quả theo chức năng trong một tầng lớp công chúng cụ thể. Dẫn đến hậu quả dạng này còn có những chuyện khác như: sự trình bày quá nhấn mạnh những luận điểm đúng đắn (bị công chúng

coi là “gây sức ép”), lượng thông tin quá phong phú được giới thiệu trong một khoảng thời gian ngắn (sự cảm thụ “không theo kịp” sự giới thiệu)... Những trường hợp nảy sinh trong thực tiễn báo chí. Như vậy, chính là do người ta không tính đến những đòi hỏi thực dụng cụ thể trong khâu xây dựng và chuyển tải văn bản, - những trường hợp ấy có thể được xem là “những nghịch lý của tính hiệu quả”.

Tính hiệu quả của tác động báo chí còn phụ thuộc vào những phẩm chất cụ thể của các tác phẩm được quy định bởi tài khéo léo vận dụng (bởi những kỹ năng công nghệ, bởi thủ pháp nghệ thuật hoặc tài năng vốn có) của nhà báo. Và những sự khéo léo ấy lại phụ thuộc vào việc nhà báo nắm vững các phương pháp hoạt động báo chí. Chuỗi mắt xích ấy (phương pháp - sự khéo léo - chất lượng - tính hiệu quả) mang chung khái niệm bao quát là tính hiệu quả. Do vậy, mọi thứ khác (các phương pháp, sự khéo léo, các chất lượng) phải phục vụ ý đồ đạt cho được kết quả cuối cùng đang tìm kiếm. Vậy là, tất cả những yếu tố trong hoạt động của nhà báo, mọi thành tố của hình thức và nội dung tác phẩm của nhà báo phải hướng vào một đối tượng công chúng cụ thể.

Những kết quả mà nhà báo hướng đến là hiệu quả (tiếng Latinh - effectus có nghĩa là “hành động, ấn tượng, kết quả”) tạo nên những thay

đổi cụ thể trong ý thức, hành vi của công chúng. Trong lĩnh vực ý thức hiệu quả ấy bộc lộ trong thế giới quan, vũ trụ quan, trong ý thức lịch sử và chủ yếu trong công luận, và bên trong mỗi thành tố ấy của ý thức quần chúng thì những thay đổi ấy bộc lộ trong kiến thức, quan điểm, quan niệm, các tín điều, ý nguyện, các giá trị, quy định, và lý tưởng... Trong lĩnh vực hành vi được quy định bởi ý thức thì những hiệu quả bộc lộ qua những thay đổi của định hướng hành động trong lao động, tổ chức đời sống xã hội, sinh hoạt, nghỉ ngơi... Đồng thời, hiệu quả tác động của báo chí trong ý thức và hành vi công chúng cũng biểu hiện ra như sự hình thành mới (những kiến thức, tư tưởng, ý nguyện...), sự điều chỉnh, bổ sung, phát triển những gì đã có trong “hành trang” của công chúng, sự đánh giá, bác bỏ, loại bỏ cái đã được ý thức, coi nó là cái không hữu ích, sai lầm, có hại đối với họ.

Hệ thống các hiệu ứng, mà nhà báo phần đầu để đạt tới, chính là nhân tố xác định những nhiệm vụ và tổng thể các mục tiêu được nhà báo đề ra trong tiến trình chuẩn bị tác phẩm. Khi xử lý từng thành tố của tác phẩm, trong tất cả các bước hoạt động sáng tạo mối quan hệ “chuỗi mắt xích - nhu cầu” là có tính chất quyết định. Vì *tính hiệu quả* - đó là mức độ thực hiện các mục tiêu đáp ứng những nhu cầu của công chúng về thông tin, có tính đến

những khả năng của nhà báo và công chúng.

Điều hiển nhiên là: để tổ chức một cách có hiệu quả hoạt động của mình, các nhà báo cần hiểu biết về công chúng của mình và phải biết sử dụng kiến thức ấy vào công việc (công chúng, tiếng Latinh - auditorium; audire có nghĩa là “nghe”; auditor là “người nghe” đó là cộng đồng người, những người mà phương tiện thông tin đại chúng hướng tới và là những ai cảm thụ những thông tin được hướng tới họ). Ở đây, tính chất của mối “quan hệ lẫn nhau” là nhất thiết phải có. Căn cứ vào đó người ta thường gọi công chúng khán - thính giả là những người tiếp thu (tiếng Latinh recipientis có nghĩa là “tiếp nhận”, receptio “sự tiếp nhận”). Vậy là nghệ thuật trong ý nghĩa thực tế của hoạt động báo chí là phải biết cách “hội kiến” với cử tọa và chí ít cũng đạt được kết quả là “người ta lắng nghe” nhà báo.

Công chúng cử tọa - đó là “bộ phận” báo chí tích cực, độc lập hình thành thái độ của mình cùng với phương tiện thông tin đại chúng với tư cách là một hệ thống hoạt động. Người ta trở thành thính giả, độc giả, khán giả do ý chí của mình, độc lập lựa chọn những nguồn thông tin nào đó để có được sự tiếp xúc thường xuyên hoặc ngẫu nhiên. Họ vẫn là cử tọa của một phương tiện thông tin đại chúng nào đó khi mà họ cảm nhận được rằng phương tiện thông tin đại chúng

ấy đem đến cho họ những thông tin có ý nghĩa về phương diện chủ quan và thỏa mãn những nhu cầu của họ. Đồng thời, một bộ phận cử tọa trở nên tích cực cả trong “những mối quan hệ ngược chiều” (thông báo cho ban biên tập biết về những cảm tưởng của mình đối với những bài vở đã công bố, nêu lên những đề nghị, nguyện vọng, cung cấp những lời khuyến cáo, tư vấn, cũng như sử dụng phương tiện thông tin đại chúng như là “quyền lực thứ tư”, gửi cho họ những khiếu nại của mình, những kiến nghị, những lời kêu gọi đề cập những vấn đề hết sức khác nhau). Một số đại diện của công chúng cử tọa đã trở thành tác giả của nhiều bài vở đăng trên các phương tiện thông tin đại chúng; đó không chỉ là những bức thư, mà còn gồm cả những bài vở “thuần túy” thuộc những tác phẩm báo chí.

Công chúng của báo chí luôn luôn phát triển (nếu không kể đến những thời kỳ đời sống vật chất của họ giảm sút nghiêm trọng). Ở Nga trên thực tế mỗi gia đình đều có máy thu thanh, máy thu hình và các ấn phẩm (nhiều khi có đến một số ấn phẩm, nhưng cũng có những gia đình không đặt mua báo chí).

Cần lưu ý rằng công chúng “đầu tiên” (tức là tầng lớp công chúng trên thực tế nhận được thông tin do báo chí, đài phát thanh, truyền hình cung cấp) ở mức độ nào đó đã tích cực

“chuyển tải” thông tin ấy - dưới dạng đã cải biến - cho những ai không được trực tiếp tiếp xúc với những nguồn thông tin này, rồi qua đó mà hình thành tầng lớp cử tọa “thứ cấp”. Nhờ sự trao đổi thông tin thường xuyên (trao đổi thông tin về sự việc và ý kiến) trong cái gọi là những nhóm tiếp xúc, khiến thông tin nhận được từ giới báo chí đã được lưu truyền rộng rãi trong xã hội, và lại dưới một hình thức ít nhiều đã được biến đổi, điều này cũng đòi hỏi phải được tính đến trong hoạt động báo chí.

Công chúng của một ấn phẩm (của một chương trình phát thanh - truyền hình) cụ thể, là một cử tọa *thực tế*. Còn những độc giả nào còn chưa gia nhập vào thành phần cử tọa thực tế thì cũng có thể trở thành cử tọa ấy (nếu ấn phẩm, chương trình biết mở rộng hoạt động tự quảng cáo, vùng bắt sóng ổn định - vùng phủ sóng đối với truyền hình và phát thanh, tăng số lượng báo chí bán lẻ và dĩ nhiên làm cho bài vở “thích ứng” nhiều hơn đối với lợi ích, dễ tiếp cận, cuốn hút hơn...) - những cử tọa ấy tạo thành lớp công chúng *tiềm tàng* của ấn phẩm hoặc một chương trình phát thanh - truyền hình nào đó. Để biến lớp công chúng này thành một cử tọa thực sự thì phương hướng và chính sách thông tin của phương tiện thông tin đại chúng chỉ phải trải qua những thay đổi có tính chất cục bộ, chứ không phải những thay đổi căn

bản. Còn những tầng lớp và các nhóm xã hội nào được tờ báo hoặc chương trình phát thanh đặc biệt hướng tới chúng muốn biến phần lớn các nhóm xã hội ấy thành các độc giả hoặc thính giả của mình, sau khi đã đề ra phương hướng hoạt động thích đáng và chính sách thông tin thực hiện phương hướng ấy - thì những nhóm đó tạo thành tầng lớp công chúng *dự tính*. Tầng lớp công chúng thực tế thì chỉ bao gồm một phần tầng lớp công chúng dự tính (do vậy, tầng lớp công chúng tiềm tàng luôn luôn lớn). Đồng thời một bộ phận tầng lớp công chúng trong thực tế, tựa hồ như còn bao gồm cả lớp công chúng ngẫu nhiên mà nhà sáng lập và ban biên tập không đặc biệt hướng vào.

Chính sách thông tin hiệu quả chỉ hình thành trong điều kiện vạch kế hoạch rõ ràng về tác động thông tin đối với tầng lớp cử tọa dự tính, xác định được tầng lớp cử tọa thực tế và đề ra được những bước tiếp theo đáp ứng được việc củng cố những mối quan hệ với giới cử tọa. Ở đây có thể có nhiều biến thể, tùy thuộc vào tình hình thực tế và vào các mục tiêu của nhà sáng lập và ban biên tập. Ví dụ, chỉ có thể cố gắng duy trì lớp cử tọa thực tế hoặc mở rộng lớp cử tọa ấy nhờ vào tầng lớp cử tọa tiềm tàng, có thể thu hẹp tầng lớp cử tọa (biến nó thành một tầng lớp cử tọa đẳng cấp cao) hoặc ngược lại, mở rộng đến mức tối đa, thu hút vào đó các nhóm và các

tầng lớp hết sức khác nhau. Do đó mà quyết định số lượng bản in - từ vài nghìn đến nhiều triệu bản. Tất cả những điều được nói trên đây cũng liên quan đến công chúng cử tọa của phát thanh và truyền hình.

Nhằm thực hiện hữu hiệu chính sách thông tin trên phương diện định hướng cử tọa của nó, mỗi ban biên tập phải thường xuyên nghiên cứu cử tọa của mình. Trên thực tế, sự hiểu biết có định hướng về công chúng cử tọa được hình thành từ những dữ liệu - chỉ ít liên quan đến ba lĩnh vực những quan niệm về công chúng ấy.

Thứ nhất, đó là những dữ liệu về dân tộc - xã hội học (về trình độ học vấn, nghề nghiệp, giới tính, lứa tuổi, tình cảnh gia đình, nơi cư trú... - về những gì thường được ngành thống kê ghi nhận).

Thứ hai, đó là những dữ liệu về tính chất và tình hình ý thức công chúng cử tọa (về các quan điểm và tín điều, mục đích và ý nguyện, định hướng trong đời sống chính trị - xã hội, về tình hình tham gia các hiệp hội, hội đoàn và những tổ chức khác...).

Thứ ba, những dữ liệu về hành vi thông tin (về những nguồn thông tin được cung cấp thường xuyên, về thái độ đối với các ấn phẩm và các chương trình phát sóng khác nhau, về các lợi ích, yêu cầu, động cơ nhờ đến các phương tiện thông tin đại chúng, về những sự ưu tiên dành

cho các mảng đề tài nào đó, các chuyên mục nào đó, các hình thức sáng tạo, tính chất trình bày, các tác giả...).

Ý nghĩa quan trọng của những hiểu biết ấy là ở các khả năng làm rõ - trên cơ sở những hiểu biết - *nhu cầu của công chúng cử tọa* (của các tầng lớp công chúng khác nhau) về thông tin: để thực hiện việc này cần so sánh thực trạng tình hình công chúng với những gì mà ban biên tập xem là cần thiết. Biết chính xác về nhu cầu của công chúng - đó là cơ sở của định hướng có tính nguyên tắc của chính sách thông tin. Tuy nhiên, các nhà báo cần phải biết rõ vai trò người hướng dẫn với công chúng trong việc lựa chọn các nguồn thông tin, trong việc hình thành thái độ đối với các nguồn đó, trong việc tuyển chọn tài liệu để tìm hiểu sơ lược hoặc khai thác sâu (hoặc để hoàn toàn loại bỏ những văn bản đã được giới thiệu), trong tính chất khai thác thông tin, nghĩa là “người hướng dẫn” hành vi thông tin thực tế của công chúng - đó chính là *lợi ích thông tin* (tiếng Latinh interest có nghĩa là “có ý nghĩa, là quan trọng”).

Lợi ích đặc biệt gắn với nhu cầu. Điều quan trọng trước hết là những lợi ích dựa trên các nhu cầu và bằng cách nào đó phản ánh các nhu cầu ấy. Tuy nhiên, máy từ “bằng cách nào đó” nằm trong dải tần từ sự phản ánh đúng đắn các nhu cầu qua lợi ích, cho đến sự hiểu biết “số

không” về những nhu cầu ấy, tức là trên thực tế tồn tại nhu cầu, nhưng nhu cầu ấy không được giới thiệu trong tổng khối các lợi ích. Ngoài ra có trường hợp sự phản ánh sai lạc và bị xuyên tạc về các nhu cầu trong lợi ích.

Sự quan tâm của báo chí - đó là làm thỏa mãn các nhu cầu mà sự nhận thức về chúng là cơ sở của định hướng và của chính sách thông tin của mỗi phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, trong hành vi thông tin của mình, công chúng tuân theo các lợi ích của mình. Những lợi ích này có thể không chỉ khác với các nhu cầu, mà thậm chí còn đối nghịch với các nhu cầu về một khía cạnh nào đó. Các lợi ích có thể sai lạc, bị méo mó, tầm thường, thấp hèn, không xứng đáng với con người, đi ngược lại với những nhu cầu đích thực của con người.

Nhà báo cần phải biết về những quan hệ không đơn giản “nhu cầu - lợi ích” (bây giờ đã ở trong công chúng) từ phía công chúng, chính là tuân theo các lợi ích, tuân theo các nguyện vọng và những ý đồ chủ quan của họ. Do đó, công tác tổ chức những hoạt động hữu hiệu của báo chí lại vấp phải một mâu thuẫn nào đó. Mâu thuẫn này - do “tính không thể vượt qua của nó”, không thể khắc phục được, do thường xuyên tồn tại - là một điều kiện đặc biệt của hoạt động báo chí và không thể không tính đến mâu thuẫn ấy, nếu muốn làm việc có hiệu quả.

Vì vậy, quy luật hoạt động của báo chí là *thỏa mãn các nhu cầu, làm sao có tính đến các lợi ích*, tức là các bài vở của báo chí không những phải đáp ứng lợi ích của công chúng, mà còn phải thông qua lợi ích mà đáp ứng thỏa mãn các nhu cầu, gắn kết lợi ích và nhu cầu. Mỗi bài vở phải hay, nếu không thì mỗi khi được đưa vào ấn phẩm hoặc chương trình phát sóng nó sẽ không được công chúng tiếp nhận. Dĩ nhiên, một nền báo chí có trách nhiệm thì không được phép lợi dụng những thị hiếu thấp hèn, những đam mê, dục vọng của con người, không được khai thác những nhân tố phi nhân đạo.

Vậy là, sự chú ý của nhà báo đến lợi ích của công chúng được quyết định từ trước bởi vai trò của lợi ích với tư cách là “người trung gian” giữa báo chí và công chúng. Nếu nhà báo không biết hoặc không muốn sử dụng “người trung gian” ấy nhằm thỏa mãn các nhu cầu thì nhà báo sẽ không có được thành công, nếu chạy “theo” lợi ích, để nó “đắt mũi” thì có nghĩa là để lọt khỏi tầm mắt một định hướng có tính nguyên tắc, đó là nhu cầu (mặc dù trong trường hợp này thỏa mãn hữu hiệu một phần những nhu cầu được phản ánh chính xác trong các lợi ích, nhưng chỉ là một phần thôi, hơn nữa không “phải nhằm vào đích” mà hiểu theo một ý nghĩa nào đó, thì một cách ngẫu nhiên, không có sự tính toán đầy đủ).

Bên cạnh những lợi ích thì trong hành vi thông tin của công chúng, vai trò quan trọng thuộc về *động cơ* hướng đến các nguồn thông tin. Nếu lợi ích nói lên đặc trưng một mặt của hành vi thông tin gắn với điều mà công chúng muốn đọc, muốn nghe, muốn nhìn thấy (những đề tài nào, những vấn đề nào, những cách tiếp cận nào... lôi cuốn công chúng) thì động cơ hướng đến phương tiện thông tin đại chúng trả lời cho câu hỏi vì sao công chúng cần đến thông tin, cũng như đem lại một quan niệm về vai trò mà công chúng cho là phải thuộc về thông tin đại chúng trong cuộc sống của công chúng, quyết định ý nghĩa cá nhân của việc thu nhận thông tin.

Phạm vi các động cơ thì rất rộng. Những động cơ quan trọng nhất trong số những động cơ ấy là: động cơ định hướng qua những biểu hiện khác nhau (qua các sự kiện, qua ý nghĩa và qua những mối liên hệ của các nhân tố, qua các quy luật...); động cơ đề ra và củng cố lập trường xã hội, những cách tiếp cận, những quan điểm; động cơ danh tiếng (thực hiện chế độ tự quản và sự thừa nhận của những người chung quanh nhờ sử dụng những nguồn thông tin “xứng đáng”); động cơ hữu dụng (trên thực tế thu nhận thông tin bổ ích đối với lĩnh vực lao động, đối với việc sử dụng thời gian nhàn rỗi, đối với hoạt động chính trị, tự nâng cao trình độ học vấn...); động cơ thư giãn (nghỉ ngơi, giải trí, sử dụng thời gian nhàn rỗi),

động cơ phát triển văn hóa; động cơ tri thức, động cơ thiết lập quan hệ với mọi người...

Lợi ích (điều tôi muốn) và động cơ (tại sao tôi muốn) quyết định hệ thống *những ưu tiên* dành cho những chuyên mục, hình thức sáng tạo, mảng đề tài, lĩnh vực và những vấn đề nào đó của cuộc sống, cũng như do tác giả nào đó thực hiện. Điều này thể hiện qua “mức độ được thích đọc”, “mức độ được thích nhìn”, “mức độ được thích nghe” của các ấn phẩm và những chương trình phát sóng. Sự hiểu biết về chúng cho phép ta hiểu rõ ở điều gì công chúng xuất hiện *những yêu cầu* - đó là những mong muốn hướng tới phương tiện thông tin đại chúng. Những mong muốn này thể hiện ước nguyện nhận được một thông tin nào đó (ví dụ, qua các bức thư) hoặc định hướng của những ham thích được thể hiện thông qua hành vi của công chúng đều phản ánh cảm giác “khoảng trống thông tin”. Dưới góc độ nhân quan của công chúng thì “khoảng trống” này đòi hỏi phải được lấp đầy trong các ấn phẩm và chương trình phát sóng.

Hướng hành vi có tính nguyên tắc trong báo chí - nếu trừ tính một sự thực hiện hữu hiệu chính sách thông tin - có những hình thức biểu hiện cụ thể thông qua sự kiểm kê thực tế: sự thực hiện trực tiếp hoặc gián tiếp “những đòi hỏi” của công chúng, tức là thực hiện những lợi ích, những động cơ, những yêu cầu, những lựa

chọn ưu tiên của chúng.

Do vậy, cần tìm ra những phương pháp chuyển tải thông tin phù hợp với các nhu cầu và đồng thời cũng làm xuất hiện ở công chúng sự quan tâm tích cực và làm sao để thông tin ấy được công chúng khai thác mà không gặp phải những khó khăn không cần thiết.

Nhà báo cần có sự quan tâm sống động của công chúng, sự tin cậy ngày càng được củng cố của công chúng. Do vậy, sự bất bình của các nhà báo về công chúng, những lời than vãn về việc công chúng không quan tâm, không hiểu, không chú ý, - những sự bất bình ấy trước hết họ phải dành cho chính bản thân mình: vì chính họ đã không biết cách thiết lập mối quan hệ với công chúng, vì đó là nghĩa vụ nghề nghiệp của họ. Còn công chúng, với tư cách là “người sử dụng” sản phẩm thông tin thì chẳng có lỗi gì cả: cần phải thiết lập quan hệ với công chúng như nó vốn như thế. Nhưng đồng thời cũng không được để cho công chúng dẫn dắt và không được hành động theo nguyên tắc “hãy cung cấp cho công chúng tất cả những gì họ muốn”.

Có ba cách ứng xử chủ yếu của nhà báo đối với công chúng: thứ nhất là cách ứng xử “cực đầu”, tức là thỏa mãn các nhu cầu về thông tin tuyệt nhiên không gắn với lợi ích của công chúng, thứ hai là cách ứng xử “cực cuối”, tức là ngược lại, toàn bộ hoạt động thông tin dựa trên

lợi ích của công chúng, không chú ý đến nhu cầu của công chúng, và cuối cùng là cách ứng xử “hiện thực chủ nghĩa”, tức là nhu cầu được kết hợp một cách hợp lý và sáng tạo với lợi ích.

Hiệu quả của hoạt động thông tin trong trường hợp sử dụng cách thứ nhất và cách thứ hai chỉ có thể đạt được như là một sự ngẫu nhiên “bắn trúng đích”, tức là nhu cầu trùng hợp một cách không định trước với lợi ích hoặc ngược lại. Còn thành công thực sự thì chỉ có được trong trường hợp thực hiện cách thứ ba. Hiệu quả của cách này sẽ càng cao nếu sự kết hợp càng khéo léo và biến thành nghệ thuật, tài nghệ. Nhà báo trung thực phải tránh cách thể hiện “lừa bịp”: cố gắng thu hút công chúng bằng sự lừa dối, lôi kéo công chúng bằng thủ đoạn mị dân, đưa ra những lời hứa hẹn hào huyền, những sự chiêu dụ man trá che giấu ý đồ sử dụng công chúng như là công cụ đạt đến mục tiêu một cách trắng trợn và tuyệt nhiên không đáp ứng các nhu cầu của họ mà chỉ gắn với lập trường của phương tiện thông tin đại chúng và các lực lượng đứng đằng sau.

