



### **TỔNG BIÊN TẬP**

PGS, TS **NGUYỄN THÀNH LỢI**

### **PHÓ TỔNG BIÊN TẬP**

**TÔ VƯƠNG**

### **TÒA SOẠN:** Tầng 4, Tòa nhà Hội Nhà

báo Việt Nam

Khu đô thị mới Cầu Giấy,

đường Dương Đình Nghệ,

P. Yên Hòa, Q. Cầu Giấy, Hà Nội

**ĐT:** 04.3226.2994

**Email:** tcnguoilambao@gmail.com

**Tạp chí điện tử:** nguoilambao.vn  
lambao.com.vn

### **Chi nhánh phía Nam:**

226/23 Lê Văn Sỹ, Q. Tân Bình, TP. HCM

ĐT - Fax: 08.3991.3424

### **VPĐD tại Đà Nẵng**

Số 3 đường Lê Duẩn, Q. Hải Châu

Thành phố Đà Nẵng

ĐT: 0913.491.746

### **VPĐD tại Nghệ An**

Số 3 đường Lenin, TP. Vinh

ĐT: 0913.016.119 - 038.860.182

### **VPĐD tại Khánh Hòa**

Chung cư 192 Dã Tượng,

Vinh Nguyên, TP. Nha Trang

ĐT - Fax: 058 3.880.399

Email: tcnguoilambaont@gmail.com

## **VÌ NỀN BÁO CHÍ CÁCH MẠNG CHUYÊN NGHIỆP**

*Giới báo chí cả nước tổ chức thành công Lễ trao Giải Báo chí quốc gia lần thứ X, đây là giải thưởng cao quý tôn vinh các tác giả, nhóm tác giả có tác phẩm báo chí tiêu biểu nhất trong năm. Nhìn lại chặng đường 10 năm qua, Giải Báo chí quốc gia đã trở thành một sự kiện lớn của báo giới cả nước, thu hút sự quan tâm đặc biệt của xã hội...*

*Bên cạnh đó, trong cơn lốc xoáy của nền kinh tế thị trường, một số nhà báo đã đi ngược lại với tiêu chuẩn đạo đức nghề nghiệp cần có. Tình trạng thông tin sai sự thật, thiếu thận trọng, đưa tin giật gân, câu khách trên báo chí đang để lại những hậu quả khôn lường, không dễ khắc phục; việc một số cơ quan báo chí mở fanpage để đăng tải bài viết từ báo điện tử, nhưng chưa có cơ chế kiểm duyệt chặt chẽ các ý kiến bình luận để một số đối tượng lợi dụng tuyên truyền, xuyên tạc chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, bôi nhọ uy tín, danh dự lãnh đạo cấp cao, gây dư luận xấu trên không gian Internet. Vấn đề đạo đức nghề nghiệp của người làm báo trở nên nóng bỏng hơn bao giờ hết.*

*Hội Nhà báo Việt Nam với vai trò là tổ chức chính trị, xã hội, nghề nghiệp vừa tổ chức Hội nghị toàn quốc Quán triệt thực hiện Luật Báo chí (sửa đổi 2016) và góp ý xây dựng Quy định đạo đức nghề nghiệp người làm báo. Đây là đợt sinh hoạt chính trị sâu rộng trong toàn thể các cấp Hội và giới báo chí cả nước, nhắc nhở truyền thống vẻ vang, bản lĩnh và trách nhiệm xã hội của người làm báo Việt Nam.*

*Toàn thể hội viên, nhà báo cả nước nhất trí đồng lòng thực hiện tốt trách nhiệm xã hội và nghĩa vụ công dân, từng bước hạn chế tối đa những tác động tiêu cực của cơ chế thị trường. Trước dòng chảy của thời cuộc, “người thư ký của thời đại” với cái tâm trong sáng, ngòi bút sắc sảo, cùng đất nước bay cao, bay xa, tiến nhanh, tiến vững chắc theo thời đại.*

**NGƯỜI LÀM BÁO**

## MỤC LỤC

### VẤN ĐỀ SỰ NGHIỆP

#### 3. Thành Nam

Hợp tác giữa Hội Nhà báo Việt Nam và Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ

#### 4. PV

Phát động Giải Báo chí viết về Đồng bằng sông Cửu Long

### NHÌN LẠI 10 NĂM GIẢI BÁO CHÍ QUỐC GIA

#### 7. Tuệ Lâm

Một giải thưởng danh giá và cao quý

#### 8. Trần Duy Ngoãn

Hội Nhà báo địa phương với Giải Báo chí quốc gia

#### 9. Lê Quốc Minh

Sáng tạo tập thể mang lại giải báo chí kếp danh giá

### HOẠT ĐỘNG CÔNG TÁC HỘI VÀ TIẾNG NÓI TỪ CƠ SỞ

#### 11. Ngọc Thành

Viết về nông nghiệp cần "gạn đục khơi trong"

#### 13. Thùy Dung

"Lá chắn" nào để nhà báo tác nghiệp an toàn?

### CHÂN DUNG NHÀ BÁO

#### 20. Phạm Thị Xuân Châu

"Ngọn bút" sắc trong đấu tranh xây dựng Đảng

#### 22. Vũ Huyền

Chụp ảnh thật đâu có dễ?

#### 24. Phan Văn Tú

Dạy học trên sóng truyền hình: Tương tác và hiệu quả

#### 26. Nguyễn Văn Hải

Bình luận trên báo chí phải khách quan, có lý, có tình



#### 28. Phan Tất

Phẩm chất nhà báo hiện đại

#### 30. Nguyễn Nga Huyền

Tòa soạn với việc giáo dục đạo đức nghề nghiệp

### DIỄN ĐÀN NGƯỜI LÀM BÁO

#### 32. Nhóm PV

Không quản lý chặt fanpage sẽ làm rối loạn môi trường truyền thông

### NHỮNG NẸO ĐƯỜNG TÁC NGHIỆP

#### 34. Lê Văn Chương

Tác nghiệp dài ngày trên biển

#### 36. Văn Chúc

Thông điệp từ nghị trường

#### 38. Quỳnh Hậu

Viết điều tra chống tiêu cực cần động lực mới

### NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI

#### 46. Nguyễn Thị Trường Giang

Gói tin tức đa phương tiện trên báo mạng điện tử

#### 50. Nguyễn Thế Lâm

Chi tiết trong phóng sự chương trình thời sự truyền hình

#### 53. Phan Thị Mai Liên

Quy trình tổ chức ảnh trên nhật báo

#### 55. Đào Xuân Hưng

Báo chí với việc bảo tồn và phát huy văn hóa vật thể của Hà Nội

#### 57. Hoàng Thị Hương Thu

Trợ giúp pháp lý cho đồng bào dân tộc ít người nhìn từ thực tiễn ở Yên Bái

### BÁO CHÍ THẾ GIỚI

#### 59. Đặng Nhật Minh

Xây dựng thương hiệu địa phương qua chiến dịch truyền thông "Be Berlin"

#### 61. Chu Hồng Thắng

Anh rời Liên hiệp châu Âu (EU): Sau Brexit, là Bregret

### ĐỜI VÀ NGHỀ

#### 64. Ong Vô Vê

Qua đèo

# Hợp tác giữa Hội Nhà báo Việt Nam và Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ

Ngày 24/6, tại Cần Thơ, đồng chí Thuận Hữu, Ủy viên BCH Trung ương Đảng, Tổng Biên tập Báo Nhân Dân, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam và đồng chí Sơn Minh Thắng, Ủy viên BCH Trung ương Đảng, Phó Trưởng Ban Thường trực Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ đã ký kết văn bản thoả thuận hợp tác giữa Hội Nhà báo Việt Nam và Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ.

Theo nội dung văn bản thoả thuận hợp tác, hai đơn vị sẽ tổ chức hợp báo định kỳ (6 tháng, 1 năm) với các cơ quan báo chí trên địa bàn để thông tin về tình hình kinh tế - xã hội của vùng, phối hợp tổ chức các buổi tọa đàm, hội thảo, báo cáo chuyên đề về những vấn đề hai bên cùng quan tâm và những sự kiện thời sự ở Đồng bằng sông Cửu Long, nhất là về biến đổi khí hậu, xâm nhập mặn, liên kết vùng, hội nhập kinh tế, đào tạo nguồn nhân lực, giảm nghèo bền vững; phối hợp chỉ đạo, quản lý báo chí, thúc đẩy sự phát triển của lực lượng báo chí trên địa bàn.

Hai bên phối hợp chỉ đạo, quản lý báo chí, thúc đẩy sự phát triển lực lượng báo chí trên địa bàn, cùng đồng thuận xin chủ trương của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Trung tâm Đào tạo Báo chí Truyền thông khu vực Đồng bằng sông Cửu Long đặt tại TP. Cần Thơ.

Hội Nhà báo Việt Nam tham gia phản biện, đánh giá việc thực hiện các chương trình mang tính xã hội của Thường trực Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ. Hai bên phối hợp định hướng thông tin, tuyên truyền cho các cơ quan báo chí trong vùng về những vấn đề xảy ra ở Đồng bằng sông Cửu Long, nhất là những vấn đề có liên quan đến công tác dân tộc, tôn giáo, nhân quyền, lịch sử



Lễ ký kết thoả thuận hợp tác giữa Hội Nhà báo Việt Nam với Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ. Ảnh: PV

Phát biểu tại Lễ phát động Giải Báo chí viết về Đồng bằng sông Cửu Long, nhà báo Thuận Hữu, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam đánh giá cao Tạp chí Người Làm Báo và Báo Nhà báo & Công luận có sáng kiến tổ chức giải báo chí này, đồng thời kêu gọi các cơ quan báo chí, lãnh đạo các cấp Hội và các PV, BTV, hội viên, nhà báo ở khu vực, tích cực hưởng ứng tham dự giải. Hy vọng Giải Báo chí viết về Đồng bằng sông Cửu Long sẽ được tổ chức thường xuyên, nhằm nâng cao nghiệp vụ báo chí cho các nhà báo trong khu vực, nâng cao uy tín cũng như vai trò của Hội Nhà báo Việt Nam.

vùng đất Nam Bộ.

Hàng năm, Hội Nhà báo Việt Nam và Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ đồng chủ trì, phối hợp với các địa

phương trong vùng (thông qua Tạp chí Người Làm Báo - cơ quan lý luận nghiệp vụ và Báo Nhà báo & Công luận - cơ quan Trung ương Hội Nhà báo Việt Nam) tổ chức các giải báo chí viết về chủ đề: nông nghiệp, nông dân, nông thôn, chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo, giải quyết việc làm, đào tạo nguồn nhân lực, liên kết vùng, ứng phó với biến đổi khí hậu, xâm nhập mặn, báo chí viết về miền Tây... Tạp chí Người Làm Báo và Báo Nhà báo & Công luận sẽ chọn chủ đề phù hợp, tìm nguồn tài trợ, lãnh đạo Hội Nhà báo Việt Nam (phụ trách khu vực phía Nam) và lãnh đạo Văn phòng Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ sẽ tham gia trực tiếp chỉ đạo thực hiện ■

**THÀNH NAM**

# PHÁT ĐỘNG GIẢI BÁO CHÍ VIẾT VỀ ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Trong khuôn khổ Lễ ký kết thỏa thuận hợp tác giữa Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ với Hội Nhà báo Việt Nam, Tạp chí Người Làm Báo và Báo Nhà báo & Công luận chính thức phát động Giải báo chí viết về Đồng bằng sông Cửu Long.

**G**ải báo chí viết về Đồng bằng sông Cửu Long nhằm mục đích góp phần nâng cao chất lượng và số lượng tác phẩm báo chí tuyên truyền và giới thiệu tiềm năng phát triển kinh tế, du lịch cũng như phản ánh đời sống của người dân khu vực Đồng bằng sông Cửu Long; đồng thời ghi nhận, động viên, khen thưởng các nhà báo, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên, thông tin viên của các cơ quan báo chí có tác phẩm chất lượng tốt viết về Đồng bằng sông Cửu Long.

Phát biểu tại lễ phát động, nhà báo Nguyễn Bé, Phó Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam, Trưởng Ban chỉ đạo Giải nhấn mạnh, Đồng bằng sông Cửu Long có vị trí quan trọng trong phát triển kinh tế-xã hội, có tiềm năng lớn nhất để phát triển nông nghiệp, đặc biệt là sản xuất lương thực, nuôi trồng, đánh bắt thủy sản, phát triển vườn cây ăn trái đem lại giá trị xuất khẩu lớn cho cả nước và mở rộng giao lưu với khu vực và thế giới. Những năm qua, các cơ quan báo chí đã có những đóng góp quan trọng đối với sự phát triển của khu vực, đồng thời là cầu nối giữa các cấp chính quyền với người dân, tạo sự đồng thuận cao trong xã hội.

Ban tổ chức trân trọng mời các

phóng viên, cộng tác viên, nhà báo ở các cơ quan báo chí Trung ương và địa phương, là công dân Việt Nam có tác phẩm phù hợp với thể lệ gửi tác phẩm tham dự giải. Ban tổ chức khuyến khích các tác phẩm báo chí viết về điển hình tiên tiến, phê phán các hành vi tiêu cực, phản bác những luận điệu sai trái của các thế lực thù địch, tôn vinh cá nhân có cách thức sản xuất tiên tiến, phục vụ phát triển kinh tế trong thời kỳ hội nhập và đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước...

Đây là hoạt động có ý nghĩa rất thiết thực, bổ ích tạo sân chơi lành mạnh để đội ngũ làm báo rèn nghề, nâng cao chất lượng các tác phẩm báo chí đáp ứng yêu cầu phát triển... ■



PV



# THẺ LỆ GIẢI BÁO CHÍ “VIẾT VỀ ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG”

**T**hực hiện nội dung văn bản thỏa thuận hợp tác giữa Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ và Hội Nhà báo Việt Nam ngày 24/6/2016, được sự đồng ý của Thường trực Thường vụ Hội Nhà báo Việt Nam, Tạp chí Người Làm Báo và Báo Nhà báo & Công luận tổ chức Giải Báo chí “Viết về Đồng bằng sông Cửu Long”.

## I. MỤC ĐÍCH

- Giải báo chí được tổ chức để góp phần nâng cao chất lượng và số lượng tác phẩm báo chí tuyên truyền và giới thiệu tiềm năng phát triển kinh tế - du lịch cũng như phản ánh đời sống của người dân khu vực Đồng bằng sông Cửu Long.

- Ghi nhận, động viên, khen thưởng các nhà báo, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên, thông tin viên của các cơ quan báo chí có tác phẩm báo chí chất lượng tốt viết về Đồng bằng sông Cửu Long.

## II. NỘI DUNG VÀ HÌNH THỨC TÁC PHẨM DỰ GIẢI

### 1. Nội dung

Các tác phẩm tham dự Giải báo chí “Viết về Đồng bằng sông Cửu Long” cần phản ánh chính xác, kịp thời, hiệu quả các nội dung sau đây:

- Phản ánh những thành tựu phát triển kinh tế - xã hội và những vấn đề đang đặt ra trong quá trình phát triển của khu vực Đồng bằng sông Cửu Long như vấn đề biến đổi khí hậu, xâm nhập mặn, liên kết vùng, hội nhập kinh tế, đào tạo nguồn nhân lực;

- Tuyên truyền Nghị quyết của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước cho người dân và các vấn đề khác như: nông nghiệp, nông dân, nông thôn, xây dựng nông thôn mới và những vấn đề liên quan đến an sinh xã hội trong khu vực;

- Tuyên truyền việc phối hợp giữa Hội Hỗ trợ người nghèo Tây Nam Bộ với các tỉnh, thành khu vực Đồng bằng sông Cửu Long trong việc tham gia

2 Chương trình mục tiêu quốc gia, gồm: Xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020 và giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016-2020, theo nội dung thông báo số 3642 của Văn phòng Chính phủ gửi Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ, ngày 19/5/2016;

- Khuyến khích các tác phẩm báo chí viết về gương người tốt việc tốt, phê phán các hành vi tiêu cực, phản bác những luận điệu sai trái của các thế lực thù địch, tôn vinh cá nhân có cách thức sản xuất tiên tiến, phục vụ phát triển kinh tế trong thời kỳ hội nhập và đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước...

### 2. Hình thức tác phẩm dự Giải

- Loại hình báo chí dự Giải gồm: Báo in và báo điện tử;

- Thể loại báo chí dự Giải: Tin, bài phản ánh, phỏng vấn, bình luận, chuyên luận, phóng sự, phóng sự điều tra, ghi chép, ký báo chí, bài chân dung...

- Tác phẩm phải đảm bảo tính chính xác, có tính thuyết phục cao về nội dung và hình thức thể hiện.

### 3. Đối tượng tham gia

- Tất cả các nhà báo, cộng tác viên báo chí Trung ương và địa phương là công dân Việt Nam có tác phẩm phù hợp với Thẻ lệ này đều có thể gửi tác phẩm dự Giải;

- Mỗi tác giả, nhóm tác giả được gửi tối đa 03 tác phẩm phù hợp với yêu cầu và điều kiện đã nêu. Trường hợp nhiều người cùng thực hiện một tác phẩm thì giải sẽ trao cho nhóm tác giả. Số tác giả của một nhóm tối đa là 03 người.

### 4. Một số lưu ý

- Tác phẩm báo in có thể gửi nguyên bản gốc hoặc bản photo, ghi rõ tên báo, tên tác giả và thời gian đăng tải. Không nhận tác phẩm đánh máy lại;

- Tác phẩm báo điện tử phải được in giấy khổ A4, ghi rõ tên báo, tên tác giả và thời gian đăng tải, có hình giao diện của báo, đường link của bài;

Không sử dụng bài từ báo in đăng trên báo điện tử;

- Mỗi tác phẩm là một tin hoặc một chùm tin (không quá 05 tin), một bài hoặc một loạt bài (không quá 03 kỳ) của cùng tác giả hoặc nhóm tác giả cùng đứng tên, về cùng một sự kiện, cùng một đề tài. Không xét loạt bài ghép từ những bài độc lập của các tác giả đứng tên riêng lẻ ở các thời điểm đăng báo khác nhau, không có tên loạt bài;

- Các tác phẩm mang tính hư cấu (thơ, tranh vẽ, tiểu phẩm, truyện ngắn...) không được dự Giải;

- Tác phẩm dự Giải không trả lại tác giả; Ban Tổ chức được quyền sử dụng tác phẩm đoạt giải để tuyên truyền.

### III. ĐIỀU KIỆN DỰ GIẢI

- Các tác phẩm báo chí đã đăng tải trong thời gian từ tháng 6/2016 đến 15/11/2016 trên các báo in, báo điện tử được cơ quan có thẩm quyền cấp giấy phép hoạt động báo chí;

- Không xem xét tác phẩm dự giải của tác giả vi phạm Quy định về đạo đức nghề nghiệp của người làm báo Việt Nam, Luật Báo chí và các quy định pháp luật khác cũng như vi phạm về vấn đề bản quyền;

- Những tác phẩm đã được trao giải thưởng ở các cuộc thi khác không được dự Giải;

- Các tác phẩm dự Giải cần phải có chữ ký xác nhận của lãnh đạo cơ quan báo chí hoặc lãnh đạo cấp Hội.

### IV. CƠ CẤU GIẢI THƯỞNG

01 giải Nhất : 15.000.000 đ;

02 giải Nhì : 8.000.000 đ /giải;

02 giải Ba : 5.000.000 đ /giải;

03 giải Khuyến Khích: 2.000.000 đ/giải.

(Những tác giả đoạt giải thưởng sẽ được cấp Giấy chứng nhận của Ban Chỉ đạo và Ban Tổ chức)

### V. THỜI GIAN VÀ ĐỊA CHỈ NHẬN TÁC PHẨM DỰ GIẢI

#### 1. Thời gian

- Nhận bài từ ngày phát động (tháng 6/2016) đến hết ngày 15/11/2016 (theo dấu bưu điện);

- Tổng kết, trao giải: Dự kiến trung tuần tháng 12/2016.

#### 2. Cách thức gửi bài

a) Qua đường bưu điện, xin gửi về:

**Ban Tổ chức Giải Báo chí “Viết về đồng bằng sông Cửu Long”**

Địa chỉ: Tạp chí Người Làm Báo, Tầng 4, Tòa nhà Hội Nhà báo Việt Nam - Khu đô thị mới Cầu Giấy, phố Dương Đình Nghệ, phường Yên Hòa, quận Cầu Giấy, Hà Nội. Điện thoại: 0432.262.994; ĐĐ: 0977.952.610 (gặp chị Lan).

b) Qua thư điện tử (email):

lambaovatruyenthong@gmail.com (Chỉ áp dụng với các tác phẩm báo điện tử). Yêu cầu: Gửi kèm đường link bài báo, ghi tên báo, thời gian đăng tải, tên tác giả; tiêu đề cần ghi rõ: Tác phẩm dự Giải Báo chí “Viết về đồng bằng sông Cửu Long”.

### VI. BAN CHỈ ĐẠO

1. Nhà báo Nguyễn Bé, Phó Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam, Trưởng ban;

2. Đồng chí Lê Hùng Dũng, Phó Trưởng Ban chỉ đạo Tây Nam Bộ, Phó Trưởng ban;

3. Đồng chí Nguyễn Thanh Hải, Phó Chủ tịch Thường trực, kiêm Tổng Thư ký Hội Hỗ trợ người nghèo Tây Nam Bộ, Ủy viên.

### VII. BAN TỔ CHỨC

1. PGS,TS Nguyễn Thành Lợi, Ủy viên BCH Hội Nhà báo Việt Nam, Tổng Biên tập Tạp chí Người Làm Báo, Trưởng ban;

2. Nhà báo Nguyễn Ngọc Niên, Tổng Biên tập Báo Nhà báo & Công luận, Phó Trưởng Ban Thường trực;

3. Nhà báo Tô Vương, Phó Tổng Biên tập Tạp chí Người Làm Báo, Ủy viên;

4. Nhà báo Trần Lan Anh, Phó Tổng Biên tập Nhà báo & Công luận, Ủy viên.

*Chi tiết xin liên hệ: Ban Thư ký tổng hợp Giải*

• *Tại TP.HCM:*

*ĐT: (08).3991.3424, di động: 0917.527.072 (chị Bích);*

• *Tại Hà Nội:*

*ĐT (04)32.262.994, di động: 0977.552.610 (chị Lan).*

*Webside: nguoiambao.vn, lambao.com.vn,*

*congluan.vn*

**BAN TỔ CHỨC**



Trao giải thưởng cho các tác giả đoạt giải Giải Báo chí quốc gia lần thứ X - năm 2015. Ảnh: Cường Phạm

## Một giải thưởng danh giá và cao quý

Giải Báo chí quốc gia lần thứ X - năm 2015 là dấu mốc đánh dấu chặng đường 10 năm của một giải uy tín, mang tầm quốc gia được giới báo chí và dư luận xã hội đặc biệt quan tâm. Đây cũng là Giải có những đóng góp rất quan trọng đối với sự phát triển trong đời sống kinh tế - xã hội của đất nước. Mỗi năm giải đều có sự phát triển cả về “lượng” và “chất” song qua 10 năm, Giải Báo chí quốc gia vẫn còn những tiếc nuối...

**G**ải Báo chí quốc gia là “sân chơi” bổ ích cũng là dịp để các nhà báo nhìn lại những thành quả lao động của mình kết hợp trao đổi kinh nghiệm nghề nghiệp. Giải báo chí cũng là dịp để các nhà báo, nhất là những người quản lý, lãnh đạo các cơ quan báo chí nhìn lại việc nâng

cao chất lượng cũng như định hướng nghiệp vụ trong các tác phẩm báo chí.

Báo chí thời gian qua đã đi vào những vấn đề lớn và quan trọng nhất của đời sống đất nước như vấn đề phát triển kinh tế; biến đổi khí hậu; vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm... Khoảng cách về chất

lượng giữa báo chí địa phương và Trung ương ở các thể loại không lớn. Báo chí địa phương đã có những sáng tạo trong phát hiện và triển khai đề tài, nếu đặt trong cuộc chơi chung thì báo chí địa phương đã có được những lối đi riêng.

Qua 10 mùa giải được tổ chức,

tuy đạt được một số thành tựu, song Giải vẫn còn có nhiều điều mà những người làm báo cũng như dư luận xã hội trăn trở, băn khoăn và nuối tiếc. Đó là một số bất cập, yếu kém từ khâu tổ chức, khâu tuyển chọn tác phẩm tham dự giải từ cơ sở; khâu chấm giải. Một số tác phẩm tham dự giải còn yếu về nghiệp vụ như thể hiện chưa sâu, chưa tới tằm của vấn đề, thiếu những tác phẩm xuất sắc, có sức lay động, thiếu tính phục vụ và sức lan toả trong xã hội.

Để tổng kết lại 10 năm Giải Báo chí quốc gia và thực hiện hiệu quả “Đề án nâng cao chất lượng Giải Báo chí quốc gia” theo Quyết định số 1694/QĐ-TTg ngày 22/9/2014 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, Nhà Văn hóa, Ban Nghiệp vụ và Tạp chí Người Làm Báo đã được Thường trực Thường vụ Hội Nhà báo Việt Nam giao nhiệm vụ tổ chức Toạ đàm “*Làm thế nào để có những giải báo chí chất lượng tốt dự Giải Báo chí quốc gia?*” vào ngày 13/7. Trong khuôn khổ hoạt động này, ngày 14/7, Hội Nhà báo Việt Nam tổ chức *Hội nghị toàn quốc để tổng kết 10 năm Giải Báo chí quốc gia; Quán triệt thực hiện Luật Báo chí 2016 và góp ý xây dựng Quy định đạo đức nghề nghiệp người làm báo Việt Nam* để rút ra những bài học kinh nghiệm cũng như những tồn tại hạn chế cần khắc phục, từ đó tạo niềm hứng khởi và say mê cống hiến đối với những người làm báo trong cả nước ■

**THUỖ DUNG**

## Hội Nhà báo địa phương với Giải Báo chí quốc gia

**TRẦN DUY NGOÃN**

*Chủ tịch Hội Nhà báo tỉnh Nghệ An*



Giải Báo chí quốc gia lần thứ X - năm 2015 vừa qua, Hội Nhà báo Nghệ An đã có 3 tác phẩm đoạt giải: 01 giải A: Tác phẩm “*Lại thêm một món nợ*” của nhóm tác giả Thanh Huyền, Lê Hằng, Mai Thanh - Đài Phát thanh và Truyền hình Nghệ An. 02 giải C: Tác phẩm: “*Xót lắm, SaMu...*” của tác giả Ngô Nhật Lân - Báo Nghệ An. Tác phẩm: “*Câu chuyện sau chiếc bình hoa*” của nhóm tác giả Ngọc Dũng, Trung Kỳ, Sơn Hiếu - Đài Phát thanh và Truyền hình Nghệ An.

Thực tế cho thấy, Hội Nhà báo địa phương tổ chức, chỉ đạo, phối hợp triển khai giải báo chí hàng năm là một việc khó, bởi không phải tất cả hội viên, nhà báo đều tích cực, tự giác hăng hái tham gia giải. Một lý do đơn giản là tác phẩm gửi tham gia thì nhiều, số lượng giải hạn chế, có gửi cũng chưa chắc đoạt giải... Do đó, vai trò của Hội Nhà báo rất quan trọng và trực tiếp trong việc phối hợp với các cơ quan báo chí về chương trình hoạt động của mình đặc biệt lưu ý, tổ chức, phát động, đôn đốc thực hiện các giải báo chí hàng năm. Hội Nhà báo địa phương phải đề cao vai trò các Chi hội trong việc phối hợp với lãnh đạo cơ quan báo chí để vận động hội viên, nhà báo tham gia.

Tôi cho rằng, để có những tác phẩm báo chí có chất lượng, nhà báo phải bám sát nhiệm vụ chính trị của đất nước, của địa phương, cơ sở; chủ động, nhạy bén tìm ra những vấn đề mà xã hội quan tâm; sắc bén trong đấu tranh bảo vệ chủ quyền lãnh thổ của đất nước cũng như trong việc chống tham nhũng, tiêu cực và phản ánh mọi mặt của cuộc sống. Vì thế, đòi hỏi Hội Nhà báo các cấp phải luôn trăn trở tìm ra nhiều cách làm mới sáng tạo để thu hút các hội viên, nhà báo có nhiều bài viết mang đậm hơi thở cuộc sống, đáp ứng ngày càng cao hơn nhu cầu của xã hội, từ đó nâng cao chất lượng giải báo chí các địa phương cũng như Giải Báo chí quốc gia ngày càng cao hơn ■



# Sáng tạo tập thể mang lại giải báo chí kếp danh giá

**LÊ QUỐC MINH**

Tổng Biên tập Báo điện tử VietnamPlus

Năm nào Báo điện tử VietnamPlus cũng lưu ý những tuyến tin quan trọng nhân dịp các đợt kỷ niệm năm chẵn, và 2015 là năm có rất nhiều sự kiện quan trọng trong đời sống chính trị - xã hội của đất nước. Trong danh sách mà tòa soạn lập từ đầu năm có sự kiện 70 năm Quốc khánh nước CHXHCN Việt Nam - một chủ đề quá khó: Khó vì đã được nói rất nhiều qua bảy thập niên, khó vì không dễ tìm ra góc nhìn mới, và khó vì thời gian đã quá dài để có thể gặp lại những nhân chứng lịch sử.



Những mốc son lịch sử của đất nước 70 năm qua

Ảnh: Vietnam Plus

Tuy thời điểm sự kiện vào cuối quý 3, nhưng rút kinh nghiệm xương máu từ những vụ cập rập vội vàng và chất lượng tuyến thông tin không đầy đặn do “nước đến chân mới nhảy” của những năm trước, tòa soạn đã phải tính toán từ đầu năm cùng với các

chủ đề khác. Và khi “húc” phải bức tường chủ đề khó khăn của sự kiện này, tòa soạn đã quyết định thử áp dụng một phương thức thể hiện hoàn toàn khác: đa phương tiện.

Cũng cần nhắc rằng nhiều người hiểu đa phương tiện đơn giản là sử dụng nhiều loại hình (thông tin văn bản, ảnh, video...) trong một tác phẩm báo chí. Thực tế, đây chỉ là cách thức ghép hữu cơ nhiều thành phần và không tạo sức hấp dẫn cho người đọc. Để kỷ niệm dấu mốc 70 năm lập quốc, VietnamPlus quyết định sẽ chọn lựa 70 nhân vật đại diện cho nhiều thế hệ, nhiều vùng miền, nhiều lứa tuổi, nhiều ngành nghề, và thực hiện theo quy chuẩn là phải có video cùng một phần thông tin dạng văn bản và một bộ ảnh. Đề xuất này được báo cáo tại giao ban cơ quan khi dự án bắt đầu khởi động vào tháng 4/2015, tức là 5 tháng chuẩn bị. Kế hoạch ban đầu là sẽ xây dựng một mini-website với 70 nhân vật,

nhưng thiết kế mini-website đó như thế nào cũng là vấn đề nan giải. Cũng phải qua mấy cuộc họp giữa biên tập và thiết kế đồ họa, chúng tôi mới thống nhất được hình hài của trang đó ra sao. Trước hết là cần phải có một hình ảnh lớn gây ấn tượng ngay cho độc giả, sau đó sẽ sử dụng đồ họa tương tác để phản ánh một cách ngắn gọn, súc tích cả quãng thời gian dài dựng nước và giữ nước, rồi đến phần các nhân vật được bố trí gọn gàng, để theo dõi, xuất hiện ngẫu nhiên chứ không được cố định. Thật may mắn vì VietnamPlus có đối tác công nghệ đã phối hợp với nhau trong nhiều dự án suốt từ năm 2009 nên việc trao đổi ý tưởng để hiểu nhau khá dễ dàng. Theo đề xuất của tòa soạn, sẽ không xây dựng mini website này dưới dạng trang tĩnh mà là trang động (dynamic) để phóng viên và biên tập viên có thể tự bổ sung nhân vật hoặc thay đổi thông tin.

Do số lượng nhân vật nhiều và thực hiện cũng là nhiều phóng viên với những cách viết, cách hỏi khác nhau, việc thống nhất phong cách là điều rất quan trọng. Tòa soạn yêu cầu làm thử với 3 nhân vật để dựng “mẫu” cả phần nội dung văn bản, video lẫn cách giới thiệu nhân vật. Khi đã có “mẫu” chuẩn như vậy, sau nhiều lần chỉnh sửa, quy trình tác nghiệp mới thực sự bắt đầu.

**T**rong lúc triển khai phần thiết kế, đội ngũ phóng viên tòa đi khắp đất nước để phỏng vấn những nhân vật đã được chọn lựa. Do mỗi phóng viên đều bận với dòng tin thời sự, nhân sự lẫn kinh phí lại hạn chế, nên tòa soạn cố gắng sắp xếp những chuyên công tác “một công đôi ba việc” với sự tham gia của cả phóng viên viết bài lẫn phóng viên ảnh/quay

phim. Đương nhiên chúng tôi phải phỏng vấn khoảng hơn 80 nhân vật mới chọn lọc ra được đúng số lượng mong muốn.

Phần việc tiếp theo, cũng nan giải không kém, là tạo ra các phiên bản bằng 4 tiếng nước ngoài là Anh, Pháp, Tây Ban Nha và Trung Quốc. Kế hoạch ban đầu là phối hợp với Ban Biên tập Tin Đối ngoại với đội ngũ biên dịch tinh nhuệ sẵn có, nhưng các đồng nghiệp lại quá bận rộn với những thông tin thời sự hằng ngày. Vậy là VietnamPlus phải tự loay hoay. Trong tòa soạn có hai biên tập viên tiếng Trung và một biên tập viên tiếng Tây Ban Nha, người biết tiếng Anh thì không khó kiếm nhưng biết tiếng Pháp thì không có ai trong tòa soạn. Rất may chúng tôi nhận được cái gật đầu của một biên tập viên trong cơ quan, từng có nhiều kinh nghiệm làm việc ở quốc gia nói tiếng Pháp.