NHỮNG NHÂN TỐ SÁNG TẠO CỦA TÍNH HIỆU QUẢ

Vậy là, việc lựa chọn con đường ứng xử kiểu “hiện thực chủ nghĩa” chẳng những cần đến một sự hiểu biết đầy đủ về công chúng, mà còn phải biết cách hành động sao cho đạt được thành công đối với công chúng ấy trong thực hiện

chính sách thông tin. Ở đây ta thấy có một nghịch lý nào đó: một mặt, cần phải đi “theo” công chúng (thỏa mãn những lợi ích của họ), mặt khác lại phải thường xuyên “đi trước” công chúng (thúc đẩy bước tiến của họ theo hướng phù hợp với các nhu cầu). Đó là con đường khó khăn nhưng duy nhất có thể thực hiện được và thực sự có hiệu quả. Nó đòi hỏi áp dụng cách tiếp cận khác nhau đối với các tầng lớp công chúng khác nhau, phải biết ứng xử với từng tầng lớp công chúng trên cơ sở những lợi ích và nhu cầu của họ. Nhờ cách tiếp cận đó xuất hiện khả năng đạt đến *danh tiếng cao* (tiếng Latinh *popularis* có nghĩa là “có tính chất nhân dân”). Đạt được danh tiếng là một đòi hỏi có tính chất chung về nguyên tắc đối với mọi nhà báo trong công tác công chúng. Căn cứ theo những đòi hỏi về danh tiếng, những đòi hỏi nói lên đặc trưng quan hệ trong hệ thống “nhà báo - công chúng”, người ta đã hình thành nên những quan niệm về các thuộc tính của các tác phẩm làm cho chúng có hiệu quả.

Thuộc tính đầu tiên trong số thuộc tính đó là *tính gắn gũi*. Thuộc tính này thể hiện ra trong các tác phẩm như là mối liên hệ trực tiếp với những vấn đề, những sự kiện, những cá nhân..., khiến công chúng quan tâm và có những đòi hỏi trước những lợi ích bức thiết, những vấn đề nổi cộm liên quan đến những lĩnh vực hết sức khác

nhau (kinh tế, chính trị, xã hội, vật chất và tinh thần...) và những phạm vi biểu hiện (trong lao động, trong đời sống xã hội, trong sinh hoạt, nghỉ ngơi...). Chỉ khi nào nhà báo hiểu biết công chúng thì anh ta mới có thể quyết định xem trên cơ sở nào có thể xích gần lại công chúng, làm thế nào tìm được lập trường chung để nói chuyện. Vì bước thứ nhất trên con đường xích lại gần công chúng là luôn luôn tìm kiếm các điểm tiếp xúc. Chúng có thể là những điểm nhỏ, mang tính chất đời thường với phạm vi hẹp (tiền lương và dịch vụ vận tải, thương mại và các dịch vụ sinh hoạt...), cũng có thể có quy mô và đưng chạm đến những vấn đề mang tính toàn cầu của nhân loại. Nhưng trong mọi trường hợp cần phải thường xuyên ủng hộ những lợi ích của công chúng, có thể và cần sử dụng những lợi ích ấy để thiết lập quan hệ.

Đĩ nhiên, đòi hỏi về “tính chất gần gũi” tuyệt nhiên không mang tính chất mục đích cuối cùng - nó chỉ được sử dụng như là điểm xuất phát, như là cơ sở để triển khai tư duy thực hiện nhu cầu của công chúng về thông tin. Đồng thời sự vận động từ “cái gần” đến “cái xa” không được mang tính chất gượng ép, bề ngoài. “Cái gần” - đó không đơn giản là điểm tựa, mà chính là cơ sở để triển khai các ý tưởng gần với những nhu cầu. “Cái gần” và “cái xa” đều quan trọng như nhau.

Một thông tin đáp ứng các đòi hỏi về “tính gần gũi” có thể có ý nghĩa chung đối với nhiều tầng lớp công chúng. Nhưng cần tìm kiếm những điểm tiếp xúc với các tầng lớp công chúng khác nhau. Chính điều đó là lý do khiến cho các ấn phẩm và chương trình phát sóng có sắc thái khác nhau, khiến những chuyên mục báo chí “theo dõi tượng” có thể tồn tại trong các ấn phẩm chung. Số là để đưa ra một ý tưởng có ý nghĩa chung thì thường phải băng qua “những cánh cửa” và “những đường mòn” khác nhau - vì giới trẻ có thể tiếp xúc về những vấn đề hoàn toàn khác với những người đã nghỉ hưu, trò chuyện với giới ưa thích nhạc nhẹ phải khác với khi chuyện trò cùng những người ham mê nhạc cổ điển. Để cùng đến với nhận thức về các vấn đề toàn cầu thì phải dẫn dắt em học sinh theo con đường này, với người công nhân thành thị phải bằng con đường khác, còn với người dân nông thôn thì lại phải là con đường thứ ba. Như vậy, cách tiếp cận khác nhau đối với cùng một vấn đề cũng là điều cần thiết giống như cách tiếp cận duy nhất để tiếp cận các tầng lớp khác nhau. Ví dụ, để có thể thuyết phục người khác và “gần gũi” trong cuộc chuyện trò với một tầng lớp công chúng cụ thể về vấn đề tiền lương thì cần xuất phát từ tình hình chung, trong đó cần xuất phát từ quan niệm cho biết công chúng ấy hình thành như thế nào trong

các ngành khác, các khu vực khác nhau...

Vậy là, để “biết cách tiếp cận” công chúng thì cần phải có tư liệu sống là điều có ý nghĩa quan trọng đối với công chúng, rồi dựa trên những tư liệu hấp dẫn khác mà đưa công chúng xích lại gần với nguồn tư liệu sống quan trọng ấy đối với công chúng mặc dù chúng không thuộc phạm vi những lợi ích trực tiếp của họ.

Thuộc tính thứ hai, đặc trưng của những tác phẩm tạo ra mối quan tâm cao - đó là *tính tình hướng* trong kể chuyện. Tính tình hướng ấy biểu hiện ra ở chỗ quá trình đưa ra các suy xét, luận cứ, kết luận của tác giả thường xuyên xoay quanh những tình huống cụ thể của cuộc sống. Trong các tác phẩm khác nhau, thuộc tính ấy biểu hiện ra một cách khác nhau: một đằng là bài phóng sự về một sự kiện có tính chất riêng tư, khi mà một tình huống riêng lẻ hiện ra rõ như trong lòng bàn tay, còn cuộc tranh luận chung quanh một tình huống vĩ mô của nền kinh tế đất nước lại là chuyện khác vì trong tiến trình tranh luận này, những người tham gia chỉ đại diện cho “những mảnh vụn” của các tình huống riêng có tính chất cục bộ, với tư cách là những ví dụ và những luận cứ. Tuy nhiên, trong mọi trường hợp, nhà báo đều “cần” hình dung trước trong đầu những tình huống cụ thể, sớm có những suy nghĩ dựa vào những tình huống cụ thể ấy của cuộc sống hoặc nó được rút ra từ cuộc

sống, để bắt đầu từ chúng có thể thể hiện những vấn đề được đặt ra của tình hình chung.

Tính tình huống trong cách tiếp cận của nhà báo thuộc về kho tàng của tính hiệu quả, vì nó đáp ứng tính chất của công luận, mà công luận thì lại “nhìn nhận” thực tại là tổng thể những tình huống lớn nhỏ của thời đại ngày nay. Nhà báo tái hiện các hiện tượng của thực tại qua những biểu hiện bề ngoài và cả những mối liên hệ nội tại của những hiện tượng ấy, làm rõ nội dung và ý nghĩa của chúng trong tiến trình giới thiệu, phân tích trước công chúng, tựa hồ như thu hút công chúng vào việc tìm kiếm chân lý. Khi đó những lý lẽ và những kết luận của bài viết (chương trình phát thanh truyền hình), trở nên có cơ sở dựa trên nền tảng vững chắc của cuộc sống.

Được xây dựng trên sự phân tích cẩn thận những tình huống - “những trường hợp cụ thể trong cuộc sống” - tác phẩm thường có thể tăng về quy mô, điều đó tỏ ra có lý nếu nó làm tăng sự tác động. Tuy nhiên, nhà báo có thể hạn chế trong phạm vi “những mảnh vụn” của các tình huống, những tình tiết và những chi tiết riêng lẻ, những nét chấm phá thể hiện. Khi ấy xuất hiện khả năng hoạt động trong những thể loại nhỏ (vì một khổ tin tức dài 5 dòng chính là một phần nhỏ của một tình huống của cuộc sống đang được triển khai mà có thể hàng loạt tác

giả báo chí đã phát hiện ra.

Thậm chí trong trường hợp nhà báo không hướng vào công luận, mà chẳng hạn, hướng vào thế giới quan hoặc ý thức lịch sử, thì điều quan trọng là mối liên hệ với thời hiện tại. Mối liên hệ ấy thể hiện ra qua việc xa rời những sự kiện thường nhật hoặc, ngược lại, qua việc rút ra những bài học cho thời đại ngày nay, qua những lời giải đáp căn bản (thuộc lĩnh vực triết học, luật pháp, đạo đức học...) đối với các vấn đề nóng hổi.

Thuộc tính thứ ba, thu hút công chúng - đó chính là *tính kịch* trong kể chuyện. Những biểu hiện của *tính kịch* rất đa dạng.

Trước hết, đó là sự thể hiện *kịch tính của chính hiện thực*. Không một hiện tượng nào của cuộc sống lại không có những xung đột (từ những bất đồng nhỏ cho đến cuộc đấu tranh gay gắt), thông qua những va chạm người ta thấy diễn ra quá trình trình bày và phát triển của xã hội. Thông qua việc vạch rõ, chỉ ra và phân tích thực chất của những xung đột, thể hiện kịch tính của những gì đang diễn ra, nhà báo thu hút một cách có hiệu quả công chúng và việc “theo dõi” đầy cảm xúc sự diễn biến và kết cục của tình huống xung đột.

Hình thức biểu hiện khác của kịch tính trong tác phẩm - đó là sự thể hiện *kịch tính* trong “*sự tìm kiếm chân lý*” của chính tác giả ngay trước mắt công chúng, chỉ rõ “những sự phiêu lưu”

trong suy nghĩ của tác giả trong tiến trình tìm lời giải đáp cho những câu hỏi được đặt ra, trong quá trình suy ngẫm, kể cả những suy ngẫm về những tình huống xung đột. Tiến trình “điều tra” của báo chí đã làm gia tăng sự chú ý của công chúng. Điều đó khó có thể đạt được trong trường hợp trình bày một cách đơn giản các kết luận đã được đưa ra, căn cứ theo các kết quả phân tích “trong đầu”, buộc người ta phải theo dõi sự phát triển của tư duy, thẩm tra tính chất đúng đắn của các lý lẽ và luận cứ của tác giả. Chính *tính kịch* trong tác phẩm đã giúp hình thành thái độ tích cực của độc giả, thính giả, khán giả đối với “cái được điều tra”, việc họ cảm thụ thông tin cũng đầy đủ hơn và vững chắc hơn.

Tính kịch cũng có thể đạt được bằng con đường của *hình thức giao tiếp đối thoại* tích cực với công chúng, trò chuyện cởi mở với độc giả, thính giả hoặc khán giả. Trường hợp trực tiếp hướng đến công chúng thì người ta sử dụng rộng rãi “các loại hình” hùng biện (các câu hỏi được nêu ra tựa hồ như nhân danh công chúng, và ngay lập tức là những câu trả lời được đưa ra, những ý kiến nêu ra khả năng có những bất đồng của công chúng và tác giả đưa ra luận cứ chứng minh, phản bác, những lời bác bỏ trước những sự hoài nghi không được nêu ra...).

Đối thoại với công chúng là hết sức quan trọng nếu lưu ý đến tình hình là báo chí, xét về

bản chất của nó, có sự mạng “giao tiếp” với công chúng, lưu ý đến tính chất và trạng thái của ý thức quần chúng. Việc tìm hiểu ý thức quần chúng giúp người ta thấy rõ trong ý thức ấy có cái gì đúng, cái gì không đúng, cái gì tồn tại dưới hình thức câu trả lời hoặc vấn đề được nêu ra, còn thiếu vắng điều gì trong những cái cần thiết. Do đó, trong tiến trình đối thoại với công chúng nhu cầu về thông tin được bộc lộ ra như là sự cần thiết phải phát triển, bổ sung, làm sâu sắc thêm những quan niệm đúng đắn; đấu tranh, lấn át, tranh luận với những quan niệm không đúng; trả lời những câu hỏi quan trọng đối với công chúng; chỉ ít cũng cần thảo luận về những vấn đề được công chúng quan tâm, bức xúc và nhà báo có thể đưa ra giải pháp cho những vấn đề ấy; lấp những lỗ hổng, “những khoảng trống” trong ý thức quần chúng. Vậy là hình thức đối thoại không mang tính chất hình thức, mà có nội dung sâu sắc, nó giúp giải quyết các vấn đề quan trọng về nguyên tắc của báo chí.

Phương án thứ tư - đó là *đối thoại với người phản biện trước mắt công chúng*. Trong thực tế, đôi khi không có cái gọi là “thầy cãi của quý dũ” - người ủng hộ những quan điểm mà nhà báo muốn bác bỏ. Song khi đã có những cuộc tranh luận kiểu ấy với người phản biện trước sự hiện diện của công chúng sẽ làm gia tăng rất mạnh

sự chú ý và ý muốn của công chúng muốn biết rõ xem cái gì đã xảy ra, điều gì đang được tranh luận, khiến nó giúp cho việc nâng cao tính hiệu quả của ảnh hưởng báo chí đến công chúng.

Đòi hỏi về danh tiếng của các tác phẩm báo chí cũng quyết định trước cả *sự cần thiết phải tính đến các quy luật cảm thụ thông tin* mà không có nó thì ngay cả một tác phẩm cho dù đáp ứng đầy đủ các nhu cầu và lợi ích của công chúng vẫn vấp phải những trở ngại căn bản “trên đường” đi đến và xích lại gần với công chúng - vấp phải cái gọi là hàng rào tâm lý.

Cảm thụ là hoạt động của chủ thể, là tính tích cực, sự định hướng và tập trung của tính tích cực ấy tùy thuộc không những vào thông tin được cung cấp, mà còn tùy thuộc vào chủ thể cảm thụ, vào người tiếp nhận thông tin.

Cơ chế quan trọng nhất trong số những cơ chế hiện hành trong sự tiếp xúc của “người sử dụng” với thông tin - đó là *phương châm cảm thụ*. Đó là sự sẵn sàng - mà sự sẵn sàng này phụ thuộc vào những thành tố nền tảng của ý thức con người (thế giới quan và những đặc trưng bao quát khác của công luận), là thái độ vốn đã đồng ý từ trước của người tiếp nhận thông tin, muốn có phản ứng theo một cách nào đó phù hợp với lập trường của anh ta trước thông tin được cung cấp.

Vì vậy, các nhà báo cần phải biết xem đâu là

những phương châm cảm thụ đã được ghi nhận, được hình thành vững chắc và mang tính nguyên tắc, đầu là những phương châm mang tính chất tình huống, gắn với trạng thái tư duy cụ thể ở mỗi thời điểm.

Tùy theo nội dung cảm thụ các phương châm quyết định từ trước tính chất của sự cảm thụ và vì vậy ở những bước cảm thụ đầu tiên những phương châm ấy trở thành những nhân tố tiền bố cục. Giai đoạn hoạt động thứ nhất của các phương châm cảm thụ là những thao tác tìm kiếm, lựa chọn nguồn thông tin - phù hợp với lập trường sống, những giá trị và ý nguyện của những người tiếp nhận thông tin - xác định trước thái độ đối với nguồn thông tin ấy nói chung, cũng như đối với những thành tố riêng biệt của nguồn thông tin ấy (các chuyên mục, các chương, các tác giả...). Ở giai đoạn này xuất hiện sự đánh giá sơ bộ về khả năng thông tin của những tác phẩm lọt vào tầm cảm thụ, trong khi đó mọi cái khác chỉ là cái phông nền của sự cảm thụ ấy và tựa hồ như chỉ tồn tại ở vùng ngoại vi của cảm thụ.

Giai đoạn thứ hai trong hoạt động của các phương châm cảm thụ - đó là bản thân sự cảm thụ. Khi hòa vào quá trình tiếp xúc với thông tin, nhà báo quyết định trước việc sàng lọc thông tin (khả năng tuyển lựa và cảm thụ), hiểu rõ ý nghĩa của những thông tin ấy đối với người

tiếp nhận thông tin và sau đó là “chuyển giao” sang khâu lưu giữ (khả năng tuyển lựa của sự ghi nhớ). Đồng thời có sự tác động của những nguyên tắc cảm thụ. *Nguyên tắc cần trọng* trong cảm thụ biểu hiện ở chỗ là những thông tin về mối đe dọa, đụng chạm đến những lợi ích thiết thân của người tiếp nhận thông tin thì được tiếp nhận đầy đủ và suy ngẫm nhanh nhất, có tác động cao nhất. *Nguyên tắc cộng hưởng* thì biểu hiện là những thông tin nào đáp ứng những yêu cầu, nguyện vọng, ước nguyện của người tiếp nhận thông tin sẽ được tiếp nhận nhanh chóng, dễ dàng và đúng đắn. Ngược lại, *nguyên tắc tự vệ* lại thể hiện ở chỗ là một thông tin nào không gắn với lợi ích và nhu cầu của những người tiếp nhận thông tin hoặc nhất là thông tin nào mâu thuẫn với những lợi ích ấy thì được tiếp nhận và khai thác chậm chạp, không tốt, thậm chí bị xuyên tạc.

Chấm dứt tiếp xúc với thông tin (tức là chấm dứt đọc hoặc xem) không có nghĩa là việc cảm thụ thông tin đã kết thúc, vì các phương châm cảm thụ cũng quyết định cả những hành động hậu bố cục - đó là giai đoạn thứ ba của sự cảm thụ trong đó bộc lộ “tác động sau” của cái đã được cảm thụ từ trước, diễn ra sự tái xử lý thông tin, thông tin được đưa vào hệ thống ý thức (đôi khi ngay trong quá trình đấu tranh và kèm theo những “tổn thất”). Ý thức này, ở mức độ nào đó,

được cấu trúc lại dưới ảnh hưởng của cái đã được cảm thụ.

Sự hiểu biết về hệ thống các phương châm cảm thụ và tính chất của sự thể hiện các phương châm ấy là ở những nhóm tiếp cận thông tin cụ thể (sự hiểu biết này hình thành trước hết trên cơ sở nghiên cứu các lập trường xã hội của công chúng) cho phép đề ra được những phương pháp thông tin hữu hiệu. Thông tin được cảm thụ chính xác nhất, dễ dàng và đầy đủ nhất là thông tin giúp *tăng cường lập trường* của nhóm, củng cố lập trường của những người tiếp cận thông tin, cũng như đưa đến *những thay đổi nhỏ* trong các quan điểm và phương châm của họ. Nếu cần chuyển đến công chúng một thông tin *có tính chất ngược chiều* (tức là ngược lại với những quan niệm đã hình thành) thì cần dựa vào những khía cạnh khác của ý thức, vào những giá trị khác và những ước nguyện khác của những người tiếp nhận thông tin. Do tính chất phức tạp và thường hay mâu thuẫn của ý thức, cho nên chỉ có những nhà báo am tường và dày kinh nghiệm mới tìm được điểm tựa như thế. Ví dụ, muốn tiếp cận những người vô cảm với âm nhạc cổ điển, hơn thế nữa, còn có thái độ “gây hấn” với thể loại âm nhạc ấy, thì có thể tiếp cận họ thông qua những phương châm tích cực thuộc những lĩnh vực khác (thông qua một vũ điệu đời thường với sự chuyển thể cổ điển,

hoặc thông qua thái độ đối với các tác phẩm âm nhạc cổ điển của những nhân vật có uy tín cao trong lớp công chúng ấy, thông qua âm hưởng “nền” của loại âm nhạc này trong các chương trình phát sóng hoặc các chuyên mục báo mà công chúng ưa thích, đại loại như kiểu “tìm hiểu về các tuyệt tác”...).

Trong quá trình hấp thụ thông tin, bên cạnh những phương châm tâm lý - xã hội còn có sự tác động của những quy luật tâm lý chung về sự chú ý, nhận thức và ghi nhớ. Dĩ nhiên, những quy luật này cần được xét đến khi thực hiện những hoạt động báo chí.

Sự chú ý đến thông tin tùy thuộc vào ý nghĩa của thông tin đối với người tiếp nhận thông tin. Sự chú ý càng cao thì trong quá trình hấp thụ càng thấy phong phú về mặt chi tiết (“hiệu ứng phân tích”) càng gây được ấn tượng mạnh (“hiệu ứng ghi nhận”) và càng rõ ràng (“hiệu ứng tăng cường”). Do vậy, để đạt được một độ chú ý cao, nhà báo cần dựa vào những định hướng gây chú ý, cần tổ chức hoạt động của mình sao cho những thông tin cung cấp cho công chúng chứa đầy những yếu tố thu hút sự chú ý.

Có thể giải quyết một cách đơn giản nhất và rất hiệu quả nhiệm vụ thu hút chú ý (và ở mức độ đáng kể cũng để duy trì sự chú ý ấy) bằng cách sử dụng các đặc điểm của sự chú ý không tùy tiện tức là sự chú ý dựa trên sự phản xạ

nhạy cảm có định hướng, với tư cách là sự phản ứng không tùy tiện trước cái không bình thường, không quen thuộc, cái tự nó đập vào mắt trong “trường thông tin” (tác động này thường là do hiện tượng giật gân gây ra). Thậm chí chỉ là sự thông báo đơn giản về một chương trình phát sóng sắp tới - nếu trong đó nhấn mạnh một cái gì đó không bình thường, có tính chất đặc biệt - cũng có ý nghĩa to lớn đối với việc thiết lập sự tiếp xúc đầu tiên với thông tin (mở máy thu hình vào giờ đã định).

Tuy nhiên, sự cảm thụ thật sự tích cực và “có tính chất nhận thức” thì chỉ bắt đầu khi những người tiếp nhận thông tin hiểu rõ ý nghĩa sâu sắc của thông tin. Vậy là đã chuyển sang *sự chú ý có lựa chọn*, gắn thông tin với ý thức sâu sắc của công chúng. Nhưng cần lưu ý rằng sự cảm thụ có hiệu quả tối đa chỉ diễn ra trong trường hợp khi cả hai hình thức chú ý ấy được kết hợp lại với nhau - đó là cái gọi là *sự chú ý sau tùy ý* mà cơ sở của nó là sự kết hợp tính quan trọng với tính hấp dẫn.

Nhưng trong những điều kiện ấy các cơ chế chú ý tác động theo chiều hướng không tránh khỏi là những hiện tượng chuyển sự chú ý và thu hút sự chú ý về phía khác. Cần tính đến yếu tố đó và nên đa dạng hóa khâu trần thuật - xen kẽ các chương trình, đưa vào những đoạn ngoài đề có tính chất “gây sảng khoái”, trình bày cốt

truyện (ý chính) trong tác phẩm một cách dàn trải, có tính chất biến hóa, sao cho “những mất mát” không ảnh hưởng đến việc hấp thụ cái chính yếu.

Để tối ưu hóa việc cảm thụ thông tin đại chúng cũng cần phải tính đến *những quy luật của sự chú ý và của sự ghi nhớ*. Việc khai thác thông tin sẽ dễ dàng hơn nhiều nếu thông tin ấy được “xuất trình” phù hợp với quy tắc đi từ sự việc đáng chú ý đến kết luận chủ yếu, đi từ cái giật gân đến cái hợp quy luật, từ hiện tượng đến bản chất... Đồng thời, cần làm cho công chúng xem tác giả là “đại diện” của mình và cảm thấy thú vị và bổ ích khi tiếp xúc với tác giả. Ví dụ, nếu “tổng thể đầu đề” (chuyên mục, tên gọi của tác phẩm, những đầu đề phụ, phần “phụ chú” nhằm giải thích...) ở cấp độ tổng hợp ban đầu đã cung cấp được quan niệm chung về điều có ý nghĩa nhất đối với công chúng thì phần trần thuật tiếp theo sẽ là phần triển khai hệ thống các chi tiết. Việc khai thác thông tin sẽ dễ dàng hơn nhiều nếu thông tin ấy được “xuất trình” phù hợp với quy tắc đi từ sự việc đáng chú ý đến kết luận chủ yếu, đi từ cái giật gân đến cái hợp quy luật, từ hiện tượng đến bản chất... Đồng thời, cần làm cho công chúng xem tác giả là “đại diện” của mình, và cảm thấy thú vị và bổ ích khi tiếp xúc với tác giả. Ví dụ, nếu “tổng thể đầu đề” (chuyên mục, tên gọi của tác phẩm,

những đầu đề phụ, phần “phụ chú” nhằm giải thích...) ở cấp độ tổng hợp ban đầu đã cung cấp được quan niệm chung về điều có ý nghĩa nhất đối với công chúng thì phần trần thuật tiếp theo sẽ là phần triển khai hệ thống các chi tiết. Việc khai thác những chi tiết làm xuất hiện sự tổng hợp lần thứ hai đối với cốt truyện đã được chi tiết hoá của tác phẩm. Điều này liên quan đến những tác phẩm lớn, còn trong các bản tin tổng hợp thì thoát đầu thông tin về cái quan trọng nhất, sau đó đưa ra sự trình bày chi tiết, và ở phần cuối ấn phẩm lại nhắc lại những đề tài chính và những lý lẽ chính.

Vậy là, việc đạt đến tính đại chúng là con đường quan trọng nhất dẫn đến tính hiệu quả. Đồng thời tính đại chúng đích thực không giống với việc ve vãn công chúng. Ngược lại, tính đại chúng đòi hỏi phải tính đến những thực tế (trình độ học vấn, hệ thống những lợi ích, tình hình tư tưởng, các cơ chế hấp thụ...) và nhằm phát triển ý thức cũng như hành vi của công chúng.

Đi từ sự việc đến kết luận, từ cái nổi bên trên đến cái bản chất, từ sự kiện đến quy luật, cái hấp dẫn và cái phát triển, có tác dụng huấn luyện bằng cách trình diễn tiến trình suy xét cách phân tích độc lập những hiện tượng - những nét như vậy cũng như những nét khác nữa của việc trình bày phù hợp với tính đại chúng giúp làm

phong phú cho thế giới nội tâm của công chúng, làm tăng tính độc lập và tính tích cực của những phản ứng hành vi của công chúng.

Định hướng hình thành ý thức và hành vi của công chúng phụ thuộc nhiều vào lập trường xã hội của nhà báo. Nhà báo nắm vững những phương pháp càng hữu hiệu thì mức độ tự do và trách nhiệm của anh ta càng cao trước các quá trình và kết quả lao động của chính mình.

CHƯƠNG V

NHÀ BÁO VỚI TƯ CÁCH LÀ CHỦ THỂ CỦA HOẠT ĐỘNG THÔNG TIN ĐẠI CHÚNG

Báo chí là một trong những lĩnh vực chuyên biệt của hoạt động thực tiễn xã hội, nó làm xuất hiện những nhu cầu thường xuyên về cán bộ chuyên nghiệp. Đồng thời, theo đà phát triển của báo chí, do trình độ học vấn của công chúng được nâng cao, tính tích cực chính trị của công chúng tăng lên, do sự mở rộng và phát triển các lợi ích và các nhu cầu trong những lĩnh vực hết sức khác nhau của thông tin đại chúng, cho nên không ngừng gia tăng những đòi hỏi về đào tạo trình độ chuyên môn. Bằng chứng về điều đó là mâu thuẫn thực tế sau đây: trong điều kiện các chức sắc thuộc biên chế các ban biên tập các ấn phẩm và chương trình phát sóng được ưa thích thường không bị thiếu thì mỗi phương tiện thông tin đại

chúng lại thiếu gay gắt các cán bộ chuyên nghiệp có chất lượng cao. Trong điều kiện tồn tại sự cạnh tranh và đấu tranh sống còn thì nhu cầu này trở nên đặc biệt gay gắt.

Tài năng - kết hợp với một “đồng bộ” cần thiết những tham số về năng lực nghiệp vụ, trình độ học vấn và ý thức trách nhiệm - thì nói chung là hiện tượng không thường thấy, nhất là trong một sự thống nhất hài hòa. Và cũng cần lưu ý rằng ngoài những phẩm chất nghề nghiệp chung thì nhà báo còn được đánh giá nhờ những đặc điểm độc nhất vô nhị chỉ có ở nhà báo ấy. Do vậy, vấn đề được đặt ra hết sức gay gắt là sự tự hoàn thiện nghề nghiệp của nhà báo, vấn đề tự phân tích có phê phán về hoạt động của nhà báo trong điều kiện thường xuyên và ngày càng thiếu thời gian và có không ít thay đổi trong sự đòi hỏi đối với báo chí.

Chính vì vậy, sau khi kết thúc việc sơ bộ tìm hiểu báo chí và tìm hiểu những quy luật chung của nó thì cần chuyển việc trình bày từ phía quy luật khách quan sang phía chủ quan - cá nhân nhà báo và trả lời cho câu hỏi sau đây: vậy công việc báo chí đòi hỏi điều gì ở các cán bộ của phương tiện thông tin đại chúng?

NHỮNG PHẨM CHẤT NGHỀ NGHIỆP

Nghề (tiếng Latinh - *professio* có nghĩa là “công việc làm” được chính thức chỉ rõ), “Nghề.

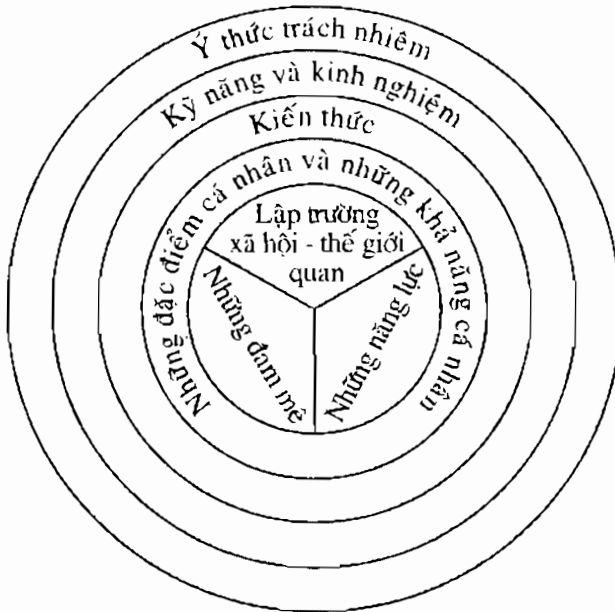
nghiệp” - đó là một loại hình lao động đặc biệt - loại hình này xuất hiện trong điều kiện phân công lao động - đòi hỏi phải nắm được tổng thể những kiến thức chung và chuyên biệt và những kỹ năng thực hành được củng cố qua kinh nghiệm. Trong khuôn khổ một nghề, người ta phân ra một loạt các ngành nghề. Đồng thời, theo đà phát triển của các hình thức hoạt động thông tin đại chúng, số lượng các chuyên ngành, và nhất là những nghề chuyên môn trong phạm vi nghề báo, cũng tăng lên. Mặc dù có sự khác nhau như thế nào đi nữa giữa một lĩnh vực chuyên môn này với lĩnh vực chuyên môn khác trong công việc của nhà báo làm phóng sự và viên thư ký tòa soạn, nhà bình luận và nhà đạo diễn, trưởng phòng thư tín và phóng viên thường trú, thì điều vẫn tồn tại, và hơn thế nữa, ngày càng có ý nghĩa quan trọng là tổng thể những phẩm chất chung của nghề nghiệp. Với những biểu hiện đặc biệt và với những tác động qua lại đặc thù, những phẩm chất ấy tạo thành cơ sở của “cấu trúc” nhân cách của từng nhà báo chuyên nghiệp.

Thế giới nhân cách của một nhà báo chuyên nghiệp được hình thành phù hợp với những yêu cầu khách quan của nghề nghiệp nhà báo. Tổng thể những đặc điểm nghề nghiệp ấy luôn luôn thu hút sự chú ý chăm chú về phía mình. Không phải ngẫu nhiên mà ở buổi bình minh của nền

báo chí Nga M.V.Lômônôxốp - trong tác phẩm nổi tiếng của mình “Biện luận” được biết đến với nhan đề “Luận án về chức danh nhà báo” - đã đưa ra bản tổng hợp đầu tiên về những nét đặc trưng của nhân cách và các quy tắc ứng xử của nhà báo. Sau này, nhiều nhà báo lớn cũng đã viết về những nét đặc thù những đặc điểm lao động, những niềm vui và những khó khăn trong nghề nghiệp mình.

Nếu thử mô tả tổng hợp - với điều kiện phân biệt chặt chẽ những lĩnh vực đặc biệt - thế giới nhân cách của nhà báo, thì cần phân biệt, với tư cách là “hạt nhân” của nhân cách, những lập trường thế giới quan, những lập trường chính trị - xã hội, gần kề và tương tác với lĩnh vực những ham mê nghề nghiệp. Muốn thực hiện những lập trường ấy thì cần có những năng lực nào đó và ở một trình độ nào đó. Hoạt động thành công, được thể hiện ra như là sự thực hiện các lập trường, những ham thích, năng lực, được đảm bảo bởi tổng thể những phẩm chất cá nhân, hệ thống những kiến thức đã có được, những kỹ năng và kinh nghiệm có được qua hoạt động thực tiễn. Lớp “bên ngoài”, tựa hồ như có tác dụng gắn kết toàn bộ thế giới nhân cách của nhà báo, tạo thành lĩnh vực ý thức trách nhiệm về quá trình tự thực hiện sáng tạo - nghề nghiệp, về quá trình tự hoàn thiện và phát triển nhân cách, về sự tự cống

hiển trong sự nghiệp phục vụ xã hội. Dưới dạng sơ đồ, thế giới nhân cách của nhà báo có thể được diễn tả như sau:



Dĩ nhiên, không có những ranh giới cứng nhắc giữa những lĩnh vực khác nhau về các phẩm chất nghề nghiệp. Hơn nữa, giữa chúng còn tồn tại những mối quan hệ qua lại và những sự phụ thuộc lẫn nhau mang tính chất toàn diện. Ví dụ, ý thức trách nhiệm đòi hỏi phải có những kiến thức trong lĩnh vực luật pháp và đạo đức học, còn kinh nghiệm thì đòi hỏi phải có sự tư

duy bằng lý luận. Cho dù những ham mê có lớn đến đâu đi nữa, song chúng chỉ có thể được thực hiện nếu được đảm bảo bằng tri thức và kinh nghiệm (hơn nữa tùy theo năng lực và với lập trường xã hội rõ ràng và được thực hiện kiên quyết). Nói cách khác, nhà báo chỉ có thể “tồn tại” với điều kiện là nếu một người có tham vọng đóng vai trò ấy thì phải có tất cả những phẩm chất đã nêu ở trên (chỉ ít cũng ở mức độ tối thiểu). Bởi vì nếu không có những phẩm chất ấy hoặc những phẩm chất phát triển yếu, ví dụ như ý thức trách nhiệm hoặc năng lực, thì điều đó sẽ phong tỏa nghiêm trọng (trong trường hợp xấu nhất thì phong tỏa hoàn toàn) sự thể hiện những phẩm chất khác, và thế là nhà báo “không tồn tại”. Không thể được coi là nhà báo với một con người không tự thấy mình phải chịu trách nhiệm trước công chúng về việc thỏa mãn những nhu cầu của công chúng, không tự xem mình có bốn phận “làm việc cho công chúng”, không đếm xỉa đến những chuẩn mực đạo đức và luật pháp, nếu như những kiến thức, kinh nghiệm và những phẩm chất của cá nhân anh ta, tuy hoàn toàn phát triển để đảm nhiệm những trách nhiệm nghề nghiệp, nhưng lại bị “cộng điểm âm” về lập trường xã hội không phát triển hoặc hơn thế nữa, lại “bị cộng” về thái độ chính trị vô nguyên tắc.

Như vậy, trong lý luận cần phải nhìn thấy sự

thống nhất giữa những phẩm chất ấy ở nhà báo, còn trong thực tiễn cần hướng đến sự phát triển những phẩm chất ấy một cách hài hòa tối đa. Những nhân vật nào đẩy nếu phát triển chưa đầy đủ và nếu có tình trạng mất cân đối giữa những phẩm chất ấy thì điều đó sẽ dẫn đến những vi phạm nghiêm trọng đối với những đòi hỏi của nghề nghiệp trong quá trình hình thành đội ngũ nhà báo làm việc trong các phương tiện thông tin đại chúng. Ví dụ, cái tạo nên những kẻ giáo điều là lập trường xã hội cứng nhắc, không uyển chuyển (mặc dù có thể đó là một lập trường phát triển rộng). Cơ sở của lập trường ấy là những năng lực sáng tạo yếu, thiếu chất trí tuệ, thiếu lòng dũng cảm (rất cần thiết cho việc thay đổi quan điểm trong điều kiện có những thay đổi của các quy luật thực tại), niềm tin mù quáng vào những tư tưởng đã một lần được quán triệt. Còn lập trường của các nhà báo ngả theo chiều gió thì có đặc trưng là thái độ quá dễ dàng (đôi khi là thái độ hoàn toàn xem thường) đối với những gì được gọi là những nguyên tắc, là thái độ trơ trẽn vô sỉ đối với những lý tưởng và những giá trị, và lòng mong muốn bỏ dỡ “ông chủ” mới (vả lại, không phải lúc nào lợi ích vật chất cũng được đặt lên hàng đầu). Nghịch lý là ở chỗ: cả phần tử giáo điều, cả phần tử xu thời, trong những bối cảnh nào đó, đều có thể phụng sự “cái thiện, chân lý và công lý”. Nhưng bất

kỳ trường hợp nào trong các tác phẩm của họ cũng sẽ thể hiện yếu tố gượng ép, giả tạo, cứng nhắc, tuy rằng trong đó có thể nhận ra những mầm mống tài năng, những điểm sáng của trí tuệ, những năng lực kiến thức nhất định... Những cá tính sáng tạo thể hiện một cách ít nhiều hài hòa trong tổng thể các phẩm chất cần thiết thì có thể có nhiều loại hình. Trong từng nhân cách sáng tạo riêng lẻ ấy sự hài hòa ấy cũng mới mẻ và đặc sắc. Nhưng trong mọi trường hợp, những đường nét và phẩm chất riêng lẻ nào đó đều biểu hiện ra sáng rõ hơn những phẩm chất khác. Ví dụ, một số người dựa nhiều hơn vào tư duy lôgic, những người khác lại dựa vào tư duy hình tượng, một số người dựa nhiều hơn vào sự chứng minh chặt chẽ, số người khác lại dựa nhiều hơn vào việc trình bày các chi tiết và tiểu tiết, có người huy động ưu thế của mình trong lĩnh vực dự báo, người khác lại tập trung vào những sự tương đồng lịch sử...

Nhưng sự khác biệt cá thể ấy (trong điều kiện có sự biểu hiện ít nhiều cân đối tất cả các phẩm chất) không những là không tránh khỏi mà còn là cần thiết đối với đời sống của tổng thể một đơn vị biên tập với tư cách là một cơ thể sống. Ban biên tập trở thành một tập thể đích thực khi từng thành viên của nó, giống như các nhạc công trong dàn nhạc, chơi những “nhạc khúc” riêng biệt của mình bằng những “nhạc cụ” khác

nhau và dưới sự chỉ huy của tổng biên tập - đạo diễn tạo ra “bản nhạc giao hưởng” của một số báo hoặc một ấn phẩm. Trong một tập thể như vậy những phẩm chất tích cực và độc nhất vô nhị của mỗi cá nhân được tăng cường, biểu hiện một cách tích cực tối đa, còn những thiếu sót và nhược điểm thì giảm đi, được bổ khuyết bằng hoạt động và bằng cá tính của các đồng nghiệp.

Như vậy, mỗi nhà báo phải cố gắng nhìn thấy bản thân mình ở trong tập thể (chứ không phải trong “tổng thể” những người lao động) và tự hình thành với tư cách là “nhà chuyên nghiệp nói chung”, phải đặc biệt chú ý đến sự phát triển những khả năng và những phẩm chất cá nhân, độc nhất vô nhị của mình. Ví dụ, mỗi nhà báo phải biết làm việc nhanh gọn, nhưng đồng thời chỉ một mình nhà báo nào đó có thể và muốn làm việc “trên đường”, chuẩn bị một cách nhanh chóng tối đa bài vở “cho số báo”; một nhà báo khác lại thích viết ra một cách có bài bản hẳn hoi những bài vở quy mô, súc tích và vì vậy bài viết của anh ta ít đăng hơn. Ngay cả những nhà báo làm việc một mình ở bên ngoài các tập thể (các nhà báo “độc lập”, “hành nghề tự do” - bắt nguồn từ tiếng Anh freelance có nghĩa là “nhà báo không trong biên chế”, đúng nghĩa đen là “tự do, xạ thủ tự do”) cũng bằng cách nào đó thích ứng khả năng của mình với tính chất và nhu cầu của các ban biên tập thuộc các phương

tiện thông tin đại chúng nào đấy.

Thế giới của nhân cách là chỉnh thể, những mối liên hệ giữa các thành tố của nó là khăng khít, do vậy thật khó có thể đánh giá riêng biệt từng thành tố ấy. Cần tính đến điều đó mỗi khi cần có sự trình bày “về từng yếu tố”.

Những ham mê tựa hồ như là “cơ chế khởi động” trong quá trình hình thành nhà báo. Chúng là đặc trưng của ý nguyện, của lòng mong muốn nội tại hướng tới một lĩnh vực hoạt động, chúng có một cường độ nhất định và một động cơ nhất định. Cường độ của sự ham mê có thể nằm ở trong biên độ từ lòng mong muốn có tính bề nổi - xuất phát từ những nguyên nhân bên ngoài - muốn có mặt trong thế giới báo chí, cho đến ước nguyện nồng cháy, buộc con người phải khắc phục mọi trở ngại xuất hiện trên con đường chinh phục nghề nghiệp - vả lại, những trở ngại ấy không chỉ mang tính chất bề ngoài, mà còn mang tính chất bên trong - cho đến sự bỏ khuyết “cái chưa có” bằng giới tự nhiên. Dĩ nhiên, sẽ rất tốt, nếu những ham mê “được khăng định” bằng năng lực, cũng như bằng những phẩm chất cá nhân tương ứng, nhưng khi thiếu các yếu tố bẩm sinh thì sở thích có thể làm giảm tối đa những khiếm khuyết ấy bằng nỗ lực rèn luyện bản thân. Đồng thời, vai trò hết sức quan trọng thuộc về lập luận động cơ, thuộc về “những sự lý giải” bên trong và sự ham

mê. Ở đây, biên độ cũng rộng và sự đa dạng cũng lớn.

Một cách ước lệ, có thể phân ra hai nhóm động cơ: “cho mình” và “cho xã hội”. Nhóm động cơ thứ nhất thể hiện qua việc cố gắng thực hiện những năng lực sáng tạo của bản thân, tìm kiếm phương thức tự thực hiện (qua việc ham mê “những cuộc viễn du”, bổ sung kiến thức về cuộc sống, tiến hành khảo sát các hiện tượng của thực tại, qua cố gắng tự khẳng định...). Bất kỳ một động cơ nào trong số những động cơ ấy (thậm chí ý nguyện hướng tới sự thịnh vượng vật chất) cũng không được gây ra thái độ tiêu cực. Nhưng chỉ có trực tiếp gắn với những động cơ “cho xã hội” thì những động cơ kia mới có được ý nghĩa thực tế trong giới các nhà báo chuyên nghiệp. Trong cái nghề khó khăn, đôi khi còn nguy hiểm (tuy rằng nhiều khi cũng được tấm màn lãng mạn bao quanh) ấy, đối với nhà báo chân chính thì các động cơ phục vụ xã hội có ý nghĩa chiếm ưu thế. Vì vậy giữa những động cơ và vai trò khách quan của báo chí trong xã hội và những phương thức thực hiện vai trò ấy có một mối liên hệ trực tiếp.

Ý chí hướng đến hoạt động hữu hiệu tối đa trong lĩnh vực thông tin đại chúng, mong muốn đem lại lợi ích thực tế trong lĩnh vực hoạt động đã lựa chọn, mối quan tâm về sự thực hiện lập trường xã hội mà nhà báo đại diện, kết hợp

những nỗ lực nhận thức với sự can thiệp thực tế vào đời sống hiện thực, hướng vào giải quyết các vấn đề xã hội, cho dù những vấn đề ấy có gay gắt và “không kham nổi” như thế nào chăng nữa... đó là phạm vi chủ yếu của những động cơ. Đồng thời, trong khuôn khổ những động cơ chủ yếu: “cho xã hội” thì hệ thống các nhánh ý nguyện cụ thể (mong muốn trước hết trở thành “người sản tin”, “người tẩy rửa bùn nhơ”, đạt cho được những kết quả tổ chức thực tiễn - cụ thể...) có thể khác nhau, tùy thuộc vào các đặc điểm cá nhân của nhà báo và dĩ nhiên tùy thuộc vào những nhu cầu của các ban biên tập. Nguyên nhân sâu cùng ấy đôi khi buộc người ta phải “uốn cong giọng hát của mình” - vì nhà báo phải thực hiện “ca khúc” của mình trong khuôn khổ hoạt động của “dàn nhạc” ban biên tập.

Năng lực - đó là những đặc điểm của cá nhân. Những đặc điểm ấy là những điều kiện chủ quan để thực hiện thành công hoạt động đã lựa chọn. Những năng lực ấy thể hiện qua mức độ sắc bén, chiều sâu và tính vững chắc của việc nắm vững những kỹ năng cần thiết đặc trưng cho một hoạt động cụ thể, trên cơ sở có được các kiến thức và suy ngẫm kinh nghiệm (kinh nghiệm của mình và của người khác) tình hình sẽ đặc biệt thuận lợi khi các véctơ về ham thích và về năng lực hướng về cùng một phía. Trong trường hợp này các véctơ ấy tựa hồ như giúp nhau trong việc tự

điều chỉnh, phát triển những phẩm chất cá nhân có ý nghĩa nhất đối với việc thực hiện tối đa những khả năng của cá nhân.