**D**ẫu lên kế hoạch từ rất sớm, thời gian thực hiện khá dài, nhưng quá nhiều phần việc trong dự án quy mô lớn chưa từng thấy này khiến công tác chuẩn bị vẫn kéo dài đến sát ngày Quốc khánh. Bản demo dựng lên 1 tuần trước đó chưa hoàn thiện nên vẫn cần phải chỉnh sửa cả về kỹ thuật và nội dung. Vào đúng ngày 2/9, tôi lại có chuyến công tác nước ngoài. Buổi sáng lên máy bay vẫn phải chỉ đạo sửa sang một vài chi tiết nhỏ, nhưng dứt khoát không ra mắt chính thức nếu không cảm thấy hài lòng. Trong khi transit ở sân bay Seoul (Hàn Quốc) tôi được thông báo mọi vấn đề đều đã được khắc phục, và chính trong lúc chờ đợi máy bay đó, tôi đã phê duyệt để dự án này chính thức xuất hiện trên website. Vì xác định là chủ đề quá nghiêm túc thì sẽ khó thu hút độc giả trẻ - đối tượng chủ yếu tìm kiếm

Chúng tôi mang tác phẩm của mình với tên gọi “Việt Nam vươn lên về mọi mặt sau 70 năm lập quốc” - dự Giải thưởng toàn quốc về Thông tin đối ngoại cũng như Giải Báo chí quốc gia. VietnamPlus đoạt giải nhất Giải thưởng toàn quốc về Thông tin Đối ngoại cũng như giải B thể loại điện tử (không có giải A) Giải Báo chí quốc gia cho dự án thông tin đa phương tiện và đa ngữ này. Theo quy định của các giải kể trên, mỗi tác phẩm chỉ được hạn chế 5 tác giả, trong khi nhân lực huy động cho dự án kể trên là khoảng 30 người. Nhưng chẳng sao, ai trong chúng tôi cũng biết đây là một nỗ lực sáng tạo của tập thể. Và VietnamPlus đang tiếp tục triển khai những dự án “hoành tráng” tiếp theo, không phải để đoạt giải, mà để chứng minh rằng TTXVN là một trong những cơ quan báo chí dẫn đầu làng báo trong nước về tính sáng tạo.

thông tin trên mạng Internet - nên chúng tôi không kỳ vọng lượng truy cập sẽ cao. Nhưng thực tế lại khác, và VietnamPlus nhận được rất nhiều lời bình luận tích cực của độc giả cũng như đánh giá cao của đồng nghiệp. Tôi còn nhớ dòng tin nhắn từ một thư ký tòa soạn trẻ tuổi của một trang báo điện tử dành cho giới trẻ gửi vào hộp thoại Facebook của tôi: “Phải làm như thế mới là đẳng cấp về báo chí”. Chỉ là một lời động viên đơn giản, nhưng nó giúp chúng tôi tin tưởng hơn về cách làm báo của mình ■

# VIẾT VỀ NÔNG NGHIỆP CẦN “GẠY ĐỤC KHỞI TRONG”

NGỌC THÀNH

Đã có không ít chính sách để phát triển nông nghiệp nói chung, hỗ trợ người nông dân nói riêng, song còn một số chính sách “chưa thực sự đi vào đời sống”, đó là “trần trở” của không ít chuyên gia, nhà khoa học, nhà báo tại hội thảo “Nhà báo và vấn đề chính sách cho nông dân” do Báo Nông thôn Ngày nay, Câu lạc bộ phóng viên nông nghiệp, nông dân, nông thôn và Nhà Văn hóa - Hội Nhà báo Việt Nam phối hợp tổ chức ngày 30/6, tại Hà Nội.



Những vấn đề về nông nghiệp, nông dân, nông thôn luôn được phản ánh kịp thời qua báo chí. Ảnh: minh họa

## Báo chí góp phần thay đổi “bộ mặt” của nông nghiệp

Theo TS Đặng Kim Sơn, nguyên Viện trưởng Viện Chính sách và Chiến lược phát triển Nông nghiệp nông thôn (Bộ NN&PTNT), 30 năm sau đổi mới, “bộ mặt” nông thôn Việt Nam đã có nhiều thay đổi, cơ sở hạ tầng, giao thông nông thôn... phát triển mạnh.

Đồng hành cùng nông nghiệp, nông dân, nông thôn, đội ngũ những người làm báo không quản ngại khó khăn, ngày đêm lăn lộn, thâm nhập thực tế, sát cánh cùng người nông dân để phản ánh trực tiếp những vấn đề trần trở, nóng hổi của quá trình phát triển. Báo chí đã mở ra cánh cửa để toàn xã hội hiểu thêm vai trò của nông nghiệp và thực trạng cuộc sống

nông thôn, là nhịp cầu mang hình ảnh nông nghiệp, nông thôn Việt Nam đến với bạn bè quốc tế.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy, những vấn đề về nông nghiệp, nông dân, nông thôn được phản ánh qua báo chí vẫn chưa tương xứng với yêu cầu của thực tiễn đặt ra. Chưa có nhiều tác phẩm báo chí có nội dung phong phú, khắc họa sinh động đời



Phóng viên phải tích cực đi cơ sở, thâm nhập thực tế, lắng nghe tâm tư nguyện vọng của người dân, bài viết mới sinh động, thiết thực, mang hơi thở nóng hổi của cuộc sống. Báo chí phải tạo ra diễn đàn uy tín để bạn đọc, các nhà quản lý, nhà chuyên môn, người nông dân chia sẻ những quan điểm suy nghĩ, ý kiến, kinh nghiệm. Đặc biệt, các tòa soạn cũng cần có chính sách đãi ngộ đối với đội ngũ phóng viên, biên tập viên và các cộng tác viên chuyên viết về mảng đề tài nông nghiệp, nông dân và nông thôn. Vì đây là chủ đề rộng, đòi hỏi người viết phải lăn lộn với thực tế để bắt nhịp được với cuộc sống. Quá trình tác nghiệp như vậy rất tốn kém thời gian và kinh phí để tiếp cận thực tế.

sống người nông dân, các tấm gương điển hình tiêu biểu trong xây dựng nông thôn mới. Có rất ít bài viết đi sâu phản ánh những vấn đề nóng bỏng, bức thiết đặt ra trong lĩnh vực nông nghiệp, nông dân và nông thôn. Chưa có nhiều bài viết nêu bật những vấn đề được dư luận quan tâm về mô hình phát triển sản xuất nông nghiệp sạch, bền vững.

Theo nhiều đại biểu, việc một số cơ quan báo chí phản ánh những thông tin về vệ sinh an toàn thực phẩm hay dịch bệnh gia súc, gia cầm, mặc dù là phản ánh đúng nhưng vô tình làm nông dân “điều đúng” vì người tiêu dùng tẩy chay không mua sản phẩm đó, dù rằng trên thị trường vẫn còn nhiều sản phẩm cùng loại đảm bảo tiêu chí sạch và an toàn.

### **Để báo chí trở thành “điểm tựa” của người nông dân**

Làm thế nào để báo chí gắn bó mật thiết với cuộc sống của bà con nông dân? Làm sao để nâng cao đời sống văn hóa, tinh thần, tạo việc làm mới, phát triển công nghiệp, ngành nghề, dịch vụ mang lại thu nhập và nâng cao đời sống cho người nông dân? Làm gì để nông dân được cất tiếng nói, bày tỏ được nguyện vọng, trình bày được ý kiến là nhiệm vụ nặng nề đặt trên vai các nhà báo.

Thách thức lớn nhất của nông nghiệp hiện nay là khả năng cạnh tranh, năng suất, chất lượng của sản phẩm nông nghiệp Việt Nam còn thấp. Mặc dù thời gian qua nhiều người đã hài lòng và tự hào rằng, chúng ta tuy sản xuất nhỏ lẻ nhưng vẫn đạt được những thành tích lớn trong việc bảo đảm an ninh lương thực quốc gia, nhiều sản phẩm có lượng xuất khẩu khá, chiếm vị thế

cao trên thị trường quốc tế, song thực sự nếu muốn tiến lên sản xuất hàng hóa lớn, thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong nông nghiệp rất cần những chính sách “đột phá”

Thực tiễn ấy đòi hỏi báo chí phải đưa ra những đề xuất, kiến nghị, lý giải, mổ xẻ phân tích xác đáng và cả những phản biện chính sách sắc bén. Theo ông Nguyễn Trí Ngọc, Tổng Thư ký Tổng Hội Nông dân Việt Nam, trong giai đoạn mới, thay đổi tư duy làm chính sách là điều quan trọng. Về vấn đề này, báo chí nói chung cần góp “tiếng nói” quyết liệt hơn trong phản ánh tâm tư nguyện vọng, đòi hỏi chính đáng của người nông dân để cơ quan quản lý Nhà nước hoạch định chính sách sát thực tế, đi vào cuộc sống.

Để làm được điều đó, theo nhiều chuyên gia, nhà báo phải biết “gạn đục khơi trong” chọn vấn đề nào có tính tiêu biểu, đúng bản chất vụ việc để phản ánh, nhằm đảm bảo được tính định hướng tích cực đối với dư luận, chứ không phải gặp việc gì, vấn đề gì là phản ánh theo kiểu sao chụp, hoặc thổi phồng, bóp méo sự thật.

Mặt khác, để tác phẩm có sức hấp dẫn đối với bạn đọc, cần có sự thể hiện tinh tế, hài hòa, hợp lý giữa tính khoa học và các thể loại báo chí. Thực tế, nhiều nhà báo đã thành công trong thể hiện đề tài nông nghiệp, được bạn đọc đánh giá cao.

Báo chí luôn song hành với người nông dân, bởi lẽ mảng đề tài nông nghiệp, nông dân và nông thôn luôn chứa đựng trong mình nhiều thông điệp mới mẻ của đời sống, yêu cầu cấp thiết của thời đại. Vì thế, nó sẽ là đề tài không bao giờ cũ. Chỉ có điều, sức khái quát và tác động đến đâu lại phụ thuộc vào cái nhìn, ngòi bút tâm huyết ở mỗi người làm báo ■

# “Lá chắn” nào để nhà báo tác nghiệp an toàn?

## THUY DUNG

Theo báo cáo điều tra của Trung tâm Nghiên cứu Truyền thông phát triển (RED Communication), 96% số phóng viên tham gia trả lời khảo sát cho biết đã từng bị cản trở trong quá trình tác nghiệp. Từ năm 2011 - 2015, mỗi năm có khoảng 40 vụ cản trở phóng viên tác nghiệp, trong đó 30% số vụ hoàn toàn do lỗi của phóng viên, nhà báo do tác nghiệp không đúng quy trình và chuẩn mực. Chính vì thế, một trong những kiến nghị được đưa ra là nhà báo trong quá trình tác nghiệp, cần phải được trang bị kiến thức và kỹ năng cơ bản có thể bảo đảm tác nghiệp an toàn.

### Nhà báo đang bị động

Khảo sát thực hiện tháng 5/2016 của RED Communication về trải nghiệm bị cản trở tác nghiệp của phóng viên cho thấy, môi trường tác nghiệp đang ngày càng trở nên phức tạp hơn, với mức độ gia tăng rủi ro cao hơn. Với 96% số phóng viên trả lời từng bị cản trở tác nghiệp cao hơn nhiều so với mức

88% trong khảo sát năm 2011, trong đó 35% từng bị cản trở nhiều hơn 5 lần.

Đáng chú ý là, trong nhiều vụ tấn công, có một phần không nhỏ các vụ việc có nguyên nhân từ tác nghiệp không đúng quy trình và chuẩn mực của phóng viên. Nhà báo Phan Hữu Minh,

Ủy viên Ban Thường vụ, Trưởng Ban Kiểm tra Hội Nhà báo Việt Nam cho rằng, văn hoá, chuẩn mực và mức độ tuân thủ quy trình tác nghiệp, đạo đức nghề nghiệp báo chí đã thay đổi theo chiều hướng tiêu cực. Uy tín và vị thế xã hội của người làm báo trong cảm nhận và đánh giá của công chúng, đặc biệt là doanh nghiệp, sụt giảm đáng kể. Điều này đã làm gia tăng đáng kể rủi ro bị cản trở và tấn công của người làm báo. Về khách quan có thể thấy, sự tương tác của một loạt yếu tố gồm sự gia tăng nhanh chóng số lượng các cơ quan hoạt động báo chí và ấn phẩm báo chí; áp lực cạnh tranh thông tin; áp lực nguồn thu và môi trường cạnh tranh trong kinh doanh thiếu lành mạnh và minh bạch; đã tạo hệ quả theo chiều hướng xấu lên tác nghiệp báo chí.

Một số tờ báo đang khai thác lợi thế thông tin vụ án rất “lá cải”; một số nhà báo đang hành nghề với sức mạnh của các cơ quan chủ quản. Tình trạng lạm dụng quyền lực và sử dụng “thông tin án” của các cơ quan chủ quản để quấy rối doanh nghiệp và các cơ quan địa phương đang tạo ra những ức chế và trở thành nguyên nhân của một số vụ bạo hành nhà báo.

### Cần trang bị kiến thức pháp lý, kỹ năng tác nghiệp

Thiếu hụt kiến thức pháp lý; Không có luật sư tư vấn cho nhà báo trong các vụ việc làm điều tra phức tạp; mơ hồ giữa vai trò điều tra của cơ quan tố tụng/điều tra với vai trò tìm kiếm sự thật... đang là “rào cản” trong hoạt động tác nghiệp của nhà báo.

Mỗi khi có rủi ro xảy ra, nguồn hỗ trợ hiệu quả cao nhất đối với các nhà báo, phóng viên chính là nhóm bạn bè, đồng nghiệp, tiếp đến là tòa soạn. Còn sự tư vấn, hỗ trợ từ Hội Nhà báo, tổ chức phi chính phủ còn hạn chế. Các Sở Thông tin & Truyền thông, chính quyền địa phương, công an cũng có thể hỗ trợ phóng viên khi có hiện tượng xâm phạm nghiêm trọng như xúc phạm, hành hung.



“Vừa rồi có sự thay đổi tích cực là ra đời Nghị định 159 của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực báo chí, xuất bản, trong đó quy định việc cản trở, hành hung phóng viên được xử lý theo hướng có tình tiết tăng nặng chứ không chỉ xử lý hành chính thông thường như trước. Tuy nhiên, số lượng vụ việc áp dụng theo Nghị định 159 trong thực tế vẫn chưa nhiều, vẫn còn khoảng cách giữa chính sách pháp lý với thực thi”, ông Nguyễn Quang Đồng, chuyên gia truyền thông chia sẻ.

Theo nhà báo Phan Hữu Minh, cần phân định rõ chuyện nhà báo bị cản trở tác nghiệp và những người tập làm nghề bị cản trở tác nghiệp. Vì nhiều khi những bạn mới vào nghề, tập làm nghề chưa được trang bị cách hành xử và đã tự mình tạo nên những mâu thuẫn không cần thiết và không bảo vệ được mình.

Nhiều chuyên gia, nhà báo cho rằng, hiện nay, phóng viên đặc biệt là những phóng viên trẻ đang thiếu hụt các kỹ năng và kiến thức nền tảng để có thể đảm bảo tác nghiệp an toàn. Chất lượng các chương trình đào tạo phóng viên từ các trường báo chí chính quy chưa hoàn toàn đáp ứng được yêu cầu về chuyên môn nghề nghiệp đối với những người hành nghề báo chí. Sự thiếu hụt nghiêm trọng kỹ năng làm báo của những người mới tốt nghiệp; cộng thêm việc các toà soạn, đặc biệt là toà soạn ở các báo quy mô nhỏ và vừa không có đủ nguồn lực, không đủ quan tâm cần thiết cho việc đào tạo phóng viên, có chăng cũng chỉ dừng lại ở việc cung cấp bộ quy trình tác nghiệp mà không có hướng dẫn hay giới thiệu cụ thể về các quy tắc này; để lại hệ quả là phóng viên trẻ không có đủ kỹ năng, năng lực cần thiết để tác nghiệp. Kết quả là phóng viên rơi vào “bẫy kép” - tác nghiệp dưới chuẩn và gia tăng nguy cơ bị cản trở, bị tấn công.

Có thể nói, để đảm bảo một môi trường tác nghiệp an toàn, trước hết bản thân các nhà báo, phóng viên cần tác nghiệp đúng chuẩn mực, quy trình cũng như đạo đức nghề nghiệp báo chí; thứ nữa các dịch vụ đào tạo người làm báo cũng cần có sự thay đổi căn bản trong tiếp cận, chú trọng các kiến thức và kỹ năng tác nghiệp ứng dụng trong thực tiễn. Đối với những vụ việc phức tạp cần có tư vấn pháp lý từ chuyên gia nhằm tránh rủi ro pháp lý cho phóng viên ■

## Lời cảm ơn của Hội Nhà báo Việt Nam

*Hội Nhà báo Việt Nam xin gửi tới quý cơ quan, đơn vị lời chào trân trọng!*

*Ngày 04/9/2015, nhà báo Nguyễn Ngọc Quang - Phó trưởng phòng Thời sự, Đài PT-TH tỉnh Thái Nguyên, Hội viên Hội Nhà báo Việt Nam đã bị một nhóm côn đồ chặn xe ô tô hành hung, gây thương tích làm tổn hại sức khỏe, tinh thần rồi bỏ trốn. Nguyên nhân được xác định do thời điểm đó nhà báo Nguyễn Ngọc Quang đã phát hiện, làm phóng sự phản ánh tình trạng khai thác khoáng sản trái phép trên địa bàn huyện Võ Nhai phát trên TNTV và VTV. Hành động trên đã gây phản ứng mạnh mẽ trong công chúng báo chí và xã hội, đòi hỏi sự việc cần phải làm sáng tỏ, nghiêm trị trước pháp luật những kẻ côn đồ.*

*Ngay sau khi sự việc xảy ra, chúng tôi được biết, Tỉnh ủy, UBND tỉnh Thái Nguyên đã có những hoạt động thăm hỏi, động viên người bị hại và ra lệnh điều tra, truy bắt tội phạm để nghiêm trị trước pháp luật. Nhờ sự chỉ đạo kịp thời, khẩn trương của các đồng chí, quyết tâm của các cơ quan chức năng tỉnh, thành phố Thái Nguyên, chủ mưu và đồng bọn đã bị sa lưới pháp luật.*

*Ngày 30/6/2016, Tòa án Nhân dân thành phố Thái Nguyên đã đưa vụ án ra xét xử. Bản án đã tuyên thể hiện sự nghiêm minh của pháp luật, nhanh chóng nhận được sự đồng tình của quần chúng nhân dân, cũng như báo giới cả nước. Qua đó đã góp phần củng cố niềm tin của nhân dân đối với pháp luật, ổn định tư tưởng hội viên, khuyến khích nhà báo tiếp tục phát huy nghề nghiệp góp phần vào sự nghiệp xây dựng đất nước.*

*Thay mặt Ban Thường vụ Hội Nhà báo Việt Nam và hơn 23.000 hội viên của Hội đang hoạt động báo chí trên mọi miền của Tổ quốc, xin gửi tới các đồng chí lãnh đạo Tỉnh ủy, HĐND, UBND tỉnh Thái Nguyên, TP. Thái Nguyên; cán bộ, chiến sĩ các cơ quan bảo vệ pháp luật lời cảm ơn chân thành và sâu sắc. Chúc các đồng chí sức khỏe, hạnh phúc, tiếp tục phấn đấu hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình.*

*Đội ngũ những người làm báo Việt Nam sẽ tiếp tục phấn đấu, nâng cao bản lĩnh chính trị, trình độ chuyên môn nghiệp vụ để thực hiện tốt nhất nhiệm vụ được giao, tiếp tục nâng cao trách nhiệm xã hội, nghĩa vụ công dân và đạo đức nghề nghiệp, xứng đáng là chiến sĩ xung kích trên mặt trận tư tưởng - văn hóa của Đảng.*

*Xin trân trọng cảm ơn!*

T/M HỘI NHÀ BÁO VIỆT NAM  
PHÓ CHỦ TỊCH THƯỜNG TRỰC  
HỒ QUANG LỢI

# Khi chính quyền, Hội Nhà báo vào cuộc

HỮU MINH

**N**gày 30/6/2016, báo chí đồng loạt đưa tin, vụ côn đồ hành hung nhà báo ở Thái Nguyên tháng 9/2015 đã được tòa án đưa ra xét xử. Kẻ chủ mưu và đồng phạm đều lĩnh án tù. Có những đồng nghiệp ở xa gọi điện chia sẻ cảm xúc của người làm báo, đã hỏi tôi: Yếu tố nào giúp cho vụ án được phá? Yếu tố nào giúp cho vụ án được xét xử công bằng, minh bạch? Tôi cho rằng ý chí quyết tâm và tinh thần trách nhiệm của chính quyền, Hội Nhà báo và ngành chức năng sở tại là yếu tố tiên quyết...

Ai cũng biết, Thái Nguyên là mảnh đất sôi động, dân cư nhiều nơi đổ về, từ học sinh, sinh viên cho tới thợ thuyền. Tài nguyên khoáng sản ở Thái Nguyên lại cực kỳ phong phú, đa dạng. Đây cũng là mảnh đất có nhiều đề tài báo chí "hot"... Đứng trên địa bàn tỉnh, ngoài báo Đảng và Đài PT-TH Thái Nguyên có tờ Văn nghệ Thái Nguyên của Hội VHNT tỉnh, có Cổng thông tin điện tử tỉnh hoạt động cung cấp thông tin cho báo chí.

Cũng bởi mảnh đất sôi động nên các cơ quan báo chí Trung ương, các bộ, ngành đặt văn phòng đại diện hoặc phóng viên thường trú hoạt động mạnh mẽ. Đe dọa, gây khó dễ cho hoạt động của báo chí khi bước vào lĩnh vực chống tiêu cực xảy ra không hiếm, lại thường là các hoạt động bất chính có nguy cơ bị phơi bày trước công luận.

Trong mấy tuần, Đài PT-TH Thái Nguyên phát các phóng sự chống tiêu cực. Khi thì một vệt điều tra về lâm tặc phá rừng, lúc thì quặng tặc hoành hành ở một điểm mỏ nào đó... Nhà báo Nguyễn Ngọc Quang, Phó trưởng phòng Thời sự, Đài PT-TH Thái Nguyên là một mũi nhọn trong hoạt động tác nghiệp, nhiều hiểm nguy này. Loạt phóng sự về cát tặc, lâm tặc, vàng tặc đặc biệt là việc phá rừng đặc dụng để đào đãi vàng ở xã Thần Sa, huyện Võ Nhai là một điểm nhức nhối... Những phóng sự về vàng tặc tại Thần Sa là hồi chuông báo động dồn dập,

kêu gọi các ngành chức năng phải vào cuộc.

Để trả thù nhà báo Ngọc Quang và dẫn dắt cánh báo chí, Phạm Anh Huy (sinh năm 1991), Dương Nghĩa Hậu và Chu Văn Thế (cùng sinh năm 1993) đã lập kế hoạch, chuẩn bị hung khí, chặn xe, đập vỡ cửa kính bên lái, truy sát nhà báo Ngọc Quang khi trên đường đi làm.

Ngay khi vụ truy sát hội viên HNB tỉnh Thái Nguyên xảy ra, Hội Nhà báo tỉnh đã gấp gáp, thông tin tới các cơ quan chức năng của tỉnh yêu cầu được giúp đỡ, vào cuộc mạnh mẽ. Chủ tịch Hội Nhà báo tỉnh báo cáo Chủ tịch UBND tỉnh và nhận được cam kết, cũng là nguồn động viên: Bằng mọi nỗ lực truy bắt tội phạm, nghiêm trị trước pháp luật.

Trước sức nóng của vụ việc, Giám đốc Công an tỉnh đến Trưởng công an TP. Thái Nguyên đều chỉ đạo lực lượng tích cực vào cuộc. Lưới trời lồng lộng nhưng khó thoát, bằng nghiệp vụ và sự mưu trí của lực lượng công an, cả 3 kẻ cố tình thực hiện ý đồ truy sát đều sa lưới và bị pháp luật nghiêm trị.

9 tháng sau vụ việc, việc TAND TP. Thái Nguyên đưa vụ án ra xét xử với những bản án đúng người, đúng tội đã nhận được sự đồng tình của công chúng báo chí và nhân dân cả nước. Vụ án trở thành tâm điểm, là bài học trong đấu tranh bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của nhà báo. Những người làm báo Thái Nguyên nói riêng, báo giới cả nước nói chung, cảm kích trước tinh thần trách nhiệm của các cơ quan chức năng tỉnh Thái Nguyên.

**Q**ua vụ việc đã chứng tỏ, hoạt động báo chí luôn nhận được sự ủng hộ và chia sẻ của chính quyền và nhân dân. Trong trường hợp bị bạo hành, cản trở thì Hội Nhà báo địa phương phải xác định trách nhiệm bảo vệ hội viên nhà báo, có những hoạt động tích cực, tác động chính quyền, ngành chức năng để vào cuộc một cách đồng bộ ■

## Đoàn Hội Nhà báo toàn Trung Quốc thăm Việt Nam



Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam Hồ Quang Lợi tiếp đoàn đại biểu Hội Nhà báo toàn Trung Quốc  
\_Ảnh: Cường Phạm

Ngày 23/6, tại Hà Nội, đoàn công tác của Hội Nhà báo toàn Trung Quốc đã đến thăm và làm việc với Hội Nhà báo Việt Nam.

Tiếp đoàn về phía Hội Nhà báo Việt Nam có các đồng chí: Hồ Quang Lợi, Phó Chủ tịch Thường trực Hội; Phan Hữu Minh, Ủy viên Ban Thường vụ, Trưởng Ban Kiểm tra; PGS, TS Nguyễn Thành Lợi, Tổng Biên tập Tạp chí Người Làm Báo và lãnh đạo một số ban chuyên môn của Cơ quan Trung ương Hội Nhà báo

Việt Nam. Đoàn đại biểu Hội Nhà báo toàn Trung Quốc do ông Phan Cương, Thư ký Thường trực Hội Nhà báo toàn Trung Quốc dẫn đầu.

Tại buổi làm việc, Phó Chủ tịch Thường trực Hồ Quang Lợi hoan nghênh đoàn công tác của Hội Nhà báo toàn Trung Quốc sang thăm, làm việc và dịp giới báo chí Việt Nam vừa tổ chức trọng thể kỉ niệm 91 năm Ngày Báo chí cách mạng Việt Nam. Đồng chí đã giới thiệu khái quát với các đồng nghiệp Trung Quốc về

truyền thống về vang của báo chí cách mạng Việt Nam, cơ cấu tổ chức và tình hình hoạt động của Hội cũng như của các cấp Hội trên cả nước.

Phát biểu tại buổi tiếp, ông Phan Cương, Thư ký Thường trực Hội Nhà báo toàn Trung Quốc cảm ơn sự đón tiếp chân thành, cởi mở của lãnh đạo Hội Nhà báo Việt Nam, và cho rằng chuyến thăm lần này mở ra cơ hội mới để báo chí hai nước cùng tìm hiểu, hợp tác, trao đổi nghiệp vụ và làm sâu sắc hơn mối quan hệ truyền thông tốt đẹp giữa báo giới hai nước. Ông Phan Cương cho biết sau chuyến thăm này, Hội Nhà báo toàn Trung Quốc sẽ triển khai các nội dung như đã trao đổi, nhằm tăng cường quan hệ giữa giới báo chí Việt Nam-Trung Quốc nói riêng và nhân dân hai nước nói chung.

Trong thời gian ở Việt Nam từ ngày 22 đến 27/6, đoàn đại biểu Hội Nhà báo toàn Trung Quốc đã đến thăm và làm việc với Báo Hà Nội Mới, Đài Tiếng nói Nhân dân TP. Hồ Chí Minh, Đài PT-TH, Báo Bà Rịa - Vũng Tàu và thăm quan một số cơ sở kinh tế - xã hội ở nước ta ■

**NGỌC THÀNH, CƯỜNG PHẠM**

### HỘI NHÀ BÁO CẦN THƠ:

## Đẩy mạnh hoạt động đào tạo bồi dưỡng kỹ năng nghiệp vụ báo chí

Ngoài việc đẩy mạnh hoạt động chuyên môn, thời gian qua, Hội Nhà báo Cần Thơ còn chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng nghiệp vụ báo chí cho các hội viên, nhà báo. Thường trực Hội Nhà báo TP. Cần Thơ cùng với Phó Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam đã có buổi làm việc với Ban Chỉ đạo

Tây Nam Bộ về việc mở lớp tập huấn nghiệp vụ báo chí và lớp cao học báo chí cho các tỉnh khu vực Đồng bằng sông Cửu Long; có văn bản theo đề nghị của Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ và Hội Nhà báo Việt Nam để Ban Chỉ đạo xin chủ trương của Chính phủ thành lập Trung tâm bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí khu

vực Đồng bằng sông Cửu Long tại Cần Thơ. Hội Nhà báo TP. Cần Thơ đã tổ chức lấy ý kiến của các Hội Nhà báo ở ĐBSCL về việc mở lớp theo tinh thần làm việc giữa Hội Nhà báo Việt Nam với Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ; tổ chức các buổi giao lưu, trao đổi kinh nghiệm với CLB Nhà báo nữ, Hội Nhà báo tỉnh Bắc Giang; tổ chức các chuyến đi thực tế sáng tạo tác phẩm báo chí ngoài địa bàn TP. Cần Thơ cho hội viên và các nhà báo ■

**P.V**



## Trao Giải báo chí Tiền Giang lần thứ VIII và Giải Bông lúa vàng lần thứ 21

Kỷ niệm 91 năm Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam, Hội Nhà báo tỉnh Tiền Giang đã tổng kết và trao giải thưởng Giải Báo chí Tiền Giang - Nguyễn Văn Nguyễn lần thứ VIII và Giải Bông lúa vàng lần thứ 21 (2015 - 2016).

Các tác phẩm dự giải chung khảo đã bám sát nhiệm vụ chính trị của địa phương; phản ánh kịp thời và đa dạng tình hình mọi mặt của đời sống xã hội toàn tỉnh; phản ánh đậm nét việc thực hiện “Học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh”. Nhiều tác phẩm đi sâu giới thiệu những nhân tố mới, gương người tốt, việc tốt; điển hình kinh tế, đầu tư phát triển, xóa đói giảm nghèo ở vùng sâu vùng xa; đấu tranh chống tham nhũng, tiêu cực và đấu tranh với các thế lực thù địch. Những tác phẩm đoạt giải là những tác phẩm có đầu tư chiều sâu, có tính phát hiện, phản ánh đúng tình hình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh quốc phòng tại địa phương, có tính định hướng dư luận xã hội rất cao, góp phần vào công cuộc xây dựng và bảo vệ đất nước ■

**AN KHUÊ**

## Liên đoàn các nhà báo ASEAN tăng cường hợp tác

Ngày 8/7, tại thủ đô Vientiane, Lào đã diễn ra cuộc họp Nhóm hành động Liên đoàn các nhà báo ASEAN (CAJ) với sự tham dự của các đại biểu đến từ 6 quốc gia thành viên.

Nhà báo Hồ Quang Lợi, Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam, Tổng Thư ký CAJ tham dự cuộc họp.

Đây là hoạt động đầu tiên của CAJ kể từ sau Đại hội đồng lần thứ 18 và Lễ kỷ niệm 40 năm ngày thành lập CAJ do Hội Nhà báo Việt Nam đăng cai tổ chức tại Hà Nội tháng 11/2015.

Với cương vị là Chủ tịch CAJ nhiệm kỳ 2015-2017, Hội Nhà báo Việt Nam đề xuất đăng cai tổ chức khóa bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí về “Ảnh hưởng của biến đổi khí hậu tại Việt Nam” dự kiến trong tháng 9/2016; tổ chức chuyên thăm viết bài về chủ đề “Việt Nam sau 30 năm đổi mới: những thành tựu kinh tế, giáo dục, xóa đói giảm nghèo, thu hút đầu tư...” cho các nhà báo thành viên của Liên đoàn tại Hà Nội và Đà Nẵng vào đầu tháng 11/2016.

Đây sẽ là cơ hội để các nhà báo ASEAN gặp gỡ và chia sẻ kinh nghiệm, từ đó góp phần tăng cường hiểu biết về đất nước và con người các quốc gia trong Cộng đồng ASEAN thông qua các kênh thông tin chính thống.

**PV**

### HỘI NHÀ BÁO THỪA THIÊN HUẾ:

## Nhìn lại để bước tiếp

Từ năm 2008, được sự chỉ đạo của Chủ tịch UBND tỉnh Thừa Thiên Huế, Giải báo chí Hội Nhà báo tỉnh được nâng lên thành Giải báo chí của tỉnh Thừa Thiên Huế và theo thể lệ tất cả những tác giả có tác phẩm chất lượng đều được gửi tham dự. Giải Báo chí tỉnh Thừa Thiên Huế lần thứ 9/2016 có 20 tác phẩm đoạt giải ở các hạng mục như báo in, báo điện tử, truyền hình, phim tài liệu... Giải được trao vào dịp Kỷ niệm 91 năm Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam 21/6.

Những tác phẩm gửi tham dự Giải này đã gắn với nhiều đề tài “nóng” ở cơ sở được phản biện, phản ánh tích cực, cho thấy các nhà báo đã lăn lộn bám sát hơi thở thực tiễn, gắn với đời sống xã hội. Giải báo chí tỉnh Thừa Thiên Huế được chú trọng từ khâu tổ chức, cách thức trao giải có ý nghĩa. Những tác phẩm đoạt giải tại Giải Báo chí này được tuyên truyền không chỉ trên báo in, báo điện tử và đài phát thanh địa phương nhằm tôn vinh, biểu dương những “chiến sĩ xung kích trên mặt trận tư tưởng của Đảng” có nhiều đóng góp vào việc giữ gìn ổn định chính trị, phát triển

kinh tế xã hội ở nhiều địa phương mà nhiều cơ quan báo chí còn lầy đó là một trong những tiêu chí bình xét thi đua hàng năm.