Năng lực có những “thứ hạng” khác nhau. Đối với đa số con người, chuẩn mực của họ là những năng lực trung bình. Nếu họ giúp tạo ra “những sản phẩm” của hoạt động mà sự khác biệt của chúng là mới mẻ, độc đáo, hoàn hảo và có được tính hiệu quả, thì người ta gọi những năng lực ấy là tài năng. Năng lực không những có khả năng phát triển, mà còn đòi hỏi một sự hoàn thiện và đánh bóng. Không phải ngẫu nhiên người ta nói rằng ở con người tài năng thì 5% tư chất là do thượng đế ban cho, còn 95% là nhờ sự rèn luyện không mệt mỏi của bản thân. Điều quan trọng là làm sao năng lực phải được phát triển đầy đủ và phải được sử dụng trên thực tế.

Việc sử dụng những thiên hướng và năng lực, tính chất và định hướng của chúng, phụ thuộc nhiều vào những đặc điểm của thành tố thứ ba của “hạt nhân” nhân cách của nhà báo chuyên nghiệp - đó là *lập trường xã hội - thế giới quan, lập trường chính trị - xã hội, hệ thống quan điểm và định hướng*. Đó là một kiểu “điểm then chốt” của nhân cách, là thành tố “định hướng” trong việc thực hiện những thiên hướng và những năng lực của nhà báo. Chính lập trường xã hội - thế giới quan quyết định ý nghĩa nội dung của hoạt động, tính chất của nhận thức của

nhà báo về thực tại, quan niệm của nhà báo về một “tương lai đáng mong đợi”, về con đường đi đến tương lai ấy và về những phương cách đạt được lý tưởng. Nhà báo trước hết phải “xác định lập trường” - đề ra (và trong quá trình cuộc sống phải thường xuyên “hoàn thiện” hoặc “tái hoàn thiện”) các hệ thống định hướng gần cũng như những định hướng trong tương lai.

Lập trường ấy có thể hết sức khác nhau về phương diện các thành tố thế giới quan, cũng như về những thành tố chính trị - xã hội. Tất nhiên, nhà báo có trách nhiệm cao trong sự lựa chọn, vì cả nhà báo - nếu anh ta thực sự muốn thúc đẩy tiến bộ xã hội - cả những tập thể báo chí, cả công chúng đều không hề hững và đều muốn biết nhà báo mang những quan điểm gì, những thiên hướng và năng lực của anh ta hướng vào những mục tiêu nào.

Tính ổn định xã hội - thế giới quan thể hiện ra như là tính nguyên tắc của nhà báo. Đồng thời, như đã biết, tính nguyên tắc hoàn toàn không đồng nghĩa với chủ nghĩa giáo điều, mặc dù nó loại trừ thái độ xu thời vô nguyên tắc. Đi theo những thực tế của cuộc sống, thái độ mềm dẻo, kỹ năng chấp nhận, thỏa thuận - tất cả những điều đó không loại trừ tính nguyên tắc, mà ngược lại, tính nguyên tắc cũng không loại trừ thái độ dung chấp (dung nạp) đối với các đồng nghiệp có cách nhìn khác, cả những kỹ

năng biết đưa những sửa đổi vào lập trường của mình phù hợp với những thay đổi diễn ra trong cuộc sống hiện thực.

Vậy là, việc có được một lập trường dứt khoát lại đòi hỏi phải không ngừng rèn luyện bản thân: “hạt nhân” nhân cách của nhà báo chuyên nghiệp không phải được hình thành từ *những phẩm chất* được hình thành một lần và vĩnh viễn - những phẩm chất ấy phải được luôn luôn phát triển.

Công việc rèn luyện bản thân có thể có được sự thuận lợi hoặc sự cản trở do những phẩm chất khác nhau và những khả năng khác nhau của cá nhân nhà báo. Có thể, những phẩm chất trí tuệ chiếm vị trí chủ đạo trong những phẩm chất khác của nhà báo, mặc dù đó là những phẩm chất không kém phần quan trọng. Trí tuệ (tiếng Latinh intellectus có nghĩa là “sự hiểu biết, lý trí, sự suy xét”) - đó là hệ thống những năng lực tư duy của con người, trình độ phát triển trí tuệ của con người. Vì điều chủ yếu đối với nhà báo là hiểu rõ về các hiện tượng của cuộc sống cho nên trí tuệ, tư duy sáng tỏ, năng lực dùng lý trí để nhận thức thực tại là những điều then chốt trong các phẩm chất nhân cách của nhà báo. Dĩ nhiên, đối với trí tuệ thì điều quan trọng là tích lũy kiến thức, những điều chủ yếu là tính tích cực trí tuệ, khả năng suy diễn, tư duy táo bạo, kỹ năng biết sử dụng các kiến

thức trong cuộc sống, hiểu và đánh giá đúng đắn những hiện tượng của cuộc sống, đưa ra một quan niệm về “cái cần thiết” và “tương lai đáng mong đợi”, xác định con đường tiến đến tương lai ấy. Đồng thời, điều quan trọng đối với nhà báo là phải biết tìm kiếm và tìm cho ra những dữ liệu cần thiết, xác định “tính ứng dụng” của những dữ liệu ấy đối với các hiện tượng được xem xét, tiến hành “những thao tác trí tuệ” một cách nhanh chóng, chính thể, có tính đến những đặc điểm của cách tiếp cận hiện hành khác.

Nhà báo phải cần trọng trong những suy xét của mình, phải có thái độ cởi mở đối với những sửa đổi và bổ sung, phải biết đưa ra và thảo luận những vấn đề và những cánh đánh giá còn gây tranh cãi, đồng thời vẫn duy trì thái độ tự phê và có tinh thần dũng cảm từ bỏ những tư tưởng không đúng vững trước sự kiểm nghiệm. Nhà báo cũng phải biết nắm vấn đề một cách lôgic, cách tiếp cận khoa học, các thủ pháp nhanh và hiệu quả. Tất cả những cái đó được thực hiện trong điều kiện thường xuyên khiến người ta vội vã.

Nhà báo cũng cần phát triển những đặc trưng của tư duy hình tượng và nhận ra các hiện tượng của thực tại, vì muốn chuyển tải bức tranh sự kiện và ghi lại diện mạo các nhân vật của lịch sử đương đại, cần phải phát hiện và ghi nhận các chi tiết và tiểu tiết tiêu biểu. Tiềm lực trí tuệ trong trần thuật cần được bổ sung bằng

những hình ảnh hào nhoáng, “sống động”, bằng những thủ pháp hình tượng nghệ thuật. Muốn vậy, điều quan trọng là phải hiểu các quy luật của sáng tạo nghệ thuật, phải thấm nhuần kinh nghiệm nghệ thuật đã tích lũy được, nói chung là kinh nghiệm của tư duy nghệ thuật.

Thành công của nhà báo phụ thuộc nhiều vào các đặc điểm nhân cách của anh ta trên phương diện tâm lý - cảm xúc và ý chí. Nét đặc trưng của nhà báo là “sự tò mò”, có tâm lý hướng ra bên ngoài (nhà báo là người vị tha, chứ không phải vị kỷ), muốn khảo cứu các sự kiện và sự thật. Ước vọng đi đến chân lý đòi hỏi phải có lòng dũng cảm, không chỉ dũng cảm trong tư duy, mà chủ yếu không run sợ trước những sự truy bức có thể diễn ra, những sự hăm dọa, những hiểm nguy trong quá trình tìm kiếm và sau khi công bố thông tin.

Bên cạnh lòng dũng cảm, nghề nhà báo còn đòi hỏi (và ở đây không có sự mâu thuẫn) phải có những đặc tính như nhân hậu, nhạy cảm, lòng vị tha, kỹ năng biết thông cảm và đặt mình vào chỗ của người đối thoại, của nhân vật và của phần nhân vật, và cần nhớ rằng không có những kẻ ác “thuần túy” và những thiên thần “thuần túy”. Dĩ nhiên, thái độ thờ ơ, lạnh nhạt, vô cảm, tự cao, xem thường mọi người là điều không thể chấp nhận trong hoạt động báo chí. Điều rất quan trọng là tính dễ gần, dễ giao

tiếp, mong muốn hiểu rõ thậm chí đối phương, phản ứng nhanh, kỹ năng biết tập trung chú ý, làm việc trong những điều kiện khó khăn, tinh thần gần gũi, tháo vát cơ động và bên cạnh đó là tâm lý ổn định trong tiến trình diễn ra những “xung đột thông tin”, trong bút chiến, tranh luận, nhiều khi mang tính chất xung đột và gay gắt. Đồng thời, thái độ dung chấp trong tiến hành làm rõ chân lý không loại trừ thái độ kiên quyết bảo vệ lập trường của mình. Nói cách khác, nghề nhà báo buộc người ta phải rèn giũa, huy động và phát huy những phẩm chất của người chiến sĩ - vừa kiên quyết, vừa có thiện ý, vừa có lòng dung chấp, lại vừa có lòng kiên nghị.

Không nghi ngờ gì nữa, nhà báo phải có cả những tham số thể chất nhất định, sức chịu đựng, năng lực làm việc, là những phẩm chất đặc biệt cần thiết trong những điều kiện bất thường, phải có tinh thần sẵn sàng chịu đựng những thiếu thốn (“thiếu ăn, thiếu ngủ, đi ba ngày trời chỉ để có được vài dòng đăng trên báo”)...

Tuy nhiên, tổng thể các phẩm chất xét về tính “đồng đội” và “cường độ” thì ít gặp hẳn. Vì vậy, nhà báo cảm thấy những thiếu sót của mình nhờ kết quả của quá trình tự phân tích thường xuyên - đó là điểm xuất phát để tự phát triển, cũng như để tìm kiếm trong cuộc sống bên ngoài một “khoảng trống” trong đó thể hiện đầy đủ nhất những khả năng hiện có của anh ta.

Và ở đây điều rất có ý nghĩa là sự lựa chọn và trình độ nghề nghiệp của các cán bộ làm việc tại phương tiện thông tin đại chúng, quan hệ của họ trong ban biên tập, ý thức và hành vi ứng xử của họ trong tập thể.

Thật khó mô tả *hệ thống những kiến thức* cần thiết trong hoạt động nghề nghiệp của nhà báo, nhất là lại càng khó lập ra một bản liệt kê những kiến thức ấy. Về nguyên tắc, điều quan trọng là phải phân biệt ba lĩnh vực trong cơ cấu “tri thức” của cá nhân nhà báo.

Thứ nhất, đó là “những kiến thức rộng” về những lĩnh vực hết sức khác nhau mà thông thường người ta gọi là những kiến thức bách khoa. Trình độ cao về văn hóa của nhà báo là đòi hỏi của nghề nghiệp đối với cán bộ chuyên môn, chứ không phải đơn giản là bằng chứng về khả năng trí tuệ của anh ta. Dĩ nhiên, đòi hỏi của nghề nghiệp trước nhất. Nhà báo phải hiểu rõ được mọi tình huống của cuộc sống xét về tổng thể, và vì vậy phải hiểu rõ được một hiện tượng có nhiều khía cạnh; do vậy, cả hệ thống kiến thức cũng phải khiến cho nhà báo có thể hiểu được khía cạnh ấy trong những mối quan hệ hệ thống và trong những mối quan hệ phụ thuộc của chúng. Vì thế nhà báo (cũng giống như một chính trị gia) có nghĩa vụ phải nắm được chiếc “chìa khóa vạn năng” trong nhận thức cuộc sống, mà điều đó chỉ đạt được khi có

được trình độ học vấn bách khoa.

Thứ hai, đó là lĩnh vực kiến thức nghề nghiệp báo chí. Dĩ nhiên, một người có những thiên hướng và những năng lực nhất định thì có thể nắm được những điều uyên bác trong nghề và trong thực tiễn biên tập hàng ngày và trong quá trình tự bồi dưỡng. Nhưng trong điều kiện ngày nay, do tính chất khó khăn của những nhiệm vụ mà báo chí phải quyết định, do tính chất phức tạp của chính loại hình lao động báo chí, do đó, trong điều kiện nâng cao đòi hỏi thậm chí đối với các nhà báo mới vào nghề - trong điều kiện ấy "hàm lượng khoa học" của báo chí đang tăng lên. Điều này không tránh khỏi dẫn đến sự cần thiết phải có sự đào tạo chuyên biệt nhất thiết, một sự đào tạo có hệ thống, bao gồm những kiến thức về lý luận, lịch sử, xã hội học báo chí. Chỉ có sự đào tạo nghề nghiệp nghiêm túc mới có thể chống lại được bệnh hời hợt mà điều kiện làm việc trong ngành báo chí đẩy vào, chống lại hiện tượng phiến diện, khi mà những người không có kiến thức chuyên môn báo chí đến làm việc trong ngành báo chí. Bản thân cuộc sống đã làm nảy sinh sự cần thiết phải mở rộng trình độ học vấn nền tảng có trình độ đại học cũng như sau đại học, những lĩnh vực khác nhau trong khâu nâng cao trình độ chuyên môn... Và lại số người làm việc trong báo chí ngày càng có nhiều nhà chuyên môn có học

hàm: tiến sĩ và tiến sĩ khoa học.

Thứ ba, đó là lĩnh vực những kiến thức chuyên môn liên quan đến lĩnh vực cuộc sống là công việc chuyên môn trực tiếp của nhà báo với tư cách là nhà chuyên môn về một ngành hẹp. Cần lưu ý rằng lĩnh vực thẩm quyền chuyên môn của nhà báo, với tư cách một nhà chuyên môn về một ngành hẹp, đòi hỏi phải có trình độ chuyên môn nào đó: một mặt, đòi hỏi một sự đào tạo rộng hơn, chẳng hạn, so với việc đào tạo ra một kỹ sư cơ khí hoặc một cán bộ kinh tế quốc tế - cần phải vừa là một anh kỹ sư, vừa là nhà kinh tế theo nghĩa rộng, mặt khác, nhà báo xem xét các vấn đề kỹ thuật và kinh tế dưới góc nhìn chính trị - xã hội. Vì vậy, cần có những sự nhấn mạnh tương ứng trong đào tạo chuyên môn.

Cho dù thế giới “tri thức” của nhà báo có rộng và phong phú đến đâu đi nữa thì trong những tình huống cụ thể, thế giới ấy vẫn tỏ ra là chưa đủ đối với hoạt động thành công. Ở đây có một số nguyên nhân. Thứ nhất, những tri thức do loài người tích lũy được thì to lớn và một người không thể nắm được những tri thức ấy với khối lượng to lớn; thứ hai, trong mỗi trường hợp cụ thể đâu sao cũng cần “bổ sung” những dữ liệu. Vì vậy, điều cực kỳ quan trọng là phải thường xuyên bổ sung kiến thức, nắm vững kỹ năng học tập. Chỉ trong trường hợp đó thế giới tri thức của nhà báo mới trở nên độc nhất vô nhị. Và

nếu như tương ứng với tính độc nhất ấy là những đặc trưng và phẩm chất đặc thù của cá nhân, những đặc điểm về thiên hướng và năng lực, bên cạnh đó là lập trường xã hội - thế giới quan đặc thù, thì sẽ hình thành một nhân cách sáng tạo độc nhất vô nhị.

Tất cả những kiến thức và phẩm chất của nhà báo được củng cố trong *kinh nghiệm* hoạt động thực tiễn và được kiểm tra về “năng lực làm việc” trong quá trình hoạt động nghề nghiệp. Vì vậy, trong hệ thống những kỹ năng báo chí, tất cả những phẩm chất nghề nghiệp tạo thành thế giới của nhà báo đều có thực, một sự thể hiện tựa hồ mang tính chất nhất thể hóa. Không thể giảng dạy kinh nghiệm - chỉ có thể học tập qua kinh nghiệm: kinh nghiệm của mình và của người khác, trong quá trình hoạt động thực tiễn và thông qua kinh nghiệm đã được nghiền ngẫm và rút ra từ kiến thức khoa học: “Con ơi, hãy học: khoa học sẽ giúp chúng ta giảm bớt những thử nghiệm về cuộc sống đang diễn ra quá nhanh và rất ngắn ngủi này...” (Puskin). Cần thường xuyên nhớ đến suy nghĩ sâu xa và chính xác đó.

Hoạt động thực tiễn - hoạt động này dựa trên kinh nghiệm trực tiếp của cá nhân, cũng như dựa trên kinh nghiệm có được nhờ kiến thức - hoạt động ấy nói lên mức độ *ý thức trách nhiệm* của nhà báo đối với bản thân, đối với ban biên

tập, đối với cộng đồng các nhà báo, đối với toàn xã hội. Mức độ trách nhiệm ấy được liệt kê trong hệ thống *những nguyên tắc và những chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp*. Đạo đức học (tiếng Hy Lạp *leon* có nghĩa là “điều cần phải làm” + *logos* có nghĩa là “học thuyết”) - đó là một hệ thống những quan niệm nói lên nghĩa vụ nghề nghiệp của nhà báo (cũng như trong những lĩnh vực khác - y học, luật pháp, kinh doanh, phục vụ trật tự luật pháp... - trong đó hoạt động nghề nghiệp gắn với sự giao tiếp rộng với mọi người), xét từ góc độ toàn bộ những phẩm chất của anh ta thể hiện trong hoạt động sáng tạo. Bản thân việc gia nhập cộng đồng nhà báo đòi hỏi nhà báo phải đảm trách rất nhiều nghĩa vụ. Ở đây cơ sở là sự nhận thức về nghĩa vụ của mình trước xã hội, về sự tham gia hiệu quả tối đa trong lĩnh vực “phục vụ” thông tin cho công chúng. Sự phục vụ ấy dựa trên toàn bộ hệ thống những đòi hỏi đối với các phương tiện thông tin đại chúng.

Vì thế, chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp là sự tự ý thức rõ ràng của nhà báo. Điều đó thể hiện qua sự đánh giá mang tính thần tự phê về tất cả “những thành tố” nhân cách của nhà báo trong tư cách là một người chuyên nghiệp, một nhân cách hướng đến sự tự hoàn thiện, kể từ những thiên hướng và năng lực cho đến sự hình thành uy tín nhân cách nghề nghiệp của cá nhân mình.

Trong diện mạo của nhà báo không có yếu tố nào mà lại không đòi hỏi một sự phân tích về đạo đức nghề nghiệp và đưa ra những giải pháp. Những “chuyện nhỏ” như phong cách ăn mặc, nói năng, giao tiếp với mọi người chung quanh... - vì chúng ảnh hưởng đến tính chất và mức độ thực hiện nghĩa vụ nghề nghiệp - cũng đòi hỏi một sự tự đánh giá về đạo đức nghề nghiệp và đòi hỏi có “sự sửa chữa” trong những trường hợp cần thiết.

Điều chủ yếu - điều có ý nghĩa nguyên tắc - là đòi hỏi về đạo đức nghề nghiệp lại liên quan đến sự hình thành lập trường xã hội và thực hiện lập trường đó sao cho hoạt động sáng tạo góp phần thúc đẩy tiến bộ xã hội trong khuôn khổ định hướng nhân bản và góp phần trên cơ sở ấy, đạt đến sự đồng thuận xã hội.

Việc đề ra một định hướng nhân bản, dưới một dạng này hay dạng khác, đòi hỏi nhà báo thể hiện tính tích cực trong lĩnh vực nhận thức.

Nghĩa vụ của nhà báo là tìm hiểu các luận điểm xã hội khác nhau và dựa vào đó lựa chọn và hình thành quan điểm của mình về nhu cầu phát triển xã hội và con đường đạt đến “tương lai đáng mong đợi”.

Tất cả những điều đó gắn với sự hoàn thiện và phát triển những phẩm chất nhân cách (về trí tuệ, ý chí, đạo đức...) nhằm đảm bảo cho hoạt động thành công. Dĩ nhiên, điều đó cũng liên quan đến những kiến thức nhân văn chung và

những kiến thức chuyên biệt, tạo thành cơ sở “tri thức” và hậu thuẫn cho hoạt động sáng tạo.

Chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp còn gồm cả sự phân tích kinh nghiệm bản thân trong hoạt động báo chí, cũng như trong hoạt động của các nhà báo thuộc những phương tiện thông tin đại chúng khác nhằm hoàn thiện những kỹ năng sáng tạo và những sự khéo léo trong thực hiện lập trường xã hội đã được nhận thức.

Biểu hiện có tính chất nhất thể của ý thức đạo đức nghề nghiệp và của hành vi phù hợp với những nguyên tắc đạo đức đã được chấp nhận - đó là sự nhận thức về trách nhiệm của mình: trách nhiệm công dân, trách nhiệm đạo đức, pháp lý, cũng như mức độ thực hiện trách nhiệm ấy trong thực tiễn hàng ngày.

Những chuẩn mực và những nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp tồn tại không những trong ý thức các nhà báo và trong các tác phẩm của các nhà khoa học, mà còn được ghi lại trong nhiều văn kiện - trong các bộ luật khác nhau, các đạo luật, các bản hiến chương. Vì có những sự khác biệt của các vai trò nghề nghiệp (các tổng biên tập, các chủ sở hữu phương tiện thông tin, các phóng viên làm phóng sự...) và lập trường xã hội của các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau, cho nên có rất nhiều văn bản đề cập vấn đề này. Mặc dù có tất cả những sự khác biệt, nhưng vẫn tồn tại những chuẩn mực chủ yếu về

đạo đức nghề nghiệp mà tất cả cộng đồng nhà báo phải tuân theo.

Báo chí, các tập thể biên tập, những nhà báo riêng lẻ càng có nhiều tự do hoạt động (tự do xã hội - sáng tạo, tự do về pháp luật, về kinh tế) thì họ càng có ý thức trách nhiệm cao hơn đối với tính chất và hệ quả của việc sử dụng tự do. Không phải ngẫu nhiên có sự tồn tại quy luật: tự do càng nhiều thì càng có nhiều khả năng ảnh hưởng đến đời sống của xã hội. Điều đó không tránh khỏi làm nảy sinh câu hỏi (của xã hội đối với báo chí và từng phương tiện thông tin đại chúng, của ban biên tập đối với các nhà báo, của các nhà báo đối với bản thân mình): sự tự do ấy liệu đã được sử dụng một cách đúng đắn không, theo hướng cần thiết hay không?

Đối với báo chí và nhà báo, ý thức trách nhiệm mang tính khách quan cũng như tính chủ quan. Xét về mặt khách quan thì đó là tổng thể những đòi hỏi cần được thực hiện phù hợp với các quy luật của thực tại không phụ thuộc vào ý chí của con người; xét về mặt chủ quan thì đó là nhận thức và tinh thần sẵn sàng của báo chí và của nhà báo nhận lãnh tất cả những nghĩa vụ được quy định trong luật pháp, trong các chuẩn mực đạo đức, các cương lĩnh của các tổ chức chính trị - xã hội mà nhà báo là thành viên, trong định hướng chính sách thông tin của phương tiện thông tin đại chúng mà nhà

báo làm việc trong đó.

Ý thức trách nhiệm - đó là sự thể hiện (nhận thức, việc chấp nhận thực hiện và mức độ thực hiện) nghĩa vụ nghề nghiệp, năng lực gắn kết lập trường và hoạt động của mình với những kết quả và sự cần thiết của hoạt động đó. Đồng thời ở đây cũng nảy sinh một loạt xung đột trong đó xung đột chủ yếu nảy sinh giữa những đòi hỏi khách quan của cuộc sống và nhận thức về những đòi hỏi ấy, giữa những trách nhiệm khách quan “trước lịch sử” và nhận thức chủ quan về nghĩa vụ. Do vậy một nhà báo có ý thức trách nhiệm thì luôn luôn trong trạng thái suy ngẫm và tìm kiếm tính chất của toàn bộ hoạt động và tính chất của mỗi hành động cụ thể trong khuôn khổ hoạt động ấy, sao cho những hành động ấy là sự thực hiện đích thực nghĩa vụ xã hội của nhà báo.

Vậy là, sự nhận thức về ý thức trách nhiệm thể hiện qua sự cố gắng hành động một cách có trách nhiệm. Còn những kết quả hoạt động thì do xã hội phán xét: nếu vi phạm pháp luật thì chịu sự phán xử của tòa án, còn hành vi phi đạo đức thì chịu “sự phán xét của lương tâm và danh dự”, vi phạm các đòi hỏi trong cương lĩnh hoặc đi chệch hướng của phương tiện thông tin đại chúng thì chịu sự phán xét trong cuộc thảo luận của cộng đồng đồng nghiệp, đôi khi (tùy thuộc vào mức độ vi phạm) với những kết luận hà

khắc (thậm chí đi đến xóa bỏ hợp đồng). Xung đột giữa ý thức trách nhiệm và hành vi thực tế làm nảy sinh ở cá nhân nhà báo ý thức tự lên án, hiện tượng trực trặc nội tâm, mà kết quả là sự quay trở về hành vi có trách nhiệm hoặc là đi theo con đường chống cự ít nhất, dẫn đến kiểu hành động “tùy theo hoàn cảnh”. Ý thức trách nhiệm thể hiện qua ba lĩnh vực: lĩnh vực công dân, lĩnh vực đạo đức, lĩnh vực luật pháp.

TRÁCH NHIỆM CÔNG DÂN CỦA NHÀ BÁO

Vấn đề trách nhiệm công dân là một vấn đề phức tạp nội tại. Thực chất trách nhiệm công dân là sự nhận thức và ý muốn thực hiện một cách hiệu quả tối đa những lợi ích chung của dân tộc, ý thức hướng vào việc giải quyết các vấn đề của khu vực, của đất nước, của thế giới vì lợi ích của tất cả công dân, của toàn thể nhân loại. Nhưng do có những sự khác biệt xã hội và do những lực lượng xã hội khác nhau, những phương tiện thông tin đại chúng khác nhau và những nhà báo riêng rẽ nhận thức khác nhau về bản chất nghĩa vụ công dân của mình, cho nên nghĩa vụ công dân được nhận thức khác nhau trên phương diện nội dung cụ thể trong quá trình diễn ra các hoạt động báo chí thực tế. Tuy nhiên, mặc dù có tất cả những khác biệt chính trị - xã hội nhưng vẫn tồn tại khuôn khổ hành vi công dân. Những khuôn khổ ấy đòi hỏi phải

có một cách tiếp cận có trách nhiệm. Thực chất khuôn khổ ấy gắn với ý thức tự giác công dân đòi hỏi một hành vi có trách nhiệm trước toàn thể xã hội và vì lợi ích toàn xã hội.

Trước hết nhà báo có trách nhiệm đề ra lập trường công dân của mình, đề ra hệ thống các định hướng chính trị - xã hội, tổng thể các phương châm trong phạm vi chuyên ngành hẹp của mình. Vấn đề là lập trường công dân ấy sẽ như thế nào: là lập trường xích lại gần tối đa với lập trường khách quan hay là với lập trường chủ quan “phục vụ” những lợi ích riêng tư và vị kỷ của một tập đoàn nào đó đứng bên ngoài sự phát triển xã hội hoặc thậm chí cản trở sự phát triển ấy? Sự lựa chọn có trách nhiệm đòi hỏi nhà báo phải có sự suy nghĩ nghiêm túc về lập trường, xét từ góc độ xem xét lập trường ấy đáp ứng đến đâu lợi ích của nhân dân và những đòi hỏi nhân bản chung của sự phát triển xã hội, việc bảo vệ những nhu cầu của “bộ phận” kết hợp đến mức độ nào với các đòi hỏi của “chính thể”. Nói cách khác, *ý thức trách nhiệm đạt đến mức độ cao khi lập trường dung hòa được và kết hợp được hai nhóm lợi ích ấy.*

Trong trường hợp này, những cuộc bút chiến và những cuộc tranh luận dù mang tính chất gay gắt như thế nào đi nữa - cũng phải được tiến hành trên các lập trường có ý thức trách nhiệm công dân cao: sự khác biệt giữa các quan điểm có

một cơ sở chung vững chắc - đó là quan tâm về sự phát triển của đất nước và của toàn thế giới. Một lập trường được hình thành có trách nhiệm theo hướng đó, khi được thực hiện, còn dẫn đến một hệ quả quan trọng nữa: trong quá trình so sánh các quan điểm, trong quá trình bút chiến và thảo luận thì các lập trường và các cách tiếp cận, các tư tưởng và các giải pháp sẽ xích lại gần nhau (tuy không hòa nhập vào nhau do có những sự khác biệt xã hội căn bản trong xã hội) và ngày càng chứa đựng nội dung có tính chất xây dựng có lợi cho cả “bộ phận” và cho cả “chính thể” nhằm phát triển toàn bộ xã hội theo tinh thần nhân bản.

Do đó, đối với báo chí và nhà báo thì chiếm vị trí hàng đầu là ý thức trách nhiệm trước xã hội về mức độ phù hợp của lập trường và của việc thực hiện lập trường ấy với những nhu cầu khách quan của phát triển xã hội. Do đó, nhà báo có trách nhiệm về việc thông báo đầy đủ cho công chúng về những gì đang diễn ra trên thế giới, về hệ thống những sự đánh giá và những kết luận được đưa ra. Vì trong những phương tiện thông tin đại chúng khác nhau và ở những nhà báo khác nhau “các bức tranh về thế giới” không giống nhau, cho nên, dĩ nhiên, những phương tiện thông tin đại chúng ấy cũng chịu trách nhiệm cả về nội dung và cách thức mà họ thông báo, về những cách tiếp cận và cả những

lý lẽ họ đã sử dụng trong công việc. Hành vi có trách nhiệm là nhân tố bác bỏ lối nói đao to búa lớn, lối nói suông, sáo mòn, những thủ thuật chữ nghĩa, hành vi lừa dối và nhất là hành vi xuyên tạc những lập trường khác. Hành vi có trách nhiệm không cho phép dựa vào những số liệu chưa được kiểm tra, những tin đồn và những chuyện đơm đặt, giống như cách xử trí ở người lính trinh sát: một đằng là anh ta “tự nhìn thấy”, còn những gì anh ta “nghe thấy” lại là chuyện khác, và “những gì người ta giả định” lại là chuyện khác nữa. Hành vi có trách nhiệm đòi hỏi phải phân biệt cái không còn tranh cãi gì nữa và cái đang còn hoài nghi, cái đã xảy ra và cái đang chờ đợi xảy ra, sự kiện và ý kiến... nếu không thì không tránh khỏi hiện tượng đưa tin sai hiển nhiên hoặc đưa tin sai không cố ý.

Trong trường hợp cần cung cấp “những bức ảnh chớp nhoáng” cần “dừng” sự chuyển động, đánh giá những hiện tượng còn đang trong quá trình phát triển, tạo ra những tác phẩm, trong khi chưa có được những dữ liệu đầy đủ, nhiều khi không biết rõ những nguyên nhân sâu sắc của các sự kiện - trong trường hợp ấy nhà báo không được đảm bảo tránh khỏi những sai lầm. Đồng thời, hành vi có trách nhiệm thể hiện ở chỗ *phát hiện ra những sai lầm ấy, chỉ ra những sai lầm ấy và sửa chữa* trong những ấn phẩm tiếp theo. Thái độ không muốn sửa chữa các sai

lầm sẽ dẫn đến nhiều hậu quả tiêu cực: đó là gieo rắc sâu những quan niệm sai trái trong công chúng, làm mất đi niềm tin đối với chính phương tiện thông tin đại chúng đã mắc sai lầm, nhất là trong trường hợp phương tiện thông tin đại chúng khác đã “tóm được” sai sót (đôi khi kèm theo lời bình luận mang tính chất phê phán hoặc châm biếm cay độc), cả quan niệm có tính chất đồi bại về khả năng có thể làm mọi cái trong báo chí.

Nghĩa vụ công dân của nhà báo cũng còn bao gồm cả sự cần thiết phải *lên tiếng chống lại các ấn phẩm và các chương trình phát sóng nếu trong đó phát hiện thấy hành vi xa rời sự thật*, những “bước đi” giả dối trong các luận cứ và trong các kết luận, cũng như những vi phạm khác đối với các đòi hỏi về tính khách quan. Trong trường hợp cần lên tiếng này, điều quan trọng là phải tôn trọng phẩm giá của đối tác và ý thức về sự chừng mực, không cho phép có hành động viết lách hời hợt và nhất là không được đẩy những sai lầm nhỏ lên thành những lầm lạc có tính nguyên tắc, làm sao để không biến một nhà phê bình vì chân lý thành một kẻ bới móc, từ một chính khách có trách nhiệm trở thành một kẻ hoạt đầu chính trị rẻ tiền, tức là thay vì quan tâm đến những nhu cầu xã hội lại là sự tính toán hòng có được tiếng tăm dễ dàng.

Lĩnh vực ý thức trách nhiệm công dân còn

bao gồm cả sự lựa chọn của các phương tiện thông tin đại chúng, định hướng của họ và những đặc điểm của chính sách thông tin. Nhà báo làm việc có hiệu quả và tỏ ra có trách nhiệm khi anh ta “hòa mình trong cộng đồng” các đồng nghiệp cùng chí hướng khi không nảy sinh những xung đột giữa niềm tin của anh ta và hướng đi của phương tiện thông tin đại chúng. Liệu có thể gọi là một nhà báo có hành vi có trách nhiệm được không một khi trong các tác phẩm của mình, anh ta thực hiện đường lối mà trong lòng anh ta không đồng ý với đường lối ấy? Chính là sự nhất trí với tập thể ban biên tập trên các vấn đề có tính nguyên tắc sẽ cho phép anh ta trở thành độc lập trong sáng tạo, làm việc không phải dè chừng khả năng không được chấp nhận, không trở thành một kẻ miễn cưỡng tuân theo định hướng do ban biên tập đã chấp nhận hoặc trở thành kẻ không tuân theo định hướng ấy, mà phải trở thành một người bảo vệ kiên định đường lối chung đã được chấp nhận. Dĩ nhiên, trong quá trình thực hiện đường lối đã lựa chọn có thể xuất hiện những sắc thái khác nhau, có thể xuất hiện những “sửa đổi” nào đó do hậu quả của sự nghiên cứu cuộc sống một cách độc lập và quá tùy tiện.

Nhà báo cũng còn phải có trách nhiệm công dân đối với hành vi của bản thân và hoạt động sáng tạo của mình. Vì xã hội có quyền chờ đợi ở

nhà báo *một sự thực hiện tối đa tiềm lực sáng tạo* - năng lực, kiến thức, kinh nghiệm. Ngoài ra, không những cái đã làm, mà cả những gì còn chưa làm - thái độ thụ động, thái độ căm lạng, không thực hiện các trách nhiệm - cũng phải được phán xét về phương diện ý thức công dân. Nhà báo có ý thức trách nhiệm là nhà báo hoạt động tích cực, có định hướng mục tiêu, một nhà báo chuyên nghiệp có ý thức tìm tòi, chứ không phải là một kẻ làm công, chỉ biết thực hiện các công việc được giao cho. Nếu anh ta gặp phải những tình huống đòi hỏi phải có loan báo cho xã hội biết, phải có sự can thiệp của báo chí, mà lại im lạng thì sẽ là vô trách nhiệm, dù hành động ấy xuất phát từ bất kỳ lý do nào đi nữa.

Việc thực hiện có trách nhiệm nghĩa vụ nghề nghiệp đòi hỏi phải có *thẩm quyền chuyên môn*. Tình trạng thiếu kiến thức gây khó khăn cho việc nghiên cứu vấn đề phức tạp, đặt nhà báo trước sự lựa chọn: hoặc là phải trung thực thú nhận không có khả năng giải quyết nhiệm vụ và từ chối xử lý vấn đề đó, hoặc là bắt tay vào đề tài thì phải tích cực bổ sung các kiến thức còn thiếu, tham khảo ý kiến của các đồng nghiệp và với các nhà chuyên môn. Sẽ là vô trách nhiệm nếu giấu giếm trình độ yếu kém.

Nhà báo cần phải luôn luôn sẵn sàng đón nhận những khó khăn bất ngờ trong nghề nghiệp, sẵn sàng đảm nhận công việc kéo dài,

phức tạp, đôi khi còn nguy hiểm và không quen thuộc. Nhà báo cũng phải biết làm cả “những công việc làm bản tay mình”, cả việc phải gặp “tầng lớp hạ đẳng” trong xã hội. Không thể bỏ qua những điều đó, nếu muốn làm lợi cho xã hội bằng những cuộc điều tra không chỉ về “những chiến công”.

Đồng thời, tuy có quyền công khai can thiệp vào những mặt hết sức khác nhau của đời sống, nhưng nhà báo phải tiếp cận một cách hết sức nghiêm túc đối với việc giải quyết vấn đề, đưa những kết quả điều tra của mình ra cho công luận phán xét. Cơ sở giải quyết vấn đề ấy phải là *quan niệm có suy nghĩ về những kết quả có thể có của việc công khai loan báo*, quan niệm về những hậu quả có thể có, ảnh hưởng của việc đó sẽ như thế nào đối với công việc và đối với mọi người, những tên tuổi của ai được nhắc đến trong tác phẩm. Ở đây tiêu chí về ý thức trách nhiệm là ý nghĩa và tính tất yếu xã hội, là tính chất hậu quả của việc công bố. Cũng nên nhớ lại quy tắc của các thầy thuốc: “Primum non nocere” (“Trước hết đừng gây hại”).

Rất nhiều khi ban biên tập không có được khả năng kiểm tra lại các sự việc, những sự đánh giá và những kết luận của nhà báo, là người đã đem tư liệu về không chỉ “từ những cuộc viễn du”, mà còn từ “ngoại quốc gần kề”, có khi trực tiếp từ cuộc họp báo do ông thị trưởng

cùng một thành phố tổ chức. Điều đó có lý do chính đáng, nếu những người làm việc trong ban biên tập đều cùng chí hướng, tin vào đồng nghiệp của mình, tin vào tính chất xác thực trong những dữ liệu do anh ta thu thập được, tin vào tính sáng suốt trong cách lý giải của người đồng nghiệp, tin vào tính chính đáng và sự sáng suốt của anh ta. Nhưng trong trường hợp này trách nhiệm của nhà báo lại càng cao hơn - vì tựa hồ như anh ta cùng một lúc vừa là người điều tra, vừa là công tố viên, vừa là thầy cãi, lại vừa là quan tòa. Điều đó là hết sức khó khăn, vì xuất hiện nguy cơ phát sinh “những sự quá trớn” (hơn nữa, “hồ sơ” lại được xem xét “ở cấp cuối cùng” trước khi được công bố). Vì vậy “phán quyết” của nhà báo phải có tính chất cân nhắc toàn diện, nhấn mạnh vào chứng cứ, nhiều khi đưa ra những kết luận và đánh giá sơ bộ. Nhất là không được mang tính chất phiến diện, thái độ thiên vị, “tính chất cứng nhắc” trong lập luận.

Ý thức tránh nhiệm công dân “treo lơ lửng” trên đầu nhà báo trong tất cả các giai đoạn công việc: từ quyết định phát biểu về đề tài đã nêu lên thông qua tất cả các bước thu thập, xử lý và lý giải các dữ liệu, cho đến khâu công bố và kết quả của công việc đó. Đôi lúc nảy sinh sự cần thiết phải nhiều lần trở lại với chủ đề đã đề cập, can thiệp thêm tiến trình các sự kiện, thông báo về những thay đổi, đôi khi về những

sự sửa đổi, bổ sung, thay đổi trong những sự nhận định và phán quyết. Đồng thời, ý thức trách nhiệm buộc nhà báo phải theo dõi xem bài vở đã đem lại những kết quả thực tế nào, đã xuất hiện những hậu quả tiêu cực bất ngờ nào, và quyết định xem cần phản ứng ra sao trước những hậu quả ấy.

Đĩ nhiên, trong khuôn khổ tập thể biên tập nhà báo lĩnh một trách nhiệm nghiêm ngặt nhất định của cá nhân. Còn các nhà báo ở cấp lãnh đạo thì còn mang tính trách nhiệm gấp bội - trách nhiệm về bản thân và về tập thể do mình lãnh đạo. Mức độ trách nhiệm của tập thể nhà báo được hình thành không phải từ con số cộng các trách nhiệm cá nhân của mỗi thành viên trong tập thể đó. Mức độ trách nhiệm ấy được đo bằng sức mạnh của tiềm lực sáng tạo của toàn bộ tập thể như một khối thống nhất.

ĐẠO ĐỨC BÁO CHÍ

Bên cạnh ý thức trách nhiệm công dân thì trong lĩnh vực báo chí còn hình thành các nguyên tắc - được coi là sự kế tục ý thức trách nhiệm ấy - những chuẩn mực và những quy tắc trách nhiệm đạo đức. Đạo đức học (tiếng Hy Lạp - etos có nghĩa là “phong tục”) - đó là khoa học nghiên cứu và hình thành các cơ sở lý luận và những yêu cầu thực tiễn của đạo đức (tiếng Latinh - mores có nghĩa là “đạo đức”) với tư cách

là một lĩnh vực ý thức nghề nghiệp, phản ánh và điều chỉnh đạo đức trong hành vi thực tế của con người. Khác với những quy định của luật pháp, những đòi hỏi của đạo đức, với tư cách là một trong số những nhân tố điều chỉnh hành vi, không được hình thành qua các đạo luật. Những đòi hỏi ấy được hình thành trong tiến trình thực tiễn xã hội, còn việc thực hiện những đòi hỏi ấy thì được kiểm soát bằng dư luận xã hội, bằng các tổ chức xã hội (trong báo chí thì bằng các tổ chức báo chí), bằng những tập thể lao động đôi khi lập ra “các tòa án danh dự” hoặc những cơ quan tương tự, hoạt động theo các nguyên tắc xã hội.

Thực chất của đạo đức học báo chí là đảm bảo về mặt khoa học việc các nhà báo chuyên nghiệp thực hiện vai trò tuyệt đối tuân thủ đạo đức và phù hợp với những nguyên tắc đạo đức chung được xã hội chấp nhận. Ví dụ, bên cạnh đạo đức học “tổng hợp” lại xuất hiện đạo đức học thầy thuốc, đạo đức học tư pháp, đạo đức học sư phạm. Đạo đức học báo chí chính là một lĩnh vực đặc biệt của đạo đức học nghề nghiệp.

Đạo đức học nghề nghiệp của nhà báo - đó là những quy định đạo đức không được ghi trong các đạo luật, nhưng được chấp nhận trong giới báo chí và được duy trì bởi sức mạnh của dư luận xã hội, bởi các tổ chức sáng tạo - nghề nghiệp - đó là những nguyên tắc, những qui định và

những quy tắc về hành vi đạo đức của nhà báo.

Cơ sở của những nguyên tắc ấy là quan niệm về việc thực hiện tốt nhất - xét từ góc độ đạo đức - nghĩa vụ nghề nghiệp, phù hợp với những quan niệm đã được xã hội công nhận về điều thiện và điều ác, ứng dụng vào hoạt động báo chí.

Trên cơ sở những quan niệm về nghĩa vụ nghề nghiệp và về những hình thức đạo đức cao của việc thực hiện nghĩa vụ ấy hình thành nên một hệ thống các quan điểm về hành vi của nhà báo với việc tôn trọng phẩm giá nghề nghiệp và danh dự của nhà báo chuyên nghiệp. Trong đạo đức học nghề nghiệp đã hình thành nên một tập hợp các nguyên tắc, các chuẩn mực và các quy tắc về hành vi xứng đáng và về những điều cấm kỵ bị xem là hành vi không xứng đáng, được ghi nhận trong những bộ luật danh dự “không thành văn” hoặc trong các bộ luật danh dự “thành văn” do các tổ chức báo chí soạn ra (đã được ghi nhận). Việc tuân thủ những quy định đạo đức được kiểm tra “từ bên trong”, cũng như “từ bên ngoài”. “Từ bên trong” - đó là lương tâm của nhà báo. Tùy thuộc vào tính chất hành vi, lương tâm sẽ buộc nhà báo phải hổ thẹn, cảm thấy bị sỉ nhục, tự lên án, hoặc là lương tâm gây nên lòng kiêu hãnh, sự thỏa mãn. “Từ bên ngoài” là sự tác động của các tổ chức báo chí và của “những tòa án danh dự” lâm thời hoặc thường trực của các tổ chức ấy. Cũng tồn tại cả sự giám sát của xã

hội đối với việc các nhà báo tuân thủ các nguyên tắc đạo đức.

Những sự vi phạm trắng trợn và nhiều lần đối với những đòi hỏi của đạo đức báo chí sẽ đặt kẻ vi phạm ra ngoài đội ngũ cộng đồng nhà báo.

Những Bộ quy tắc đạo đức trước hết hình thành nên những nguyên tắc chung về hành vi đạo đức của nhà báo. Các bộ quy tắc “thành văn” trên thế giới có không ít, hơn nữa ngay cả trong một nước có thể có đến vài bộ quy tắc như thế. Ví dụ, ở nước Mỹ có “Các quy tắc đạo đức báo chí” được Hội các chủ bút báo chí Mỹ thông qua năm 1923 và “Bộ quy tắc đạo đức” (1929) của Hiệp hội quốc gia chủ nhân các đài phát thanh và truyền hình, sau này được bổ sung bằng “Bộ quy tắc đạo đức của đài phát thanh” và “Bộ quy tắc đạo đức truyền hình”, cũng như những văn bản khác về đạo đức có tác dụng ở những lĩnh vực hữu quan. Nhưng nhìn chung các nguyên tắc được quyết định từ trước qua những công thức ít nhiều gằn gữ. Ví dụ, Hiệp hội quốc gia các nhà báo Anh, trong các quy tắc đạo đức của mình, đã đòi hỏi tuân thủ tính chính xác, chống lại những hành vi xuyên tạc và im lặng. Hiệp hội này bảo vệ việc tự do đưa ra các quan điểm, đòi hỏi thu thập thông tin chỉ bằng con đường trung thực, cấm xâm phạm đời tư, nêu rõ việc bảo mật các nguồn thông tin, cấm nhận đút lót, cấm nhà báo sử dụng thông tin vì những mục đích cá nhân.