Đặc biệt, sau mỗi mùa giải, Hội Nhà báo tỉnh còn tổ chức đợt sinh hoạt chuyên đề, trao đổi về những tác phẩm đoạt giải, chú ý tới những tác phẩm “nói được nhiều điều từ cuộc sống” nhưng chưa đạt giải cao, “mỏ xẻ” nhiều tác phẩm đạt chất lượng nhưng tại sao không được gửi tham dự Giải Báo chí quốc gia? Đây chính là diễn đàn trao đổi nghiệp vụ sôi nổi của các Chi Hội Nhà báo ■

**DƯƠNG HOÀNG**



Tiết mục dự thi vòng Bán kết Khu vực phía Nam Liên hoan toàn quốc Tiếng hát Người làm báo lần thứ IV - 2014 \_Ảnh: TL

## LIÊN HOAN TOÀN QUỐC TIẾNG HÁT NGƯỜI LÀM BÁO LẦN THỨ V - 2016

**H**ội Nhà báo Việt Nam tổ chức Chung kết Liên hoan toàn quốc Tiếng hát Người làm báo Việt Nam lần thứ V - 2016 vào ngày 24/8/2016 tại TP. Hồ Chí Minh.

Các tiết mục tham dự Liên hoan tập trung vào chủ đề ca ngợi Đảng, Bác Hồ, ca ngợi tình yêu con người, tình yêu quê hương, đất nước, truyền thống hào hùng của dân tộc ta nói chung và của báo chí Cách mạng Việt Nam nói riêng và các tiết mục hưởng ứng cuộc vận động “Học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh”.

**Đối tượng tham gia Liên hoan:** Toàn thể các hội viên, nhà báo và công nhân viên công tác tại các cơ quan báo chí.

**Thể loại:** Ba dòng nhạc: Âm hưởng dân ca, nhạc nhẹ và nhạc mang tính chất thánh phòng cùng tham gia chung, không tách riêng từng dòng nhạc.

**Hình thức dự thi gồm:** Đơn ca, song ca, tam ca và khuyến khích các tiết mục đầu tư dàn dựng hát bè và múa minh họa.

**Cơ cấu giải thưởng liên hoan gồm:** 1 giải Nhất, 2 giải Nhì, 3 giải Ba và 7 giải phụ.

- Thời gian đăng ký và nhận hồ sơ:

Từ ngày 12/6 đến ngày 20/7/2016

- Hồ sơ đăng ký gồm:

Phiếu đăng ký tham dự liên hoan (đính kèm theo mẫu trên website), 2 ảnh chân dung 4x6, đĩa ghi âm, ghi hình(CD hoặc VCD) các tiết mục đăng ký tham dự Liên hoan.

- Địa điểm:

+ Hội Nhà báo TP. Hồ Chí Minh, số 14 Alexandre de Rhodes, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh.

+ Nhà Văn hoá Hội Nhà báo Việt Nam, Tầng 7, Toà nhà Hội Nhà báo Việt Nam, Lô E2, Khu đô thị mới Cầu Giấy, Dương Đình Nghệ, Phường Yên Hoà, Quận Cầu Giấy, Hà Nội.

- Mọi thông tin chi tiết liên hệ Thường trực Ban Tổ chức:

+ Nhà báo Lâm Anh Hải -

ĐT: 0909.851.963

Email: haihoinhabaohcm@gmail.com

+ Đạo diễn Lê Thụy - ĐT: 0972.797.797

Email: lethuydirector@gmail.com

+ Nhà báo Nguyễn Mạnh Tuấn -

ĐT: 0983.157.242

+ Bà Đỗ Tuyết Thanh - ĐT: 0986.613.817

Email: nhavanhoahnbvn@gmail.com

Truy cập: www.tienghatnguoiambao.com

hoặc lambao.com.vn / nguoiambao.vn

**BAN TỔ CHỨC**



# VIETTEL & NHỮNG CHƯƠNG TRÌNH VÌ CỘNG ĐỒNG

VIETTEL HỖ TRỢ

## 35,8

ty đồng

dùng để phẫu thuật cho trẻ em nghèo bị tim bẩm sinh

### TRÁI TIM CHO EM

operation healthyheart

## 22.000

Trẻ được khám sàng lọc miễn phí tại

## 18

tỉnh vùng sâu vùng xa trên toàn quốc



## 2.700

Trẻ em nghèo được hỗ trợ kinh phí phẫu thuật tim

Đến năm 2015

HIỆU QUẢ

VIETTEL HỖ TRỢ



#Viettel hỗ trợ

## 24.000

con bò tương đương

## 360

ty đồng

### Hỗ trợ các gia đình nghèo tại 11 tỉnh biên giới

(Quảng Ninh, Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang, Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên, Sơn La, Yên Bái, Thanh Hóa và Nghệ An)



### BÒ GIỐNG GIÚP NGƯỜI NGHÈO BIÊN GIỚI

Thời gian triển khai

## 50

 năm

xuống còn

## 18

 tháng

để trao cho mỗi hộ nghèo 1 con bò giống

## 4.200

 con bò

được hình thành sau 2 tháng triển khai chương trình

HIỆU QUẢ

VIETTEL HỖ TRỢ



### CHƯƠNG TRÌNH KẾT NỐI MẠNG GIÁO DỤC



## 46.000

Cơ sở giáo dục và trường học được sử dụng

miễn phí vĩnh viễn Internet băng siêu rộng của VIETTEL

Đưa Việt Nam vào



## TOP 20

Quốc gia có số người dùng Internet lớn nhất thế giới



## 25

 triệu

giáo viên, học sinh, sinh viên cả nước được tiếp cận với Internet

Đưa tổng số người dùng Internet ở Việt Nam lên

## 34

 triệu

HIỆU QUẢ

VIETTEL HỖ TRỢ

Giai đoạn 2009-2015

## 5.946

hộ nghèo được làm nhà mới

## 30A

### HỖ TRỢ CÁC HUYỆN NGHÈO

## 87

 tỷ đồng

### Hỗ trợ "Cần câu cơm xóa nghèo" cho 3 huyện

Bá Thước, Mường Lát - Thanh Hóa  
Đakrông - Quảng Trị

## 50%

Đầu tư trực tiếp



## 30%

Giống cây trồng, vật nuôi

## 20%

Hạ tầng, hạ tầng viễn thông, CNTT

### Tỷ lệ đầu tư

HIỆU QUẢ



Hãy nói theo cách của bạn

# “Ngọn bút” sắc trong đấu tranh xây dựng Đảng

TS PHẠM THỊ XUÂN CHÂU

Dù ở cương vị nào, nhà báo Hữu Thọ cũng là người đương thời cùng mỗi bước thăng trầm của đất nước. Chính trái tim đầy nhiệt thành và con mắt, tầm nhìn sắc sảo đã làm cho mỗi tác phẩm của ông khi ra đời đều nhận được sự quan tâm đặc biệt của đông đảo bạn đọc và công chúng.



Cố Nhà báo Hữu Thọ\_Ảnh: TL

## Suốt đời phấn đấu thực hiện lý tưởng cao đẹp của Đảng

Mở đầu chuyên mục *Bàn góp sự đời* trên báo Nhân Dân, với bút danh Nhân Nghĩa, ông đã viết như một lời tuyên ngôn:

*“Đất nước đang đổi mới với những biến đổi nhanh chóng trong đời sống vật chất và tinh thần. Nhiều điều mới mẻ đang diễn ra, có lúc sáng sủa thẳng băng, có khi đen tối ngoắt ngoéo. Cũng muốn góp một vài lời bàn những gì đang diễn ra trong cuộc đời, cùng nhau vươn tới Chân, Thiện, Mỹ, đấu tranh với cái Giả, cái Ác, cái Xấu, cho cuộc sống ngày một tốt đẹp hơn”.*

Đó là Tuyên ngôn của ông, mở đường cho gần 1.000 tiểu phẩm viết trong thời kỳ đổi mới, góp một phần quan trọng cho những bước đi nhanh hơn, nhằm mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh.

Có thể nói Hữu Thọ là một nhà báo đã gần nửa thế kỷ đứng ở hàng đầu của trận tuyến đấu tranh xây dựng Đảng trong sạch, vững mạnh, xây dựng phẩm chất cho người đảng

viên trung với nước, hiếu với dân, suốt đời phấn đấu để thực hiện lý tưởng cao đẹp của Đảng. Là một nhà báo kỳ cựu, tác giả Hữu Thọ cảm nhận rất rõ giá trị của báo chí chân chính, đó là báo chí phản ánh được vấn đề của người dân. Cao hơn thế, là không chỉ phản ánh, kể chuyện đơn thuần mà ở mỗi hiện tượng, ông phân tích ra nguyên nhân và phát hiện ra cách khắc phục, khả năng khắc phục.

Trong gần 1.000 tiểu phẩm của Hữu Thọ, có những bài chỉ viết gọn trên vài trang giấy, nhưng đã được tập hợp thành sách. Tiếp theo các cuốn *Người hay cái* (NXB Sự thật, 1991), *Sông đỏ sông đen* (NXB Thanh niên, 1995), *99 chuyện đời* (NXB Văn học, 1995), *Cửa chùa* (NXB Văn học, 1999) *Chạy* là cuốn sách thứ năm được NXB Chính trị Quốc gia in năm 2015 giới thiệu một mảng đặc sắc trong sự nghiệp Báo chí của nhà báo Hữu Thọ, là sự cống hiến có bản sắc của tác giả tiêu biểu cho thời kỳ đổi mới ở nước ta.

Ông đã nhìn nhận hiện tượng xã

hội qua đôi mắt sắc sảo, với lập trường kiên định, không chỉ phanh phui những thực trạng, mà còn đi sâu vào các nguyên nhân, đề xuất những giải pháp khắc phục.

Truy đến căn nguyên là phong cách của Hữu Thọ. Lo cho dân, tin ở dân cũng là một đặc điểm của tư duy Hữu Thọ. Ông đề cao sự cần thiết phải có sự giám sát của nhân dân. Những lời tâm huyết, cương nghị như trên cho đến ngày nay thật sự vẫn còn nguyên giá trị định hướng cho công tác xây dựng Đảng trong sạch, vững mạnh.

### **Ngòi bút sáng ngời niềm tin thắng lợi**

Ngòi bút đấu tranh của nhà báo dũng cảm không chỉ chĩa vào những cá nhân đảng viên thoái hóa, biến chất mà còn liên hệ đến những cơ chế đã là mảnh đất thuận lợi cho sự nảy nở và phát triển của những phần tử xấu làm hại cho bộ máy chung. Tiêu phẩm *Chạy* của ông là một minh chứng.

Riêng bệnh “chạy”, chạy chức, chạy quyền, chạy chỗ, chạy dự án, chạy tội... và nổi khổ vì phải chạy cấp trên, mà lại chạy qua nhiều người, thì riêng trong tập sách này, Hữu Thọ có tới 3 bài. Ông chỉ ra việc chạy bây giờ thường diễn ra khiến có người không muốn chạy, nhưng cả làng chạy thì mình không thể không chạy theo. Thế là hỏng, là loạn, trước hết là loạn chuẩn! Người mua chức thì phải có chỗ mà mua, triệt là phải triệt cái anh bán này trước - Có lần nhà báo Hữu Thọ đã phát biểu trước Quốc hội như vậy.

Đặc biệt, dưới ngòi bút chính diện, sắc sảo, Hữu Thọ viết về những tiêu cực nhưng vẫn gieo được vào người đọc sáng lên một niềm tin ở thắng lợi của đấu tranh chống tiêu cực, bởi ông tìm ra phương cách để chiến thắng:

*“Tôi cho rằng để ngăn chặn “bệnh chạy” thì phải bịt các “cửa chạy”. Bịt các “cửa chạy” thì trước hết phải bịt bằng cơ chế.*

*Không tạo ra những cơ chế có quyền ban phát kiểu “xin - cho”, không tạo ra cơ chế có thể ban danh, ban lợi cho người này, người khác.*

*Tôi nghe dân nói có câu “trên tiền”, ý muốn*

*nói đến chức vụ. Có chức là có quyền. Có quyền là có khả năng có nhiều tiền, vì quyền lực có khả năng để ra sở hữu...*

*Trước hết, phải quét nhà cho sạch, thì mới có được đội ngũ cán bộ, công chức trong sạch, liêm khiết, công minh”.*

Không chỉ trong những bài báo ngắn thường ngày, mà trong bài tham luận dài đọc tại Đại hội Đại biểu toàn quốc của Đảng lần thứ IX ngày 21/4/2001, ông cũng nói:

*“Mỗi đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam chúng tôi đều phải có bốn phận tự rèn luyện theo Điều lệ Đảng để trở thành người công dân tốt, người đảng viên tốt, đấu tranh chống lại những gì đang làm băng hoại các phẩm chất tốt đẹp truyền thống, để Đảng Cộng sản Việt Nam giữ vững bản chất, luôn xứng đáng với sự tin cậy của nhân dân, đủ sức đảm đương nhiệm vụ dân tộc giao cho..., thực hiện Di chúc của Chủ tịch Hồ Chí Minh về nâng cao đạo đức cách mạng, chống chủ nghĩa cá nhân, chống tư tưởng cơ hội, thực dụng.*

*Những người có biểu hiện cơ hội chủ nghĩa không những không còn đủ tiêu chuẩn đảng viên cả về chính trị và đạo đức cách mạng mà cũng không còn đủ nhân cách làm người”.*

Những bài báo ngắn cũng như những tham luận dài của Hữu Thọ thường có tầm tư duy chiến lược cao. Lại rất dễ hiểu, dễ nhận được sự đồng thuận, đồng tình của mọi người.

Đó là bởi trong suốt cuộc đời ông, từ một nhà báo balô, chân đất đến một Ủy viên Trung ương Đảng, trước sau ông vẫn sống rất gần dân, chỉ ở trong một căn hộ trong một khu nhà tập thể. Rất gần dân và rất trọng dân, ông viết:

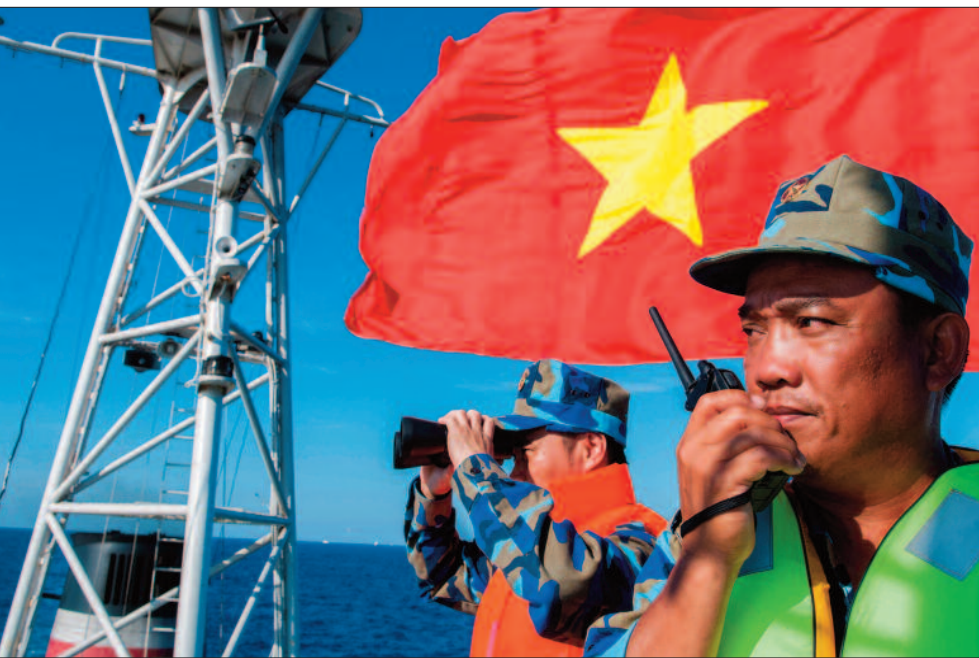
*“Gần dân mà không trọng dân thì làm sao mà hiểu được dân. Người ta nói thì như nước đổ lá khoai, nói trái ý lại còn ngúng nhỉnh! Có trọng dân thì mới có trách nhiệm với dân. Không phải là trách nhiệm theo kiểu bề trên, vì nếu không làm tròn thì dân sẽ bãi miễn. Và trọng dân mới đúng tinh thần Bác Hồ, vì Bác nói “Tất cả quyền hành và lực lượng đều ở nơi dân”.*

Hữu Thọ đã suốt đời say mê với công tác xây dựng Đảng, cho đến ngày ông ra đi, để lại bao dấu ấn cho thế hệ kế cận ■

# Chụp ảnh thật đâu có dễ?

VŨ HUYẾN

Ảnh báo chí phải phản ánh sự thật. Nguyên tắc này được nhắc nhiều ở thời điểm này, khi việc chụp giả, nhân vật giả, tình huống giả, bối cảnh giả đang có chiều hướng gia tăng, đến mức có người chụp trở nên nổi tiếng nhờ tài... làm giả. Ai có thể chấp nhận được khi cô nông dân đang gieo mạ trong ảnh vốn là mấy cô văn công? Ai chấp nhận việc đem người mẫu đóng giả thợ sửa điện? Một nữ sinh viên xinh đẹp từ Hà Nội lên Sơn La thuê trang phục dân tộc bỗng chốc thành cô sơn nữ miệt mài xay lúa, giã gạo?



Tác phẩm phóng sự ảnh: “Sức mạnh chính nghĩa trên Biển Đông” của tác giả Đặng Khoa - Tuấn Anh đạt giải Nhất cuộc thi ảnh báo chí “Đức, tài và vẻ đẹp Việt Nam” do Ban Biên tập Báo Nhân Dân tổ chức ngày 10/3/2015\_Ảnh: TL

Tại Hội thảo “Nâng cao chất lượng ảnh báo chí Việt Nam lần thứ nhất tại Đầm Vạc, Vĩnh Phúc do Hội Nhà báo Việt Nam phối hợp Hội Nghệ sĩ Nhiếp ảnh tổ chức cách đây 8 năm, vấn đề chụp thật, không bố trí dàn dựng được nêu ra. Nhà báo Phùng Triệu - TTXVN nêu một câu hỏi: “Có phải lúc nào khi nhà báo đến cơ sở, nhân vật cũng đang trong tư thế làm việc

đâu? Bố trí dàn dựng là cần thiết chứ?”. Tôi xin kể vài câu chuyện để giải thích vì sao trong ảnh báo chí không chỉ cảnh phải thật, người phải thật, việc phải thật mà ngay khoảnh khắc bấm máy cũng phải thật? Vì sao chụp được thật cũng không dễ dàng gì.

Đó là câu chuyện Hội Nhiếp ảnh cử tôi làm đoàn trưởng đến một đơn vị thuộc Quân chủng Phòng không để chụp ảnh. Buổi trưa lãnh đạo đơn vị mời anh em nhà báo ăn cùng anh em chiến sĩ cho vui. Nhưng trong mâm VIP lại thiếu một thành viên của đoàn. Tìm gọi quanh bếp ăn không thấy, chợt nhớ X vốn là người chuyên săn chụp chân dung nên tôi ra trận địa pháo phòng không ở gần khu chỉ huy. Nghe rất rõ giọng miền Trung của X nói với người lính cao xạ “cháu phải kéo cao cái mũ lên, mắt cháu phải ngược cao và phải tỏ vẻ căm thù mới được. Hãy coi như thấy phía trên cao là máy bay ném bom giặc Mỹ. Nhớ chưa? Lúc này mà có thêm mấy giọt mồ hôi nữa thì hay biết mấy?”. Tôi vội nhắc “anh em và thủ

trưởng đơn vị đang chờ cậu về ăn đây”. Ảnh X chụp theo kiểu diễn như thể ai ngờ vẫn cứ được đăng trên báo ít ngày sau đó. Tôi cứ băn khoăn tự hỏi: “Làm gì có máy bay địch để chú lính tuổi 20 sinh sau năm 1975 này cầm thù nhì? Kỳ lạ thật?”.

Trong những ngày Tết năm Bính Thân 2016, tại Hồ Văn - Quốc Tử Giám - Hà Nội, thấy một ki-ốt cho chữ đông người, tôi sà vào xem. Một ông đồ, áo the, đội khăn xếp đang ngồi ngay như tượng, tay cầm bút viết bất động, mặt như ngừng thở, mắt không chớp. Thì ra ông đang làm động tác theo yêu cầu của nhà nhiếp ảnh ở Hà Nội, người vài năm nay thường được cử đi chụp ảnh tại các cuộc thi ảnh nghệ thuật. Tôi lặng lẽ rời khỏi hiện trường, trong lòng bất chợt thấy buồn!

Vào dịp Trung thu cách đây nhiều năm ở phố Hàng Mã - Hà Nội, nhóm làm phim NHK (Nhật Bản) quay phóng sự ở phố cổ Hà Nội. Cảnh trong kịch bản là người bán hàng xếp đồ chơi ra quầy. Các cháu bé quanh khu phố hiếu kỳ rủ nhau đến xem, chúng thích thú vì sự có mặt của các nhà báo Nhật Bản. Máy quay phim đang quay nhẹ thì bất ngờ có tiếng một nhân viên an ninh: “Các cháu ra xa cho các bác làm việc, đi ra, đi ngay ra nào”. Nghe tiếng quát, các cháu bé tiếc nuối đứng xa ra ngoài, trong khi nhà quay phim đảo nhanh máy về phía các cháu nhỏ. Người phiên dịch tiếng Nhật theo đoàn nói lại với tôi, họ vừa mất đi loạt cảnh quay sinh động. Trẻ con phải là trẻ con, chúng luôn tuyệt vời với những ánh mắt tò mò, hiếu kỳ, những hình ảnh mà không dễ gì có thể sắp đặt được?

Phim “Chiến sự Mậu Thân 1968”



Cách đây vài năm tại đảo Trường Sa lớn khi xuống vựa cập đảo, vài phóng viên ảnh vội bàn nhau khẩn trương nhờ chỉ huy đảo tìm vài anh lính trẻ ăn mặc đẹp để “đi hái rau xanh”. Biết vậy, tôi đã rình chụp từ trên cao kiểu “sáng tác” này. Trước 2 lính trẻ là vườn rau xanh hơn 10 m<sup>2</sup>. Hơn 10 nhà báo chụp ảnh quay phim, anh nọ chen anh kia để tìm bố cục. Có lời khuyên: “Làm, hái nữa đi các cháu để các chú còn chụp”. Và được trả lời “Làm gì còn rau để mà hái hả các chú?”. Mọi người cười, còn tôi thì buồn và hơi xấu hổ.

lấy bối quay cảnh tại TP. Hồ Chí Minh, chủ yếu là khu vực chợ Bến Thành tĩnh lặng. Để có cảnh này, nhà sản xuất yêu cầu một số hộ dân có cháu nhỏ tạm sơ tán một đêm ra khách sạn với tiện nghi đầy đủ. Tiền thuê khách sạn nhà sản xuất chịu, còn thêm cả tiền bồi dưỡng cho những ai đi sơ tán. Phía Việt Nam thắc mắc: “Chúng tôi đã đề nghị bà con cho các cháu đi ngủ sớm để không ồn ào khi đoàn quay phim làm việc rồi”. Và được trả lời: “Nhớ các cháu cứ khóc thì sao? Tiếng khóc hôm nay khác với tiếng khóc cách

đây vài chục năm khi xảy ra đêm nổ súng tán loạn ở Sài Gòn?”. Thì ra, tiếng khóc dù chỉ ở trên màn hình thôi cũng cần phải thật như vốn có.

Tôi bị nhọt hiểm ở dưới mũi nên phải vào Bệnh viện Hữu Nghị Việt Xô. Bệnh viện yêu cầu chỉ ít cũng phải nằm điều trị 10 ngày. Và tôi đã tận dụng ngay thời gian quý hiếm và “tự do” này để làm một tùy bút ảnh - những gì nhìn thấy ở một cơ sở chữa bệnh lớn trước đây vốn là một nhà thương dành cho người Pháp.

Với chiếc máy nhỏ Canon G9, trong trang phục bệnh nhân, tôi đã chụp hàng trăm bức ảnh theo kiểu giấu máy, cảnh bệnh viện sáng, trưa, chiều, tối; cảnh các thầy thuốc, y tá, điều dưỡng viên tận tụy săn sóc người bệnh; cảnh đêm tại khoa cấp cứu, sinh hoạt ngoài giờ của các nhân viên phục vụ theo yêu cầu. Sau vài ngày ở viện, như một bệnh nhân đặc biệt, tôi được phép chụp ở nhiều nơi, được nhiều cán bộ quản lý bệnh viện quý mến. Họ nói thật: “Bác chụp rất nhanh mà chúng em chẳng phải sắp đặt gì, chứ không như những nhà báo, phóng viên ảnh ở các cơ quan báo chí khác đã từng đến đây tác nghiệp. Sau khi làm thủ tục, họ thường đề nghị chúng em nhanh chóng chọn người, chọn cảnh, thậm chí sắp lại cả bàn ghế, dụng cụ làm việc sao cho thuận với ý của họ. Còn bác thấy cần chụp là chụp, không bày vẽ gì chúng em cũng đỡ mệt, mà ảnh của máy ông ấy khi gửi lại, chúng em thấy bức ảnh nào cũng đẹp nhưng mặt ai cũng thần thờ, không có hồn”.

Từ những câu chuyện trên, có thể thấy rằng, để có được những khoảnh khắc thật, một bức ảnh sinh động, có tính thuyết phục cao xem ra cũng chẳng dễ dàng gì! ■

**DAY HỌC TRÊN SÓNG TRUYỀN HÌNH:**

# Tương tác và hiệu quả

**PHAN VĂN TÚ**

Những năm gần đây, trên truyền hình, nhiều chương trình hướng dẫn chăm sóc sức khỏe, tư vấn pháp lý, thậm chí tập Yoga, cắm hoa, mua sắm... đã ra đời. Nội dung khoa giáo của truyền hình Việt ngày càng đi vào xu thế phi đại chúng hóa, tuy nhiên, sự ra đời các nội dung dạy học qua truyền hình đa phần vẫn là nỗ lực tự thân của các đài và chưa được đầu tư đúng mức.

Tuy nhiên, đến nay, chưa có một tổng kết về mặt chuyên môn (từ góc độ truyền hình cũng như góc độ giáo dục) để chia sẻ kinh nghiệm tổ chức như lập kế hoạch, duyệt kế hoạch, biên tập chương trình, thu hình, thu tiếng, công tác hậu kỳ, giờ phát sóng, xây dựng nội dung phát sóng, chọn lựa giáo viên, chọn lựa hình thức thể hiện phù hợp với các nội dung, hình thức giao tiếp với khán giả - học viên, những người tham gia chương trình v.v.

Những chương trình dạy học dù nhắm đến đối tượng cụ thể song thường được sự quan tâm của số đông công chúng. Thí dụ chương trình ôn thi Tú tài trên sóng VTV2 trước đây được nhiều nhà giáo theo dõi rất kỹ. Họ quan sát các đồng nghiệp của mình thể hiện bài giảng như thế nào. Hoặc hàng loạt khán giả đang học tiếng Anh từ các khóa truyền thống cũng rất thích xem các chương trình dạy tiếng Anh trên truyền hình để kiểm tra lại kiến thức của mình. Chính vì thế, những chương trình “làm dâu trăm họ” này cũng không thể tránh khỏi những ý kiến khen chê. Tất nhiên những góp ý từ những chi tiết sơ sót đến kết cấu một bài giảng, từ một lỗi kỹ thuật truyền hình đến yêu cầu đạo diễn hình ảnh v.v.. với đòi hỏi khắt khe không chỉ có ở chương trình dạy học.



Một chương trình hỗ trợ kiến thức trên truyền hình trên kênh VTV7\_Ảnh: TL

**Nỗ lực xây dựng xã hội học tập**

Trừ VTV2, kênh duy nhất ở Việt Nam chuyên về khoa giáo, các kênh truyền hình quảng bá khác cũng xuất hiện hình thức dạy học: ôn thi trung học phổ thông, dạy ngoại ngữ, tin học, đào tạo đại học từ xa... Đó là những nỗ lực góp phần xã hội hóa giáo dục, xây dựng thói quen tiếp cận tri thức từ những phương tiện truyền thông đại chúng, cùng nhau xây dựng xã hội học tập.

**Khai thác thế mạnh của truyền hình**

Và cũng cần thấy rằng, dạy học trên truyền hình có một cái khó cực lớn, đó là “lớp học” được trải ra trên một không gian rộng, người truyền đạt và người học không có cơ hội tương tác nhau. Người học có quyền “nghịch ngợm”, thụ động khi học. Người dạy chẳng cảm nhận





được chuyện học viên mình tiếp nhận ra sao. Nếu không gian “thính phòng” của lớp học truyền thống cho phép học sinh có thể nhìn tổng thể bảng đen trong một bài giải toán lý để liên hệ ngang - dọc, trên - dưới; hoặc nghe đúng giọng cô giáo đọc thơ trong không khí ấm cúng... thì với truyền hình, điều này rất khó. Hiệu quả giảng dạy vì thế đã giảm đi rất nhiều.

Mặt khác, khó khăn của việc xây dựng các chương trình dạy học trên truyền hình lâu nay là nguồn lực đầu tư cho sản xuất còn hạn chế. Bên cạnh đó, có vẻ như người làm chương trình truyền hình và những người lo nội dung truyền đạt chưa tìm được tiếng nói chung. Vì thế, khó mà khai thác thế mạnh của ngôn ngữ truyền hình trong việc giảng dạy. Thí dụ: bảng chữ phụ đề, màu sắc của chữ, biểu đồ, hình ảnh (làm bằng các phần mềm thay cho bảng đen) đều đã được khai thác. Thế nhưng, giảng viên ít am tường đặc trưng tiếp nhận của khán giả truyền hình để phối hợp với “nhà Đài” cho đúng. Ngược lại, có người quá lạm dụng các hình thức “máy chiếu” làm mất đi hiệu quả tiếp nhận. Bàn tay viết bảng, nét chữ của thầy giáo, tiếng động khi thầy giáo chấm, phẩy trên bảng đen... đều tạo hiệu quả trong quá trình tiếp thu bài giảng, chứ không phải lúc nào những bảng chữ vi tính đầy màu sắc cũng tốt hơn. Một bài thơ do nghệ sĩ ngâm trên sóng truyền hình thay cho thầy giáo đọc trong lớp chắc gì có hiệu quả tiếp nhận, cảm xúc cao hơn?

Việc xây dựng kịch bản cho các tiết dạy trên truyền hình lâu nay

nhìn chung chưa tạo ra hiệu quả cao trong quá trình tiếp nhận do lạm dụng các yếu tố kỹ thuật hoặc chưa biết tận dụng khả năng kỹ thuật truyền hình để khai thác.

### **Nhu cầu công chúng là yếu tố quyết định**

Hiện nay, hầu hết các đài truyền hình trong cả nước đang đi vào lộ trình số hóa và tích hợp đa phương tiện, việc kết hợp các hình thức giảng dạy trên sóng truyền hình theo phương thức cũ với hình thức giảng dạy trực tuyến (e-learning) cũng là điều dễ dàng. E-learning tận dụng không gian Internet cho phép người học có thể tương tác (với giảng viên, chuyên gia, học viên...) mọi lúc, mọi nơi, truyền đạt kiến thức kỹ năng theo yêu cầu, thông tin đáp ứng nhanh chóng. Học viên có thể truy cập các nội dung học tập bất kỳ nơi đâu vào bất cứ lúc nào miễn là nơi đó có thiết bị được kết nối Internet. Nội dung học tập - giảng dạy được truyền tải dưới dạng đa phương tiện (hình ảnh, âm thanh, văn bản, đồ họa, tài liệu, phần mềm...), giúp tiết kiệm chi phí (đi lại, tổ chức địa điểm, tận dụng được các chuyên gia từ khắp nơi trên thế giới), tiết kiệm thời gian, tự điều chỉnh tốc độ học theo khả năng và có thể nâng cao kiến thức thông qua những thư viện trực tuyến.

Truyền thông đa phương tiện trên Internet đang thay đổi cách thức tiếp cận thông tin, tri thức của con người. Vì thế, các kênh truyền hình cần thay đổi cách tổ chức sản xuất những chương trình dạy học không chỉ mạnh tính chất nghe nhìn mà cần nâng cao khả năng tương tác ■

*Dạy học trên truyền hình ở Việt Nam còn là vấn đề mới. Các nhà lý luận giáo dục cũng như các nhà lý luận báo chí chưa có những công trình nghiên cứu chuyên sâu về lĩnh vực này. Hiệu quả tiếp nhận của một học viên trước màn hình ra sao, tính tự giác học tập của họ ra sao, tâm lý sáng tạo của người đứng trên bục giảng ra sao, tinh thần dân chủ trong quá trình dạy và học trên sóng truyền hình ra sao, việc đánh giá hiệu quả học tập thế nào... là các vấn đề cần đóng góp thêm cho lý luận.*

*Một trong những yêu cầu của dạy học qua truyền hình hiện đại chính là nâng cao các giải pháp tương tác để khắc phục các hạn chế của hình thức này. Dạy học trên truyền hình lâu nay chỉ dừng lại ở phương pháp thuyết giảng một chiều, việc tiếp thu bài giảng của hầu hết học viên qua truyền hình không đồng bộ (ví dụ, họ có thể thu lại clip để học vào giờ thích hợp). Vì thế, cần tăng cường khả năng tương tác bằng nhiều kênh, nhưng hiệu quả và tiện lợi đặc biệt là các kênh trực tuyến. Bên cạnh đó, những buổi cắm trại theo nhóm, những yêu cầu thảo luận trên diễn đàn mạng, xây dựng thư viện điện tử, tư vấn qua điện thoại, e-mail, chatting, mạng xã hội... và các hình thức kiểm tra cần được đặt ra trong tổ chức chương trình mới có thể đạt hiệu quả dạy và học thật sự.*

# BÌNH LUẬN TRÊN BÁO CHÍ PHẢI KHÁCH QUAN, CÓ LÝ, CÓ TÌNH

NGUYỄN VĂN HẢI

Ý nghĩa của một bài bình luận trên báo chí không dừng lại ở những con chữ sống động, văn phong uyển chuyển, mà còn là ở sự phân tích thấu đáo, có lý, có tình, có tính đến hiệu ứng xã hội sau khi bài báo đăng tải, thậm chí những hệ lụy mà bài báo có thể gây ra.



Bình luận trên báo chí cần tinh táo, sáng suốt, khách quan, trung thực, công tâm, đúng mực. Ảnh minh họa

## Ưu thế nổi trội của thể loại bình luận

Bình luận là một trong những thể tài có thể mạnh của báo chí hiện nay. Hầu hết các tờ nhật báo và các báo điện tử có vị thế chính trị - xã hội đều dành “vị trí đặc địa” để đăng tải các bài bình luận. Dù với tên gọi khác nhau, nhưng chuyên mục này cơ bản mang tính chất nhận định, đánh giá phân tích và bình luận chuyên sâu một vấn đề, sự kiện mới xảy ra trong đời sống xã hội. Thông qua sự phân tích khách quan, kịp thời, sắc sảo của tác giả, phần lớn các bài ở thể loại này đều thu hút sự

quan tâm của độc giả. Vì thế, có thể nói rằng, bạn đọc rất quan tâm thể loại bình luận. Và cũng có thể nói rằng, thông qua thể loại bình luận đã gắn liền tên tuổi của nhiều nhà báo, tác giả có uy tín và chính họ là người góp phần nâng vị thế của tờ báo trong lòng bạn đọc.

Không như tin tức chỉ mang tính chất thông tin, thông báo, các bài bình luận đã được “cày xới” ở nhiều góc độ, phương diện, khía cạnh, liên hệ với cả quá khứ để móc nối với hiện tại và dự báo tương lai và đặc biệt, được lập luận với những căn cứ rõ ràng, lý lẽ sắc sảo và phân tích có

chiều sâu với một bút pháp thể hiện linh hoạt, sinh động nên rất dễ đi vào lòng độc giả. Có rất nhiều sự kiện, vấn đề nóng về tình hình chính trị, kinh tế, xã hội kể cả những vụ việc phức tạp, nhạy cảm, đã được nhiều cơ quan báo chí “vào cuộc” bình luận sôi nổi, có lý, có tình và có sự định hướng dư luận xã hội theo chiều hướng tích cực. Chính những bài bình luận kịp thời, nhạy bén như vậy không chỉ đáp ứng, giải quyết nhu cầu tìm hiểu thông tin theo chiều sâu của công chúng, mà còn góp phần khơi thông tinh thần dân chủ, tạo hiệu ứng xã hội lành mạnh. Mặt khác, việc duy trì và cho đăng tải thường xuyên các bài bình luận là một biểu hiện rõ nét tính chiến đấu và năng lực, hiệu quả phản biện của báo chí nhằm giúp các cơ quan Đảng, Nhà nước và bộ máy công quyền các cấp có thêm thông tin hữu ích trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo, điều hành và quản lý mọi mặt của đời sống xã hội.

## Tinh táo, khách quan khi viết bình luận

Tuy nhiên, bên cạnh xu hướng bình luận một cách khách quan, khoa học, thời gian qua đã xuất hiện một số bài bình luận vội vàng, phân

tích sự kiện, vấn đề chưa thấu đáo, thậm chí có bài còn nặng về cảm tính của người viết. Có những vụ việc mới chỉ có biểu hiện manh nha, mang tính chất hiện tượng, đơn lẻ, nhưng đã được mổ xẻ theo kiểu “chẻ sợi tóc làm tư”, dồn “đôi tượng” bình luận vào tận chân tường. Có những vụ việc phức tạp, nhạy cảm chưa được các cơ quan chức năng và những người có trách nhiệm thẩm định, kết luận, nhưng cũng được một số tờ báo “bình, luận, phê, phán” theo kiểu “tát nước theo mưa”. Có những “thông tin nóng” được báo này đưa ra, thì hôm sau báo khác “chớp thời cơ” bằng một bài bình luận xem ra rất kịp thời, nhưng sau khi thông tin đó được kiểm chứng là không đúng sự thật thì bài bình luận cũng trở nên... “tên tò”. Có những vụ việc đáng ra không nên bình luận, nhưng cũng được người viết “hâm nóng” bằng những suy nghĩ chủ quan, không hợp về lý mà cũng chưa thấu về tình. Có những vụ việc bé như “con kiến”, nhưng dưới “lăng kính” suy diễn của tác giả nó đã bị thổi phồng thành “con voi”. Có những vấn đề thuộc về lĩnh vực văn hóa, đạo đức truyền thống vốn rất tinh tế, nhạy cảm, nhưng cũng được tung ra trước “bàn dân thiên hạ” bằng một thái độ chì chiết, lối viết lạnh lùng, vô cảm. Có những bài bình luận cứ tưởng sâu sắc về nội dung đề cập, nhưng thực ra lại rất hời hợt, nông nổi về mặt chính trị nên lợi bất cập hại. Đây là chưa kể đến một số bài bình luận theo lối có bé xé ra to, ít xuýt ra nhiều, sử dụng từ ngữ “đao to búa lớn”, “lên mặt dạy đời” thiếu sức thuyết phục. Và có cả những tờ báo chủ yếu “chĩa” những bài bình luận chuyên để mổ xẻ những vấn đề

tiêu cực, mặt trái của xã hội khiến cho người đọc có cảm giác nặng nề, u ám về tình hình hiện tại của đất nước.

Có thể nói một cách hình ảnh rằng, sử dụng thể loại bình luận như “con dao hai lưỡi”. Nếu bài viết trúng, đúng, hay, thấu tình, đạt lý thì sẽ mang lại hiệu quả thông tin rất lớn và quan trọng hơn là chuyển tải đến bạn đọc một thông điệp lành mạnh, một cái nhìn lạc quan, một niềm tin tươi sáng. Ngược lại, bình không có cơ sở, luận không có chứng cứ sẽ làm phức tạp vấn đề, nghiêm trọng hóa sự kiện, rối ren thêm tình hình và hậu quả gây ra là làm những nhiều thông tin cho xã hội, gây tâm lý dao động, bất an, hoang mang cho độc giả.

Bình luận là một thể loại chủ công của báo chí và luôn được bạn đọc đón nhận một cách nhiệt tình. Tuy vậy, để có một bài bình luận hay theo đúng nghĩa của nó, đòi hỏi người viết không chỉ có một phong văn hóa rộng, trình độ chuyên môn sâu, kinh nghiệm sống dày dặn, mà còn phải am hiểu pháp luật, tìm hiểu kỹ lưỡng vấn đề muốn phân tích, lập luận, phản biện và đặc biệt là phải có cái tâm trong sáng, động cơ trung thực, lành mạnh. Bởi thực tế đã xuất hiện một số bài bình luận trên báo chí, về văn phong, lập luận khá sắc sảo, nhưng không biết vô tình hay hữu ý mà “cái tôi” chưa thật thiện chí, thiện tâm của tác giả chưa thể hiện rõ trong bài viết. Đáng sợ hơn, có bài bình luận còn bộc lộ ý đồ hướng công chúng vào một cách nhìn khác, cách suy nghĩ khác để gây hiểu lầm dư luận, thậm chí làm phương hại đến sự đồng thuận trong xã hội.

## **Bình luận đúng, trúng, hay, vì lợi ích chung**

Trong xã hội ta hiện nay, khi tinh thần dân chủ được đề cao, ý thức pháp quyền được tôn trọng, tính sáng tạo của cá nhân được khuyến khích thì không ai yêu cầu báo chí phải tiếp cận, đề cập, chuyển tải thông tin một cách đơn điệu, cũng như không đòi hỏi nhà báo phải nhận định, phân tích, bình luận một sự kiện, vụ việc nào đó theo một giọng điệu hay một lối nghĩ áp đặt; nhưng lại rất cần báo chí tinh táo, sáng suốt, khách quan, trung thực, công tâm, đúng mực trong việc xem xét, đánh giá mọi vấn đề liên quan đến lợi ích quốc gia dân tộc, đến việc giữ vững ổn định chính trị và môi trường đồng thuận cho đất nước phát triển. Bình luận dưới các góc nhìn, phương diện, khía cạnh đa chiều là cần thiết, nhưng phải trên cơ sở bản chất nội tại của sự kiện, vấn đề liên quan, chứ không nên và cũng không được phép có ít suy tư nhiều, bé xé ra to, đánh đồng lẫn lộn giữa hiện tượng và bản chất để làm lạc hướng dư luận.

Thực tế cho thấy, ý nghĩa của một bài bình luận trên báo chí không dừng lại ở những con chữ sống động, văn phong uyển chuyển, mà cao cả hơn là ở sự phân tích thấu đáo, có lý, có tình, có suy nghĩ trước sau, có tính đến hiệu ứng xã hội sau khi bài báo đăng tải và tiền liệu được những sự cố, hệ lụy mà bài báo có thể gây ra để phòng ngừa hậu họa. Tất nhiên, để làm được việc này, ngoài sự nỗ lực của mỗi nhà báo, còn phải có sự định hướng, thẩm định sáng suốt, công tâm của Ban Biên tập mỗi cơ quan báo chí, đặc biệt là của Tổng Biên tập ■

# PHẨM CHẤT NHÀ BÁO HIỆN ĐẠI

PHAN TẮT

Ở các nước tiên tiến, báo chí hiện đại có xu hướng thoát ly dần sự trợ cấp, phải chịu sự giám sát quyết liệt của công chúng và sự cạnh tranh gay gắt của thị trường, cũng như Internet. Có một số tờ báo, tạp chí sống “rất khoẻ” và ngược lại có những tờ rất khó khăn, có nguy cơ “phá sản” vì không đủ trang trải tài chính.

## Làm báo là bước vào đường đua

Công nghệ thông tin và truyền thông (Information & Communication Technologies = ICT) đang thực sự làm biến đổi thế giới và trở thành phương tiện kỳ diệu tạo nên khả năng to lớn cho việc truyền tải, thu nhận thông tin của cơ quan truyền thông và công chúng báo chí. Xã hội càng phát triển, thì thông tin càng mở và đa chiều. Trong xã hội hiện đại, báo chí phát triển như một yêu cầu tất yếu. Xã hội đòi hỏi báo chí không những phải có tính chiến đấu, phải trung thực, công bằng, phải cập nhật tin tức, sự kiện hàng ngày, hàng giờ, hàng phút mà còn phải hết sức nhạy cảm và gần gũi với công chúng. Người làm báo phải có trình độ chuyên sâu, phải có sức khoẻ và phải rất “đa năng” vì làm

báo là thực sự bước vào đường đua.

Càng ngày, các tờ báo càng phải hết sức chú trọng đến uy tín, thương hiệu. Hiện nay chất lượng tin, bài và thị hiếu của công chúng là yêu cầu số một của các Tổng Biên tập báo. Báo chí không những phải khách quan trung thực, phải phản ánh kịp thời những vấn đề “nóng”, nhạy cảm người đọc quan tâm, mà còn thực sự là diễn đàn gần gũi của công chúng; thu hút được người đọc không những bởi sự kiện, tin tức, đời sống văn hoá, khát vọng của cộng đồng... mà cả bút pháp, góc độ nhìn nhận, dự đoán hiện tượng, sự việc.

Ngày nay những kỹ năng về công nghệ thông tin, công nghệ ghi chụp trở thành yêu cầu số một của người làm báo. Khi liên hệ đăng tải một bản tin, anh bạn ở báo Trung ương



Phóng viên tác nghiệp\_Ảnh: TL

điện cho tôi: “Cậu đừng fax, anh em không kịp đánh máy đâu. Hãy mail cho tôi!”. Anh không hiểu tôi đang ở xa trung tâm, không có mạng Internet. Thoạt đầu nghe anh nói, tôi hơi khó chịu, nhưng khi bước vào làm phóng sự tôi mới hiểu và thông cảm với anh: Trong “trường đua” hiện đại, dừng lại là đồng nghĩa với vĩnh viễn không bao giờ theo kịp người đi trước.

## Đổi mới là yêu cầu tiên quyết

Tại trung tâm châu Âu - nơi quê hương của những rừng thông xanh, những lâu đài cổ kính, với nền văn minh nổi tiếng - Thụy Điển là một nước có đời sống vào tầm cỡ cao nhất thế giới. Chỉ có hơn 9 triệu dân (bằng khoảng 1/10 dân số Việt Nam) mà Thụy Điển có tới hơn 170 tờ báo. Mỗi ngày đất nước này phát



hàng khoảng 4 triệu bản báo in; tính bình quân cứ hai người dân có một tờ báo. Báo chí thực sự trở thành một phần của đời sống văn hoá - xã hội, là nhu cầu không thể thiếu được của người dân Thụy Điển. Vậy mà ở nước này giá bán lẻ báo lại khá đắt, trung bình khoảng 2 USD/tờ. Tức là gấp khoảng 12 - 15 lần giá báo ở nước ta.

Thụy Điển không có khoảng cách giữa nông thôn và thành thị. Văn phòng của cơ quan báo chí dù đóng ở đâu vẫn là những khu “VIP” và đặc biệt các chuyên viên quảng cáo của những tờ báo có thương hiệu, mới thực sự là những “công dân hạng I”. Như vậy, dù thấy tầm ảnh hưởng của báo chí với đời sống xã hội ở đất nước này.

Phần lớn ở các nước ở châu Âu, văn hoá đọc vẫn chiếm ưu thế.

Người ta đọc sách, báo trong lúc ngồi trên phương tiện giao thông, lúc ngồi chờ giải quyết công việc, giờ nghỉ ở công sở... Khác với ở nước ta, văn hoá nghe, nhìn đang có xu hướng lấn át văn hoá đọc. Đó là chuyện dài về chiến lược con người, về văn hoá đọc... mà hiện nay những người thực sự có cương vị, trách nhiệm với xã hội, những người làm báo chí, làm văn hoá chân chính rất cần phải quan tâm.

Ở nước ta, báo chí là vũ khí sắc bén trên mặt trận tư tưởng văn hoá, là tiếng nói của các tổ chức Đảng, chính trị - xã hội. Người làm báo có vinh dự và trọng trách rất lớn, công việc làm báo là vất vả, nặng nhọc. Thu nhập người làm báo chân chính chưa cao. Nhà báo có bản lĩnh phải chịu nhiều giông bão và được xã hội ghi nhận... Nhà báo cơ hội thì dù

khôn ngoan đến đâu cũng không che được sự nhìn nhận của đồng nghiệp và độc giả.

Có nhà báo được đưa lên vị trí cao nhất của một tờ báo lớn mà vẫn bị đồng nghiệp và xã hội xem thường. “Có nhà báo cần mẫn viết như gà đẻ trứng nhưng trong con mắt của đồng nghiệp và độc giả chỉ là người dùng ngòi bút làm cần câu cơm. Nhà báo chân chính đi tìm sự thật, nhà báo tầm thường đi tìm lợi ích”. Có người vẫn nói: viết báo kiếm tiền. Với tư cách là một cộng tác viên, tôi nghe mà thấy ngại!...

Trong đời sống xã hội tiên tiến hiện đại, văn hoá, báo chí nói chung và người làm báo nói riêng đang phải gồng mình lên cho kịp với kỷ nguyên công nghệ số, mà đổi mới, hiện đại là mục tiêu, là yêu cầu quyết liệt ■

# Tòa soạn với việc giáo dục đạo đức nghề nghiệp

THS. NGUYỄN NGÀ HUYỀN

Khác với pháp luật, đạo đức vốn được coi là một khái niệm trừu tượng và phụ thuộc khá nhiều vào ý chí chủ quan của mỗi người khi đề cập vấn đề này. Trong lĩnh vực báo chí, đạo đức nghề báo đã được nói đến nhiều nhưng trên thực tế vấn đề này dường như vẫn còn nhiều nhức nhối! Vì sao vậy?

## Vài nét về đạo đức báo chí hiện nay

Trước hết, xin được điểm qua về tình hình đạo đức báo chí (ĐĐBC), một chủ đề đã trở thành điểm nóng không chỉ trên nhiều diễn đàn mà còn ở ngay cuộc họp giao ban sáng thứ 3 hàng tuần giữa cơ quan quản lý, chỉ đạo báo chí và lãnh đạo các tờ báo. Có thể khái quát vấn đề này ở trên 2 khía cạnh sau. *Thứ nhất*, là nội dung đề cập và *thứ hai* là quy chuẩn tác nghiệp.

Về khía cạnh thứ nhất, rất dễ dàng nhận thấy một số báo điện tử chủ yếu chọn 2 chủ đề nổi bật là tính dục và đời tư người nổi tiếng. Nhan nhản khắp các báo là những tít bài nói về các bộ phận cơ thể đi cùng những từ ngữ cổ gây hấp dẫn độc giả như “tụt, lột, cởi”... Không dừng lại ở đó, nhiều báo còn gần như công khai hướng dẫn cách thức sinh hoạt tình dục nam nữ hoặc những đề tài gợi sự tò mò. Thí dụ như bài “Những điểm hấp dẫn nhất trên cơ thể nàng, chàng nhất định phải biết”, Phụ nữ news ngày

22/3/2016, và cũng báo này vào ngày 21/3/2016 với bài “Miệng xinh khiến chàng ‘ê mê’ trên giường”.

Không chỉ Phụ nữ news, một tờ báo điện tử được coi là nghiêm túc cũng có những bài câu view rất sốc như “Kiệt sức vì đáp ứng nhu cầu của bạn gái”, đăng ngày 7/1/2016.

Với đời tư của những người được công chúng (chủ yếu là giới trẻ) quan tâm thì sẽ được khai thác triệt để ở những nét dung tục nhất. Bất kể một hoạt động nào, dù ngoài đời hay trên Facebook của chính chủ cũng được rất nhiều người làm báo nhặt nhạnh, xào xáo và cố gắng tung ra dưới 1 cái tít gây sốc. Từ chuyện đời tư của ca sỹ Hồ Ngọc Hà, hay việc ca sỹ Thanh Lam đi du lịch sau đó đưa ảnh lên Facebook cá nhân đều được một số nhà báo “thường trú” mạng xã hội copy sau đó thêm lời bình bấn.

Ở khía cạnh thứ hai là về quy chuẩn tác nghiệp. Gần như tất cả các bài viết kiểu như trên đều được thực hiện mà bỏ qua các yêu cầu cơ bản của nghề báo. Đó là những yêu cầu sơ đẳng nhất như không tôn

trọng quyền riêng tư (nói chính xác hơn là danh dự) nhân vật, không liên hệ kiểm tra lại thông tin, không xin phép sử dụng hình ảnh và thông tin cá nhân, không cân nhắc hậu quả xã hội khi đăng tải... Cuối cùng, nguyên tắc xử lý khiếu nại cũng bị nhiều cơ quan báo chí làm ngơ, khi đối tượng của một bài báo nào đó lên tiếng thì tờ báo đó chỉ lặng lẽ gỡ xuống (thay vì phải đính chính).

## Đâu là nguyên nhân?

Đa số các sản phẩm báo chí kiểu dung tục và nhảm nhí chủ yếu xuất hiện trên báo điện tử và các trang thông tin điện tử. Đây cũng là một tất yếu của xu thế thương mại và công nghệ hiện nay khi các doanh nghiệp (kể cả Google) cũng trả giá quảng cáo dựa trên lượng page view.

Tờ báo nào có lượng truy cập cao thì sẽ thu được nhiều quảng cáo. Do đó, các báo cạnh tranh nhau lượng bạn đọc (vốn có giới hạn) thông qua vô số các kiểu tin bài câu khách cũng như tự bỏ tiền quảng cáo bài

trên các trang chuyên link sang các báo khác.

Tuy nhiên, đó chỉ là bề nổi của hiện tượng. Câu chuyện ở đây là thực trạng này có xuất hiện một cách có ý thức hay lan tràn tự phát? Nếu chỉ đổ lỗi hết do sức ép tiền bạc để tồn tại thì cũng không sai, và đây là điều ai cũng biết. Nhưng nói như vậy đã toàn diện chưa thì chưa ai có đánh giá, và để từ đó có thể đưa ra câu trả lời đầy đủ và có sức thuyết phục.

Theo người viết, ở đây có hai lý do chính. *Thứ nhất*, là ban lãnh đạo tòa báo làm ngơ trước việc nội dung báo bị dung tục hóa với suy nghĩ lợi ích kinh tế sẽ có thêm thu nhập thông qua doanh số.

*Thứ hai*, là sau khi thấy một số tờ báo dạng làm ăn như vậy sống được nên đã ngầm khuyến khích làm theo chỉ vì mục tiêu trước mắt là tồn tại. Đương nhiên phải là ngầm khuyến khích vì tôn chỉ, mục đích của tờ báo không định hướng thông tin kiểu đó.

Nhưng bất luận là lý do nào chiếm phần nổi trội thì về cơ bản các cơ quan này đều chọn con đường để dãi để tồn tại! Có điều, dung tục hóa nội dung tờ báo chỉ là một ngã rẽ tạm thời mang tính hoàn cảnh chứ chắc chắn không phải là lối thoát duy nhất.

Hiện tại, trên rất nhiều tờ báo điện tử lượng bài nghiêm túc, đứng đắn nhưng biết cách xử lý nội dung thuần thực đã dần lấy lại lượng truy cập. Đây có lẽ cũng không phải là tương lai xa xôi gì, khi hiện nay nội dung dung tục đã bị bão hòa.

## Đi tìm giải pháp

Nói về một bài báo dung tục thường thì dư luận sẽ đổ lỗi cho

người tác nghiệp trực tiếp là phóng viên. Nhưng trên thực tế, nếu không có sự đồng thuận của ban lãnh đạo và các cấp kiểm duyệt thì cá nhân phóng viên đó cũng không thể làm thế được. Vì thế, điều đầu tiên và có thể nói là quan trọng nhất là bộ tiêu chí chuẩn mực về nội dung cũng như quy trình tác nghiệp của từng cơ quan phải được ban hành.

Công việc này thực ra không khó, nhưng không rõ vì lý do gì hiện nay rất ít cơ quan báo chí ở Việt Nam thực hiện. Đa số giờ đây đều làm báo theo phong cách của từng tòa soạn. Người đứng đầu định hướng thế nào thì bộ máy giúp việc cùng phóng viên sẽ triển khai theo hướng đó. Lâu dần thì trở thành thói quen tác nghiệp và nếp nghĩ của tập thể bộ máy.

Cách làm này thực tế chứa đựng nhiều rủi ro. Đầu tiên là phụ thuộc gần như tất cả vào ý chí chủ quan của người đứng đầu. Thứ nữa là không có một công cụ để ràng buộc khi đụng đến những vấn đề ĐĐBC. Mà nếu như vậy thì rất khó có được một kết quả công bằng, sòng phẳng trong tranh luận về nghiệp vụ. Và đây dường như là điểm khởi đầu của việc biến dạng dần dần các quy chuẩn khi tác nghiệp. Hậu quả thế nào có lẽ cũng không nhất thiết phải nói thêm nữa.

Do đó, theo thiết ý của chúng tôi công việc đầu tiên là cần xây dựng một bộ khung tiêu chí về quy chuẩn đạo đức báo chí ở mỗi tòa soạn. Độ phủ của bộ khung này cần thể hiện trong mọi khâu, từ tiếp nhận phản ánh của bạn đọc, định hướng và triển khai đề tài, phối hợp tác nghiệp cho đến khâu biên tập, đăng tải, đánh giá tác động dư luận, xử lý và khắc phục hậu quả (nếu có)... Có

như vậy, mới có thể hy vọng loại bỏ triệt để mọi yếu tố phi đạo đức.

Tuy không phải cây đũa thần, nhưng thao tác này hoàn toàn có đủ điều kiện làm nền tảng cho sự ra đời của những tác phẩm báo chí “sạch sẽ”, giành được sự tôn trọng của bạn đọc mà vẫn đảm bảo tính cạnh tranh. Đó là còn chưa nói đến việc khi triển khai kiểm duyệt sẽ hạn chế những mặt tiêu cực khác trong hoạt động nghiệp vụ của tờ báo.

Không có gì là dễ dàng, nhất là trong hoàn cảnh hiện nay nền kinh tế nói chung đang khó khăn, doanh nghiệp chỉ cho truyền thông và quảng cáo sụt giảm. Kinh tế báo chí do đó cũng khó khăn hơn. Xuất phát từ thực tiễn này nên nhiều báo phải đảo chiều để vượt qua khó khăn.

Tuy nhiên, nếu chỉ vì thế mà bắt chập các quy phạm đạo đức để kiểm tiền thì vừa bất nhân, và có lẽ cũng không còn đất để sống lâu dài. Điều này cũng là hiển nhiên thôi, vì dù là ai đi chăng nữa cũng không thể suốt ngày đọc những tin kiểu như “Thùy Tiên tụt váy, Thùy Top hở đùi”.

Về lâu dài, nhu cầu thông tin của con người luôn hướng đến những giá trị nhân văn. Do đó, hoạt động báo chí cũng phải có những quy chuẩn mang tính bắt buộc để phục vụ nhu cầu này. Còn việc áp dụng quy chuẩn lúc nào, áp dụng thế nào... thì phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố và không cơ quan nào giống nhau cả. Sẽ không có một nền báo chí được xã hội tin tưởng nếu bỏ qua đạo đức báo chí. Và nếu muốn bảo đảm yếu tố này, các tòa soạn hãy bắt tay thực hiện ngay bằng việc tự mình đặt ra khuôn phép cho chính mình thông qua bộ quy chuẩn về hoạt động nghiệp vụ nội bộ ■

# Không quản lý chặt fanpage sẽ làm rối loạn môi trường truyền thông



Nếu không có cơ chế kiểm duyệt fanpage sẽ bị kẻ xấu lợi dụng để đăng các bình luận xúc phạm cá nhân, tổ chức và thông tin xuyên tạc. Ảnh: PV

**T**hời gian qua trên fanpage của một số tờ báo xuất hiện những bình luận có quan điểm thù địch và phát ngôn mang tính chất chống phá trên mạng xã hội. Trước tình trạng này, ngày 1/7, Cục trưởng Cục Báo chí Lưu Đình Phúc đã ký Công văn số 779, nêu rõ tình trạng, một số cơ quan báo chí mở fanpage trên facebook nhưng chưa có cơ chế kiểm duyệt chặt chẽ các ý kiến bình luận để một số đối tượng lợi dụng tuyên truyền, xuyên tạc chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, bôi nhọ uy tín, danh dự lãnh đạo cấp cao, gây dư luận xấu trên không gian mạng. Phóng viên Tạp chí Người Làm Báo đã ghi lại ý kiến

tâm huyết của các nhà quản lý, nhà báo và những người làm nghề...

**CỤC TRƯỞNG CỤC BÁO CHÍ LƯU ĐÌNH PHÚC:**

**Không để khe hở cho các đối tượng xấu lợi dụng bình luận, tuyên truyền xuyên tạc**

Một cơ quan báo chí nào đó chấp nhận sử dụng fanpage thì cơ quan đó phải bảo đảm thông tin của mình, có thể phải sử dụng biện pháp kỹ thuật hoặc dùng nhân sự để kiểm soát. Khi mở fanpage, công bố rộng rãi trang thông tin của mình trên mạng xã hội thì phải chịu trách nhiệm về những thông tin trên đó, không thể đổ lỗi đó là ý kiến của người khác, không thể để diễn đàn

ngôn luận của mình thành nơi xâm hại tới quyền, lợi ích hợp pháp của cá nhân, tổ chức khác. Mọi người đều có quyền tự do ngôn luận trên môi trường mạng, nhưng vẫn phải tuân thủ các chuẩn mực chung về đạo đức và pháp luật của mỗi quốc gia. Facebook là trang cho phép ẩn danh tính, có thể nói nhiều thứ và phủ nhận trách nhiệm, nhưng ở đây với tư cách là cơ quan Nhà nước, với danh nghĩa chính thức thì cơ quan đó phải chấp hành các quy định của pháp luật vì mỗi thông tin trên đó đều thể hiện quan điểm của cơ quan đó. Nếu không có cơ chế kiểm duyệt thì một số đối tượng sẽ lợi dụng các diễn đàn chính danh này để đăng các bình luận xúc phạm cá nhân, tổ chức và thông tin xuyên tạc. Vì vậy, các cơ quan báo chí nếu không kiểm duyệt mà để thế lực xấu lợi dụng và đưa ra các quan điểm sai trái, xúc phạm cá nhân, tổ chức thì cơ quan đó phải chịu trách nhiệm.

**NHÀ BÁO KHƯƠNG THUYẾT, BÁO ĐIỆN TỬ VOV, ĐÀI TIẾNG NÓI VIỆT NAM: Sử dụng đúng cách thì fanpage sẽ phát huy được sức mạnh**

Khi tòa soạn nào đó mở trang fanpage thì phải kiểm duyệt nội dung mình đưa lên và những nội dung đó phải có lợi cho người dân cũng như cho đất nước. Là một nhà báo, mỗi cá nhân phải nâng cao trách nhiệm cũng như bản lĩnh để tránh kẻ xấu lợi dụng. Khi mình



đưa nội dung gì lên, mình phải suy nghĩ thật kỹ, tránh đưa những thông tin giật gân, câu khách, tạo kẽ hở cho các thế lực thù địch vin vào đó để xuyên tạc sai lệch nội dung.

Facebook là cánh tay nối dài của báo chí, biết sử dụng đúng cách nó sẽ phát huy được sức mạnh đó.

**NHÀ BÁO NGUYỄN THÀNH LUÂN,  
BAN ĐẠI DIỆN BÁO ĐẠI ĐOÀN KẾT  
TẠI TP. HỒ CHÍ MINH:**

### **Hoàn toàn có cơ sở để thực hiện chặt chẽ các nội dung trong công văn của Cục Báo chí**

Việc quản lý các fanpage trong phạm vi các cơ quan báo chí (có mở fanpage riêng) là cần thiết và đáng ra đã phải quy định chặt chẽ từ lâu.

Cá nhân tôi từng quản lý một số fanpage trước đây và thấy rằng lợi ích của chúng đem lại rất thiết thực. Chẳng hạn về tính quảng bá, thu hút thêm người đọc trên trang chủ của một website hay blog cá nhân thì fanpage là sự lựa chọn thông minh. Tuy nhiên, admin (quản lý) fanpage có quyền duyệt thông tin bình luận trước khi các nội dung đó được cho phép đăng tải trong mục bình luận, phản hồi. Vì thế, hoàn toàn có thể quản lý được các nội dung vi phạm pháp luật, hoặc bôi nhọ, xuyên tạc đến cá nhân, tổ chức...

**NHÀ BÁO NGUYỄN QUANG HIỆP,  
TỔNG BIÊN TẬP BÁO BÌNH DƯƠNG,  
CHỦ TỊCH HỘI NHÀ BÁO TỈNH BÌNH  
DƯƠNG:**

### **Cần có chế độ kiểm duyệt fanpage chặt chẽ hơn**

Những thông tin chúng tôi đưa lên mạng xã hội được bạn đọc quan

tâm có thể kể đến như: các bài về an ninh trật tự xã hội, thông tin về việc làm, chính sách y tế, giáo dục của tỉnh... Bạn đọc giúp đội ngũ làm báo Bình Dương ý thức hơn về vai trò trách nhiệm của mình trong công việc truyền tải thông tin trên báo in, báo hình, báo điện tử theo hướng truyền thông đa phương tiện.

Tuy nhiên, vẫn có những bất cập nếu mở fanpage trên facebook mà không có cơ chế kiểm duyệt chặt chẽ. Đó là một số đối tượng lợi dụng fanpage để tuyên truyền, xuyên tạc chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, bôi nhọ uy tín lãnh đạo cấp cao. Thế nên, cần có chế độ kiểm duyệt chặt chẽ hơn, có những người “canh cửa” để lọc thông tin theo hướng chính thống, tránh để lợi dụng vì mục đích sai trái theo ý chủ quan của người viết trên fanpage.

**NHÀ BÁO VIỆT TÙNG, BÁO NÔNG  
THÔN NGÀY NAY:**

### **Thông tin nhiễu loạn trên các fanpage làm độc giả không phân biệt được đâu là thật giả, đúng sai**

Những năm gần đây facebook đang gần như chiếm lĩnh thông tin, bởi những tính năng lan tỏa theo cấp số nhân của nó, mặc dù những thông tin đăng tải trên facebook rất “thô sơ” chưa được kiểm duyệt. Tuy nhiên, việc kiểm soát lỏng lẻo các comment trên các fanpage, group của một số báo, đã và đang biến thành “mảnh đất màu mỡ” cho các đối tượng xấu, chống đối Đảng, Nhà nước lợi dụng quấy nhiễu. Do đó, tôi cho rằng việc kiểm soát các fanpage, group... là rất cần thiết. Đặc biệt là đối với các fanpage có dấu hiệu chống đối

Chính phủ, cổ xúy, xúi giục người dân làm việc xấu, nghe theo kẻ xấu thì việc kiểm soát phải càng chặt chẽ hơn và nên có những khung hình phạt thích đáng hơn. Bởi việc lũng loạn các thông tin trên các fanpage, đã và đang gây ra một hệ quả không nhỏ trong truyền thông. Đó là độc giả không phân biệt được đâu là thật giả, đúng sai.

**NHÀ BÁO TUẤN NGUYỄN, BAN KINH  
TẾ - XÃ HỘI, BÁO TIỀN PHONG:  
Siết chặt quản lý để đảm bảo  
hoạt động đúng định hướng**

Theo tôi, đây là việc rất cần thiết, bắt buộc phải thực hiện đúng quy định. Thực tế, mỗi cơ quan báo chí chỉ có một trang fanpage, giao việc quản lý fanpage (lựa chọn tin bài hay, độc quyền; có sức ảnh hưởng, tác động lớn tới dư luận...) cho một bộ phận nhất định để biên tập nội dung và chia sẻ lên mạng xã hội. Việc họ đăng tin, bài nhằm mục đích câu views, thu hút độc giả về cho báo của mình. Những tin bài hay ngay lập tức sẽ được chia sẻ, lan tỏa mạnh mẽ. Thậm chí, nhiều báo còn chạy quảng cáo cho fanpage để kéo được nhiều bạn đọc. Tuy nhiên, thực tế hiện nay vẫn có nhiều trang fanpage giả mạo hoặc một số fanpage chính danh nhưng hay giật status, câu views cho những bài mang tính dọa nạt doanh nghiệp, chuyên soi những sai phạm hoặc các tin bài giật gân, câu khách khác. Do vậy, cần siết chặt lại việc quản lý các fanpage báo chí để vừa hoạt động đúng định hướng của Đảng và Nhà nước, vừa đảm bảo quyền tự do ngôn luận trên mạng xã hội ■

**HOÀNG LÂM, BẢO MINH,  
THÙY DUNG, QUỲNH NHƯ (thực hiện)**

# TÁC NGHIỆP DÀI NGÀY TRÊN BIỂN

LÊ VĂN CHƯƠNG

Say sóng, ướt máy, hơi nước mặn, sức chịu đựng... đó là rất nhiều thử thách đối với nhà báo đi tác nghiệp trên biển. Đi với tàu tuần tra cao tốc để tác nghiệp thì đơn giản. Khó khăn nhất là khi đi trên tàu cá ngư dân lênh đênh giữa biển khơi với những ngày dài.