Hiệp hội chống thái độ kỳ thị chủng tộc, dân tộc, tôn giáo và những hình thức kỳ thị khác.

Trong những năm 1980-1983, đại diện các tổ chức báo chí quốc tế và khu vực đã xác định “Các nguyên tắc quốc tế về đạo đức nghề nghiệp của nhà báo”. Trên cơ sở có tính đến những nguyên tắc ấy, từng tổ chức báo chí khu vực hoặc quốc gia soạn ra các bộ quy tắc đạo đức của mình. Ở Nga năm 1989, Hiệp hội nhà báo đã thông qua bộ quy tắc đạo đức nghề nghiệp đầu tiên. Cơ sở của những quy tắc ấy là những nguyên tắc về ý thức trách nhiệm, sự khách quan, trung thực, tôn trọng danh dự và phẩm giá của cá nhân, tôn trọng các giá trị chung của nhân loại, tinh thần đoàn kết nghề nghiệp... Năm 1994, người ta đã soạn thảo Bộ quy tắc đạo đức nghề nghiệp của nhà báo Nga.

Những nguyên tắc đạo đức chung được thể hiện cụ thể và trở thành những quy tắc và những điều cấm kỵ trong những tình huống thường gặp trong hoạt động thực tiễn của báo chí; nhà báo - công chúng, nhà báo - nguồn thông tin, nhà báo - nhân vật trong tác phẩm của nhà báo, nhà báo - tác giả, nhà báo - tổng biên tập, nhà báo, tập thể biên tập, nhà báo - các đồng nghiệp.

Các quy định đạo đức trong lĩnh vực quan hệ “nhà báo - công chúng” mang tính chất liên kết, nghĩa là ở đây “tổng kết” mức độ đạo đức của

hành vi của nhà báo trong tất cả các lĩnh vực khác, biểu hiện một cách đầy đủ nhất và rõ ràng nhất trình độ đạo đức tư cách - trong ý thức và hành vi của nhà báo. Trước hết, đó là nghĩa vụ đạo đức, quan niệm rõ ràng về công chúng "của mình", thực hiện nghĩa vụ của mình đối với công chúng trong việc thỏa mãn đầy đủ và có hiệu quả những nhu cầu và những lợi ích của công chúng trong lĩnh vực thông tin. Cần nhớ rằng nhà báo sáng tác cho công chúng, mỗi lần đều phải giải quyết những vấn đề đạo đức: liệu công chúng có cần tác phẩm đó hay không, phải chăng nhà báo làm mất thời gian vô ích của công chúng và liệu anh ta có thỏa mãn những nhu cầu thực sự của công chúng hay không; liệu tác phẩm có làm công chúng quan tâm hay không, liệu bạn đọc có gác lại số báo nào đó chăng, liệu khán giả có tắt máy thu hình không, liệu thính giả có chuyển sang làn sóng khác hay không? Và do đó, liệu tác phẩm nào đó có duy trì nổi lòng tin, uy tín và danh tiếng đã có được trước đó.

Đồng thời, một nhà báo có trách nhiệm đạo đức trước công chúng cũng thường xuyên giải quyết cho mình những câu hỏi như: liệu công chúng sẽ tiếp thu đúng đắn thông tin hay không; liệu những sự thật và những lập luận sẽ được hiểu một cách thích đáng hay không, liệu luận cứ "sẽ tác động" như thế nào, công chúng sẽ

có tiến bộ đến mức nào trong nhận thức về thực tại nhờ những nỗ lực của nhà báo? Thậm chí ngay cả sự chuyển dịch những điểm nhấn - chưa nói gì đến “sự bôi nhọ” hoặc “đánh bóng” - cũng là hành vi vi phạm những nghĩa vụ đạo đức.

Trong phạm vi những nghĩa vụ đạo đức đối với công chúng còn có cả thái độ đồng chí đối với công chúng.

Đối với nhà báo, không thể có lập trường của một kẻ cao ngạo dạy đời, một vị giảng đạo lý, cũng như không thể đóng vai trò “một nhà văn tầm thường” ve vãn và lấy lòng công chúng. Phải biết nói chuyện một cách nghiêm túc, trung thực, dễ hiểu về những vấn đề phức tạp nhất, phải biết dẫn dắt công chúng đi theo mình, giúp phát triển và nâng cao trình độ của công chúng trong việc nhận thức thế giới chung quanh - đó là đòi hỏi cần thiết về đạo đức. Lòng mong muốn được người khác hiểu đã buộc các nhà báo phải lắng nghe sự phản ứng của công chúng, làm việc kiên trì với công chúng, đưa ra những giải đáp cho những câu hỏi và những lời phản bác, luôn luôn đưa ra các tư liệu mới để trở lại những ý tưởng và những kết luận quan trọng nhưng chưa được thấu hiểu đầy đủ, đồng thời phải dựa vào những sự kiện, những ví dụ và những bằng chứng đơn giản, dễ hiểu.

Nếu thử vấn tất định nghĩa chuẩn mực đạo đức trong lĩnh vực quan hệ “nhà báo - công

chúng” thì có lẽ từ ngữ ấy là “tính trung thực”. Đồng thời, tính trung thực của một nhà báo biết phân biệt phải trái được biểu hiện ra cả đối với các sự việc, cả đối với những ý kiến. Đối với các sự việc thì đó là những đòi hỏi chung đối với mọi nhà báo: tính chất dễ hiểu. Nếu nhà báo trung thực còn hoài nghi về sự chính xác của những thông tin anh ta thông báo về các sự việc, về tính chất đầy đủ của các thông tin ấy, về tính chính xác trong việc chuyển tải các chi tiết thì nhà báo ấy có nghĩa vụ phải trung thực nêu lên những hoài nghi và khả năng những chi tiết ấy là không chính xác.

Với những ý kiến thì phức tạp hơn nhiều. Vì việc kiến giải về sự việc hoặc sự kiện có liên quan bằng cách này hay cách khác không những với những giá trị, những mong ước và những lý tưởng chung của loài người, mà cả của các nhóm. Vì vậy, điều có ý nghĩa quan trọng căn bản là làm rõ xem đâu là đặc điểm của lập trường nhà báo, còn trong trường hợp tồn tại hoặc có khả năng xuất hiện những ý kiến ấy hoặc ít ra cũng chỉ nêu ra khả năng chấp nhận có những lập trường khác về những sự việc được trình bày, thông báo cho biết có thể tìm hiểu những lập trường đó ở đâu. Điều này lại càng quan trọng hơn nếu sự đa dạng ý kiến càng rộng hơn.

Có nhiều chuẩn mực đạo đức. Điều này thể chế hóa quan hệ “nhà báo - nguồn thông tin”.

Những quan hệ này quyết định các hình thức thu thập và sử dụng các thông tin và các tài liệu mà một cá nhân nào đó hoặc một nhân vật chính thức nào đó có được. Đồng thời những quan hệ tiếp xúc giữa nhà báo với nguồn thông tin có thể mang tính chất “công khai” (trường hợp nhà báo đứng trước người mang thông tin trong tư cách là cán bộ chính thức của phương tiện thông tin đại chúng, và thông báo về những sự dự định của mình) hoặc là mang tính chất “ẩn kín” (kín đáo quan sát, là lúc “nhà báo thay đổi nghề nghiệp”, đóng vai trò người lái tắcxi, người bán hàng, người hướng dẫn du lịch... hoặc trong trường hợp, sự có mặt của anh ta không được hay biết, vào thời điểm anh ta sử dụng máy ghi hình kín đáo, máy ghi âm được giấu kín...).

Việc công khai thu thập tài liệu buộc nhà báo phải trình diện với các cá nhân và các nhân vật chức sắc mà anh ta sẽ có quan hệ làm việc, giới thiệu với họ về những ý định của tòa soạn và về phạm vi những vấn đề anh ta quan tâm. Để trò chuyện với các nhân vật chức sắc và nhận được ở họ các tài liệu thì thường phải có sự đồng ý của các nhân vật lãnh đạo của họ, và để tham gia vào những hoạt động chính thức, tham gia vào những cuộc họp công tác... không mang tính chất công khai thì cần phải có giấy mời hoặc giấy phép tham dự.

Trong quá trình tiếp xúc với các cá nhân

mong muốn thu thập tối đa các thông tin, không thể biến thành một yêu cầu trắng trợn và vô lối, đi kèm thái độ xem thường lợi ích, nguyện vọng và quan điểm của người đối thoại. Cần phải tôn trọng cá nhân khi người ấy khước từ cung cấp thông tin và đưa ra ý kiến suy xét. Trong cuộc trao đổi, những việ dẫn về nhu cầu của tòa soạn và về những trách nhiệm báo chí không được mang những nét hành động gây áp lực một cách kín đáo, và chỉ có thể mang tính chất một sự nhắc nhở về những bổn phận của nhà báo mà thôi.

Vấn đề lại khác đi trong trường hợp tiếp xúc với các nhân vật chính thức. Họ có bổn phận - theo luật pháp quy định - cung cấp thông tin hoặc giúp thu thập thông tin. Ở đây, nhà báo có quyền nhắc đến trách nhiệm của các nhân vật ấy về cung cấp những thông tin chính xác và đầy đủ về những vấn đề thuộc thẩm quyền chuyên môn của họ.

Khi thu thập các dữ liệu, điều tra bối cảnh, nghiên cứu thực chất các sự việc và các hành động thì cần phải có thái độ vô tư, không có định kiến, không nên vội vàng đưa ra các kết luận, suy luận và đánh giá ("tán thành" hoặc "phản đối") cho đến khi nào tin chắc rằng đã thu thập đầy đủ bằng chứng. Do vậy, trong tiến trình thu thập thông tin thì điều quan trọng là phải tuân thủ quy tắc mà các luật gia gọi là

“chưa bị kết tội”, nghĩa là xuất phát từ quan niệm cho rằng chừng nào chưa chứng minh được một ý tưởng nào đó, một sự đánh giá nào đó, thì không thể đưa ra một lời buộc tội nào cả, những kết luận nào cả. Đồng thời cũng không được đòi hỏi các cá nhân mà hoạt động của họ được nhà báo chú ý tới, phải đưa ra những bằng chứng về sự vô tội của mình để đáp lại những lời buộc tội giả định. Dĩ nhiên, trong mọi trường hợp đều không được biểu hiện thái độ thô lỗ và thiếu tế nhị, thiếu nhạy cảm.

Tế nhị (tiếng Latinh - *tactus* có nghĩa là “đụng vào”) - đó là ý thức về mức độ, là hành vi có tính chất gợi ý, phù hợp với tình huống, là kỹ năng biết cư xử đúng mực khi giao tiếp với mọi người, khi phán xét hoàn cảnh của người khác, là quan niệm về điều cần phải làm, về những quy định hành vi đã được mọi người chấp nhận, và đồng thời cũng phải giữ phẩm giá của mình và “giữ gìn” sự kính trọng của công luận đối với nghề nghiệp của mình.

Việc tuân thủ sự tế nhị biểu hiện qua phong thái nói chuyện, qua kỹ năng biết xét đến hoàn cảnh của bên đối thoại, gây sự quan tâm ở người đối thoại và làm cho anh ta biết lắng nghe và cư xử trong tiến trình đối thoại. Một nhà báo tế nhị sẽ không tiến hành cuộc trò chuyện nếu trước đó chưa có những thông tin về phía người đối thoại (nếu như có thể làm được việc này), sẽ

không hỏi về những điều không thuộc thẩm quyền của người đối thoại, khiến người đối thoại chỉ đưa ra những thông tin hời hợt hoặc tầm thường. Đồng thời, trong quá trình đối thoại, điều quan trọng là phải lắng nghe tất cả những gì bên đối thoại muốn nói, không cắt ngang lời người đó, mà chỉ tế nhị hướng cuộc trao đổi theo hướng mình muốn.

Điều quan trọng là phải hiểu tại sao một người nào đó lại nói đúng như thế, dưới một hình thức như thế, theo một trình tự như thế và trong một thời gian như thế. Điều này quyết định việc sử dụng sau đó những thông tin ấy.

Một nhà báo tế nhị sẽ không làm gián đoạn công việc của người đối thoại, mà trước đó sẽ thỏa thuận với người kia về cuộc gặp gỡ vào thời gian thuận tiện và không cản trở mọi người vì những công việc của mình. Trong trường hợp cần quan sát người cung cấp thông tin (đối tượng được quan tâm) hoặc chụp ảnh, ghi hình vào camera trong lúc đang làm việc thì cần tế nhị, nghĩa là hết sức ít can thiệp vào. Vì chẳng hạn, vào những những thời điểm diễn ra “những buổi lễ long trọng và những sự kiện đau buồn của quốc dân” thì sự nhộn nhạo của các phóng viên ảnh là điều thiếu tế nhị (còn việc sử dụng máy camera hoạt động không gây tiếng ồn, và lại không cần nguồn chiếu sáng bổ sung, trong thời gian tiến hành cuộc thi âm nhạc thì lại là

bằng chứng về sự tế nhị). Tất nhiên, sự tế nhị còn thể hiện qua cách ăn mặc phù hợp với bối cảnh (ví dụ, phải tỏ thái độ ra sao đối với chiếc áo sơ mi trắng có đeo cravat ở một người ngồi cạnh lò sưởi trong nhà hoặc phải có thái độ như thế nào đối với một người mặc quần áo bò trong cuộc họp của Viện Hàn lâm khoa học?) cả qua phong cách nói năng, đưa ra những câu hỏi, cách phản bác, tức là thể hiện qua việc nhà báo có thái độ ra sao trong quá trình làm việc “trước mắt mọi người”.

Có nhiều sự phức tạp đạo đức nảy sinh trong việc giải quyết vấn đề: có thể sử dụng việc dựng cảnh vào lúc nào, ở mức độ như thế nào và dưới hình thức nào - thực hiện những thước phim “theo dựng cảnh”, “những đoạn sao lại” trong những đoạn phim tài liệu, xử lý trước những thước phim tài liệu bằng những thước phim “có dàn dựng”, có sự tham gia cũng của những nhân vật ấy,... ở đây, vấn đề không phải là ở chỗ sự dàn dựng sẽ bại lộ (vì có thể “dựng giống như phim tài liệu” một cách tài tình), mà vấn đề là ở tính đạo đức của chính thủ thuật mà cơ sở của nó là sự giả mạo hoặc thậm chí xuyên tạc “điều đã diễn ra”. Trong kho tàng phương pháp báo chí cũng không loại trừ cả thủ pháp: sử dụng “phim tài liệu đã được phục chế”, cần phải chỉ rõ những nhiệm vụ và tính chất sử dụng hình thức ấy.

Phương pháp quan sát kín đáo được biện

minh trong hai trường hợp. Trường hợp thứ nhất - là khi cần nhìn thấy cuộc sống “không bị khuấy động” (vì việc công khai quan sát sẽ bằng cách này hay cách khác làm thay đổi hành vi của mọi người trong tình huống đang được nghiên cứu), nhìn thấy và hiểu rõ cuộc sống ấy trong một tiến trình diễn biến và biểu hiện tự nhiên, “từ bên trong” sự việc. Trường hợp thứ hai được sử dụng khi cần thu thập các dữ liệu về những mặt bị cố tình che giấu của cuộc sống, về những hoạt động bí mật, về những tài liệu được giữ kín (cần nhớ rằng việc giữ bí mật là công việc của những người được giao phó làm công việc này).

Trong trường hợp thứ nhất cần suy nghĩ xem đã chọn đúng hay chưa đối tượng cần quan sát (ví dụ, liệu có cần phải săn tìm những thông tin về các mặt của cuộc sống riêng tư hay chẳng), liệu có được phép đóng vai trò đáng được thực hiện (chẳng hạn, không được đóng giả làm một nhân vật chính thức - cán bộ của các cơ quan cảnh sát, điều tra, thanh tra..., đóng giả làm một tên tội phạm, đóng giả làm bệnh nhân... Vì điều đó bị luật pháp cấm, hoặc điều đó là phi đạo đức). Cần nhớ rằng khi tổ chức việc quan sát kín đáo thì không thể không thỏa thuận trước những hoạt động ấy với các đại diện hữu quan - giám đốc nhà máy, người lãnh đạo của công ty xây dựng...

Trường hợp quan sát kín đáo thì cần phải có thái độ phù hợp với khuôn khổ và những hình thức đặc trưng cho cách ứng xử thông thường của những người được nhà báo “thay thế”, phải có thái độ hết sức trung lập, để không làm mất đi “sự thuần khiết” của tình huống, không kích động gây ra những động tác và những lời phát biểu “cần thiết”.

Sự quan sát kín đáo là một công việc khó khăn và nguy hiểm, chỉ thực hiện việc này trong những trường hợp đặc biệt, đồng thời cần tuân thủ các quyền và những lợi ích hợp pháp của những người trở thành đối tượng bị quan sát.

Khi sử dụng những thông tin thu thập bằng con đường thử nghiệm cũng xuất hiện một loạt vấn đề đạo đức. Không ít trường hợp người đối thoại trong khi cung cấp thông tin đã cảnh báo rằng người ấy cung cấp thông tin “không phải để công bố”, hoặc người ấy yêu cầu khi công bố thông tin ấy thì không được nêu nguồn cung cấp thông tin dưới hình thức nào đó, mà chỉ dưới hình thức trích dẫn mà thôi... Những yêu cầu ấy của người cung cấp thông tin là bắt buộc phải thực hiện, trừ những trường hợp những lời khai của người ấy có tầm quan trọng xã hội lớn lao hoặc đáng để các cơ quan xét xử quan tâm.

Ngay cả khi nhà báo có được sự đồng ý của người cung cấp thông tin về việc cho công bố thông tin thì nhà báo cũng phải suy nghĩ kỹ

xem liệu có nên công bố những thông tin ấy không và công bố dưới hình thức nào (toàn văn đầy đủ hay là một phần thôi, chỉ ra những dữ liệu chính xác hoặc làm thay đổi tên tuổi, những địa danh...). Nên biết rằng sự đồng ý của người cung cấp thông tin có thể được đưa ra do vô tâm hoặc do không biết về những hậu quả tiêu cực có thể xảy đến cho anh ta. Nhà báo có nghĩa vụ suy nghĩ về những hậu quả của việc công bố để tránh những hậu quả không mong đợi. Điều này lại càng liên quan đến những dữ liệu thu thập được bằng cách quan sát kín đáo.

Nhà báo phải hết sức thận trọng tách lọc, trong tổng khối thông tin, những thông tin sẽ được công bố, khi lắp ráp những đoạn phim, ảnh, những băng từ (các băng nghe nhìn), để không xuyên tạc ý nghĩa và tính chất của những thông tin đã thu thập được và do vậy sẽ không gây ra những lời buộc tội từ phía người cung cấp tin tức. Sẽ là một hành động hết sức vi phạm các quy định đạo đức nếu cố ý “tách bóc” những trích đoạn và cố ý xuyên tạc chân lý trong việc lắp ráp những lời phát biểu và những đoạn phim. Điều cũng gây ra những hoài nghi nghiêm trọng về đạo đức nếu sử dụng các thông tin vào việc phê phán, nếu việc thu thập thông tin xuất phát từ ý đồ tìm kiếm “những ví dụ tích cực”... - công bố những thông tin thu thập được từ một người khác mà lại bảo là của mình, đặc biệt

không cho phép sử dụng những ý kiến phát biểu có tính chất tự phê để chống lại tác giả của những ý kiến ấy, nhận bừa là những đề xuất của mình các giải pháp đã không được thông qua trong những tổ chức nào đó.

Khi chuẩn bị và cho đăng một bài thảo luận, bài phỏng vấn, tiểu luận thì nhà báo phải giải quyết những vấn đề đạo đức trong hệ thống “nhà báo-nhân vật”.

Trong đa số trường hợp, xét trên góc độ đạo đức, không được phép lấy người thân và những người gần gũi với mình, bạn bè hoặc những người có quan hệ gắn bó với cá nhân nhà báo (thầy giáo, cấp trên..) ra để làm nhân vật trong tác phẩm của mình (nhân vật chính diện hoặc nhân vật phản diện). Cần phải có những nguyên nhân có sức thuyết phục mang tính chất xã hội để có thể lấy một người như vậy làm nhân vật trong tác phẩm. Đồng thời khi công bố cần có lời giải thích về quyết định ấy. Ngược lại, nghĩa vụ đạo đức buộc các nhà báo phải nhất thiết lên tiếng trong trường hợp im lặng là đồng nghĩa với việc gây ra tai hại cho công việc của người đó. Nghĩa vụ đạo đức ấy liên quan đến cả những nhân vật chính diện, cả những nhân vật phản diện. Bởi vì một sự hậu thuẫn, cũng như những lời phê phán đều có thể trở thành một sự can thiệp hữu ích vào cuộc sống của con người.

Khi vấn đề liên quan đến một con người có

thật, khi đưa ra những sự việc có thật và chính xác về con người ấy thì nhà báo (khác với nhà văn hoặc họa sĩ) phải cân nhắc kỹ lưỡng xem cần thông báo điều gì và thông báo như thế nào về nhân vật của mình, sao cho không vi phạm một quy tắc mà mọi người đều biết là: “Trước hết đừng gây hại”. Đó là vấn đề xét xem những nét nào trong chân dung, trong tính cách, những chi tiết nào trong tiểu sử, những mặt nào trong cuộc sống, những quan hệ nào với những người chung quanh, nếu được công bố ra, có thể sẽ gây tổn hại cho nhân vật trong cuộc sống sau này của anh ta, làm cho cuộc sống ấy trở nên phức tạp. Điều quan trọng còn ở việc chuyển tải như thế nào những chi tiết và những tiểu tiết đã thu thập được, sao cho không nảy sinh những sắc thái và những sự liên tưởng không đáng có khi cảm thụ tác phẩm. Các nhà báo quay phim và chụp ảnh biết rõ rằng “cảnh lớn”, được ghi chụp vào những giây phút xúc động mạnh hoặc lao động căng thẳng, thì đôi khi tỏ ra ít hữu dụng đối với việc công bố chính là vì những lý do đạo đức. Và hoàn toàn không được phép có thái độ giễu cợt các tên tuổi, dáng vẻ bề ngoài, những khiếm khuyết về thể chất-những điều mà con người “không có lỗi”.