## Cân bằng... chân

Là phóng viên Báo Biên Phòng, tôi xác định có 2 tiêu chí phải đạt được thì mới hoàn thành nhiệm vụ, đó là đi núi tốt và đi biển không say sóng. Đi núi thì đơn giản, nhưng để quen với biển cả là điều không hề dễ chịu và phải mất nhiều thời gian tập luyện cộng với sự cố gắng thì mới thành công. Có chút kinh nghiệm, xin chia sẻ với đồng nghiệp.

Trước tiên, khi đi trên tàu cá để tác nghiệp, bạn phải quen với sóng gió. Đây cũng chính là chìa khóa, là điểm mấu chốt. Vì say sóng thì tất cả các thiết bị hiện đại mang theo trên người đều trở thành của nợ, không làm gì được. Bạn nên nghĩ rằng, Việt Nam là quốc gia có hơn 1 triệu km<sup>2</sup> biển. Đó cũng chính là một “đại dương” đề tài. Thật tiếc, nếu bạn không đủ sức ra biển. Nhất là các phóng viên nam. Vì ngư dân thường kiêng cử phụ nữ đi trên tàu. Bên cạnh đó, chiếc tàu gỗ nhỏ xíu mà có thêm một phụ nữ thì sẽ trở nên mất trật tự vì thiếu chỗ ngủ nghỉ, riêng tư.

Quay phim chụp ảnh thì phải thực hiện bước cân bằng trắng. Và đi biển thì phải cân bằng... chân.

Khi đã quen với sóng gió và bắt đầu đi biển với ngư dân, bạn phải quen với thể cân bằng. Khi đứng thì 2 chân choãi ra bằng vai. 2 đầu gối phải biến thành lò xo, tự giũn hoặc thẳng chân theo nhịp lắc của tàu nhằm giúp cho phần từ hông trở lên luôn thăng bằng, máy quay không rung lắc quá mạnh và người không chao đảo. Khi bước lên tàu, nhảy tàu giữa biển, đứng trên thúng chèo... bạn đều phải cân bằng chân để không ngã chúi xuống nước vì hụt chân, vì không cân bằng trọng lượng khiến thúng quay tròn.

Mặc áo phao khi đi với ngư dân là điều không thừa. Vì bạn liên tục di chuyển từ trước ra sau tàu. Hành lang di chuyển là be gỗ hẹp, trong khi phải liên tục né người đi ngược chiều. Nên di chuyển phía bên hông không đặt ống khói. Vì ống khói nóng như thanh sắt đỏ. Khi bạn chơi với mắt đà và thò tay vào ôm ống khói thì càng dễ rơi xuống biển.

Bên cạnh cân bằng chân thì phải cân bằng về tinh thần. Càng lo sợ thì càng say sóng. Nếu bình thản thì cảm giác hết say sóng sẽ đến rất nhanh.

Tất nhiên, để cân bằng... chân,



Nhà báo Lê Văn Chương tác nghiệp trên biển\_Ảnh: TL

thì bạn phải ăn uống tốt, đừng say sóng mà liên tục bỏ bữa, khiến chân run. Kết thúc phần cân bằng này, tôi mách nước các bạn nên ăn một món tuyệt ngon. Đó là mực ống mới kéo lên còn tươi, đổ vào nấu với mì tôm. Mực ngọt và dẻo quánh. Thật là tuyệt hảo!

## Đừng muối... máy

Nhà báo Xuân Trường, Tạp Chí Thủy Sản Việt Nam là một trong những nhà báo có thành tích đáng nể về đi tác nghiệp trên tàu cá ngư dân. Tôi nói về anh như một cách tôn vinh của cá nhân tôi với những nhà báo đã xả thân như vậy. Và tôi luôn dõi theo anh, cộng với sự trải nghiệm trên biển của mình để rút ra một kết luận: “tuổi thọ của máy móc khi đã muối mặn sẽ kéo dài được bao lâu?”.

Sau hàng chục chuyến đi biển, nhà báo Xuân Trường kết luận rằng:



“Quan trọng nhất trong việc xử lý và đưa tin về ngư dân lại nằm ở chính tấm lòng của nhà báo. Nếu bạn thật sự quan tâm tới bà con, có sự kết nối thường xuyên thì dù nửa đêm, gà gáy, ngư dân cũng sẽ thông báo tình hình và nhờ nhà báo đưa tin để bà con có tiếng nói trên báo chí”.

giờ trưa. Đó là lúc ngư dân bắt đầu đánh bắt, hoặc ngư dân dậy sau buổi sáng ngủ bù đêm.

Ngày nay, các ngư dân đều trang bị hệ thống máy Icom IC 710 tầm xa, nên phủ sóng khắp biển Đông. Bên cạnh đó, một phương tiện mới vừa xuất hiện, khiến cho tin tức trên biển được cập nhật có cả hình ảnh thuyết phục, đó là máy định dạng Hai Yang của Hàn Quốc với tầm quét khoảng 200 hải lý. Nếu có chiếc tàu ngư dân nào đột ngột biển mất, thì các ngư dân sẽ phát hiện ngay được sự bất thường này. Tàu nước ngoài hành trình cắt tọa độ thì sẽ hiện lên chỉ số quốc tịch, tốc độ...

Khi dẫn nguồn tin, các nhà báo thường điện cho Bộ Chỉ huy Bộ đội Biên phòng các tỉnh, thành. Nhưng hiện nay đã có văn bản chỉ đạo, việc phát ngôn liên quan tới vấn đề chủ quyền trên Biển Đông thì phải do Bộ Tư lệnh ở Hà Nội. Vì vậy các nhà báo thường mắc kẹt ở khâu này.

Các phóng viên thường trú thường đưa tin bằng cách chụp ảnh biên phòng đang làm việc với ngư dân, sau đó ghi lại tên, cấp bậc, chức vụ của cán bộ biên phòng, kèm theo lời dẫn, ngư dân đã trình bày với ai, về vấn đề gì. Sau đó nhà báo quay sang phỏng vấn nghiệp đoàn nghề cá hoặc chính quyền địa phương ■

“nó bị mát, bị lỗi nút bấm, không còn theo sự điều khiển của mình”. Còn tôi thì rút ra một điều, nếu bạn bảo quản máy thật kỹ khi đi tác nghiệp trên biển thì vẫn giữ cho máy có “sức khỏe”.

Vậy thì bảo quản bằng cách nào? Thoạt đầu tôi mua áo mưa đựng máy ảnh của Hàn Quốc. Loại này rất đắt đỏ, khoảng 100 USD. Áo giáp này đã giúp cho máy ảnh không bao giờ bị dả thương bởi nước mặn sau nhiều ngày trên biển. Nhưng nhược điểm của áo giáp này, đó là vướng víu, hơi khó tác nghiệp.

Vậy thì còn một phương pháp khác, đó là cởi áo pull vải mềm quấn chặt máy để giảm bớt hơi nước mặn hoặc túi ny lon. Mỗi tối trước khi đi ngủ, phải lấy nước khoáng lau nhẹ ngoài thân vỏ và đặt cho quạt thổi bớt hơi nước mặn.

Sau những năm tháng lênh đênh cùng ngư dân trên biển, chiếc máy

D7000 và máy quay phim FX1 của tôi vẫn chạy êm. Nhưng về lâu dài thì có lẽ, máy không thể trường thọ được.

Phân tích về sức khỏe của máy để các đồng nghiệp yên tâm rằng, trên biển hay trên sông thì cũng vậy, nếu bị ướt thì máy phải... ra đi. Còn nếu bảo quản tốt thì máy móc vẫn ổn. Tôi cũng đề xuất, các tòa soạn nên tính thêm nhuận bút cho tấm ảnh chụp ngoài khơi xa trên tàu cá ngư dân. Đó cũng là cách để khuyến khích các nhà báo sáng tạo và vượt khó, khấu hao máy móc.

### **Ngư dân không “ăn sáng nói giờ”**

Nguồn tin về ngư dân đánh bắt trên biển thường được cập nhật sớm nhất từ nơi nào. Đó là tại các đài canh cộng đồng và đài canh gia đình. Lịch mở đài canh thường vào lúc 7 giờ sáng và 19 giờ tối hoặc 10

# Thông điệp từ nghị trường

## VĂN CHỨC

Tại cuộc Tọa đàm trao đổi cởi mở với các anh chị em báo chí, các đại biểu Quốc hội đánh giá cao sự nỗ lực của đội ngũ phóng viên chuyên mảng nghị trường. Nhờ có báo chí mà hoạt động của Quốc hội (QH) Khóa XIII đã được truyền tải cụ thể, sinh động đến với cử tri cả nước.



Phóng viên báo chí tác nghiệp tại Kỳ họp thứ chín Quốc hội Khóa XIII. Ảnh: TL

### Mối quan hệ hai chiều

Cử tri và nhân dân cả nước ngày càng quan tâm sâu sát hoạt động nghị trường với nhiều sự kiện sôi động, nóng bỏng, những câu chuyện mang tầm mức quốc gia đến các vấn đề từ cơ sở, làng thôn, ngõ xóm. Hình ảnh QH, đại biểu dân cử càng trở nên gần gũi với người dân, qua việc tham gia bàn luận, ấn nút thông qua những quyết sách quan trọng, thể hiện trách nhiệm rất cao của từng đại biểu.

Chia sẻ câu chuyện nghề nghiệp, PGS, TS Đỗ Chí Nghĩa, Tổng Biên

tập Báo Đại biểu Nhân dân cho rằng, đời sống báo chí sẽ rất thiếu vắng, bạn đọc sẽ thấy tẻ nhạt nếu thiếu các phát ngôn tâm huyết của các đại biểu, thiếu những vấn đề cốt lõi của đời sống trên những trang báo thể hiện qua những phát ngôn chính thống của những người đại biểu của nhân dân.

Cụ thể hơn, từ thực tế công tác thông tin, báo chí những năm qua, những vấn đề đời sống sát thực ai cũng biết, nhưng khi qua phát ngôn của đại biểu, câu chuyện mang một tầm vóc khác, một khí thế khác, một động lực khác để giải quyết. “Những phát ngôn của đại biểu khi được truyền tải qua báo chí đến với nhân dân tạo nên một niềm tin hết sức quý giá trong giai đoạn xã hội đang chuyển động, trong giai đoạn bên trong, bên ngoài rất nhiều vấn đề cần giải quyết, trong bối cảnh nền kinh tế hết sức khó khăn hiện nay”. Nhà báo Đỗ Chí Nghĩa nhấn mạnh.

Trong mối quan hệ hợp tác công việc giữa những người đưa tin từ nhiều cơ quan báo chí khác nhau, từ thời gian QH còn họp nhờ ở Hội trường Bộ Quốc phòng (phó Nguyễn Tri Phương), nay về Nhà Quốc hội mới đàng hoàng và to đẹp, đều có điểm chung: Dù ở đâu, các cơ quan của QH, trực tiếp là Văn phòng QH đã rất chia sẻ, tạo điều kiện cho báo chí tác nghiệp. Thực tế cũng cho thấy, tiến trình đổi mới đi lên của QH ngày càng rõ nét, chất lượng đại biểu ngày càng được nâng lên là nền tảng tạo nên môi trường thuận lợi để báo chí tiếp cận, khai thác thông tin. Sự trao đổi, phản hồi thông tin giữa báo chí - đại biểu, giữa đại biểu - cử tri, giữa cử tri - báo chí trở nên thường xuyên, mật thiết hơn bao giờ.

Với chức năng, nhiệm vụ của

mình, từng phóng viên, nhóm phóng viên từ các cơ quan khác nhau đều nỗ lực cố gắng khai thác, tiếp cận thông tin tốt nhất, nhanh nhất. Trên diễn đàn QH và trong nhiều hoạt động khác nhau của QH, đại biểu QH trong cả nhiệm kỳ đều được phản ánh kịp thời, khá toàn diện. Qua đó người dân từ các địa phương có thể giám sát hoạt động của các đại biểu một cách thường xuyên.

Là người phát ngôn của Quốc hội, thường xuyên trao đổi với anh em báo chí, Tổng Thư ký QH Nguyễn Hạnh Phúc rất chia sẻ với những khó khăn của anh em báo chí trong quá trình tác nghiệp. Kinh nghiệm cho thấy, còn có những đại biểu còn e ngại khi tiếp xúc với phóng viên, báo chí. Trong khi báo chí là cơ hội rất tốt để đại biểu QH truyền thông điệp của mình đến cử tri và cũng thông qua báo chí là cơ hội rất tốt để xây dựng hình ảnh đại biểu, đoàn đại biểu. Nếu như đại biểu QH mới tham gia QH lần đầu (như QH khóa XIV nhóm họp lần đầu vào 20/7 này là hơn 300 người mới), rõ ràng hầu hết còn mang tâm lý rất ngại tiếp xúc báo chí.

### **Vấn đề quốc kế dân sinh hay chuyện... câu view**

Ông Nguyễn Hạnh Phúc chỉ ra một trong những lý do là bản thân đại biểu QH chưa làm chủ được thông tin, kiến thức pháp luật, và đôi khi cũng lo sợ là kỹ năng giao tiếp với báo chí không chuẩn sẽ gặp chuyện rắc rối... Nhiều người vẫn ngại báo chí, với suy nghĩ “bệnh thì tự miệng mà vào, họa thì tự miệng mà ra”, họ còn rất ngại chỉ sợ báo chí nói sai ý của mình!

Theo nhà báo Hồ Quang Lợi, Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam, hầu hết anh em báo chí



Đòi hỏi nhà báo cần phản ánh chính xác, khách quan, trung thực những thông tin mà đại biểu QH, Quốc hội đã quyết định, bàn luận. Nếu đưa sai thông tin thì sẽ có tác dụng ngược. Hình ảnh của tờ báo, nhà báo đó có thể không còn trong lòng của các đại biểu QH nữa, dẫn đến việc ngại trả lời, thậm chí từ chối phỏng vấn, trao đổi thông tin trong những lần sau đó...

*(Tổng Thư ký Quốc hội Nguyễn Hạnh Phúc)*

viết về QH chưa phải tất cả đều có kiến thức vững chắc về QH, về cơ cấu, tổ chức Nhà nước. Rõ ràng có một bộ phận, một số anh em phóng viên không được chuyên nghiệp lắm trong theo dõi về QH, khi đưa tin về hoạt động của QH, hoạt động của đại biểu QH vẫn có thể có cái nhìn chưa chính xác, thiếu khách quan, thiếu cân nhắc và thiếu tinh thần trách nhiệm.

“Có những vấn đề có ích, có lợi cho hoạt động của QH, cho vấn đề chung của đất nước thì có khi anh em chỉ phản ánh ở chừng mực nào. Cho nên, mới có câu chuyện, vấn đề lớn, vấn đề toàn cục của QH thì đôi khi nói lắt phất, nhưng những thứ bên hành lang thì có thể là bám theo để mà tìm cách làm “nóng” nó lên, làm nổi bật lên”. Nhà báo Hồ Quang

Lợi cũng chỉ ra thủ thuật báo chí như vậy làm nổi bật những cái không cần thiết, không cơ bản. “Đôi khi trong phát biểu của người ta mình lại chọn một chỗ nào đó để phục vụ ý đồ của mình. Có khi cả QH toàn những chuyện quốc gia đại sự chẳng viết mà chỉ chọn để xoáy sâu vào vấn đề nào đó trong phát biểu của đại biểu QH, rồi cắt gọt, đưa lên mạng để câu view”.

Ý kiến của các đại biểu QH chuyên nghiệp và các nhà báo có kinh nghiệm tại cuộc Tọa đàm vừa qua đều chia sẻ: Nếu từ hai phía báo chí và đại biểu chịu gặp gỡ nhau, trao đổi với nhau với tinh thần cởi mở, chân thành, xây dựng vì cái chung thì tin rằng, đại biểu không sợ, không ngại báo chí và báo chí cũng ủng hộ hoạt động của QH cũng như của từng đại biểu QH một cách công tâm, có trách nhiệm.

Thời gian tới đây, lãnh đạo Văn phòng QH sẽ tiếp tục nghiên cứu, đưa ra các giải pháp, tạo môi trường thuận lợi để báo chí tiếp cận đại biểu, đại biểu tiếp cận báo chí. Bên cạnh đó, Tổng Thư ký QH cam kết sẽ phối hợp, tạo điều kiện để Câu lạc bộ Nhà báo đưa tin QH phối hợp Vụ Thông tin Văn phòng QH, Nhà Văn hóa Hội Nhà báo Việt Nam tổ chức các hoạt động trao đổi nghiệp vụ, giao lưu với đại biểu, tổ chức tọa đàm chuyên đề về kinh tế, luật pháp, văn hóa, xã hội có sự hiện diện của các chuyên gia, đại biểu QH đạt hiệu quả.

Tin rằng chuyện nghề nghiệp sẽ còn nhiều điều thú vị để tiếp tục chia sẻ trong những kỳ hoạt động QH mới, với những con người mới, quan điểm - ý kiến mới, ngày càng trí tuệ và tinh thần trách nhiệm cao. Kỳ họp đầu tiên của nhiệm kỳ QH mới đang cận kề ■



Một phóng viên bị cản trở khi tác nghiệp tại hiện trường. Ảnh: TL

## Viết điều tra chống tiêu cực cần động lực mới

### QUỲNH HẬU

Có lẽ bây giờ những người đồng nghiệp đã từng sống ở thời điểm năm 1987 - 1990 đều không quên một giai đoạn lịch sử được nói lên sự thật chứng kiến của mình bằng những hiện tượng tiêu cực của xã hội.

### Sức lan tỏa các bài viết của Tổng Bí thư Nguyễn Văn Linh

Bản thân đồng chí Nguyễn Văn Linh Tổng Bí thư Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam (Khóa VI) (ký tên N.V.L) đã viết tới 27 bài đăng trên Báo Nhân Dân với tiêu đề “Những việc cần làm ngay”.

Chính sự khởi xướng của đồng

chí Nguyễn Văn Linh đã có hiệu ứng tích cực trong xã hội. Đặc biệt trong giới báo chí lại càng thêm nghị lực và niềm tin ở cây bút, khi sự thật của những “tảng băng chìm” về các vụ việc như tham nhũng, lãng phí, quan liêu, hành nhiễu ức hiếp dân, làm thất thoát tiền của Nhà nước được đưa ra ánh sáng. Mục đích của đồng chí Nguyễn Văn Linh

là làm sao “rửa sạch” những “vết nhọ trên gương” để bước tiếp cuộc hành trình “Nâng cao đạo đức Cách mạng, quét sạch chủ nghĩa cá nhân” theo tư tưởng Hồ Chí Minh.

Thời điểm này, tại các tờ báo viết ở Trung ương và địa phương như: Báo Lao Động, Báo Tiền Phong, Báo Tuổi Trẻ... đã có hàng loạt bài điều tra chống tiêu cực khá sắc bén. Sự thật khi bài báo đó bằng sự tâm huyết nghề nghiệp và đạo đức trong sáng của nhà báo đã tạo thành một vũ khí đấu tranh sắc bén, được Đảng tin và nhân dân ủng hộ.

### Báo chí địa phương vào cuộc

Để hưởng ứng “Những việc cần làm ngay” của đồng chí Nguyễn Văn Linh, đồng chí Đinh Nho Liêm - Tổng Biên tập Báo Nghệ Tĩnh đã bàn bạc với Ban Biên tập xuất bản tờ Báo Nghệ Tĩnh Chủ nhật. Đây là một bước đột phá của Báo Nghệ Tĩnh. Nhưng việc xuất bản một tờ báo mới với hơi thở mới để tạo nên sự đồng thuận của các đồng chí lãnh đạo tỉnh Nghệ Tĩnh không phải là chuyện dễ.

Lúc đó tòa soạn Báo Nghệ Tĩnh phân công đồng chí Duy Thảo, Trưởng phòng Thư ký Báo Nghệ Tĩnh Chủ nhật, đồng chí Minh Thông họa sĩ trình bày tờ báo. Hai phóng viên từ Phòng Kinh tế và Văn xã là đồng chí Lê Quý Kỳ và đồng chí Phan Thế Cải được điều động sang làm phóng viên Báo Nghệ Tĩnh Chủ nhật.

Tuy nhiên gánh nặng đặt trên vai phóng viên và biên tập viên lúc này, viết bài chống tiêu cực phải có đầy đủ, chứng cứ, phải tìm được những vụ án mang tính điển hình nhưng từ lâu chưa bị phanh phui. Điều kiên cực nhất của phóng viên hay biên tập

viên là không được để những phần tử xấu lợi dụng lấy tờ báo làm diễn đàn “chuyện bé xé thành chuyện lớn”. Dù hoạt động của báo chí trong thời gian này được nói công khai, thẳng thắn, không có “vùng cấm” đối với những vụ việc tiêu cực mà dân chúng đang bức xúc, nhưng để đấu tranh thẳng lợi với các vụ việc tiêu cực thật không dễ chút nào. Bất cứ ở môi trường nào, người khi bị “chỉ trích”, “phê bình” trước một tập thể nhỏ, không ít kẻ đã phản ứng gay gắt, huống hồ đưa lên công luận cho hàng ngàn độc giả đọc.

Sứ mệnh của phóng viên làm Báo Nghệ Tĩnh lúc này là phải biết dẫn thân trong một hoàn cảnh đời sống rất khó khăn. Thời kỳ ấy phóng viên đi điều tra vụ việc đều sử dụng bằng phương tiện xe đạp. Tòa soạn Báo Nghệ Tĩnh lúc đó nghèo nên phương tiện ghi âm và máy ảnh, anh em đi công tác đều phải tự lo lấy. Trong “cái khó ló cái khôn” nhất là đi điều tra viết các vụ việc tiêu cực, những phóng viên Báo Nghệ Tĩnh đều kết thân và sâu chuỗi được với đồng nghiệp như phóng viên Kim Quang (Đài PT-TH Nghệ Tĩnh), Lê Văn Thơn, Lan Xuân phóng viên TTXVN (bộ phận thường trú tại Nghệ Tĩnh) cùng tham gia. Nhờ đó có thêm phương tiện tác nghiệp như máy ảnh, máy ghi âm khi cần thiết.

Nhiều vụ việc tiêu cực sau khi nhận được đơn thư tố cáo của bạn đọc, phóng viên phải bí mật về cơ sở hàng tuần, có vụ phải hàng tháng trời. Qua quá trình điều tra phóng viên báo cáo lại toàn bộ tình hình trong từng chuyến đi cho Tổng Biên tập nghe và đề xuất ý kiến mình viết bài điều tra mấy kỳ. Sau khi viết sẽ đăng ý kiến phản hồi như thế nào.

Những vụ việc nào qua quá trình điều tra thấy còn có những “lỗ hổng” thì chưa vội viết, phóng viên phải tiếp tục điều tra lại.

Thuận lợi của công việc viết điều tra trong chống tiêu cực ở Nghệ Tĩnh thời bấy giờ là chúng tôi được sự giúp đỡ rất nhiệt tình của bạn đọc. Không có thư nặc danh mà toàn những đơn thư tố cáo có địa chỉ. Qua tìm hiểu mới vỡ lẽ những vụ việc tiêu cực, người tố cáo đã nhiều lần dũng cảm đấu tranh trước nội bộ và gửi đơn lên các cơ quan chức năng, nhưng vẫn rơi vào tình trạng “Im lặng đáng sợ”. Khi các vụ việc còn nằm yên thì những người tố cáo bị “tập thể nhỏ” đó cô lập, bị thủ trưởng trừ úm. Không ít những vụ việc khi cung cấp cho báo chí họ là những nạn nhân bị “thủ trưởng trừ úm” lại làm việc tại các phòng kế toán, kế hoạch, tổ chức có trình độ tay nghề cao và đạo đức liêm khiết. Chính đây là hậu thuẫn cho phóng viên khi điều tra có đủ tư liệu chính xác, khách quan khi viết bài, đủ sức thuyết phục.

Báo Nghệ Tĩnh Chủ nhật chỉ sau hai tháng phát hành đã gây được tiếng vang lớn đối với 27 huyện, thành hồi ấy. Báo Nghệ Tĩnh Chủ nhật không chỉ được bạn đọc chú ý bằng những bài điều tra công phu các vụ án kinh tế mà còn đi sâu vào điều tra các đề tài tiêu cực khác trong xã hội như giết người, mại dâm, cờ bạc hay tệ nạn quan liêu, hách dịch, hành vi ứng xử thiếu văn hóa với người lao động.

Nhiều bài báo “Nghệ Tĩnh chủ nhật” xuất bản hàng tuần lúc bấy giờ đã được độc giả chuyền tay nhau đọc như bài báo “Vụ án Trương Xuân Điền”, “Liên minh Mai Phương” của nhà báo Lê Quý Kỳ,

bài báo “Thấy gì qua vụ đào trộm tượng đồng đen ở Chùa Yên Lạc”, “Sợi dây thừng oan nghiệt” của Phan Thế Cải. Sự thật những bài viết này đáp ứng rất kịp thời dư luận mà nhân dân bức xúc lên án. Tất cả các bài báo điều tra này, Ban Thường vụ Tỉnh ủy Nghệ Tĩnh đứng đầu là đồng chí Bí thư Tỉnh ủy Nguyễn Bá đã kịp thời chỉ đạo những thông tin mà báo chí nêu.

Điều hạnh phúc nhất của những người phóng viên được tham gia làm công tác viết điều tra chống tiêu cực hưởng ứng “Những việc cần làm ngay” của N.V.L lúc ấy. Mặc dù đối mặt với nhiều gian khổ và nguy hiểm, các bài viết điều tra đều không có tiền nhuận bút, tòa soạn cũng không bồi dưỡng gì thêm ngoài tiền lương và tiền thanh toán “Giấy đi đường” theo chế độ hiện hành của nhà nước, nhưng nhờ “tâm sáng, lòng trong” nên không bị những phần tử tiêu cực mua chuộc. Các bài báo khi đưa ra công luận được các cơ quan chức năng, đặc biệt là thanh tra, công an, viện kiểm sát cùng đồng hành cùng vào cuộc. Tất cả các bài báo dù thời gian nhanh hay chậm, đều được lãnh đạo tỉnh Nghệ Tĩnh giải quyết dứt điểm kịp thời. Trong đó có vụ án bị đưa ra truy tố trước pháp luật.

Mặc dù đã gần ba thập kỷ trôi qua, nhưng cho tới nay những đồng nghiệp trẻ ở hai tòa soạn Báo Nghệ An và Báo Hà Tĩnh vẫn hăng hái tham gia tích cực trong viết bài đấu tranh chống tiêu cực. Bài học “Những việc cần làm ngay” của N.V.L trong thời điểm này vẫn còn nguyên giá trị và đòi hỏi những nhà báo “mắt sáng, lòng trong, bút sắc” lại tiếp tục dẫn thân trên mặt trận mới ■

# Cùng ngư dân “bám” biển

HÀ ANH

Tác nghiệp trên biển là vấn đề hết sức khó khăn. Nhưng nếu vượt qua được, bạn sẽ có những thước phim, hình ảnh đắt giá về biển đảo quê hương.







3  
4

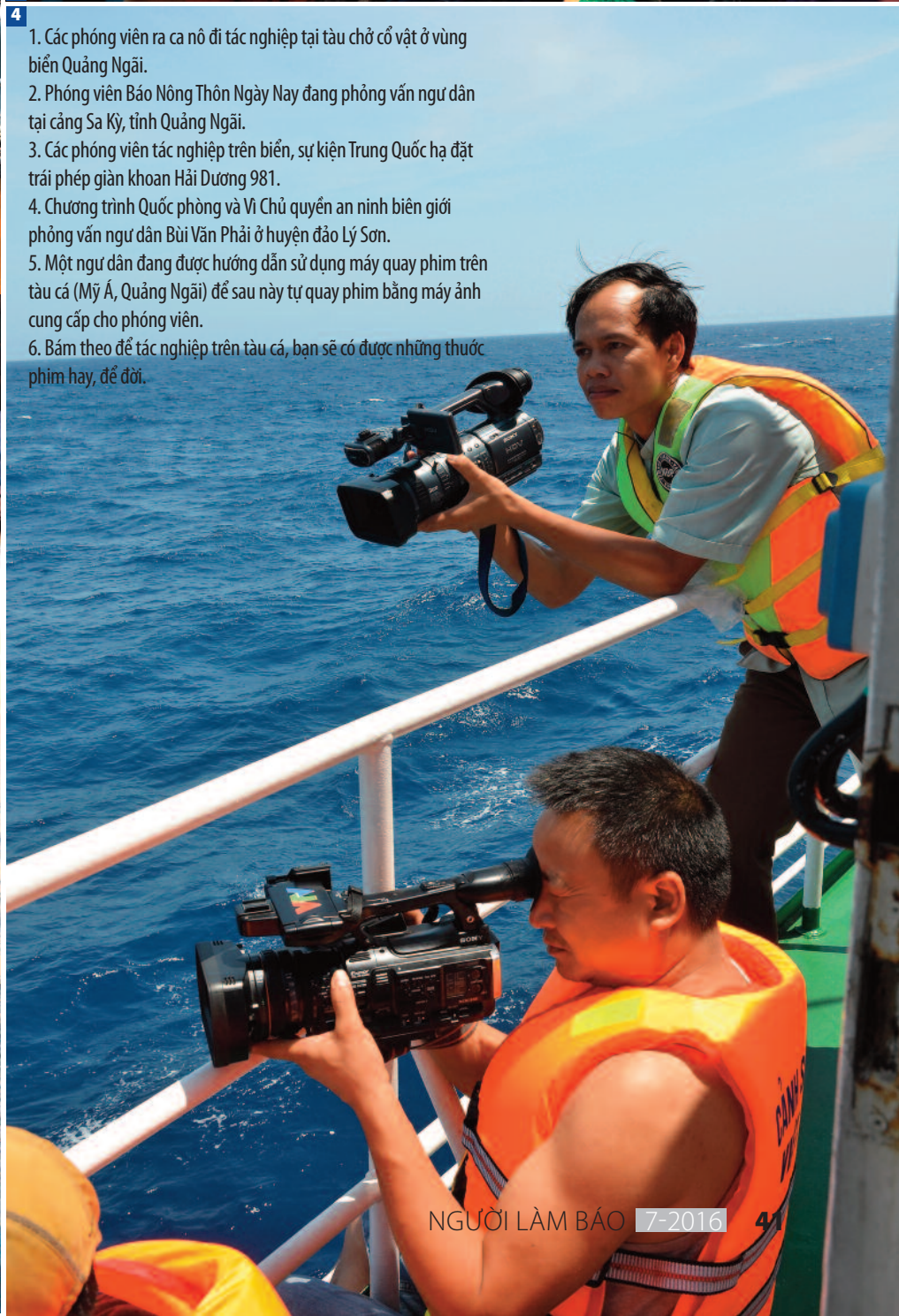


1  
2

1. Các phóng viên ra ca nô đi tác nghiệp tại tàu chở gỗ vật ở vùng biển Quảng Ngãi.
2. Phóng viên Báo Nông Thôn Ngày Nay đang phỏng vấn ngư dân tại cảng Sa Kỳ, tỉnh Quảng Ngãi.
3. Các phóng viên tác nghiệp trên biển, sự kiện Trung Quốc hạ đặt trái phép giàn khoan Hải Dương 981.
4. Chương trình Quốc phòng và Vì Chủ quyền an ninh biên giới phỏng vấn ngư dân Bùi Văn Phải ở huyện đảo Lý Sơn.
5. Một ngư dân đang được hướng dẫn sử dụng máy quay phim trên tàu cá (Mỹ Á, Quảng Ngãi) để sau này tự quay phim bằng máy ảnh cung cấp cho phóng viên.
6. Bám theo để tác nghiệp trên tàu cá, bạn sẽ có được những thước phim hay, để đời.



5



# Biển gọi ta về

**THANH BÌNH**

Đó là tâm huyết, tình cảm và trách nhiệm của các doanh nhân trẻ - những người con Khánh Hòa đang sinh sống và lập nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh hướng về quê hương.



CLB Doanh nhân Khánh Hòa - Sài Gòn tặng quà, khám bệnh cho họ

## Tri ân với quê hương

Ông Lâm Minh Chánh - Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Pasoto là một doanh nhân trẻ thành đạt ở TP. Hồ Chí Minh, trong một dịp về thăm quê ở thành phố Nha Trang đã có cuộc hội ngộ với bạn bè là những doanh nhân ở Khánh Hòa. Từ những tâm tư về cuộc sống, những chia sẻ trong lập nghiệp, sự thành công và cả những khó khăn, thăng trầm trong kinh doanh của những người ở xa cùng những người ở lại quê nhà đã gặp nhau và có chung tiếng nói: cần có sự kết nối để hỗ trợ, giúp nhau phát triển tốt hơn. Ý tưởng thành lập Câu lạc bộ doanh nhân Khánh Hòa - Sài Gòn được ra đời với mục tiêu: kết nối doanh nhân TP. Hồ Chí Minh gốc Khánh Hòa và doanh nhân Khánh Hòa hiện nay cùng sinh hoạt, hỗ trợ, tạo điều kiện phát triển thương

hiệu, mở rộng thị trường.

Ông Lâm Minh Chánh cho biết, ngay buổi ra mắt tại TP. Hồ Chí Minh hồi đầu tháng 4/2016, đã có 38 hội viên tham gia, trong đó doanh nhân đang hoạt động ở Khánh Hòa có 14 người. Trong lễ ra mắt của câu lạc bộ tại TP. Hồ Chí Minh, các doanh nhân đã trao học bổng cho 10 sinh viên là người Khánh Hòa đến từ 9 trường đại học, cao đẳng trong TP. Hồ Chí Minh; mỗi suất trị giá 3 triệu đồng. Ông Nguyễn Tấn Huy, Chánh văn phòng Liên hiệp Khoa học doanh nhân Việt Nam, Phó Chủ nhiệm Thường trực Câu lạc bộ doanh nhân Khánh Hòa - Sài Gòn cho biết: “Ngoài mục tiêu kết nối doanh nhân, chúng tôi đặc biệt chú trọng đến việc dìu dắt sinh viên trẻ là người Khánh Hòa đang học tại TP. Hồ Chí Minh. Sau khi trao học bổng đợt này, Ban chủ

nhiệm câu lạc bộ sẽ tích cực tìm kiếm nguồn kinh phí, tìm các hoàn cảnh sinh viên khó khăn để trao học bổng. Ngoài ra, chúng tôi sẽ thực hiện chương trình “mỗi doanh nhân kèm một sinh viên” theo mô hình: doanh nhân ở lĩnh vực nào thì kèm cặp, hướng dẫn, hỗ trợ sinh viên ở lĩnh vực đó”.

## Tấm lòng doanh nhân xa xứ

Tại Khánh Hòa, người tích cực đứng ra kết nối doanh nhân trong tỉnh với doanh nhân Khánh Hòa đang hoạt động tại TP. Hồ Chí Minh là ông Văn Dũng Chinh, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Cát Lợi. Trong buổi ra mắt Câu lạc bộ doanh nhân Khánh Hòa - Sài Gòn ông Chinh đã đóng góp 100 triệu đồng để trao học bổng cho sinh viên nghèo. Ông chia sẻ “Câu lạc bộ ra đời trong bối cảnh kinh tế thị trường đang phát triển,



nghèo tại xã Sơn Lâm (huyện Khánh Sơn, tỉnh Khánh Hòa)



CLB Doanh nhân Khánh Hòa - Sài Gòn họp mặt\_Ảnh: PV

hiều doanh nghiệp cần mở rộng mối quan hệ, mở rộng thị trường đi các tỉnh, thành phố hoặc nước ngoài. Chính vì vậy câu lạc bộ sẽ là nơi kết nối doanh nhân - doanh nghiệp lại với nhau, từ đó có sự chia sẻ và hỗ trợ nhau phát triển ngày càng lớn mạnh. Với tư cách là Phó chủ nhiệm câu lạc bộ, tôi sẽ cố gắng kết nối các doanh nhân ở Khánh Hòa để câu lạc bộ ngày càng vững mạnh”.

Sự kiện đầu tiên ở Khánh Hòa là Câu lạc bộ đã phối hợp với Liên hiệp khoa học doanh nhân Việt Nam tổ chức buổi tọa đàm “Nâng cao hiệu quả về bảo vệ tài sản trí tuệ dành cho doanh nghiệp” tại trụ sở của câu lạc bộ (tòa nhà The Rich Building, 48 Đinh Tiên Hoàng, TP. Nha Trang). Buổi tọa đàm là cơ hội để các doanh nhân chia sẻ những kinh nghiệm, kiến thức về việc bảo vệ tài sản trí tuệ trong bối cảnh hội

nhập; đồng thời trao cho nhau những cơ hội kinh doanh trong bối cảnh hội nhập kinh tế thị trường.

Sự kiện mở đầu cho chương trình kết nối doanh nghiệp của Khánh Hòa là buổi Gala Dinner kết nối doanh nghiệp. Chương trình được diễn ra có sự góp mặt của gần 100 doanh nhân quê Khánh Hòa đang hoạt động ở TP. Hồ Chí Minh. Tất cả họ đều là những người con ưu tú của miền đất Khánh Hòa từ khắp nơi tìm về quê hương theo tiếng gọi tha thiết của biển. Tại đây, ngoài việc kết nối giữa các doanh nghiệp, chương trình còn vận động để làm chương trình từ thiện cho người nghèo tại huyện Khánh Sơn vào ngày 26/6 có tổng trị giá 120 triệu. Tại đêm Gala Dinner, có một nội dung nữa cũng hết sức ý nghĩa là phát động cuộc thi viết về vẻ đẹp thành phố biển Nha Trang với tổng

giải thưởng 100 triệu đồng, dự kiến trao giải ngày 25/10/2016. Đây là chương trình tôn vinh vẻ đẹp của xứ Trầm Hương, thể hiện lòng yêu thương quê hương của những doanh nhân xa xứ.

Theo kế hoạch, trong năm 2016, sẽ tổ chức: công phiên chợ giao thương online; hội chợ Khánh Hòa - Sài Gòn; họp mặt chia sẻ kiến thức và gia tăng giá trị kết nối; đêm nhạc gây quỹ từ thiện và học bổng do doanh nhân và văn nghệ sĩ Khánh Hòa thực hiện; cuối tháng 12/2016 sẽ tổ chức sự kiện họp mặt đồng hương Khánh Hòa và chuyển từ từ thiện về một huyện khó khăn ở Khánh Hòa. Ngoài ra, dự kiến câu lạc bộ sẽ họp mặt sinh viên Khánh Hòa tại TP. Hồ Chí Minh mỗi tháng một lần để chia sẻ kiến thức và hướng dẫn các em trên bước đường sự nghiệp ■

# KẾT NỐI GIỮA NHÀ KHOA HỌC VÀ NHÀ BÁO

**THS LÊ THỊ TUYẾT HẠNH - TRẦN ÁNH TUYẾT**

*Bộ Khoa học và Công nghệ*

Mối quan hệ giữa khoa học công nghệ và truyền thông được biểu hiện qua các cụm từ ẩn dụ như “khoảng cách”, “rào cản”, thậm chí nhà khoa học Mỹ McCall, R.D còn từng ví von rằng, khoa học và báo chí (một kênh của truyền thông) không khác gì “dầu” và “nước”, tuy gần nhau mà khó hoà quyện được. Để vượt qua được những thách thức trên, vấn đề mấu chốt vẫn là sự tăng cường kết nối giữa nhà khoa học và nhà truyền thông, qua nhiều kênh khác nhau (sách, tạp chí, báo, website, truyền hình...), từ đó hình thành nên mối liên hệ mật thiết giữa truyền thông và khoa học, biến truyền thông trở thành một bộ phận không thể thiếu của khoa học.



Trường quay chương trình VTV24 tại Hà Nội. Ảnh: Đức Tùng

**V**iệc tương tác thường xuyên giữa các nhà khoa học và giới truyền thông vẫn còn hạn chế, bởi các nhà khoa học cho rằng việc công bố kết quả nghiên cứu trên tạp chí chuyên ngành khoa học sẽ bị “đe dọa” nếu như nó được đưa lên các phương tiện truyền

thông đại chúng và họ e ngại các kết quả khoa học đó sẽ có thể không được hiểu và thông tin đúng. Tuy nhiên, khoảng cách này cũng bắt nguồn chính từ phía các nhà truyền thông, bởi họ thường kỳ vọng và quan tâm tới các nghiên cứu có thể đúc rút ra những thông điệp dễ hiểu

đối với người nghe hoặc những đột phá mới lạ của khoa học. Trong khi không phải lúc nào khoa học cũng tạo ra những đột phá mới, độc và lạ.

Những hạn chế này gây ra những ảnh hưởng không nhỏ tới việc phổ biến tri thức cho công chúng. Theo nghiên cứu mới của Hiệp hội Vì sự tiến bộ khoa học Mỹ (AAAS) được biết, người Mỹ có kiến thức hạn chế về khoa học bắt nguồn từ các nguyên nhân, trong đó có 43% do thiếu sự quan tâm của truyền thông đối với lĩnh vực khoa học và 40% do có quá ít nhà khoa học công bố các phát hiện của họ trên truyền thông.

## **Tim đề tài từ mở kiến thức khô khan**

Truyền thông KHCN là lĩnh vực không hề dễ, bởi đặc thù của nó là khô khan, thông tin cần bảo đảm đầy đủ, chuyên sâu nên nhiệm vụ của truyền thông là phải biến mở kiến thức khô khan đó trở nên dễ hiểu, gần gũi. Tuy nhiên, hoạt động truyền thông trong các trường, viện

nghiên cứu hiện nay đang ở mức rất thấp kể cả về số lượng thông tin, lực lượng triển khai và kinh phí đầu tư. Chính vì vậy, các công trình khoa học sau khi nghiên cứu xong không được nhiều người biết đến, khó chuyển giao và không nắm bắt được nhu cầu của thị trường.

Nhà báo Phạm Quốc Toàn, nguyên Phó Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam, nguyên Tổng Biên tập Tạp chí Người Làm Báo nhận định: KHCN có mặt ở mọi nơi, mọi lĩnh vực của đời sống, thế nhưng, truyền thông trong lĩnh vực này tương đối khó do những đặc thù như tính phức tạp, thông tin khô khan, kém hấp dẫn và đòi hỏi tính chính xác cao. Bên cạnh đó, bản thân những người có trách nhiệm cung cấp thông tin cho báo chí về KHCN cũng còn hạn chế. Các nhà khoa học thì thường không thích giới thiệu, không muốn viết về những kết quả mình đã làm. Tiếp cận nguồn thông tin đã khó, khi tiếp cận được thì những báo cáo khoa học khô khan cũng rất khó chuyển tải thành các tác phẩm báo chí đại chúng, dễ hiểu. Do vậy, người viết báo về KHCN phải chịu nhiều thiệt thòi, khó tìm được người đam mê nghiên cứu sâu về lĩnh vực này.

### **Rào cản giữa nhà báo và nhà khoa học**

Thực tế, rất nhiều nhà khoa học cho rằng, tiến hành nghiên cứu trong phòng thí nghiệm, xuất bản các công trình nghiên cứu trên các tạp chí chuyên ngành... là đã hoàn thành xong nhiệm vụ của mình. Tuy nhiên, để khoa học đến với công chúng, nhà khoa học vẫn còn một công việc nữa, đó là công bố các công trình nghiên cứu của mình với công chúng. Hiện

nay, một bộ phận nhà khoa học chưa ý thức cao cho công tác truyền thông KHCN, phần lớn các nhà khoa học thường không thích giới thiệu, thậm chí không muốn viết về những kết quả mình làm. Một số nhà khoa học rất ngại các phóng viên trích dẫn sai hoặc diễn đạt theo xu hướng giật gân hóa “câu khách” có thể làm ảnh hưởng đến uy tín của họ. Hoặc một số nhà khoa học vấp phải vấn đề khó khăn như kinh phí hạn hẹp, chỉ đủ phục vụ nghiên cứu, báo cáo mà không có kinh phí cho vấn đề tuyên truyền. Điều này gây khó khăn cho các nhà báo trong việc tiếp cận với KHCN.

Song, khoảng cách này cũng bắt nguồn từ chính phía truyền thông, bởi họ thường kỳ vọng và quan tâm tới các nghiên cứu có thể đúc rút những thông điệp dễ hiểu với người nghe hoặc đột phá mới lạ.

### **Đi tìm giải pháp**

Nhà báo và nhà khoa học đều có điểm chung là đi tìm sự thật và cả hai đều xuất phát từ vấn đề chung là công chúng. Song, điểm khác nhau là: nhà khoa học đi sâu vào những vấn đề chi tiết, còn nhà báo, nhà truyền thông thì nặng về vấn đề thông tin phổ quát, đại chúng. Một trong những giải pháp xin được kiến nghị:

*Thành lập các liên minh khoa học và truyền thông*

Ở một số nước phát triển, ngoài việc thành lập các trung tâm truyền thông KHCN, họ còn thiết lập các hiệp hội - bao gồm cả nhà báo và nhà khoa học - cùng làm việc, gặp gỡ để hiểu biết lẫn nhau. Đặc biệt là chú trọng việc đào tạo các nhà khoa học tương lai về những kỹ năng truyền thông thông qua các hoạt

động như hội trại khoa học, tình nguyện viên hướng dẫn, tổ chức các chuyến tham quan, giới thiệu các phòng thí nghiệm...

Sự tăng cường kết nối giữa nhà khoa học và nhà truyền thông có thể qua nhiều kênh khác nhau - từ sách, tạp chí, báo, website, truyền hình..., từ đó hình thành nên mối liên hệ mật thiết giữa truyền thông và khoa học, biến truyền thông trở thành một bộ phận không thể thiếu của khoa học. Để làm được điều này, vai trò điều phối của Nhà nước là rất quan trọng.

*Nâng cao nhận thức về công tác truyền thông*

Đã đến lúc các nhà khoa học cần thay đổi tư duy về truyền thông KHCN. Công tác truyền thông KHCN không chỉ là ý thức của mỗi nhà khoa học mà còn là trách nhiệm của tổ chức KHCN, mà trong đó, các viện, các trường đại học đóng vai trò quan trọng trong việc phổ biến kiến thức và tuyên truyền thành quả nghiên cứu.

*Nâng cao kỹ năng viết cho các nhà báo*

Chỉ khi nào nhà khoa học và nhà báo tạo dựng được niềm tin vào nhau thì lúc đó mới có sự cởi mở chia sẻ trong thông tin KHCN. Chính vì vậy, nhà báo viết mảng KHCN cần phải có sự hiểu biết nhất định đối với những kiến thức theo từng lĩnh vực. Nhà báo cần kiểm tra tính chính xác và tính cân bằng của bản tin, tránh gây ra những sai sót không đáng có. Song song với đó là cần tổ chức các khóa đào tạo về kỹ năng viết để nhà báo hiểu hơn về cách thức truyền tải thông tin KHCN sao cho dễ hiểu, dễ thuyết phục ■

# Gói tin tức đa phương tiện trên báo mạng điện tử

PGS, TS NGUYỄN THỊ TRƯỜNG GIANG

Khi xuất hiện trên báo mạng điện tử, gói tin tức đã trở thành “đặc sản”, nó không còn là một bài viết thông thường, mà là một chỉnh thể tích hợp các yếu tố đa phương tiện để diễn tả những nội dung khác nhau về cùng một chủ đề. Điều quan trọng là khi lựa chọn hình thức, loại phương tiện nào để truyền đạt, diễn tả nội dung, ý tưởng, nhà báo phải bảo đảm sự lựa chọn của mình luôn đem đến cách diễn đạt hay, hấp dẫn và lôi cuốn nhất.

## Hình thức chuyển tải thông tin mới

Xu hướng báo chí đa phương tiện sản sinh ra thuật ngữ “gói tin tức đa phương tiện” gọi tắt là “gói tin tức”.

Thí dụ, tác phẩm “10 years after Katrina” (10 năm sau bão Katrina) của New York Times. Mở đầu tác phẩm, gói tin tức đưa ra hình ảnh so sánh các thành phố ở Mỹ sau 10 năm bị cơn bão Katrina tàn quét năm 2005 để độc giả tự đánh giá sự thay đổi, tái xây dựng của các đô thị. Các nhà báo của New York Times đã thực hiện một video ngắn (17 giây) để tái hiện cuộc sống hiện tại của người dân thành phố sau một thập niên bị thiệt hại nặng nề bởi siêu bão. Trên nền bức ảnh tĩnh (tháng 9/2005) và trên nền video trải rộng khắp màn hình (tháng 8/2015) đều có một câu chú thích ngắn bằng văn bản. Độc giả có thể bật video bằng cách nhấn vào câu lệnh “Replay with sound”, hình thức này được sử dụng 8 lần trong tác phẩm.

Sau phần mở đầu là tiêu đề bài viết, tên những người thực hiện và ngày tháng đăng tải. Liên sau đó là một đoạn văn bản tương đối dài, tóm tắt những thiệt hại của năm 2005 và sự phục hồi của các thành phố trong suốt 10 năm sau đó.

Gói tin tức đã đưa ra bức tranh tổng quát về 8 khu vực trên nước Mỹ bị thiệt hại nặng nề bởi bão Katrina. Chia tác phẩm ra làm 8 phần, mỗi phần đều có minh họa hình ảnh tĩnh thể hiện sự tàn phá của cơn bão (vào năm 2005), video tái hiện khung cảnh đô thị sau 10 năm phục hồi (vào năm 2015) và văn bản dài nối tiếp gồm các thống kê, phân tích và phỏng vấn kể lại những gì người dân trong vùng bị ảnh hưởng của cơn bão đã trải qua, xen kẽ là các đồ họa thể hiện rõ ràng, trực quan hơn vấn đề được đề

cập. Gói tin tức này của New York Times đã sử dụng nhiều cách thức truyền tải để cung cấp thông tin, so sánh và đưa ra đánh giá khái quát.

Như vậy, với cách hiểu đơn giản nhất, đa số quan điểm đều đồng nhất rằng, gói tin tức trên báo mạng điện tử là một tác phẩm báo chí có dung lượng thông tin lớn, tập hợp nhiều tin, bài cùng một chủ đề và sử dụng phối hợp các yếu tố đa phương tiện như văn bản, audio, video, ảnh, đồ họa thông tin, biểu đồ, bản đồ... trong đó, mỗi yếu tố đều có tính độc lập tương đối nhưng cùng có mục đích là làm nổi bật chủ đề cần hướng tới.

Trong bài viết “*Cách xây dựng gói tin tức đa phương tiện - những bí kíp từ các chuyên gia*”, tác giả Jane Stevens nhấn mạnh: Không phải sự kiện, vấn đề nào cũng thích hợp để sản xuất gói tin tức, phải là những sự kiện, vấn đề có bối cảnh và tính liên tục. Hay nói cách khác, đó phải là sự kiện, vấn đề lớn, có nhiều tranh luận với góc nhìn đa chiều, được nhiều người quan tâm, có một quá trình diễn biến kéo dài, phức tạp... Sản xuất gói tin tức yêu cầu phóng viên phải xâm nhập thực tế thay vì ngồi ở toà soạn tổng hợp thông tin, hoặc phỏng vấn nhân chứng qua điện thoại, email<sup>(1)</sup>.

(1) Jane Stevens, *Cách sản xuất gói tin tức đa phương tiện - Học hỏi bí kíp từ chuyên gia*, (Multimedia Storytelling: Learn The Secrets From Experts), website Đại học Berkeley, Mỹ: <http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/start-tofinish/>

## Kết cấu của gói tin tức

Về mặt hình thức, gói tin tức được trình bày trong một trang web theo định dạng phi tuyến tính (cho phép độc giả có thể tùy ý chọn đọc những nội dung trong gói tin mà mình quan tâm), hoặc tuyến tính (độc giả phải đọc lần lượt từ đầu đến cuối nội dung gói tin).

Gói tin tức tuyến tính được trình bày như một bài viết bình thường có dung lượng lớn, được chia thành nhiều phần, người đọc nếu muốn xem những nội dung phía sau thì phải kéo chuột trên thanh trượt để đi qua những nội dung phía trước. Điều này cũng giống như khi họ xem những chương trình truyền hình, không thể bấm nút bỏ qua những phần nội dung mình không quan tâm. Gói tin tức tuyến tính không có lớp vỏ cung cấp thông tin nền và chứa các đường link để người dùng điều hướng đến các nội dung mà họ muốn đọc. Các phần tin tức phi tuyến tính có thể được bố trí thành các đoạn và được gắn link vào các tit xen hoặc video, ảnh để người dùng có thể click chuột và đọc riêng những nội dung đó. Tuy nhiên, việc sắp xếp các đường link liên kết này không hề làm phá vỡ bố cục của bài viết, tức là toàn bộ nội dung chứa trong các đường link đó đều được hiển thị toàn vẹn trong trang web chứa gói tin tức. Việc người dùng click chuột để điều hướng chỉ giúp họ tiếp cận nội dung một cách độc lập trong những trang web riêng, thoáng mắt và dễ nhìn hơn.

Gói tin tức tuyến tính thường được dùng đối với những sự kiện kéo dài liên tục, có diễn biến phức tạp, chưa có hồi kết, tòa soạn có thể tiếp tục cập nhật thông tin. Những gói tin tức được trình bày theo định dạng tuyến tính thường rất dài, làm cho người đọc có cảm giác mệt mỏi. Tuy nhiên, nó có lợi điểm là người đọc chỉ cần dùng một click chuột có thể đọc rất nhiều thông tin đa chiều được sắp xếp hợp lý, tập trung theo ý đồ của người viết và dẫn dắt từ từ độc giả đến từng chi tiết, từng góc độ của vấn đề.

Gói tin tức tuyến tính thường sử dụng một cấu trúc tường thuật truyền thống với mở đầu, diễn biến và kết thúc. Có hai cách trình bày các yếu tố đa phương tiện trong gói tin tức tuyến tính. Một là, các yếu tố này được đặt sang một bên, thường là bên trái hoặc bên phải, ở giữa sẽ là phần văn bản. Hai là, các yếu tố đa phương tiện được “nhúng” trong văn bản giống như những bài báo truyền thống và sẽ được cân nhắc đặt bên dưới những nội dung văn bản có liên quan.

Gói tin tức phi tuyến tính thường có một lớp vỏ cung cấp thông tin nền và các đường dẫn liên kết. Khi chạm

vào lớp vỏ và thực hiện các click chuột vào các đường link liên kết, độc giả có thể điều hướng đến những nội dung mà mình quan tâm. Lớp vỏ này có thể bao gồm cơ sở dữ liệu, dòng thời gian, hộp thông tin, các tin tức liên quan, liên kết đến các nguồn tin khác và các diễn đàn trực tuyến. Thông tin lớp vỏ cho người đọc thấy được bối cảnh của câu chuyện và sự kết nối của nó với những câu chuyện khác về cùng một chủ đề.

Lớp vỏ gói tin tức “Chìm tàu ở Cần Giò” do VnExpress thực hiện có một bức ảnh lớn về chiếc tàu bị chìm giữa biển và một đoạn văn bản ngắn cung cấp thông tin nền. Khi click chuột vào dòng chữ “chi tiết”, độc giả sẽ đi qua lớp vỏ để vào bên trong gói tin. Ở các lớp bên trong sẽ có các công cụ để độc giả lựa chọn đọc những phần tin mình quan tâm.

Gói tin tức phi tuyến tính vẫn được chia thành nhiều phần nhưng công chúng không phải bắt buộc đi lần lượt từ nội dung này đến nội dung khác để hiểu nội dung của toàn bộ gói tin. Công chúng có thể lựa chọn những phần thông tin mình muốn xem để click vào. Gói tin tức phi tuyến tính được trình bày khoa học, giống như một trang báo bình thường, chỉ khác là toàn bộ nội dung trong trang web đó đều hướng về cùng một chủ đề.

## Tương lai phụ thuộc vào nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng

Sự sắp xếp này sẽ làm công chúng cảm thấy thoải mái, không bị rối mắt và dễ theo dõi. Tuy nhiên, đối với nhiều người, việc có quá nhiều sự lựa chọn điều hướng đôi khi làm họ xao nhãng những thông tin quan trọng và không biết đâu mới thực sự là nội dung mình muốn tìm kiếm. Chưa kể, việc sản xuất gói tin tức phi tuyến tính đòi hỏi sự chuyên nghiệp của tòa soạn với nền tảng thiết kế web hiện đại, yêu cầu phóng viên phải sử dụng thành thạo, linh hoạt các thiết bị như máy ảnh, máy quay phim chuyên nghiệp cũng như các phần mềm chỉnh sửa ảnh, biên tập video, audio. Quá trình sản xuất gói tin tức phi tuyến tính cũng cần có thời gian và không thể do một phóng viên đảm nhận từ đầu tới cuối mà đòi hỏi sự tham gia của nhiều người, từ người viết đến biên tập viên và kỹ thuật viên...

Trước đây, để hiểu những sự kiện, vấn đề phức tạp như thế, công chúng thường phải đọc nhiều bài báo ở nhiều tờ báo khác nhau, thậm chí, dù đã đọc nhiều, một số người vẫn chưa thể hiểu sâu và có cái nhìn bao quát về sự kiện, vấn đề mình quan tâm. Nhưng với gói tin tức, người

đọc có thể “tóm” gọn sự kiện, nắm bắt các góc nhìn đa chiều. Chính vì những lý do đó, gói tin tức thường có hiệu ứng lan tỏa rất tốt, lượng page view thường cao gấp khoảng 10 lần so với các tin, bài khác. Thí dụ gói tin tức “Sự ra đi huyền thoại” do VnExpress thực hiện năm 2014, chỉ trong một thời gian ngắn sau khi đăng tải đã nhận được một triệu lượt view. Hay gói tin tức “40 năm hải chiến Hoàng Sa” của báo Thanh Niên sản xuất cho độc giả cái nhìn toàn diện về sự bành trướng của Trung Quốc với âm mưu xây dựng đường lưỡi bò, chiếm trọn biển Đông trong suốt thời gian dài và cuộc chiến bèn bi để giữ vững chủ quyền dân tộc của Việt Nam. Gói tin này đã thu hút hàng chục nghìn lượt người xem.

Việc đưa tin theo gói là minh chứng cho thấy mạng Internet có khả năng cung cấp môi trường lý tưởng để người làm báo xây dựng nền báo chí đa phương tiện mà ở đó các yếu tố đa phương tiện được phát huy mọi lợi điểm của mình. Gói tin tức cũng chỉ có thể hình thành và phát triển trên cơ sở của các trang web với thiết kế mở để cập nhật liên tục những thông tin mới xoay quanh chủ đề mà gói tin đề cập. Thêm nữa, các siêu liên kết, các công cụ tìm kiếm và hỗ trợ điều hướng trở thành những điều quan trọng trong việc xây dựng gói tin tức.

Trong guồng quay phát triển không ngừng của báo chí - truyền thông, sự ra đời của gói tin tức là điều tất yếu, đánh một dấu mốc quan trọng trong việc thông tin theo hướng hiện đại, nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu tiếp nhận thông tin đa phương tiện của công chúng. Cùng với sự xuất hiện của hình thức đưa tin này, báo mạng điện tử ngày càng chứng minh những ưu thế vượt trội của mình so với các loại hình báo chí khác như khả năng tích hợp cùng lúc nhiều yếu tố đa phương tiện, không giới hạn về dung lượng, cho phép cập nhật liên tục nội dung các tác phẩm báo chí. Đặc biệt, đối với gói tin tức phi tuyến tính, công chúng có cơ hội trải nghiệm cảm giác tiếp nhận thông tin hoàn toàn chủ động, tự điều hướng đến những nội dung mình quan tâm thay vì phải kiên nhẫn tiếp nhận mọi thông tin từ đầu đến cuối.

Cùng với những ưu thế của mình, trong tương lai, gói tin tức hứa hẹn sẽ trở thành một hình thức

đưa tin phổ biến trên báo mạng điện tử. Tuy nhiên, điều này phụ thuộc rất lớn vào khả năng, điều kiện, sự định hướng phát triển của từng tòa soạn cũng như mức độ tiến bộ khoa học kỹ thuật, nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng. Trong đó, nhu cầu của độc giả là yếu tố được ưu tiên hàng đầu bởi xét đến cùng, mục đích xây dựng gói tin tức trước hết bắt nguồn từ việc đáp ứng thị hiếu của công chúng. Hiệu ứng lan tỏa cũng như những phản hồi tích cực từ phía công chúng chính là nguồn động lực to lớn giúp các tòa soạn có thêm quyết tâm phát triển hình thức đưa tin này ■

### Tài liệu tham khảo:

1. Carmilla Floyd (2009), *Tổ chức tòa soạn đa phương tiện, Bộ Thông tin và Truyền thông phối hợp với Đại sứ quán Thụy Điển tại Việt Nam dịch thuật và xuất bản, Hà Nội.*
2. Chris Harvey (18/10/2012), *Những ví dụ về câu chuyện đa phương tiện của The Washington Post (Washington Post multimedia story example)*  
<http://online-journalism-for-beginners.blogspot.com/2012/10/washington-post-multimedia-story-example.html>
3. Don Goble, *Sản xuất video gói tin tức - từ khi bắt đầu đến lúc hoàn thành, (Video News package - start to finish)*  
[http://www.slideshare.net/dgoble/video-news-package-start-to-finish?qid=4d71cd8c-9761-4b51-aeca-bb366f5ce45f&v=qf1&b=&from\\_search=1](http://www.slideshare.net/dgoble/video-news-package-start-to-finish?qid=4d71cd8c-9761-4b51-aeca-bb366f5ce45f&v=qf1&b=&from_search=1)
4. Glenn Halbrooks, *Định nghĩa gói tin tức (What exactly is News package for a TV Newscast?), đường link:*  
<http://media.about.com/od/mediatermsand-glossary/g/News-Package.htm>



# HỆ THỐNG TRẠNG TRẠI GIÁO DỤC VÀ TRUNG TÂM VUI CHƠI TRẺ EM ERAHOUSE



**Trang Trại Giáo dục Erahouse cơ sở 1**  
Km số 2, Đường Đê Vàng, Cầu Đuống, Long Biên, Hà Nội

**Trang Trại Giáo dục Erahouse cơ sở 2**  
Km số 1, Đường Đê Vàng, Cầu Đuống, Long Biên, Hà Nội

**Vườn khoa học Erahouse**  
Tầng 3, TTTM Savico, số 7-9 Nguyễn Văn Linh, Long Biên, Hà Nội



# Chi tiết trong phóng sự chương trình thời sự truyền hình

THS. NGUYỄN THẾ LÂM

Chi tiết là bộ phận nhỏ nhất nhưng có vai trò quan trọng cấu thành tác phẩm báo chí. Mỗi chi tiết đều chứa đựng những giá trị thông tin phản ánh về sự kiện, vấn đề và quan điểm, tư tưởng của nhà báo. Phát hiện, lựa chọn được những chi tiết phù hợp, chi tiết giá trị để đưa vào tác phẩm sẽ làm tăng sức nặng biểu đạt thông tin và giá trị tư tưởng của các phẩm. Phóng sự trong chương trình thời sự truyền hình có thời lượng ngắn, phóng viên tác nghiệp trong điều kiện thời gian hạn hẹp, việc sử dụng chi tiết càng có vai trò quan trọng, quyết định đến chất lượng của tác phẩm.

## Thực tiễn sinh động

Sử dụng chi tiết hình ảnh là công việc quan trọng hàng đầu đối với phóng sự truyền hình. Bất cứ phóng viên nào khi thực hiện phóng sự thời sự đều phải chuẩn bị trước những phương án sử dụng chi tiết. Với những trường đoạn nội dung nhất định cần phải có các hệ chi tiết tương ứng, mang giá trị thông tin cao nhất. Để làm được điều này, thông thường các phóng viên xây dựng đề cương phóng sự, thảo luận cùng phóng viên quay phim để có chi tiết hình tốt nhất. Trong đó, yêu cầu thường trực là cần có hướng tiếp cận nội dung hiệu quả nhất, tức là đi sâu khai thác khía cạnh được coi là mới đối với công chúng.

Chi tiết hình thường được sử dụng là chi tiết bối cảnh sự việc. Đó là những hình ảnh cho công chúng thấy ngay những hình ảnh của hiện trường câu chuyện. Thí dụ khi phóng sự đề cập tới tình trạng khai thác vàng

trái phép thì những chi tiết hình ảnh đầu tiên cần thấy khung cảnh của thực tại. Đó có thể là những hình ảnh toàn cảnh cho thấy quy mô, hoặc có thể bắt đầu ở những chi tiết cận cảnh để thấy mức độ nguy hiểm của hoạt động khai thác vàng trái phép...

Bên cạnh những chi tiết về bối cảnh sự việc, cần quan sát để khai thác chi tiết về hành vi nhân vật. Trong quá trình thực hiện phóng sự, phóng viên có thể xây dựng câu chuyện từ một nhân vật. Câu chuyện của nhân vật đó sẽ là minh chứng của sự kiện, câu chuyện đó là hiện thực khách quan điển hình cho vấn đề đang được đề cập tới. Để truyền tải câu chuyện về tình trạng thiếu nước sạch sinh hoạt, phóng viên đã bắt đầu bằng hình ảnh người phụ nữ khó nhọc kéo thùng nước từ dưới giếng sâu lên. Tiếp theo là hình ảnh về một người già sống độc thân sống trong cảnh thiếu nước sạch... Mỗi nhân vật đều gắn

với hành động, những hành động ấy đã lột tả được giá trị thông tin mà phóng viên muốn truyền tải.

Bên cạnh con người của hiện thực, còn có nhân vật thứ 2 xuất hiện đó là phóng viên. Họ hoặc chỉ xuất hiện trong bối cảnh khi đang tìm hiểu thông tin, hoặc lên hình dẫn tại hiện trường. Những hành vi, sự truyền tải thông tin, cảm xúc của phóng viên cũng làm tăng độ tin cậy của thông tin và tạo cảm xúc cho công chúng.

Bên cạnh hành vi nhân vật thì ngoại hình, điệu bộ, cảm xúc nhân vật cũng rất quan trọng trong phóng sự. Phóng viên quay phim cần có những cảnh quay cận cảnh hoặc đặc tả để khai thác chi tiết. Phóng sự “Nhìn từ hiện tượng chen lấn nộp đơn vào lớp 1”, những hình ảnh phụ huynh lo lắng, mệt mỏi trong đêm tối xếp hàng chờ nộp đơn cho con vào lớp 1 đã nói lên rất nhiều điều.

Cùng với chi tiết hình ảnh, trên phóng sự truyền hình, việc sử dụng đồ họa cũng có tác dụng lớn trong truyền tải thông tin khi hình ảnh do camera không lột tả được hết nội dung của phóng sự.

Âm thanh, tiếng động cũng là nét đặc trưng của truyền hình, bao gồm phần lời bình của phóng viên; lời nói của nhân vật; lời nói của phóng viên can dự trong sự kiện; âm thanh, tiếng động tại hiện trường nơi ghi hình; âm nhạc xử lý ở phần hậu kỳ.