Cuối cùng, nếu những tình tiết, những sự việc, những nét, những chi tiết nào đó khó khăn về phương diện đạo đức mà nhà báo vẫn xem là

cần được đưa vào tác phẩm, thì nhà báo cần giải quyết vấn đề “khi tư liệu hóa” chúng một phần nào hoặc toàn bộ, nghĩa là liệu có cần phải thay đổi tên gọi, ngày tháng, tên tuổi...

Khi giữ vai trò là người biên tập và nhà phê bình các tác phẩm của đồng nghiệp thì nhà báo đi vào lĩnh vực quan hệ đạo đức “*nhà báo-tác giả*”. Đằng sau mỗi bức thư, mỗi bài vở được đặt viết hoặc được gửi đến “một cách tự phát” đều là một con người đòi hỏi phải đạt thái độ nhạy cảm đối với bản thân mình (ở đây chúng ta không nói đến những máy ghi âm, đó là trường hợp đặc biệt). Không được xúc phạm người khác bằng thái độ tảng lờ im lặng hoặc hành động khước từ vô căn cứ, nhất là một sự khước từ được viết theo cách “sao lại hàng loạt”, mà phải kịp thời trả lời một cách cầu thị, tế nhị đưa ra lời khuyên về việc hoàn thiện hoặc viết lại tác phẩm, chỉ ra những bước đi có thể tiếp tục cộng tác với ban biên tập - tất cả những cái đó thể hiện mặt đạo đức trong quan hệ với các tác giả.

Khi đặt viết bài vở hoặc nhận được nhiệm vụ của ban biên tập giao cho mình xử lý bài vở của “người khác” thì như vậy là nhà báo đã đảm nhận trách nhiệm giúp đỡ tác giả. Nhưng điều đó tuyệt nhiên không có nghĩa là đã có được quyền đòi hỏi một cách vô căn cứ người khác phải làm đúng như người biên tập muốn, hoặc ngược lại, không có nghĩa là phải đồng ý với tất cả những

gì mà tác giả đề xuất. Quy định là phải tôn trọng suy nghĩ của tác giả, luận cứ, cách bố cục, văn phong của tác giả. Nếu cần thiết phải hoàn chỉnh thêm hoặc phải sửa lại tác phẩm thì cần phải đưa ra một luận cứ rõ ràng xuất phát từ lập trường của ban biên tập và khả năng của tác giả. Nếu nhìn chung tác phẩm được sự tán thành của ban biên tập và chỉ nảy sinh những ý kiến bất đồng trên những vấn đề riêng lẻ thì khi công bố tác phẩm này có thể và cần nhân danh ban biên tập có những sự chú thích.

Khi chuẩn bị bản thảo để in thì ngay cả những sửa đổi nhỏ cũng cần trao đổi, thỏa thuận với tác giả. Nếu không làm được việc đó (điều này diễn ra trong trường hợp công việc khẩn trương) thì cần phải nghĩ xem: tác giả sẽ có thái độ ra sao đối với những sửa chữa ấy nhỉ? Sau khi công bố tác phẩm cần phải giải thích với tác giả. Mặt khác, tác giả cũng không đúng nếu hy vọng biên tập viên sẽ hoàn chỉnh tác phẩm, và do vậy để bản thảo ở dạng tư liệu và coi việc “hoàn tất” nó là công việc của cán bộ biên tập. Cán bộ biên tập cũng gặp phải những tác giả cố chấp, bất chấp mọi điều cứ khăng khăng giữ “ý kiến của mình”. Đạo đức đòi hỏi phải kiên trì và cởi mở đối với các tác giả như vậy.

Sẽ là một hành động vi phạm trắng trợn các quy định đạo đức nếu có hành động “viết hộ tác giả”, khi mà chỉ dựa vào những dữ liệu chưa

được xử lý, do “tác giả” cung cấp, nhưng trên thực tế đã viết tác phẩm thay thế tác giả. Phải nói rằng hiện tượng này không hiếm, hơn nữa, tác giả “đã đứng ra tổ chức và viết” tác phẩm đôi khi nhận được một phần nhuận bút. Trong trường hợp này đúng ra phải ghi là đồng tác giả, hoặc phải chỉ rõ là tài liệu đó là bản ghi chép văn học, hoặc là trình bày nó dưới hình thức bài trả lời phỏng vấn.

Các vấn đề đạo đức cũng nảy sinh cả trong lĩnh vực quan hệ “nhà báo - tập thể biên tập”. Khi nhà báo tham gia tập thể biên tập đã hình thành với định hướng hẳn hoi và tính chất thực hiện chính sách biên tập, thì nhà báo ấy trở thành bộ phận hợp thành của tập thể đó và lãnh nhận một phần trách nhiệm tương ứng trong việc thực hiện chính sách ấy. Đồng thời, người ta trông đợi ở anh ta không chỉ đơn giản một sự chấp hành mù quáng đường lối đã được thông qua, mà trông đợi ở anh ta - với sự nhất trí trong các vấn đề nguyên tắc - một sự thực hiện đường lối ấy một cách sáng tạo, một sự tham gia tích cực vào sự phát triển, điều chỉnh và bổ sung cho chính sách ấy. Nếu không làm như thế thì nhà báo ấy không phải là một con người sáng tạo, mà chỉ là một người thừa hành, một nhân viên đơn thuần. Điều này đặc biệt quan trọng nếu bản thân tập thể nhà báo là người sáng lập ra ấn phẩm, hoặc chương trình phát sóng.

Trong trường hợp phát sinh những bất đồng nghiêm trọng trong việc xác định và thực hiện định hướng đó được thông qua và nhất là trong trường hợp nhà báo đi chệch khỏi lập trường chính trị - tư tưởng của ban biên tập thì không tránh khỏi sự đổ vỡ trong quan hệ giữa nhà báo với tập thể và chuyển sang làm việc cho phương tiện thông tin đại chúng khác (hoặc lập ra phương tiện thông tin đại chúng của chính mình). Những trường hợp chuyển nơi làm việc có thể diễn ra và là cần thiết nếu nảy sinh những khó khăn trong quá trình thích ứng với ban biên tập hoặc xuất hiện cảm giác tự thể hiện không đầy đủ¹.

Quan hệ bình thường giữa nhà báo với ban biên tập đòi hỏi phải giữ bí mật nghề nghiệp của ban biên tập, một sự giúp đỡ lẫn cho nhau và hậu thuẫn cho nhau, đòi hỏi phải thực hiện tất cả những gì mà ban biên tập cần có để nó hoạt động có kết quả (thậm chí bên ngoài khuôn khổ những trách nhiệm ghi trong hợp đồng).

Đĩ nhiên, nhà báo không được phép viết bài cho các phương tiện thông tin đại chúng khác, nếu không được sự đồng ý của ban biên tập, ngay cả ký tên bằng bút danh (nhất là nếu cán bộ ấy, được sự ủy nhiệm của ban biên tập, đã

¹ Phần này, tác giả lập luận và dẫn chứng theo thực tế nền báo chí Nga (B.T).

tiếp cận được những dữ liệu độc nhất vô nhị), và anh ta phải thông báo cho ban biên tập biết về việc tái bản (ngay cả sau khi đã được biên tập lại) các tác phẩm của mình trên các phương tiện thông tin đại chúng khác, về các văn tập khác... và phải được sự đồng ý của ban biên tập.

Sự tiếp nối các quy định quan hệ giữa nhà báo và ban biên tập là những quy tắc đạo đức trong khuôn khổ *"nhà báo - các đồng nghiệp"*. Trong báo chí sự phân bổ nghiêm ngặt về trách nhiệm và sự tuân thủ thứ bậc trong quan hệ giữa các đồng nghiệp kết hợp với tính tập thể đồng nghiệp và sự tương tác trên tình đồng chí, khi mà tập thể thống nhất về lập trường nguyên tắc cùng nhau giải quyết những vấn đề phức tạp trong sáng tạo, tổ chức - quản chúng và những vấn đề khác trong việc điều hành ấn phẩm hoặc chương trình phát sóng. Về mặt đạo đức thì điều bắt buộc là phải cảm nhận bản thân mình là một bộ phận của tập thể, có trách nhiệm trước tập thể trong tất cả các bước hoạt động của mình. Nếu điều kiện ấy được tuân thủ thì trong khi thực hiện các trách nhiệm của mình nhà báo có quyền trông chờ vào sự hậu thuẫn của các đồng nghiệp, vào sự giúp đỡ, vào tinh thần thay thế nhà báo ấy vào thời điểm cần thiết. Một tập thể như vậy không dung thứ thái độ phi tinh thần đồng chí giữa các đồng nghiệp, thái độ thờ ơ, thái độ phân chia công

việc thành công việc “trắng” và “đen”...

Đồng thời đó còn là những quan hệ có tính nguyên tắc, trong tiến trình giải quyết các nhiệm vụ sáng tạo trong tập thể ấy có thể xuất hiện (rất nhiều khi diễn ra điều này) những cuộc tranh luận, tiến hành những sự tìm kiếm theo các hướng khác nhau, đưa ra những ý kiến và những đề xuất khác nhau. Nghĩa vụ đồng chí buộc mọi người phải thảo luận cùng nhau, trên tinh thần tập thể những vấn đề khác phục các bất đồng, và tác phong hành chính giảm xuống mức tối thiểu. Tuy nhiên, điều đó cũng không loại trừ “những mệnh lệnh” phát ra từ ban lãnh đạo các tòa soạn. Điều quan trọng là làm sao “những mệnh lệnh” ấy phải là kết quả và sự thực hiện các quyết định đã được thông qua một cách tập thể và nhận được sự ủng hộ của hạt nhân sáng tạo trong ban biên tập.

Ý thức được rằng trong tập thể ban biên tập gồm những con người khác nhau, với những tính cách khác nhau, kinh nghiệm làm việc khác nhau, những cách tiếp cận, những chỗ mạnh và chỗ yếu khác nhau, mỗi đồng nghiệp trong ban biên tập phải tỏ rõ tối đa ý thức dung nạp và thông cảm nếu không phải là những bất đồng có tính nguyên tắc. Vì những ý kiến đa dạng, những quan điểm khác nhau - đó là một trong những nét tích cực quan trọng nhất của mỗi tập thể thực hiện đầy đủ tiềm lực sáng tạo của mình

nhờ sự đa dạng của “những đơn vị” trong thành phần tập thể ấy.

Trong báo chí, ý thức cố kết, tình đoàn kết, sự tương trợ lẫn nhau là nét đặc thù không chỉ ở các đồng nghiệp làm việc trong cùng một ban biên tập - những đặc thù ấy còn đặc trưng cho toàn thể cộng đồng các nhà báo - đồng nghiệp nếu muốn nói đến những vấn đề nghề nghiệp (mặc dù có những bất đồng tư tưởng-chính trị hiện hữu). Tình đồng nghiệp buộc mọi người phải có sự tương trợ lẫn nhau trong các mặt “kỹ thuật” của hoạt động, thôi thúc mọi người trao đổi những thông tin nội bộ báo chí, phải cùng nhau tìm kiếm thông tin và những tiếp xúc công việc...

Tình đồng nghiệp không loại trừ sự thi đua trong sáng tạo-ước nguyện là người đầu tiên tìm ra những sự kiện và những tài liệu gây chấn động, “lôi ra” cái mà trong giới chuyên môn gọi là “cái ngòi châm” (đó là tài liệu phi thường, thu hút sự chú ý của mọi người, là tài liệu “then chốt”), qua đó mà vượt lên trước, “phi nước đại” vượt lên trước các đồng nghiệp. Tuy nhiên, ước muốn giành vị trí hàng đầu và đặc biệt trong hoạt động thông tin và hoạt động xuất phát từ động cơ ấy (thậm chí, đôi khi là “những hoạt động bí mật”) có những giới hạn về đạo đức, nếu như việc thực hiện những hoạt động ấy gây tổn hại cho các đồng nghiệp và

cho sự nghiệp chung của báo chí.

Tuy có những nguyên tắc cứng rắn, song những chuẩn mực đạo đức lại ít mang tính chất thể chế hơn, còn các quy tắc ứng xử của nhà báo thì được xác định hầu như cho từng trường hợp cụ thể. Cần phải lưu ý đến điều đó, thứ nhất, để các nhà báo có thể phân biệt các quy định đạo đức với những quy định của pháp luật và thứ hai, để các nhà báo hiểu rằng tính đạo đức (hoặc phi đạo đức) trong các ứng xử của họ được xác định tùy theo tình huống trên cơ sở những nguyên tắc chung, trong khuôn khổ khá rộng. Điều đó không có nghĩa là những quyết định có tính đạo đức mang tính chất ý chí luận, còn đạo đức thì có tính chất tương đối và chủ quan.

Điều đó chỉ nói lên rằng nhà báo sau khi biết được nguyên tắc đạo đức, phải có ý thức đạo đức phát triển cao và kinh nghiệm về hành vi đạo đức. Ý thức ấy, kinh nghiệm ứng xử ấy trong mỗi trường hợp cụ thể-đối với bản thân mình và đối với các đồng nghiệp-sẽ giúp nhà báo quyết định xem cái gì mang tính đạo đức và phi đạo đức đến mức độ nào. Do vậy, trong báo chí cả “tòa án danh dự” cũng phải xét đến những hoàn cảnh cụ thể, phải biết tế nhị phân biệt những sắc thái trong quan hệ giữa người với người. Sự phân tích và tự phân tích về mặt đạo đức - đó là một thành tố nhất thiết phải có, mặc dù rất phức tạp trong thực tiễn báo chí.

ĐỊA VỊ PHÁP LÝ CỦA NHÀ BÁO

Trong giới báo chí các quy định luật pháp và những hình thức trách nhiệm tương ứng có hiệu lực cứng rắn nhất. Luật pháp - đó là tổng thể những quy tắc bắt buộc chung do nhà nước quy định hoặc được nhà nước phê chuẩn (những sự cấm đoán, những điều được phép làm, những sự ràng buộc, những biện pháp khuyến khích và trừng phạt) nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội và được đảm bảo bởi các biện pháp tác động của nhà nước. Các nguồn luật pháp - đó là những đạo luật (Hiến pháp, những cơ sở của luật pháp trong một lĩnh vực nào đó, các bộ luật, các đạo luật, các sắc lệnh, các quyết định...), những văn bản pháp lý dưới luật được ban hành trên cơ sở các đạo luật nhằm thi hành các đạo luật cũng có cả những quy định xã hội không mang tính luật pháp, do các tổ chức xã hội, các tổ chức hợp tác xã, các hiệp hội và các hội đoàn thông qua (các điều lệ, các quy định...), thường được điều chỉnh bởi các cơ quan chính quyền nếu chúng được thông qua phù hợp với luật pháp.

Những chủ thể luật pháp mà theo luật pháp thì có những trách nhiệm và các quyền hạn pháp lý - đó là các cá nhân (các công dân có quy chế pháp lý), các pháp nhân (các tổ chức mà quy chế pháp lý của những tổ chức này được ghi nhận trong điều lệ, quy định, thể chế hoặc trong

các văn bản khác), các nhân vật chức sắc (mà những trách nhiệm lao động của họ gắn với việc thực hiện các chức năng tổ chức - điều hành hoặc quản trị - hành chính). Luật pháp buộc tất cả các chủ thể của luật pháp phải tuân thủ trật tự pháp luật và trừng trị những hành động vi phạm pháp luật (các tội phạm và những hành vi trái pháp luật). Do đó, thấy rõ rằng đối với tất cả các chủ thể pháp luật, trong đó có các nhà báo, cần phải có ý thức pháp luật phát triển và trong hoạt động của mình phải tuân theo những quy định của pháp luật.

Đối với ý thức pháp luật của nhà báo - ý thức này dựa trên toàn bộ luật pháp của đất nước - thì điều có ý nghĩa đặc biệt là Đạo luật của Liên bang Nga về các phương tiện thông tin đại chúng và những đạo luật khác liên quan đến hoạt động của lĩnh vực thông tin (về những bí mật quốc gia và các tài liệu lưu trữ, về tính công khai và thông tin, về các hình thức báo chí...), cũng như các chương mục trong bộ luật hình sự, tố tụng - hình sự và luật công dân trong đó trực tiếp đề cập hoạt động báo chí.

Luật pháp quy định thể thức thành lập, đăng ký, đăng ký lại, chấm dứt và đình chỉ hoạt động của phương tiện thông tin đại chúng. Đối với hoạt động của nhà báo thì điều có ý nghĩa hàng đầu là quy chế về người sáng lập và về ban biên tập, trong đó họ làm việc. Điều gắn kết người

sáng lập và ban biên tập là điều lệ của ban biên tập hoặc hợp đồng. Điều lệ hoặc hợp đồng quy định các quyền và các nghĩa vụ đối với nhau của người sáng lập, ban biên tập và tổng biên tập, các thẩm quyền của cán bộ trong biên chế ban biên tập, của tập thể biên tập, thể thức thành lập ban biên tập và bổ nhiệm hoặc bầu tổng biên tập, những cơ sở và thể thức đình chỉ, chấm dứt hoặc cải tổ ban biên tập, trong đó có những thay đổi người sáng lập và quy chế ban biên tập, thể thức phê chuẩn và thay đổi điều lệ của ban biên tập.

Vì chính những văn bản điều lệ chứa đựng những đặc trưng chủ yếu của đề tài, lĩnh vực chuyên đề, hướng thực hiện những đường hướng chủ yếu của ấn phẩm hoặc của chương trình phát sóng, cho nên điều cực kỳ quan trọng là quy định dân chủ của luật pháp, quy định rằng điều lệ được thông qua tại cuộc họp chung của tập thể các nhà báo và được người thành lập phê chuẩn. Do đó, nhà báo là người tham gia có đầy đủ quyền hạn trong việc soạn ra chính sách thông tin của phương tiện thông tin đại chúng và vì vậy chịu trách nhiệm về việc thực hiện chính sách ấy.

Các quyền và các trách nhiệm cơ bản của nhà báo được pháp luật điều chỉnh và đã được ghi trong Đạo luật của Liên bang Nga về các phương tiện thông tin đại chúng và trong các đạo luật

khác. Những văn bản luật pháp ấy liên quan đến tất cả các mặt và các giai đoạn hoạt động của nhà báo - liên quan đến quan hệ nội bộ ban biên tập, cũng như liên quan đến việc thu thập, soạn thảo và công bố các tài liệu, liên quan cả đến hậu quả của việc công bố.

Là một cán bộ của ban biên tập, nhà báo phải tuân thủ những quy định về cách ứng xử của người lãnh đạo. Phù hợp với những quy định ấy là việc trừng phạt hành vi vi phạm thể thức đã quy định hoạt động và quan hệ, trừng phạt thái độ vô trách nhiệm đối với những nghĩa vụ của mình, tệ quan liêu, lễ thói vô trách nhiệm, hành động cắt xén các quyền và lợi ích của công dân, hành động từ chối không thực hiện những yêu cầu và đòi hỏi hợp pháp của những cá nhân có quan hệ công việc với nhà báo, hành động lạm dụng địa vị công tác hoặc vượt quá thẩm quyền của mình. Lợi dụng địa vị công tác vì các mục đích cá nhân, tệ ăn của đút, giả mạo chức vụ và những hành vi sai trái khác của nhà báo vi phạm các quy định về hành vi ứng xử của nhân vật chức sắc - những hành vi ấy bị truy cứu trách nhiệm về pháp luật.

Trong hoạt động nghề nghiệp của mình, nhà báo phải “tuân thủ điều lệ của ban biên tập mà anh ta có quan hệ lao động”. Đồng thời nhà báo có quyền “nhân danh cá nhân từ chối không soạn thảo thông tin hoặc bài vở nào đi ngược lại

những chính kiến của mình”, mặc dù anh ta không thể làm như vậy trong trường hợp “soạn thảo bài vở mà anh ta không phải là tác giả. Nhà báo có quyền tuyệt đối “khuớc từ nhiệm vụ do tổng biên tập hoặc tòa soạn giao cho, nếu nhiệm vụ ấy hoặc việc thực hiện nhiệm vụ ấy vi phạm luật pháp”.

Khi thu thập thông tin, nhà báo trước hết có quyền “tìm kiếm, chất vấn, thu thập và phổ biến thông tin”. Khi tiếp xúc, nhà báo phải “xuất trình giấy chứng nhận của tòa soạn hoặc một giấy tờ khác “khi được yêu cầu”, để chứng minh tư cách và thẩm quyền của mình. Nhân viên làm việc thuộc phương tiện thông tin đại chúng có quyền đến các cơ quan và tổ chức khác nhau hoặc các trung tâm báo chí của những tổ chức ấy; nhà báo phải được các chức sắc tiếp trong trường hợp yêu cầu được cung cấp thông tin và qua đó “được tiếp cận các văn bản và tài liệu, trừ những trích đoạn của các tài liệu đó có chứa đựng những thông tin bí mật nhà nước, bí mật thương mại hoặc bí mật nào khác được luật pháp đặc biệt bảo vệ”, được sao lại các tài liệu mà nhà báo cần, “tiến hành ghi lại, kể cả việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật nghe nhìn, quay phim và chụp ảnh, trừ những trường hợp do luật pháp quy định”. Đồng thời cần thông báo với người cung cấp thông tin biết về việc ghi lại đó.

Đặc biệt Đạo luật có nói đến quyền “đến

những địa điểm được canh giữ đặc biệt, nơi xảy ra thiên tai, tai nạn và thảm họa, những vụ lộn xộn trong công chúng và những vụ tụ tập quần chúng công dân, cũng như những địa điểm được đặt trong tình trạng đặc biệt, có mặt trong các cuộc mít tinh và biểu tình”.

Trong việc thu thập thông tin trong các cơ quan và các tổ chức khác nhau, công việc của nhà báo được dễ dàng hơn nhiều nhờ việc cấp giấy phép hiện diện trong các cơ quan ấy (tiếng Latinh - *accredere* có nghĩa là “tin cậy”), giấy này cho phép tiếp cận tự do các nguồn thông tin phù hợp với những quy tắc do những tổ chức ấy qui định. Vi phạm những quy tắc về việc cấp giấy phép ra vào có thể dẫn đến hủy bỏ giấy phép ấy. Trong một số trường hợp việc giải quyết vấn đề cung cấp thông tin được luật pháp giao cho các cơ quan hữu quan giải quyết. Ví dụ, bộ luật tố tụng hình sự quy định rằng những dữ liệu của cuộc điều tra sơ bộ chỉ có thể được công bố nếu được sự cho phép của điều tra viên hoặc của công tố viên và với mức độ mà họ cho là có thể được. Bộ luật hình sự quy định các hình thức chế tài về hành vi công bố các dữ liệu điều tra mà chưa nhận được sự cho phép chính thức.

Trong quá trình thu thập thông tin, luật pháp cho phép bí mật ghi âm, ghi hình “nếu việc làm ấy không vi phạm các quyền hiến định và các quyền tự do”, “nếu việc đó là cần

thiết để bảo vệ lợi ích xã hội và có áp dụng các biện pháp chống lại khả năng đồng nhất với những người bên ngoài”, “nếu như việc công bố tài liệu ghi lại đó được thực hiện có sự cho phép của tòa án”.