Lời thoại trong phóng sự truyền hình là ngôn ngữ nói, lời nói theo hình, làm rõ nghĩa thêm cho ngôn ngữ hình ảnh. Trên phương diện chi tiết, lời thoại của phóng viên là yếu tố để xây chuỗi câu chuyện, để bình, bàn, kết luận về vấn đề, sự kiện. Tiếng động từ hiện trường có ý nghĩa quan trọng với phóng sự. Nhiều trường hợp tiếng động là những chi tiết chính yếu tạo ra sức nặng cho phóng sự. Thí dụ đoạn hội thoại từ hiện trường của những người buôn bán ngoại tệ trái phép hay âm thanh từ những chiếc cửa máy trong hiện trường vụ phá rừng ghi hình vào ban đêm. Thậm chí nhiều phóng viên đã sử dụng chi tiết âm thanh là chi tiết quan trọng để đưa

ngay đầu phóng sự.

Sử dụng chi tiết “bình” cũng là đặc trưng của phóng sự truyền hình. Đó là cách để phóng viên bày tỏ quan điểm của mình trước sự việc mà phóng sự đang đề cập. Việc thể hiện chi tiết này có thể qua lời bình của phóng viên, có thể qua nhân vật.

Khi thực hiện các phóng sự truyền hình, chi tiết số liệu đã được sử dụng để chứng minh cho những nhận định, lập luận. Trong nhiều trường hợp, những số liệu được đưa ra đã tạo nên những tác động ghê gớm. Trong một phóng sự phản ánh về vụ phá rừng, phóng viên sử dụng liên tục các chi tiết số liệu “những thân gỗ nghiêng có đường kính hơn 1m đã bị lâm tặc đốn hạ không thương tiếc... Điều kỳ lạ là khu vực chúng tôi đang đứng chỉ cách trung tâm của lòng hồ 300m, thế nhưng cứ vào nửa đêm về sáng, những hoạt động khai thác gỗ trái phép vẫn cứ diễn ra ngang nhiên và công khai... 17 chốt trạm kiểm lâm đóng ở các vị trí ra vào của vườn, Ban quản lý vườn khẳng định như thế là nội bất xuất, ngoại bất nhập”...

### **Để chi tiết phát huy hiệu quả**

Bên cạnh những thành công, việc sử dụng chi tiết trong phóng sự của chương trình thời sự truyền hình cũng còn một số hạn chế. Có những chi tiết hình được sử dụng chưa đặc trưng cho nội dung thông tin mà lẽ ra nó cần truyền tải. Có trường hợp, phóng viên đưa nhiều chi tiết không thực sự cần thiết cho chủ đề phóng sự. Sử dụng những chi tiết hình ảnh giống nhau cũng là những hạn chế cần khắc phục. Bởi lẽ người xem truyền hình luôn mong muốn nhìn thấy những sự mới lạ ở chi tiết. Sử dụng tiếng động hiện trường trong một số trường hợp chưa được chú trọng, làm mất đi sự sống động của hiện thực.

Việc đưa quá nhiều thông tin trong lời bình làm cho người xem khó nhớ và không thấy được ấn tượng với thông điệp lớn nhất mà tác giả định nói. Một phóng sự nghèo về hình ảnh nhưng lời bình lại có dung lượng lớn thường ít hấp dẫn. Nó mâu thuẫn ngay với đặc trưng

của phóng sự truyền hình vốn lấy hình là chính. Có phóng sự vẫn bị “lệch” giữa lời thoại và hình ảnh. Hay nói cách khác là hình và lời không ăn khớp với nhau dẫn tới việc gây khó hiểu cho người xem. Hoặc có trường hợp, những chi tiết có sức nặng nhất lại không được đặt ở đầu phóng sự, làm giảm đi sự tác động.

Đối với phóng sự truyền hình, để khai thác chi tiết tốt cần phải xây dựng đề cương kịch bản trước khi quay tại hiện trường. Đó là bước đầu để “định hình” những việc cần làm, dự tính những chi tiết có thể khai thác được. Trước khi tác nghiệp, phóng viên biên tập và phóng viên quay phim cần thảo luận kỹ về đề cương kịch bản, về nội dung cần đạt tới của phóng sự và nêu yêu cầu đối với phóng viên quay phim. Phóng viên quay phim cần phải được hiểu sâu về yêu cầu nội dung để có thể sáng tạo, tìm chi tiết đặc tả. Tuy nhiên, phóng viên phải liên tục bám sát công việc của quay phim, quan sát thường xuyên hiện thực để kịp thời đề nghị quay phim ghi lại những hình ảnh có giá trị.

Bên cạnh những chi tiết hình ảnh, chi tiết về âm thanh, tiếng động, số liệu cũng rất quan trọng với phóng sự truyền hình. Để có những chi tiết tốt, phóng viên cần phải bám sát hiện thực đời sống. Khi có đề tài thì tiếp cận theo nhiều hình thức, kiểm tra thông tin qua nhiều nguồn, nghiên cứu tài liệu thu thập được, lựa chọn những nội dung phù hợp để khai thác. Có khi, những con số khô khan nhưng được đặt vào bối cảnh của phóng sự lại chuyển tải một giá trị thông tin và tạo sức nặng ghê gớm. Tất cả những kỹ năng khai thác thông tin cần được sử dụng để khai thác chi tiết. Lãng kính sàng lọc và thẩm định hiện thực của phóng viên cũng cần hết sức nhạy bén để kịp thời thay đổi đề cương của phóng sự ban đầu khi phát hiện được những chi tiết ngoài dự kiến và ít nhiều làm thay đổi cấu trúc của phóng sự.

Khai thác chi tiết trong phóng sự truyền hình mang đặc trưng loại hình rõ rệt. Sự chi phối về thời điểm ghi hình và hoàn cảnh tác

nghiệp ảnh hưởng nhất định đến khai thác chi tiết. Thời điểm diễn ra sự kiện có khi phóng viên quay được, có khi không ghi hình được. Nếu không đến kịp hoặc khi tới hiện trường thì sự việc đã xảy ra xong rồi, đành phải khai thác những chi tiết còn lại với “dấu vết”. Có nhiều yếu tố có thể cản trở việc phóng viên đưa camera đến quay như thời tiết xấu, địa hình hiểm trở, trời tối, đối tác không cho ghi hình... Trong những trường hợp như vậy, việc phóng viên chủ động tìm chi tiết theo những hướng khác nhau là rất quan trọng. Hoặc, phóng viên sáng tạo bằng cách dùng hình ảnh đồ họa để tái hiện lại hiện thực cho dễ hiểu hơn đối với người xem, đưa những chi tiết âm nhạc vào làm tăng hiệu quả thông tin.

Đối với việc sắp xếp chi tiết là cách phóng viên xâu chuỗi những chi tiết đã có được trong quá trình tác nghiệp tại hiện trường. Đi vào làm hậu kỳ của tác phẩm, phóng viên xem lại hình ảnh, nghe lại phỏng vấn của các nhân vật, lục lại những thông tin thu thập được, kết hợp với đề cương nội dung chuẩn bị trước để kết nối các chi tiết thành tác phẩm. Để thông điệp của phóng sự rõ nét nhất thì những chi tiết quan trọng nhất, đắt giá nhất, có sức mạnh nhất nên đưa ngay vào đầu phóng sự. Có thể đó là chi tiết hình, với những hình toàn cảnh, hay cận cảnh, đặc tả về khung cảnh, về sự vật, hoặc về nhân vật; cũng có khi nó là một trạng thái tình cảm, một xúc cảm của con người. Thậm chí trong nhiều trường hợp, chi tiết đầu tiên, quan trọng nhất không phải là hình mà là chi tiết âm thanh tiếng động. Rõ ràng, mục tiêu sắp xếp chi tiết nào đầu tiên nằm trong ý đồ của tác giả và nó phải phục vụ cho việc truyền tải thông điệp.

Sử dụng chi tiết trong phóng sự là nghệ thuật. Để nâng cao hiệu quả, bên cạnh kinh nghiệm và kỹ năng nghề nghiệp của phóng viên, việc phát huy sức sáng tạo và liên tục đổi mới cách thể hiện trong phóng sự luôn có ý nghĩa quan trọng ■

# Quy trình tổ chức ảnh trên báo hàng ngày

**THS. PHẠM THỊ MAI LIÊN**

*Khoa Báo chí - HVBC&TT*

Tổ chức ảnh báo chí là hoạt động thiết lập, khai thác các nguồn ảnh; tiến hành lựa chọn, sắp xếp, thiết kế và trình bày ảnh báo chí trong mối quan hệ với tác phẩm báo chí, sản phẩm báo chí. Quy trình tổ chức ảnh trên báo hàng ngày là một chuỗi các công việc cần được tiến hành tuần tự trong một mối quan hệ chặt chẽ.

**K**ết quả khảo sát thực trạng tổ chức ảnh trên một số tờ báo hàng ngày tiêu biểu ở Việt Nam hiện nay như Tuổi trẻ, Lao động, Hà Nội Mới, Nhân Dân... cho thấy: Lãnh đạo các tòa soạn báo đều thống nhất việc tổ chức ảnh trên báo hàng ngày cần có quy trình để vận hành trên cơ sở tuân thủ các nguyên tắc tổ chức ảnh nhất định. Tác giả đưa ra quy trình tổ chức ảnh báo chí trên nhật báo gồm 5 bước như sau:

## **Xây dựng mạng lưới nguồn tin ảnh**

Có nhiều nguồn tin ảnh khác nhau mà người phụ trách ảnh của tờ báo luôn phải ý thức thiết lập và tạo nhiều mối quan hệ. Xây dựng mạng lưới nguồn tin ảnh gồm 2 nội dung. *Thứ nhất*, phát huy vai trò của nguồn ảnh tại tòa soạn. *Thứ hai*, thu hút cộng tác viên gửi ảnh về cho tòa soạn khi họ được chứng kiến bất kỳ một sự việc, sự kiện gì mang tính thời sự. Cộng tác viên (CTV) nói chung và CTV ảnh nói riêng có vai trò rất lớn đối với mỗi tờ báo hàng ngày. Sức ép về sự kiện thời sự diễn ra ở bất kỳ khu vực nào trong khi nguồn lực phóng viên ảnh của mỗi tòa soạn là có hạn, cộng với kinh phí đầu tư mở các văn phòng thường trú báo tại các địa phương không thể đáp ứng.

Cách thức tổ chức các nguồn ảnh phải trải qua quá trình lâu dài. Trưởng Ban ảnh (hoặc Thư ký tòa soạn) phụ trách ảnh của tờ báo là người có vai trò “nhạc trưởng” trong việc xây dựng mạng lưới tạo nguồn tin ảnh. Khi đã có được một mạng lưới nguồn tin ảnh nhất định, Trưởng Ban ảnh (hoặc Thư ký tòa soạn) phụ trách ảnh của tờ báo điều phối, thiết

lập các mối quan hệ công việc đối với nguồn tin ảnh.

## **Thiết lập mối quan hệ công việc đối với nguồn tin ảnh**

Công việc này diễn ra sau khi tòa soạn đã xây dựng được một mạng lưới nguồn tin ảnh nhất định, Trưởng Ban ảnh (hoặc Thư ký tòa soạn) nắm các đầu mối nguồn ảnh sẽ chủ động hơn trong tổ chức xuất bản.

Tại cuộc họp đầu giờ sáng mỗi ngày, vấn đề nóng, vấn đề trọng tâm mà báo tập trung thông tin trong số báo hôm sau sẽ được thảo luận và xác định rõ. Có 2 cách tổ chức công việc. Cách một là bắt đầu từ phóng viên của tòa soạn. Tức là phóng viên báo cáo đề tài và ý định tổ chức thực hiện ảnh với Trưởng ban, nếu hợp lý Trưởng ban sẽ giao cho phóng viên đi thực hiện và để tự phóng viên chủ động tổ chức ảnh trên tin bài. Trường hợp phóng viên viết đề xuất ý định tổ chức ảnh không đạt yêu cầu thì Trưởng ban hướng dẫn phóng viên viết phải liên hệ với Trưởng Ban ảnh để nhận sự phân công phóng viên ảnh phối hợp thực hiện. Phóng viên ảnh và phóng viên viết cần có sự trao đổi, thống nhất với nhau cả về nội dung bài viết và ảnh cần chụp trước khi đi cơ sở.

Tùy vào quy mô, cách thức tổ chức sản xuất báo, mỗi tòa soạn báo có một ban/ phòng ảnh riêng biệt, trực thuộc Ban Thư ký tòa soạn. Trưởng ban/ phòng ảnh của mỗi tờ báo là người phụ trách hình ảnh, tổ chức ảnh cho cả tờ báo. Cũng có trường hợp, vì nhiều lý do mà trong bộ máy nhân sự không có phòng ảnh riêng, các phóng viên viết hay phóng

viên ảnh ở các phòng ban chuyên môn sẽ phải đảm nhận cả hai vai trò. Lúc này, Trưởng ban Thư ký tòa soạn (hoặc Phó ban TKTS) phụ trách sẽ là người điều phối các công việc, tham gia chỉ đạo và trực tiếp thực hiện tổ chức ảnh trên báo cùng với các yếu tố cấu thành sản phẩm báo hàng ngày khác.

Những yêu cầu về nội dung, đối tượng của bức ảnh cover cho số báo ngày hôm sau được thảo luận giữa PV ảnh, Trưởng ban và Thư ký tòa soạn, từ đó đi đến thống nhất về nội dung và hình thức của bức ảnh tại cuộc họp đầu giờ sáng. Cách thức thực hiện được tác phẩm là nhiệm vụ của PV ảnh. Trường hợp các sự kiện, sự việc xảy ra ở địa bàn xa, là sự kiện nóng mà PV ảnh không thể kịp di chuyển tới hiện trường thì Trưởng Ban ảnh hoặc Thư ký tòa soạn cần nghĩ ngay tới mạng lưới cộng tác viên nhờ hỗ trợ.

### Tiếp nhận và xử lý nguồn tin ảnh

Đây là khâu quan trọng nhằm tránh những tình huống bị tố cáo vi phạm bản quyền ảnh mà tờ báo rất có thể sẽ gặp phải nếu đăng tải. Ảnh báo chí sử dụng trên báo hàng ngày phải là ảnh có dẫn nguồn gốc xuất xứ rõ ràng. Dù có thể đó là bức ảnh rất ấn tượng, rất phù hợp với vấn đề thời sự của ngày hôm đó nhưng nếu ảnh không có đầy đủ thông tin, không có đủ cơ sở để chứng minh nguồn gốc của ảnh đó là do PV hoặc CTV chụp thì cũng không đủ điều kiện sử dụng trên nhật báo.

Như vậy, ở bước này Trưởng Ban ảnh tiếp tục giữ vai trò “cầm cân nảy mực” trong việc đánh giá, kiểm định nguồn ảnh trước khi lựa chọn và quyết định sử dụng ảnh đó trên mặt báo. Trưởng Ban ảnh là người tổ chức đầu vào, đồng thời cũng chính là biên tập viên ảnh, tổ chức đầu ra cho tờ báo.

### Lựa chọn, kiểm duyệt và biên tập ảnh

Việc lựa chọn ảnh của biên tập viên (BTV) ảnh phải dựa trên tiêu chí về chất lượng, có nội dung là vấn đề thời sự nóng trong ngày, những bức ảnh độc quyền... mà độc giả quan tâm. Lúc này, Thư ký tòa soạn hay BTV ảnh cần đặc biệt quan tâm tới việc kiểm định nguồn ảnh, có những tiêu chí rõ ràng trong trích dẫn nguồn. Việc làm này giúp hạn chế tranh cãi về cách chấm nhuận ảnh cho PV, tăng độ tin cậy của tờ báo đối với công chúng. Sau khi lựa chọn được các bức ảnh phù hợp cho trang nhất nhật báo, BTV ảnh gần như là người tổ chức ảnh trên trang nhất ở bước đầu tiên. Họa sĩ trình bày đóng vai trò là người hoàn thiện trang báo.

Trường hợp các bức ảnh phù hợp với nội dung của các trang chuyên đề như: kinh tế, văn hóa, chính trị xã hội... BTV ảnh sẽ gửi những bức ảnh được chọn về cho những

Báo Tuổi trẻ hiện có 200 CTV (thường xuyên và không thường xuyên). Nguồn ảnh của tòa soạn hiện đáp ứng được khoảng 50-60%, còn CTV cung cấp tới 40-50% nguồn ảnh cho tòa soạn. Con số này cho thấy vai trò rất lớn của CTV đối với một tờ báo hàng ngày. CTV góp phần làm cho tờ báo có nội dung thông tin kịp thời.

*(Theo nhà báo Xuân Trung - Phó TBT; Tổng Thư ký tòa soạn Báo Tuổi trẻ)*

người phụ trách chuyên trang (Trưởng trang). Ở công đoạn này, người phụ trách chuyên trang là người chịu trách nhiệm tổ chức ảnh cùng với các yếu tố cấu thành tác phẩm báo chí và chuyển về ban thư ký tòa soạn.

### Thiết kế và trình bày ảnh trên trang báo

Từ các nguồn ảnh như trên, Trưởng Ban ảnh sẽ có trong tay 1 kho dữ liệu hình ảnh, nhiệm vụ của Trưởng Ban ảnh là lựa chọn các bức ảnh có nội dung và đạt yêu cầu thời sự nhất; quyết định ảnh cover cho số báo. Sau đó, chuyển cho họa sĩ thiết kế trình bày. Họa sĩ thiết kế trình bày có trách nhiệm bố trí, trình bày ảnh sao cho hài hòa, phù hợp với các yếu tố nội dung khác trên trang báo và chuyển lại cho Trưởng Ban ảnh kiểm duyệt về bố cục, chất lượng ảnh trên trang. Sau bước kiểm duyệt đầu tiên, Tổng Thư ký tòa soạn kiểm duyệt là bước thứ 2 và cuối cùng là tới Ban Biên tập báo.

Đối với việc thiết kế và trình bày trang nhất, sau khi BTV phụ trách trang hoàn thiện maquette, trang chuyên đề sẽ được gửi lên Ban Thư ký tòa soạn. Lúc này, Trưởng Ban ảnh vẫn có thể can thiệp khi BTV trang biên tập, cắt cúp, trình bày ảnh không hợp lý. Hai bên sẽ có sự trao đổi và đi đến thống nhất. Cụ thể như ở Báo Tuổi trẻ, Trưởng Ban ảnh Hoài Linh là người sẽ quyết định ảnh đó sẽ trình bày trên trang theo khổ đứng hay khổ ngang, đặt ảnh như thế nào, đặt title vào vị trí nào để tạo nên một trang nhất hoàn chỉnh về ý tưởng. Họa sĩ trình bày có nhiệm vụ là người hoàn chỉnh trang báo về mặt hình thức, cân đối màu sắc, bố cục của cả trang.

Việc xác định một quy trình tổ chức ảnh báo chí trên báo hàng ngày gồm 5 bước kể trên nhằm đảm bảo hiệu quả thông tin, tạo ra những tâm điểm tiếp nhận trên trang báo. Tuy nhiên, quy trình này có thể được vận dụng một cách linh hoạt tùy theo các điều kiện về cơ sở vật chất, kỹ thuật, khổ báo, quy trình sản xuất, các nhóm công chúng của mỗi tờ nhật báo cụ thể ■

# Báo chí với việc bảo tồn và phát huy văn hóa vật thể của Hà Nội

THS. ĐÀO XUÂN HƯNG

**T**rong những năm qua, cùng với sự phát triển, mở cửa, mở rộng hợp tác và giao lưu quốc tế, Việt Nam nói chung và Thủ đô Hà Nội nói riêng đã có nhiều thay đổi về diện mạo. Một đô thị hiện đại đang được đầu tư xây dựng đã đem lại những thay đổi căn bản cho Hà Nội, nhưng bên cạnh đó là những nhức nhối vấn đề bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa đang hàng ngày, hàng giờ bị mai một, bị xâm hại và tác động bởi thiên nhiên khắc nghiệt và bàn tay con người. Chúng ta không khỏi đau lòng khi chứng kiến sự xâm hại nghiêm trọng các di tích lịch sử, tín ngưỡng, tôn giáo của cha ông như vụ việc trùng tu chùa Trăm Gian (huyện Chương Mỹ), Lăng Ngô Quyền (Sơn Tây)... mà một phần cũng bởi sự buông lỏng, thiếu quản lý chặt chẽ của các cấp chính quyền và sự thiếu hiểu biết của một bộ phận người dân. Một nhiệm vụ hết sức cấp bách đặt ra đó là vấn đề bảo tồn và phát huy giá trị của di sản văn hóa vật thể của mảnh đất Hà thành. Và để làm được điều này rất cần sự vào cuộc quyết liệt của các cấp chính quyền, các nhà nghiên cứu, nhà quản lý văn hóa mà còn của mọi tầng lớp nhân dân, đặc biệt là của đội ngũ báo chí.

## Thực trạng công tác bảo tồn các giá trị văn hóa vật thể ở Hà Nội

Theo thống kê, hiện nay Hà Nội có gần 5.850 di tích; trong đó có 1 di sản

thế giới, 11 di tích quốc gia đặc biệt, 1.167 di tích quốc gia, 1.179 di tích cấp thành phố. Thành phố Hà Nội cũng đã dành sự quan tâm đáng kể cho công tác bảo tồn các di tích lịch sử, văn hóa. Tuy nhiên, việc quản lý, bảo vệ và khai thác các giá trị văn hóa vật thể tại những di tích này còn nhiều bất cập.

Điều đầu tiên đề cập đó là trách nhiệm bảo vệ giữ gìn các di tích chưa được phân công rõ ràng và thiếu sự phối hợp giữa nhà quản lý với người sử dụng, khai thác. Hiện tượng đó dẫn đến tình trạng khai thác bừa bãi, thiếu trách nhiệm hoặc bỏ mặc cho các di tích xuống cấp.

Việc đầu tư nâng cấp, tôn tạo, trùng tu các di tích văn hóa vật thể cũng chưa được triển khai theo một quy trình chặt chẽ và toàn diện. Còn phổ biến tình trạng giao khoán, thậm chí phó mặc cho những người quản lý, đầu tư tự biến tấu theo ý mình làm mất đi vẻ đẹp ban đầu, mất đi những “phần hồn” của các di tích. Trường hợp Chùa Trăm Gian, Lăng Ngô Quyền... là một ví dụ.

Ngoài ra, sự phát triển của du lịch làm ảnh hưởng trực tiếp tới trạng thái bảo quản di tích. Để phát triển du lịch, các nhà quản lý, kinh doanh du lịch đã khai thác một cách bừa bãi giá trị của di tích, thậm chí phá hỏng cả không gian cảnh quan di tích để xây dựng các dịch vụ du lịch. Vành đai bảo vệ của các di tích ngày càng bị thu hẹp. Thay vào đó người ta xây dựng tràn lan các cơ sở phục vụ khách tham quan làm thay đổi diện mạo di tích và làm biến

mất sự tồn tại của vùng cảnh quan, vốn là một nhân tố tạo sức hấp dẫn lớn đối với khách du lịch.

Sự phát triển các dịch vụ du lịch thiếu kiểm soát và sự bùng nổ du khách còn có tác động mạnh mẽ đến môi trường văn hoá và môi trường sinh thái tại các khu di tích văn hóa vật thể. Tại nhiều khu di tích, du khách đã viết tên, khắc tên lên các bộ phận di tích một cách bừa bãi. Việc làm tưởng như vô hại đó thực không chỉ đã tạo ra những hình ảnh không đẹp mà còn khiến cho di tích với những hiện vật lịch sử vô giá, bị xuống cấp ngày càng nhanh chóng.

Một điều khá nhức nhối đó là sự thất thoát hiện vật trong các di tích văn hóa vật thể bởi nạn buôn bán trái phép, xuất lậu đồ cổ. Do háms lợi, một số kẻ xấu đã ăn cắp cổ vật tại các di tích để buôn bán ra ngoài.

Hơn nữa, thực tế còn tồn tại một mâu thuẫn khá lớn giữa nhu cầu phát triển kinh tế của thủ đô và yêu cầu của những nguyên tắc bảo tồn di tích lịch sử, di tích văn hóa vật thể. Nhận thức của cộng đồng về giá trị của di sản văn hoá vật thể chưa thật sâu sắc nên trong nhiều trường hợp cụ thể người ta lại muốn hy sinh văn hoá để phục vụ nhu cầu kinh tế.

## Vai trò của báo chí

Trong lĩnh vực văn hóa, thì phương châm “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra” vẫn hết sức cần thiết và báo chí chính là kênh thông tin phản ánh

nhanh nhạy, kịp thời và đa chiều về các sự kiện, các hoạt động liên quan đến di tích văn hóa vật thể để từ đó giúp cho những người làm công tác quản lý về văn hóa có thêm kênh thông tin hữu ích. Mặt khác, báo chí còn chủ động góp phần vào việc xây dựng, hoàn thiện các chủ trương, chính sách cũng như luật pháp liên quan đến văn hóa.

Báo chí vừa tuyên truyền, giải thích vừa góp phần hướng dẫn, tổ chức việc thực hiện các phong trào văn hóa liên quan đến di tích văn hóa vật thể như việc tổ chức lễ hội, hạn chế việc đốt tiền, vàng mã tại các di tích... Đây là vấn đề lớn không chỉ đối với các di tích văn hóa vật thể của Hà Nội mà còn là của chung cả nước.

Là phương tiện truyền thông đại chúng chủ chốt, báo chí tích cực thông tin truyền tải những kiến thức, tri thức về văn hóa nói chung và văn hóa vật thể nói riêng đến mọi tầng lớp nhân dân Thủ đô, thực hiện việc không ngừng nâng cao dân trí xã hội làm cho cuộc sống tinh thần của người dân Thủ đô thêm phong phú, tươi đẹp. Báo chí luôn có ý thức bảo toàn, gìn giữ những giá trị văn hóa tín ngưỡng tốt đẹp, góp phần đấu tranh để bài trừ, loại bỏ những tập tục hủ bại, lạc hậu, kìm hãm sự phát triển trong văn hóa, trong truyền thống dân tộc.

Với chức năng của mình, báo chí là một trong những đội quân tiên phong trong việc cung cấp tới người đọc thông tin về văn hóa vật thể của người dân thủ đô tới người dân trong nước và du khách quốc tế. Ở chiều ngược lại, báo chí cũng thông tin người dân Hà Nội biết được những cái hay, cái đẹp trong văn hóa tín ngưỡng của người dân trên khắp mọi miền đất nước.

Báo chí cũng tập trung nêu lên

những tấm gương điển hình trong các hoạt động văn hóa tâm linh của người dân Thủ đô. Những mô hình, những cách thức tổ chức hoạt động văn hóa tín ngưỡng sáng tạo, đổi mới nhưng vẫn duy trì được nét truyền thống thường xuyên được biểu dương, từ đó tạo thành động lực, nhân điển hình để các cơ sở học tập, noi theo.

Báo chí cũng đang góp phần vào việc khai thác di tích văn hóa vật thể phục vụ cho phát triển du lịch của Hà Nội với mục tiêu là giáo dục truyền thống lịch sử Thủ đô Hà Nội và lòng tự hào, tình yêu quê hương đất nước, giới thiệu cho khách du lịch trong nước và quốc tế về lịch sử, văn hoá, nét đẹp thiên nhiên của Hà Nội, tăng thêm lợi ích kinh tế cho xã hội, cho Thủ đô Hà Nội, cho người dân. Hạn chế thấp nhất những tác động xấu từ hoạt động du lịch đối với di sản văn hoá vật thể của Hà Nội.

Với nhiệm vụ định hướng dư luận, báo chí đã truyền tải thông điệp là khai thác các tài nguyên văn hóa phục vụ du lịch phải gắn liền với công tác bảo tồn tính đa dạng, gìn giữ các giá trị di tích lịch sử văn hóa; phát triển du lịch phải vì mục tiêu văn hóa. Đồng thời, việc bảo tồn di tích phải thu hút ngày càng nhiều khách tham quan, hướng tới phục vụ ngày càng tốt hơn các đối tượng đến tham quan nghiên cứu, du lịch và cộng đồng tham gia bảo tồn. Điển hình, Thành phố Hà Nội đã phục hồi và tổ chức nhiều lễ hội văn hóa dân gian mà mục đích là để bảo tồn và phát triển các giá trị di sản văn hóa vật thể của thủ đô, qua đó thúc đẩy du lịch phát triển. Bên cạnh đó, công tác bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa gắn với phát triển du lịch còn phải chú trọng đến bảo vệ cảnh quan môi trường. Đây là những giá trị đặc trưng, đặc thù của Hà Nội, là lợi thế so sánh

với các địa phương khác trong cả nước.

Báo chí với vai trò và chức năng của mình đang cùng các cấp, các ngành và toàn thể người dân hướng tới xây dựng Thủ đô văn minh, giàu đẹp, quyết tâm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa vật thể của thủ đô theo đúng mục tiêu mà Đảng ta đã đề ra, đó là: Xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc; Gắn kết chặt chẽ hơn với phát triển kinh tế xã hội; Làm cho văn hóa thấm sâu và mọi lĩnh vực đời sống xã hội; Xây dựng và hoàn thiện giá trị, phát huy văn hóa thanh lịch của người Hà Nội; Bảo vệ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa, hội nhập kinh tế quốc tế; Bồi dưỡng các giá trị văn hóa trong thanh niên, sinh viên, học sinh, đặc biệt là lý tưởng sống, lối sống, năng lực trí tuệ, đạo đức và bản lĩnh văn hóa Việt Nam; Đầu tư cho việc bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử cách mạng, kháng chiến, di sản văn hóa vật thể, phi vật thể; Kết hợp hài hòa giữa bảo tồn, phát huy với kế thừa và phát triển, giữ gìn di tích với phát triển kinh tế du lịch. Tinh thần tự nguyện, tính tự quản của nhân dân trong xây dựng văn hóa; Đa dạng hóa các hoạt động của phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa” ■

### **Tài liệu tham khảo**

1. *Bùi Thanh Thủy, Bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa của di tích lịch sử phục vụ phát triển du lịch Thủ đô.*
2. *Lê Thanh Bình, Báo chí góp phần thúc đẩy văn hóa phát triển.*
3. *Tài liệu Thông kê di tích lịch sử Việt Nam theo địa phương, website: vi.wikipedia.org*
4. *Báo chí và văn hóa, Kỷ yếu Hội thảo Văn hóa truyền thông trong thời kỳ hội nhập, Hà Nội, ngày 22/2/2012.*
5. *Luật Thủ đô năm 2013.*



# Trợ giúp pháp lý cho đồng bào dân tộc ít người nhìn từ thực tiễn ở Yên Bái

**THS. HOÀNG THỊ HƯƠNG THU**

*Đại học Công nghiệp Hà Nội*

Trong những năm qua, các cấp, các ngành và địa phương thực hiện chủ trương của Đảng và chính sách của Nhà nước về vấn đề trợ giúp pháp lý (TGPL) cho người dân, đặc biệt là đồng bào dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng xa. Từ đó góp phần nâng cao kiến thức pháp luật, bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của nhân dân. Yên Bái là một trong những tỉnh đã nỗ lực thực hiện đa dạng hoá các hình thức TGPL cho người dân, góp phần đảm bảo trật tự an ninh trên địa bàn.

## **Khó khăn từ cơ chế, chính sách**

Yên Bái là tỉnh thuộc vùng trung du miền núi phía Bắc, có 30 dân tộc anh em sinh sống, trong đó đồng bào dân tộc thiểu số chiếm trên 53%. Do yếu tố lịch sử và tập quán sinh hoạt nên bà con dân tộc thiểu số chủ yếu cư trú tại các vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn; kinh tế phát triển chậm, trình độ dân trí không đồng đều, nhận thức về pháp luật còn nhiều hạn chế. Từ thực tế trên, Yên Bái đã bám sát vào các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước như: Luật TGPL năm 2006, chính sách TGPL trong các Chương trình giảm nghèo. Quyết định số 52/2010/QĐ-TTg ngày 18/8/2010 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách hỗ trợ pháp lý nhằm nâng cao nhận thức, hiểu biết pháp luật cho người nghèo, đồng bào dân tộc thiểu số tại các huyện nghèo giai đoạn 2011 - 2020; Quyết định số 59/2012/QĐ-TTg ngày 14/12/2012 về chính sách trợ giúp pháp lý cho người

nghèo, đồng bào dân tộc thiểu số tại các xã nghèo giai đoạn 2013 - 2020.

Trong những năm gần đây, công tác TGPL cho đồng bào dân tộc thiểu số ở Yên Bái đã được quan tâm thực hiện thường xuyên, liên tục gắn với những hình thức đa dạng, phù hợp với từng nhóm đối tượng cụ thể. Các biện pháp được thực hiện tích cực như: tổ chức những đợt TGPL lưu động về các xã nghèo, vùng khó khăn; hệ thống các câu lạc bộ TGPL duy trì sinh hoạt thường xuyên để người dân có thể trao đổi vướng mắc pháp luật, tăng cường khả năng tự giải quyết hoặc hỗ trợ bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp cho bà con. Thông qua việc tuyên truyền giúp đồng bào dân tộc thiểu số có điều kiện tiếp cận, nâng cao nhận thức và tự giác chấp hành pháp luật.

Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện đã bộc lộ nhiều hạn chế như: số lượng cán bộ và cộng tác viên biết tiếng dân tộc thiểu số còn ít, do đó, các Trung tâm gặp nhiều khó khăn trong việc trợ giúp cho người dân tộc

thiểu số trong trường hợp họ không sử dụng được tiếng Kinh. Nhiều cấp ủy chưa thực sự quan tâm phát triển hệ thống tổ chức, bộ máy; các Trung tâm TGPL chưa bảo đảm cấp kinh phí đầy đủ cho hoạt động trợ giúp pháp lý.