Việc cấm đoán quan trọng là việc cấm thu thập thông tin “làm lợi cho người bên ngoài hoặc tổ chức bên ngoài”, nghĩa là vượt xa khỏi phạm vi những trách nhiệm công vụ đối với phương tiện thông tin đại chúng đã ủy quyền cho nhà báo.

Luật pháp cũng quy định việc sử dụng thông tin do nhà báo thu thập. Trước hết nhà báo không chỉ có quyền kiểm tra tính chất xác thực của thông tin mà anh ta đã nhận được, mà còn có bốn phận làm việc đó. Nếu người cung cấp thông tin cung cấp thông tin với những điều kiện nhất định thì cần “thỏa mãn những yêu cầu của cá nhân đã cung cấp thông tin về việc nêu rõ nguồn thông tin, cũng như về tác giả của lời phát biểu được trích dẫn nếu lời phát biểu ấy được công bố lần đầu”.

Mặt khác, nhà báo có trách nhiệm “giữ bí mật của thông tin và của nguồn thông tin”, nếu như được yêu cầu làm điều đó, cũng như “có được sự đồng ý hợp pháp của bản thân công dân đó hoặc của những người đại diện hợp pháp của công dân ấy (trừ những trường hợp điều đó là cần thiết để bảo vệ các lợi ích xã hội) về việc loan truyền trên phương tiện thông tin đại chúng về

cuộc sống riêng tư của công dân”.

Nhà báo có quyền “trình bày những suy luận của cá nhân mình và những đánh giá của mình trong các thông báo và các tài liệu dùng để phổ biến, có chữ ký của nhà báo”. Đồng thời, nhà báo có trách nhiệm “thông báo cho tổng biên tập biết về khả năng có những sự khiếu nại và về việc đề xuất những đòi hỏi khác do luật pháp quy định nhân việc loan báo thông tin hoặc bài vở do nhà báo này soạn thảo”. Đồng thời, nhà báo ấy có thể “không ký tên ở dưới thông tin hoặc bài vở mà anh ta cho rằng nội dung của nó đã bị xuyên tạc trong quá trình chuẩn bị biên tập, hoặc là cấm hoặc bằng cách khác đưa ra điều kiện và nêu lên tính chất sử dụng thông tin hoặc bài vở đó”, để tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ của nhà báo, bản quyền tác giả.

Nhà báo có thể “phổ biến những thông tin và những bài vở do anh ta soạn thảo, có ký tên mình, ký bằng bút danh hoặc không có chữ ký”.

Luật pháp không cho phép sử dụng các quyền của nhà báo “vào những mục đích che giấu hoặc xuyên tạc những thông tin có ý nghĩa xã hội, không được loan truyền tin đồn dưới dạng những thông tin đáng tin cậy”. “Nghiêm cấm việc sử dụng quyền của nhà báo vào việc loan truyền thông tin nhằm mục đích bôi nhọ công dân hoặc bôi nhọ một số tầng lớp công dân chỉ thuần túy căn cứ vào các dấu hiệu giới tính, lứa

tuổi, thành phần chủng tộc hoặc thành phần dân tộc, ngôn ngữ, quan hệ đối với tôn giáo, nghề nghiệp, chỗ ở, cũng như vì những quan điểm chính trị của họ”.

Luật pháp cũng có những điều khoản ngăn chặn các hiện tượng phi đạo đức, đặc biệt cấm sản xuất và tán thành những tác phẩm khiêu dâm, hạn chế việc phổ biến những ấn phẩm kích dục. Nhằm bảo vệ các quyền cá nhân của công dân, luật pháp cấm công bố những hình ảnh khỏa thân nếu không có sự đồng ý của nguyên mẫu, không cần phải có sự đồng ý nếu người mẫu chụp được trả tiền. Không cần có sự đồng ý của người được chụp ảnh trước khi công bố ảnh nếu đó là một cá nhân đang bị truy nã, bị tình nghi phạm tội...

Khi thông tin về hoạt động của các cơ quan bảo vệ pháp luật cần phải tuân thủ sự thận trọng tối đa. Ngay cả trường hợp được phép công bố các tài liệu điều tra thì cũng cần tránh khả năng việc công bố ấy gây ra những phản ứng không đáng có - gây áp lực kín đáo lên các cơ quan bảo vệ luật pháp, gây tổn hại cho người thân và những người gần gũi với đối tượng bị điều tra. Khi công bố tài liệu cần nhớ rằng chỉ có thể gọi đối tượng bị cáo là tội phạm sau khi bản án của tòa án có hiệu lực pháp luật và phải nhớ rằng các tòa án cấp cao hơn có thể thay đổi bản án.

Sẽ bị xem là phạm tội xâm phạm danh dự và phẩm giá của công dân nếu trong tài liệu được công bố có chứa đựng những lời xúc phạm (có tình hạ nhục trắng trợn danh dự và phẩm giá của cá nhân, được thể hiện dưới một hình thức hiển nhiên không chấp nhận được) và vu khống (làm mất uy tín xã hội của một cá nhân bằng cách phổ biến những thông tin hiển nhiên sai sự thật, có tính chất làm nhục cá nhân kia), buộc tội sai. Trường hợp đưa những thông tin như vậy trên phương tiện thông tin đại chúng thì nhất thiết phải công bố lời cải chính cũng trên phương tiện thông tin đại chúng ấy.

“Công dân hoặc tổ chức nào bị phương tiện thông tin đại chúng nào đó loan truyền những thông tin về cá nhân và tổ chức ấy không đúng sự thật hoặc xâm phạm đến các quyền và lợi ích hợp pháp của công dân ấy thì có quyền trả lời (bình luận, bác bỏ) cũng trên phương tiện thông tin đại chúng ấy”.

Sẽ bị coi là lạm dụng quyền tự do thông tin đại chúng nếu sử dụng phương tiện thông tin đại chúng vào những hành động bị trừng trị về mặt hình sự. Có thể bị tòa án xử phạt 5 năm tù. Cũng trừng phạt cả hành động xâm phạm tự do thông tin đại chúng, gồm những hành động sau đây: *“tiến hành kiểm duyệt, can thiệp vào hoạt động và xâm phạm tính tự chủ nghề nghiệp của ban biên tập; chấm dứt hoặc đình*

chỉ một cách bất hợp pháp hoạt động của phương tiện thông tin đại chúng; vi phạm quyền của ban biên tập được chất vấn và thu thập thông tin; tịch thu, cũng như tiêu hủy một cách bất hợp pháp số lượng bản hoặc một phần số lượng bản đã phát hành; cưỡng bức nhà báo phải phổ biến hoặc từ chối phổ biến thông tin; quy định sự hạn chế tiếp xúc với nhà báo và hạn chế việc chuyển giao thông tin cho nhà báo, trừ những thông tin bí mật của nhà nước, bí mật thương mại hoặc bí mật khác được pháp luật đặc biệt bảo vệ". Hành động xâm phạm các quyền của nhà báo sẽ bị truy cứu trách nhiệm hành chính, trách nhiệm kỷ luật và thậm chí trách nhiệm hình sự (bị tước tự do đến 2 năm).

QUYỀN TÁC GIẢ TRONG HOẠT ĐỘNG BÁO CHÍ

Khi tạo ra, biên tập hoặc soạn thảo một tác phẩm để công bố trên phương tiện thông tin đại chúng, khi dịch chúng sang các ngôn ngữ khác, hoặc khi trích dẫn, xử lý "dàn dựng lại", những chương trình phát sóng và những cuốn phim... thì nhà báo tham gia vào các quan hệ được điều chỉnh bằng các văn bản luật về quyền tác giả. Quyền này xuất hiện trong trường hợp xây dựng, xuất bản hoặc phát sóng, phổ biến hoặc sử dụng theo cách nào đó các tác phẩm thuộc những lĩnh vực sáng tạo khác nhau - chính luận, nghệ thuật, khoa học - bất kể những tác phẩm này

được ấn hành riêng biệt hoặc nằm trong thành phần một số báo, một tập sách, một chương trình phát sóng, một tập sách nhỏ...

Do những sự trao đổi thông tin trên phạm vi quốc tế ngày càng mở rộng, cho nên đã có một số văn bản liên quốc gia, trong đó có những văn bản được UNESCO thông qua (Công ước quốc tế về các quyền tác giả, phiên bản các năm 1952 và 1971, Công ước Bécnơ năm 1988, Công ước quốc tế về bảo vệ các quyền của các nghệ sĩ thể hiện, những người chế tạo các băng ghi âm và các quyền của các tổ chức phát thanh...). Tại Liên bang Nga có Đạo luật về quyền tác giả và các quyền có liên quan đến quyền tác giả.

Quyền tác giả được áp dụng đối với những tác phẩm được thể hiện dưới hình thức hiện vật, tức là được ghi lại trên giấy, trên phim ảnh, trên băng nghe nhìn và bằng những phương pháp khác - đó là những tác phẩm của kết quả lao động sáng tạo không phụ thuộc vào mục đích, phẩm chất, phương pháp tái hiện, cũng như không phụ thuộc vào việc những tác phẩm ấy đã được phát hành hay chưa. Quyền tác giả không áp dụng đối với các văn bản tài liệu chính thức.

Căn cứ vào các văn bản luật về quyền tác giả, nhà nước bảo vệ cả các quyền *phi sở hữu*, cả các quyền *sở hữu* của tác giả tác phẩm. Đồng thời quyền tác giả thuộc về các cá nhân, cũng như các tập thể. Các ban biên tập báo, tạp chí, các

hãng thông tấn, các tổ chức phát thanh - truyền hình tạo ra - từ các tác phẩm riêng lẻ - các số báo, các tập sách, các chương trình phát sóng, các bản thông cáo báo chí... đều được hưởng quyền tác giả đối với những ấn phẩm và những chương trình phát hành đó. Quyền tác giả đối với tác phẩm được tạo ra trong khi thực hiện công vụ thì thuộc về tác giả, mặc dù trong trường hợp này người trao nhiệm vụ có quyền đòi hỏi ghi tên của mình trên tác phẩm ấy.

Theo các quy định của quốc tế, quyền tác giả được biểu thị trên tác phẩm bằng ký hiệu © - chữ cái đầu trong thuật ngữ tiếng Anh copyright, chứng nhận về bảo lưu quyền tái bản.

Một tác phẩm được coi là tác phẩm đồng tác giả khi các tác giả tạo ra những phần riêng biệt của một tác phẩm chỉnh thể, hoặc toàn bộ tác phẩm là thành quả lao động chung của họ. Bản ghi chép văn học, chỉnh lý văn học, biên tập không được coi là văn bản của tác giả, mặc dù tên của người thực hiện có thể được ghi trên ấn phẩm, còn lao động của người ấy thì được trả công. Trong các trường hợp có thỏa thuận với người chỉnh lý văn học và ghi chép văn học có phần gia công sáng tạo trong tác phẩm thì xuất hiện các quan hệ đồng tác giả. Người cũng được coi là tác giả là người tạo ra tác phẩm độc lập nhưng lấy tác phẩm khác làm cơ sở (kịch bản trên cơ sở một cuốn sách, các hình vẽ minh họa

cho ấn phẩm...). Cũng được coi là tác giả một nhà báo tiến hành cuộc trao đổi “bàn tròn”, cuộc phỏng vấn, bình điểm, thư tín...

Quyền tác giả không áp dụng đối với đề tài, tài liệu về sự việc, tên các nhân vật, quan điểm trong tác phẩm và các phần trong tác phẩm, mặc dù chúng cũng là kết quả của những nỗ lực sáng tạo. Vì vậy, đôi khi người ta đưa ra đòi hỏi phải được áp dụng quyền tác giả của người làm phóng sự đối với thông tin về sự phát hiện và về sự việc hoặc sự kiện được nhà báo ấy viết lần đầu tiên.

Các quyền cá nhân (phi sở hữu) của tác giả đòi hỏi rằng, với tư cách là tác giả, nhà báo có quyền ghi tên mình khi công bố tác phẩm, cũng như có thể xuất bản tác phẩm không ghi tên (khuyết danh) hoặc dưới một cái tên khác (bút danh). Đồng thời tác giả đích thực phải được tổng biên tập biết. Nhân vật này không có quyền tiết lộ tên thật của tác giả nếu không có sự đồng ý của người ấy, nhưng lại có bổn phận phải làm việc này theo quyết định của tòa án (vì tòa án đưa ra phán quyết không chỉ đối với những con người hiện hữu). Tác giả có quyền quyết định công bố tác phẩm của mình như thế nào. Cũng cần phải có sự đồng ý của tác giả thì mới xuất bản và tái bản tác phẩm ấy được. Tác giả có quyền về sự bất khả xâm phạm của tác phẩm, nếu không có được sự đồng ý của tác giả

thì những sự cắt xén, chỉnh lý lại, sửa chữa đều là sự vi phạm quyền tác giả và có thể bị tòa án ra quyết định bắt bồi thường thiệt hại cho tác giả.

Việc sử dụng tác phẩm (kể cả việc dịch sang ngôn ngữ khác) chỉ có thể được phép đối với sự đồng ý của tác giả, mặc dù cho phép tái hiện tác phẩm đó trong các chương trình phát thanh-truyền hình đều kỳ và các báo chí định kỳ (nếu không có sự cấm đoán đặc biệt của tác giả), tái bản với số lượng bản in nhằm các mục đích khoa học, học tập, giáo dục (không thu lợi nhuận), cũng như việc trích dẫn trong các tác phẩm khác.

Quyền tác giả phi sở hữu có hiệu lực vô thời hạn.

Quyền tác giả có sở hữu - đó là khả năng nhận tiền thù lao tác giả trong các trường hợp có quy ước - nhuận bút. Bị coi là tội phạm hình sự nếu ăn cắp văn. Đó là trường hợp cố tình tái hiện toàn bộ tác phẩm, những phần đáng kể hoặc những ý cơ bản của tác phẩm của người khác, nhưng lại ký tên mình hoặc ký tên người thứ ba.

Các quyền tác giả có sở hữu thì có hiệu lực khi tác giả còn sống và trong vòng 50 năm sau khi tác giả qua đời. Việc bảo vệ các quyền bị vi phạm được thực hiện thông qua tòa án. Theo quyết định của tòa án có thể công bố tên thật

của tác giả, nghiêm cấm việc xuất bản hoặc phổ biến tác phẩm khi có vi phạm quyền tác giả, có thể có những sự sửa chữa căn cứ theo ý nguyện của tác giả, có thể có những biện pháp khác, gồm cả việc bồi thường cho tác giả và cho những người thừa kế các khoản thiệt hại do hành động sử dụng tác phẩm một cách phi pháp.

CÁC TỔ CHỨC NGHỀ NGHIỆP CỦA NHÀ BÁO

Các nhà báo là một cộng đồng nghề nghiệp có những lợi ích xã hội đặc thù và các quyền hợp pháp, quan tâm đến sự giao lưu sáng tạo, trao đổi kiến thức và kinh nghiệm, bảo vệ và thỏa mãn các nhu cầu liên quan đến việc thực hiện các nghĩa vụ nghề nghiệp của mình. Ở tất cả các nước họ cố gắng lập ra các tổ chức của mình. Ở mỗi nước đều có các tổ chức báo chí (nhiều khi có một số tổ chức ấy), được thành lập căn cứ theo “những căn cứ” khác nhau: theo địa vị trong giới báo chí (các chủ biên, các nhà xuất bản, các nhà báo nghị viện...), theo khuynh hướng chính trị, theo lợi ích... Cũng có những tổ chức báo chí quốc tế (những tổ chức lớn nhất trong số đó là: Tổ chức nhà báo quốc tế, Liên đoàn nhà báo quốc tế), cũng như các tổ chức nhà báo mang tính chất khu vực, liên quốc gia, mang tính chất chuyên biệt (“Phóng viên không biên giới”, “Diễn đàn tự do”)... Đã thành lập các tổ chức quốc tế - các nhà nghiên cứu báo chí (AIERI...).

Ở Nga, ngay từ những năm 1910-1920 đã xuất hiện (thực ra, chỉ trong một thời gian ngắn) các hiệp hội nhà báo. Năm 1957 đã thành lập Hội liên hiệp các nhà báo. Năm 1957 đã thành lập Hội liên hiệp các nhà báo Liên Xô tồn tại cho đến năm 1991. Vào thời điểm ấy tại Đại hội VII của Hội Liên hiệp các nhà báo đã tuyên bố thành lập Hội liên hiệp các nhà báo Liên Xô trên nguyên tắc liên bang. Sau khi Liên Xô tan rã tổ chức này được cải tổ thành Liên hiệp các hiệp hội báo chí.

Năm 1990 đã diễn ra đại hội thành lập của Hiệp hội các nhà báo Nga, bao gồm các tổ chức báo chí của các nước cộng hòa, các miền, các tỉnh mà trước kia đã từng là thành viên của Hội liên hiệp các nhà báo Liên Xô, cũng như gồm cả một số hiệp hội, đoàn nhà báo, các câu lạc bộ những người làm việc trong các phương tiện thông tin đại chúng. Hiệp hội các nhà báo Nga là một tổ chức nghề nghiệp sáng tạo, độc lập và tự quản, hoạt động theo nguyên tắc liên bang. Các thành viên của Hiệp hội nhà báo Nga có chủ quyền và bình đẳng, có sự đại diện ngang nhau trong Hội đồng Liên bang của Hiệp hội nhà báo Nga. Hiệp hội nhà báo Nga hoạt động trên cơ sở luật pháp và tự đề ra cho mình những nhiệm vụ chủ yếu như sau:

- Ra sức góp phần thúc đẩy, khẳng định và thực hiện các nguyên tắc tự do ngôn luận và báo

chí, củng cố cơ sở pháp lý;

- Tích cực tham gia vào việc tạo ra các điều kiện cần thiết cho hoạt động của các phương tiện thông tin đại chúng ở Liên bang Nga, củng cố và phát triển cơ sở vật chất của những phương tiện thông tin đại chúng đó, đảm bảo sự độc lập sáng tạo-nghề nghiệp cho các phương tiện thông tin đại chúng;

- Bảo vệ lợi ích và các quyền, danh dự và phẩm giá của các nhà báo, tài sản trí tuệ của họ, quan hệ chính đáng với các nhà sáng lập và các chủ sở hữu các phương tiện thông tin đại chúng;

- Thống nhất và phối hợp các nỗ lực trong việc phục vụ pháp lý đối với các chủ thể của Hiệp hội các nhà báo và các báo;

- Quan tâm phát triển phúc lợi vật chất, đảm bảo xã hội, quan tâm cải thiện các điều kiện lao động, sinh hoạt và nghỉ ngơi của các nhà báo;

- Góp phần thúc đẩy phát triển trình độ học vấn của các nhà báo, nâng cao trình độ sáng tạo - nghề nghiệp của các nhà báo;

- Tham gia phong trào nhà báo thế giới;

- Tham gia các cuộc bầu cử vào các cơ quan chính quyền nhà nước nhằm thực hiện các điều khoản trong Điều lệ của Hiệp hội nhà báo Nga.

Các cơ quan đại diện của Hiệp hội nhà báo Nga gồm có: Đại hội, Hội đồng liên bang, Ban thư ký, Ban thanh tra.

Các tổ chức quốc gia và quốc tế quy định và kỷ niệm những ngày đáng ghi nhớ khác nhau. Từ năm 1992, theo quyết định của UNESCO ngày 3 tháng 5 được xem là Ngày quốc tế của báo chí tự do. Ở nước Nga ngày 13 tháng Giêng được kỷ niệm và được coi là ngày ra số báo đầu tiên của tờ báo Nga đầu tiên - báo *Tin tức* (1703). Sắc lệnh về tờ báo này được ký ngày 16 tháng Chạp năm 1702.

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
<i>Lời Nhà xuất bản</i>	5
Chương I	
BÁO CHÍ TRONG HỆ THỐNG CÁC THIẾT CHẾ XÃ HỘI	7
Quyền lực của báo chí	9
Trật tự thông tin trong xã hội dân chủ	26
Các loại hình xã hội của báo chí dân chủ	35
Chính sách nhà nước trong lĩnh vực thông tin đại chúng	44
Chương II	
BÁO CHÍ TRONG KHÔNG GIAN THÔNG TIN	59
Các phương tiện thông tin - liên lạc đại chúng của báo chí	62
Kết cấu hạ tầng của các phương tiện thông tin đại chúng	83
Những thành tố trong cơ cấu của hệ thống phương tiện thông tin đại chúng	97
Những sự tác động qua lại giữa các phương tiện thông tin đại chúng	114

Chương III

BÁO CHÍ VỚI TƯ CÁCH LÀ MỘT LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG SÁNG TẠO 143

Các hình thức hoạt động báo chí và sự hình thành chính sách thông tin	146
Các hình thức thực hiện chính sách thông tin	168
Các loại hình và những cơ sở phương pháp luận của hoạt động sáng tạo	184

Chương IV

HIỆU LỰC VÀ TÍNH HIỆU QUẢ CỦA BÁO CHÍ 206

Tính kết quả của báo chí và những hình thức của tính kết quả ấy	207
Hiệu lực của báo chí và những con đường nâng cao hiệu lực ấy	217
Tính hiệu quả với tư cách là tính kết quả của sự tiếp xúc với công chúng	225
Những nhân tố sáng tạo của tính hiệu quả	239

Chương V

NHÀ BÁO VỚI TƯ CÁCH LÀ CHỦ THỂ CỦA HOẠT ĐỘNG THÔNG TIN ĐẠI CHÚNG 257

Những phẩm chất nghề nghiệp	258
Trách nhiệm công dân của nhà báo	284
Đạo đức báo chí	293
Địa vị pháp lý của nhà báo	319
Quyền tác giả trong hoạt động báo chí	329
Các tổ chức nghề nghiệp của nhà báo	334

CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA BÁO CHÍ

(Tập 2)

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Vũ Quốc Khánh

Biên tập:

Nguyễn Cường Dũng

Vũ Kim Hải

Trình bày bìa:

Nguyễn Tuấn

Sửa bản in:

Phùng Thị Mỹ

Văn Chiến Thắng

In 1.500 cuốn, khổ 13 x 19 cm.

Giấy ĐKKHXB số 229/XBTT/421/XB-QLXB
cấp ngày 7/4/2004. In tại Công ty in Giao thông.

In xong và nộp lưu chiểu tháng 10/2004.

BỘ SÁCH NGHIỆP VỤ BÁO CHÍ
Xuất bản đợt II

- Báo chí hiện đại nước ngoài: những quy tắc và nghịch vấn
- 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
- Nghề 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) 9332278 / 9332279 * Fax: (04) 9332276
CHI NHÁNH PHÍA NAM: 120 Nguyễn Thị Minh Khai - Q3 - TP HCM
Điện thoại: (08) 9302826 * Fax: (08) 9306471

CƠ SỞ LÝ LUẬN
của báo chí
(Tập 2)



8935069200363

37,000

Hiện vụ báo chí lý luận và thực N

Giá 37.000^d