## **Tháo gỡ khó khăn trong công tác trợ giúp pháp lý**

Nội dung, hình thức, biện pháp tuyên truyền phổ biến TGPL đã được lựa chọn đa dạng, phù hợp với từng đối tượng, ở từng địa bàn. Công tác TGPL được đẩy mạnh, mạng lưới câu lạc bộ, hệ thống cộng tác viên được mở rộng tại các huyện, xã trên địa bàn toàn tỉnh. Đặc biệt từ năm 2011, Yên Bái được hỗ trợ kinh phí tổ chức triển khai các hoạt động trợ giúp pháp lý, sinh hoạt các tổ hòa giải để giải quyết các tranh chấp nhỏ trong cộng đồng dân cư tại 2 huyện Mù Cang Chải và Trạm Tấu.

Theo đó, các xã thuộc chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo vùng cao đã thành lập 133 câu lạc bộ

TGPL và duy trì hoạt động tốt, tạo thuận lợi cho người dân nông thôn và đồng bào dân tộc thiểu số tham gia sinh hoạt, trao đổi vướng mắc pháp luật, tăng cường khả năng tự giải quyết hoặc hỗ trợ bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp cho người dân sinh sống trong vùng.

Với các nội dung tuyên truyền, phổ biến nhất là tuyên truyền các bộ

luật như: Bộ luật Hình sự, Luật Hôn nhân gia đình, Luật Phòng, chống ma túy, Luật Bảo vệ và phát triển rừng, Luật Phòng chống buôn bán phụ nữ trẻ em... cùng nhiều hình thức tổ chức tuyên truyền đa dạng như: các lớp tập huấn nâng cao trình độ nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ công tác hòa giải cơ sở; duy trì hoạt động tổ hòa giải ở cơ sở, các câu lạc bộ, tổ

chức tuyên truyền miệng kết hợp phát hàng ngàn tờ rơi cho đồng bào dân tộc tại các phiên chợ vùng cao v.v..., công tác TGPL cho đồng bào vùng cao của tỉnh đã có chuyển biến tích cực.

Đổi mới nội dung tuyên truyền phù hợp, gần gũi, thiết thực như lồng ghép công tác tuyên truyền TGPL vào các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể thao trong các dịp lễ hội, phiên chợ vùng cao, sinh hoạt văn hóa của người dân, “sân khấu hóa” biện pháp tuyên truyền đưa chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đến với người dân vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn của tỉnh, góp phần nâng cao trình độ hiểu biết và ý thức chấp hành pháp luật của đồng bào vùng cao.

Thông qua các nội dung người thật, việc thật, những câu chuyện pháp luật để tuyên truyền, giáo dục ý thức cảnh giác của người dân không trồng cây thuốc phiện; phòng, chống mua bán người; bảo vệ, phát triển rừng. Bên cạnh đó, đơn vị cũng tổ chức Ngày Pháp luật Việt Nam, hội nghị phổ biến, tuyên truyền miệng; khai thác tủ sách pháp luật; lồng ghép công tác TGPL với việc thực hiện các dự án, đề án, chương trình hoạt động của các ngành, địa phương...

Nâng cao vai trò, trách nhiệm của cấp ủy Đảng, chính quyền cơ sở trong công tác xã hội hóa công tác tuyên truyền, TGPL tại cơ sở; đồng thời, thực hiện đồng bộ các giải pháp, như hoàn thiện cơ chế chính sách, tăng cường đầu tư cơ sở vật chất và nâng cao trình độ đội ngũ trợ giúp viên, trong đó chú trọng đẩy mạnh xã hội hóa hoạt động TGPL nhằm nâng cao chất lượng công tác TGPL trong thời gian tới

**THÔNG BÁO TUYỂN SINH NĂM HỌC 2016 - 2017**

**1. ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ CAO ĐẲNG:** *Tổng chỉ tiêu tuyển sinh 900 sinh viên*  
 - **Đối tượng và hình thức tuyển sinh:** Xét tuyển đối với học sinh tốt nghiệp THPT hoặc tương đương.  
 - **Thời gian đào tạo:** 03 năm; - **Học phí:** 400.000 Đồng/SV/tháng

+ Kế toán doanh nghiệp	+ May thời trang	+ Công nghệ Hóa Nhuộm
+ Quản trị doanh nghiệp	+ Thiết kế thời trang	+ Công nghệ Dệt
+ Quản trị mạng máy tính	+ Điện công nghiệp	+ Công nghệ Sợi
+ Hàn	+ Điện tử công nghiệp	+ Sửa chữa thiết bị may

\* SV sau khi tốt nghiệp trình độ Cao đẳng sẽ được cấp Bằng Kỹ sư thực hành đối với các chuyên ngành Kỹ thuật - Công nghệ hoặc Cử nhân thực hành đối với các chuyên ngành Kinh tế - Xã hội (theo luật Giáo dục nghề nghiệp số 74/2014/QH13 ban hành ngày 27/11/2014). Đồng thời SV nào có đủ điều kiện sẽ được học liên thông ngay lên bậc Đại học chính quy tại Trường Cao đẳng KT-KT Vinatex (theo chương trình hợp tác giữa Nhà trường và các Trường Đại học khác)

**2. TUYỂN SINH HỌC SINH VÀO LỚP 10 BẬC THPT HỆ GDTX (ĐÀO TẠO SONG SONG TRÌNH ĐỘ TRUNG CẤP):** *Tổng chỉ tiêu tuyển sinh 950 học sinh*  
 - **Đối tượng và hình thức tuyển sinh:** Xét tuyển đối với Học sinh tốt nghiệp THCS.  
 - **Thời gian đào tạo:** 03 năm, học song song chương trình văn hoá bậc THPT hệ GDTX và chương trình Trung cấp  
 - **Tốt nghiệp HS được cấp 2 bằng:** + 01 Bằng tốt nghiệp văn hoá THPT hệ GDTX (do Sở GD & ĐT tỉnh Nam Định cấp)  
 + 01 Bằng tốt nghiệp Trình độ Trung cấp.

- **Học phí:** 300.000 Đồng/HS/tháng;

+ Kế toán doanh nghiệp	+ Điện công nghiệp	+ Công nghệ Dệt – Sợi – Nhuộm
+ Quản trị doanh nghiệp	+ Điện tử công nghiệp	+ Hàn
+ May thời trang	+ Quản trị mạng máy tính	+ Sửa chữa thiết bị may

**3. ĐÀO TẠO NGẮN HẠN (SƠ CẤP):** *Tổng chỉ tiêu tuyển sinh 3000 học sinh*  
 - **Đối tượng tuyển sinh:** Học sinh tốt nghiệp THCS trở lên;  
 - **Thời gian đào tạo:** Từ 03 tháng đến dưới 12 tháng  
 + Liên tục tuyển sinh các ngày trong tuần, được đào tạo cơ bản và nâng cao trực tiếp tại các Xưởng thực nghiệm, Phòng máy của Nhà trường. Sau khi tốt nghiệp, người học được cấp chứng chỉ hoàn thành chương trình đào tạo.

TT	Tên nghề đào tạo	Thời gian đào tạo	Học phí
1	Công nghệ May	03 tháng	1.000.000 đồng/SV/tháng
3	Công nghệ Dệt	03 tháng	
4	Công nghệ Sợi	03 tháng	
5	Hàn	03 tháng	1.500.000 đồng/SV/tháng
6	Sửa chữa thiết bị May	06 tháng	1.300.000 đồng/SV/tháng

**4. TUYỂN SINH LIÊN THÔNG TỪ TRÌNH ĐỘ TRUNG CẤP LÊN CAO ĐẲNG:**  
 - *Tổng chỉ tiêu tuyển sinh 75 sinh viên*  
 - **Đối tượng tuyển sinh:** Sinh viên đã tốt nghiệp Trung cấp theo đúng ngành nghề đào tạo  
 - **Thời gian đào tạo:** 1,5 năm. - **Học phí:** 400.000 Đồng/SV/tháng

+ Điện công nghiệp	+ May Thời trang
--------------------	------------------

\* **NHỮNG CHẾ ĐỘ ƯU ĐÃI DÀNH CHO HỌC SINH, SINH VIÊN THEO HỌC TẠI TRƯỜNG:**  
 - *Miễn phí 100% ký túc xá cho toàn bộ HS-SV theo học các trình độ Cao đẳng và Trung cấp tại Trường;*  
 - *Sinh viên trình độ CD bước sang năm đào tạo thứ 2 sẽ được đi thực tập tại nước ngoài. Thời gian từ 3 đến 6 tháng.*  
 - *Tất cả HS-SV sau khi tốt nghiệp ra trường sẽ được Nhà trường giới thiệu việc làm hoặc đi xuất khẩu lao động;*  
 - *Trường cam kết thực hiện đầy đủ các chế độ chính sách theo quy định của Nhà nước, hồ sơ vay vốn cho HS-SV.*  
 Mọi chi tiết liên hệ: Trung tâm tuyển sinh – Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Vinatex  
 \* Địa chỉ: CS1: Số 6 - Đường Hoàng Diệu - Phường Năng Tĩnh - TP Nam Định  
 CS2: Km 5 - Xã Thành Lợi - Huyện Vụ Bản - Tỉnh Nam Định (hướng đi tỉnh Ninh Bình)  
 CS3: Văn phòng quản lý tuyển sinh & đào tạo - Khu 6 - TT Rạng Đông - Nghĩa Hưng - ND  
 \* DT/Fax: 0350.3839 142 \* Hotline: 0912842289 - 0989394115 - 0942696780  
 \* Email: [trungtamtuvensinh.vinatex.nd@gmail.com](mailto:trungtamtuvensinh.vinatex.nd@gmail.com) \* website : [www.vinatex.edu.vn](http://www.vinatex.edu.vn)

**CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG TUYỂN SINH HIỆU TRƯỞNG**

**NGŨT – TS Nguyễn Khắc Tuất**

# Xây dựng thương hiệu địa phương qua chiến dịch truyền thông “Be Berlin”

THS. ĐẶNG NHẬT MINH

Trong nền kinh tế hiện đại, các địa phương trên thế giới ở nhiều tầm cỡ khác nhau như quốc gia, thành phố, thị trấn, làng mạc... đều ở trong một cuộc cạnh tranh thương hiệu khốc liệt nhằm thu hút nhà đầu tư, người lao động và khách du lịch. Bài viết này giới thiệu thuật ngữ thương hiệu địa phương và kinh nghiệm từ trường hợp của thủ đô Berlin (CHLB Đức) qua chiến dịch “Be Berlin”.

## Vai trò của thương hiệu đối với địa phương

Trong bối cảnh sự cạnh tranh giữa các địa phương về nhà đầu tư, khách du lịch, lực lượng lao động ngày càng gia tăng kể cả tại thị trường quốc nội lẫn quốc tế, các nhà hoạch định chính sách đã áp dụng các phương pháp marketing và xây dựng thương hiệu. Thuật ngữ thương hiệu địa phương (location branding hoặc place branding) là quá trình phức tạp để phát triển, nâng cao hình ảnh và danh tiếng của địa phương và tạo ra các trải nghiệm thực tế cho các nhóm công chúng mục tiêu khác nhau.

Các nhóm công chúng trong việc xây dựng thương hiệu địa phương bao gồm: du khách, cư dân, người lao động và nhà đầu tư và doanh nghiệp. Tuy nhiên, trên thực tế hiện nay, có nhiều nhóm công chúng chuyên biệt và phức tạp cần được chú tâm tới hơn. Giữa những nhóm công chúng này không chỉ có sự khác nhau về nhu cầu mà còn có thể tồn tại sự bất đồng hoặc xung đột về lợi ích. Bởi vậy, điều này cần được đặc biệt lưu ý trong công tác truyền thông về địa phương.

## Chiến dịch cải tổ thương hiệu

Berlin - thủ đô của CHLB Đức - là một thành phố có hành trình phát triển thương hiệu độc đáo, nơi hòa quyện những giá trị tưởng chừng đối nghịch nhau: lịch sử và đương đại hay văn hóa nghệ thuật trong đời sống thường nhật.

Ngay sau khi bức tường Berlin sụp đổ vào mùa thu 1989, các nhà hoạch định đã muốn xây dựng thương hiệu cho thủ đô của một nước Đức mới thống nhất sau Chiến Tranh Lạnh. Song một trong những khó khăn lớn nhất là sự chênh lệch về kinh tế giữa hai nửa thành phố. Trong suốt các năm sau đó, cơ cấu nền kinh tế nơi đây đã nỗ lực thay đổi qua sự

phát triển mạnh mẽ của các ngành dịch vụ cùng sự thoái lui về tỉ trọng các ngành công nghiệp. Các tòa nhà văn phòng hiện đại, các khu trung tâm mua sắm sầm uất, hộp đêm, quán rượu... dần dần thay thế các chung cư và khu công nghiệp cũ ảm đạm thời Đông Đức.

Tuy nhiên, việc phát triển dịch vụ cấp tốc này lại khiến Berlin được biết đến như “thành phố của sự sa đọa”, nổi tiếng với cuộc sống trụy lạc về đêm bởi những quán bar, vũ trường, câu lạc bộ, khu đèn đỏ... mọc lên như nấm sau mưa khi hai nửa thành phố thống nhất trở lại. Theo ước tính của Chính phủ Đức, số gái mại dâm và nhà thổ ở Berlin tăng gần gấp đôi chỉ một năm sau khi Bức Tường Berlin sụp đổ.

Chính vì vậy, thị trường Berlin Klaus Wowereit đã nhận xét về thành phố này vào năm 2005: “Berlin ist arm, aber sexy” (Berlin nghèo nhưng đầy tính dục). Điều này đồng nghĩa với việc Berlin cần thiết lập thương hiệu khác xứng tầm với một cường quốc dẫn đầu Châu Âu.

Chiến dịch “Be Berlin” (Hãy là Berlin) được phát động vào đầu năm 2008 nhằm tái xây dựng thương hiệu của thành phố Berlin. Qua nhiều cuộc thảo luận, các chuyên gia thống nhất đối với cư dân tại đây, cốt lõi của chiến dịch này phải xoay quanh ý tưởng “thành phố của sự thay đổi” (Be Berlin, 2009).

Sự thay đổi phản ánh những thăng trầm lịch sử mà người dân thành phố này trải qua cũng như công cuộc hòa hợp dân tộc. Bên cạnh đó, “Be Berlin” cũng hướng tới việc tạo dựng hình ảnh nơi đây là một đô thị hiện thân cho nền kinh tế trí thức hiện đại, năng động nhằm thu hút đầu tư và người lao động. Cuối cùng, đối với nhóm công chúng khách du lịch, Berlin phải là điểm đến của nghệ thuật, văn hóa và lịch sử thay vì lạc thú tại các khu đèn đỏ.

## Con đường trở thành trái tim của Châu Âu

Để hiện thực hóa kế hoạch trên, “Be Berlin” bao gồm những hoạt động hướng tới từng nhóm công chúng mà còn có những chiến lược tổng thể. Để thống nhất chung, dự án đã thiết kế một logo mới đại diện cho thành phố thay cho hình ảnh chú gấu đen trên dấu triện có từ thế kỷ 18. Logo mới này lấy cảm hứng từ một trong những danh lam nổi tiếng và dễ thấy nhất của thành phố - Cổng Brandenburger. Logo hình cánh cổng Brandenburger hiện được sử dụng bởi tất cả các cơ quan công quyền của thành phố trên các văn bản chính thức và hiện diện trên mọi phương tiện truyền thông ngoài trời (Be Berlin, 2008).

Đối với nhóm công chúng cư dân, tòa thị chính phát động một cuộc thi sáng tác slogan. Trong đó, người tham gia gửi ý tưởng về việc hoàn thiện một slogan gồm ba vế: “Sei... Sei... Sei Berlin” (Hãy... Hãy... Hãy là Berlin) tới trang web tại [www.seiberlin.de](http://www.seiberlin.de). Những ý tưởng hay nhất sẽ được in lên áo phông, tờ rơi và poster của chiến dịch. Bên cạnh đó, người dân cũng được khuyến khích gửi những câu chuyện đáng nhớ của mình về thủ đô trong một cuộc thi khác nhằm lựa chọn ra đại sứ truyền thông của Berlin.

Về khía cạnh lịch sử văn hóa, một phần của bức tường Berlin cũng đã được chuyển đổi thành bảo tàng nghệ thuật ngoài trời về hòa bình. Nhiều nghệ sĩ nổi tiếng của Đức và nước ngoài đã được mời tới để góp sức. Ngoài ra, Berlin cũng rất chú trọng tới các sự kiện kinh tế văn hóa đương đại với hàng ngàn sự kiện thuộc các lĩnh vực khác nhau từ thời trang, điện ảnh đến công nghệ thông tin và khoa học. Trong đó có thể kể tới Liên hoan Phim quốc tế Berlin, sự kiện thời trang Berlin Fashion Week hoặc Hội chợ Du lịch ITB...

Đối với người lao động và nhà đầu tư, Berlin nỗ lực trở thành một trong những trung tâm về khởi nghiệp với ý tưởng cốt lõi thành phố của sự thay đổi qua việc tổ chức nhiều hội thảo khoa học và khuyến khích lao động trẻ chất lượng cao.

Nhằm thu hút sự chú ý và tham gia của các nhóm công chúng, chiến dịch triển khai truyền thông toàn diện - không chỉ xuất hiện trên các phương tiện truyền thông truyền thống như các tờ báo tại Berlin, các poster cỡ lớn ở các nhà ga tàu điện, ngoài tòa thị chính... mà còn trên truyền thông mới (website, mạng xã hội, phim ngắn về chiến dịch...) và đặc biệt qua sự kiện thời trang Berlin Fashion Week.

Trong năm 2012, Berlin tổ chức 40 cuộc họp báo tại 19 quốc gia khác nhau, gửi đi 150 thông cáo báo chí về các hoạt động liên quan tới chiến dịch và nhận được 3.547 bài báo trong nước và quốc tế. Như vậy, trung bình mỗi ngày có 10 bài báo viết về Berlin.

## Gặt hái thành công

Với những kênh truyền thông kể trên, 70% cư dân Berlin đã biết tới chiến dịch “Be Berlin” trong năm đầu tiên.

Đối với khía cạnh du lịch, Berlin đã lọt vào một trong ba điểm đến tuyệt vời nhất Châu Âu, sau Paris và London. Theo số liệu thống kê, lượng du khách tới thăm Berlin tăng dần đều từ khi bắt đầu chiến dịch, đạt 11,9 triệu người vào năm 2014 với 4,5 triệu khách quốc tế.

Sau 6 năm thực hiện chiến dịch, Berlin có trung bình 121 công ty khởi nghiệp trên 10.000 cư dân của thành phố 3,5 triệu người này (Be Berlin, 2014). Thậm chí, một số startup công nghệ từ Berlin đã gặt hái được thành công trên quy mô toàn cầu như dịch vụ chia sẻ âm nhạc SoundCloud và hãng lập trình game Wooga. Christian Illiek, tổng giám đốc của Microsoft tại Đức nhận định về thành phố này rằng: “Berlin sẽ trở thành Thung Lũng Silicon của Châu Âu”.

Chiến dịch truyền thông nói trên đã góp phần tạo sự thay đổi lớn lao về hình ảnh và uy tín của Berlin vì được lên kế hoạch cẩn thận và có phương phức triển khai hợp lý ■

## Tài liệu tham khảo

- Be Berlin.* (2008). *Corporate Design. Richtlinien für die Berliner Verwaltung.* Retrieved from <http://www.designtagebuch.de/cd-manuals/be-berlin-styleguide.pdf>
- Be Berlin.* (2009). *Be Berlin goes international.* Retrieved from <http://www.be.berlin.de/campaign/campaignyears/2009>
- Brodzinski, J.* (2009). *Stadtmarketing: Die Zielgruppe Der Ortsansässigen Im Fokus Von “Be Berlin”.* Igel Verlag GmbH.
- Heberer, E.-M.* (2014). *Prostitution: An economic perspective on its past, present, and future.* VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kavaratzis, M.* (2009). *Cities and their brands: Lessons from corporate branding. Place Branding and Public Diplomacy. Vol. 5. Issue 1, 26-37.*
- Leopold, B., Steffan, E., & Paul, N.* (1997). *Dokumentation zur rechtlichen und sozialen Situation von Prostituierten in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.*
- Neate, R.* (2014). *Berlin's 'poor but sexy' appeal turning city into European Silicon Valley.* Retrieved from <https://www.theguardian.com/business/2014/jan/03/berlin-poor-sexy-silicon-valley-microsoft-google>



Một người đàn ông Anh cầm cờ EU với nét mặt buồn bã sau khi biết kết quả cuộc trưng cầu dân ý. Ảnh: BBC

## ANH RỜI LIÊN HIỆP CHÂU ÂU (EU) **Sau Brexit, là Bregret**

**CHU HỒNG THẮNG**

Kết quả phần đông cử tri Anh ủng hộ Brexit (Anh rời EU) trong cuộc trưng cầu ý dân đã gây chấn động thế giới. Ngay sau sự kiện chưa có tiền lệ tại châu Âu này, người Anh rơi vào trạng thái bàng hoàng và hoang mang. Ngay lập tức, cả triệu người ký vào thỉnh nguyện thư kêu gọi tổ chức một cuộc bỏ phiếu nữa. Ý muốn sửa sai cũng lập tức được gọi tên là Bregret - Nước Anh hối hận!

### **“Cuộc chiến hai phe” trên báo chí**

Sau cảm giác bàng hoàng khi đổi mặt cơn địa chấn cả về chính trị lẫn tài chính do cuộc trưng cầu ý dân hôm 23/6, không chỉ những cử tri nói không với Brexit, mà nhiều người bỏ phiếu ủng hộ “nước Anh rời đi” cũng cảm thấy hối tiếc. Phần đông ý kiến đổ lỗi cho việc họ bị lừa dối. Họ tìm đủ lý do, từ chương trình truyền thông của chính phủ không hiệu quả khiến họ chưa thấy rõ tác động của Brexit, đến cả việc

vị Tổng thống từ bên kia Đại Tây Dương trong chuyến thăm Luân Đôn thời điểm hai tháng trước cuộc trưng cầu ý dân đã cảnh báo Anh sẽ chao đảo nếu rời EU, khiến họ muốn chứng minh điều ngược lại qua lá phiếu. Cả giới truyền thông cũng bị gán trách nhiệm, vì đẩy cử tri vào “ma trận thông tin”.

Cuộc chiến Brexit trên báo chí Anh được cho là do The Sun, tờ báo của ông trùm truyền thông R. Murdoch, khởi xướng với cả một chuyên san “Hãy rời đi”, đăng trên số báo

ra ngày 14/6. Tờ báo có số lượng độc giả lớn nhất ở Anh này kêu gọi: “Đây là cơ hội cuối cùng để chúng ta rút khỏi bộ máy quan liêu, phi dân chủ của Brussels”; và “Ở lại nghĩa là chúng ta phải chấp nhận điều tồi tệ nhất trong các vấn đề nhập cư, lương bổng và lối sống”.

Chia sẻ quan điểm với các đồng nghiệp ở The Sun, ấn phẩm khác cùng tập đoàn của ông trùm Murdoch là The Sunday Times bổ sung lý do ủng hộ “phe rời đi”. Để khuyến khích bạn đọc ủng hộ, tờ

báo này nhắc đến điều mà Luân Đôn lâu nay phản đối kịch liệt, đó là khả năng EU lập quân đội riêng. “Trường hợp Anh không còn là thành viên EU, Brussels sẽ rộng đường theo đuổi chiến lược an ninh toàn cầu. Khi đó, chúng ta sẽ đứng ngoài. Vì chúng ta chỉ cần NATO bảo đảm an ninh là đủ” - tờ báo viết.

Quan điểm chung của phe Brexit được tờ The Sunday Telegraph gói gọn trong lập luận đề cao một nước Anh hùng mạnh, tự chủ và tự do trong các quyết sách quốc gia khi đứng ngoài “mái nhà chung”. Một EU liên kết lỏng lẻo, quan liêu, áp đặt ý chí lên người dân... là lý do để Anh phá vỡ sự gắn kết với EU, mà nhiều tờ báo gọi là “cuộc hôn nhân không êm ả” kéo dài hơn 40 năm.

Bên phía các tờ báo ủng hộ “phe ở lại”, có cả tờ The Times của Murdoch, cũng đưa ra lập luận thuyết phục chẳng kém. Một loạt tờ báo lớn trong đó The Guardian, The Mail on Sunday, The Observer... đã cùng gia nhập “đội quân ở lại”. Vào Chủ nhật tuần cuối cùng trước cuộc trưng cầu ý dân, trong khi tờ The Observer đăng bài báo có hàng tít dài hiem thấy “Vì một nước Anh ngày càng quốc tế hóa, tự do hóa và cởi mở với thế giới, chúng ta phải là một phần của EU”, thì tờ The Mail on Sunday cũng dành trọn hai trang cho chuyên mục bình luận phản đối Brexit. Một loạt bài bình luận trên các tờ báo thuộc “phe ở lại” được cho là nỗ lực cuối cùng thuyết phục cử tri.

Hầu hết các bài báo đều tập trung vào vấn đề khủng hoảng người di cư và tị nạn, vốn là chủ đề thống lĩnh cuộc tranh cãi giữa hai phe, trong đó chỉ rõ, những người ủng hộ Brexit thậm chí còn chưa biết phải làm gì để đối phó dòng người di cư khi

Luân Đôn “đứng riêng”. Chỉ trích Brexit là “sự ảo tưởng nguy hiểm”, các bài báo của phe này chỉ rõ, một nước Anh từ bỏ mọi cơ cấu, thị trường, hạn chế chung của EU sẽ đối mặt sự quay lưng của thị trường thế giới, một giai đoạn thiếu ổn định kinh tế; sẽ phải tự đứng lên, tự chiến đấu vì sự tồn tại trong thế giới toàn cầu hóa khốc liệt...

### **Tìm kiếm cơ hội sửa sai**

Không hoàn toàn vô lý khi người Anh đổ lỗi cho truyền thông về kết quả cuộc trưng cầu ý dân. Lý lẽ của các bên trong “cuộc chiến hai phe” đều thuyết phục, khiến cử tri Anh rối bời khi đưa ra quyết định lựa chọn. Nhiều người bỏ phiếu “rời đi” khi vẫn thấy nhiều lý do để “ở lại”, thậm chí nhiều người ủng hộ Brexit vẫn không tin họ đã chiến thắng.

Kết quả điều tra của Google còn cho thấy điều khác thường, đó là sau khi cuộc trưng cầu ý dân kết thúc, số người tìm hiểu về Brexit mới tăng vọt. Vài ngày sau cuộc bỏ phiếu, những cụm từ như “Brexit là gì” hay “EU là gì” vẫn được tìm kiếm nhiều nhất trên Google. Phải chăng, vẫn có nhiều người Anh dường như không hiểu rõ lắm về mục đích họ bỏ phiếu, hoặc ít ra cũng không lường trước được hệ lụy nghiêm trọng khi Anh rời EU?

Mổ xẻ nguyên nhân phe Brexit chiến thắng, nhiều tờ báo còn viện tới một nghịch lý rằng, dường như dư luận Anh tin tưởng thông tin của thị trường cá cược hơn là kết quả các cuộc thăm dò chính thức. Rất nhiều cử tri vẫn lạc quan về triển vọng Anh tiếp tục trụ lại “mái nhà EU”, cho dù càng gần đến ngày bỏ phiếu, các cuộc khảo sát càng cho nhiều kết quả có lợi cho phe Brexit. Bởi lẽ, hãng cá

cược Ladbrokes đã khẳng định chắc chắn về thất bại của Brexit, khi cung cấp thông tin cho thấy tỷ lệ cử tri chọn “ở lại” dự báo lên tới 82%. Có lẽ, người Anh không còn tin kết quả thăm dò là do rút kinh nghiệm từ thất bại cay đắng của các hãng khảo sát dư luận Anh đã dự báo sai về chiến thắng của Công đảng trong cuộc tổng tuyển cử năm 2015, cuộc bầu cử mà đảng Bảo thủ giành thắng lợi, với cam kết của Thủ tướng David Cameron tiến hành trưng cầu ý dân về “ra đi” hay “ở lại”.

Dù các dự báo về Brexit lần này không lặp lại sai lầm là trái ngược hoàn toàn với kết quả bỏ phiếu, nhưng vẫn bị chỉ trích là làm “chệch hướng” dư luận. Thực tế, trong cuộc trưng cầu ý dân vừa rồi, hầu hết cử tri trẻ tuổi bỏ phiếu ủng hộ nước Anh ở lại EU. Khảo sát của hãng YouGov trước đó cũng cho kết quả, có tới 75% cử tri độ tuổi từ 18 đến 24 quyết định bỏ phiếu “ở lại”, trong khi tỷ lệ cử tri trên 65 tuổi lựa chọn tương tự chỉ ở mức 39%. Dự báo này càng tạo cảm giác, phe Brexit yếu thế hơn. Tuy nhiên, cuộc khảo sát của YouGov và chiến dịch vận động “ở lại” tiến hành chủ yếu trên các mạng xã hội, như Twitter hay Facebook, nơi người trẻ hoạt động tích cực. Nhưng, thực tế, số cử tri lớn tuổi ủng hộ Brexit lại lớn hơn nhiều số cử tri trẻ muốn Anh ở lại...

Không khí thất vọng và hoang mang bao trùm nước Anh sau thắng lợi của phe Brexit. Tràn ngập trên báo chí và các mạng xã hội ở Anh giờ đây là các từ như Bregret hay Regrexit, phản ánh tâm trạng hối tiếc của người Anh. Chỉ vài ngày sau cuộc trưng cầu ý dân, gần ba triệu người vội vã ký đơn đề nghị Quốc hội tổ chức thêm một cuộc bỏ phiếu ■

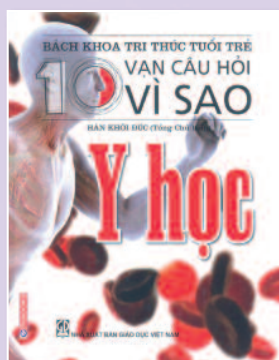
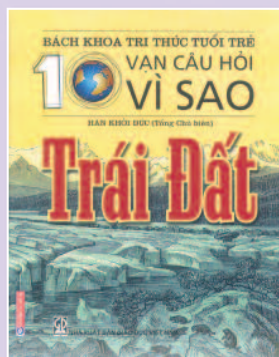


**NHÀ XUẤT BẢN GIÁO DỤC VIỆT NAM**

*Trân trọng giới thiệu cùng bạn đọc*

*Bộ sách*

**BÁCH KHOA TRI THỨC TUỔI TRẺ - MƯỜI VẠN CÂU HỎI VÌ SAO**



**B**ách khoa tri thức tuổi trẻ - Mười vạn câu hỏi vì sao được dịch từ nguyên bản tiếng Hán của bộ sách *Mười vạn câu hỏi vì sao* phiên bản thứ sáu, do Nhà xuất bản Thiếu niên Nhi đồng Thượng Hải, Trung Quốc ấn hành.

Bộ sách gồm 18 tập ứng với 18 ngành học thuộc lĩnh vực khoa học cơ bản và chuyên ngành như: *Toán học, Vật Lý, Hóa học, Thiên văn, Trái đất, Động vật, Thực vật, Y học, ...* và đặc biệt là những lĩnh vực mũi nhọn như: *Sự sống, Năng lượng và Môi trường, Thiên tai và cách phòng chống, Hàng không và Vũ trụ, ...* Dưới hình thức "hỏi-đáp", bộ sách giải thích một cách khoa học, dễ hiểu và hấp dẫn 3.422 khái niệm, hiện tượng, sự kiện khoa học mới hoặc chưa được hiểu tường tận, thậm chí cả một số hiện tượng kỳ bí trong nhận thức của con người, với 6.840 bức ảnh màu minh họa.

Xuất bản lần đầu năm 1961, *Mười vạn câu hỏi vì sao* là bộ sách phổ biến kiến thức khoa học kỹ thuật có sức sống bền lâu, có tầm ảnh hưởng xã hội to lớn tại Trung Quốc, do hơn 100 viện sĩ thuộc Viện Khoa học và Viện Công nghệ Trung Quốc và hơn 700 nhà khoa học trực tiếp biên soạn các mục từ.

*Bách khoa tri thức tuổi trẻ - Mười vạn câu hỏi vì sao* được xuất bản theo Hợp đồng chuyển nhượng bản quyền giữa Nhà Xuất bản Giáo dục Việt Nam và Nhà xuất bản Thiếu niên Nhi đồng Thượng Hải, Trung Quốc.

**Bạn đọc có nhu cầu mua sách xin liên hệ:**

**Phòng kinh doanh, Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển Giáo dục Hà Nội**

Tòa nhà văn phòng HEID, ngõ 12 Láng Hạ, quận Ba Đình, Hà Nội.

Tel: 04.35122636 -35122884. Fax: 04. 351222504.

ĐD: 0988455699, 0917294989

Website: [www.heid.vn/](http://www.heid.vn/) [www.sachgiaoduconline.net](http://www.sachgiaoduconline.net)

# Qua đèo



Nhân kỷ niệm 91 năm Ngày Báo chí cách mạng (21/6), 5 đồng nghiệp rủ nhau đi thăm, giao lưu với đồng nghiệp Quảng Bình. Sắp kịch trạm thu phí Đèo Ngang qua đường hầm, bác tài dừng xe mua vé. Anh bạn phóng viên nhiếp ảnh cao tuổi đời, tuổi nghề nhất nhóm bỗng hô lên:

- Ấy các tướng ơi, ta vượt đèo bằng đường bộ nhé, không chui hầm.

Nữ phóng viên điều tra báo chí cự cãi:

- Ông điên à, người ta làm đường hầm để vượt đèo cho nhanh, tiết kiệm thời gian, lại an toàn. Nếu không người ta làm hầm làm gì?

Trên xe chỉ 5 người mà chia làm hai phe, không ai chịu ai. Trưởng nhóm cho dừng xe bỏ phiếu kín. Kết quả, 2 phiếu vượt đèo leo dốc bằng đường bộ, 3 phiếu mua phí chui hầm.

Trưởng nhóm nhẹ nhàng và lịch

sự ra thông điệp:

- Tôi là sếp của nhóm, các ông bà vừa bỏ phiếu tín nhiệm bầu tôi sáng nay. Tôi vừa là chủ xe, vừa chủ chi. Ai đi hầm, xuống xe tự kiểm phương tiện, thuê xe hết bao nhiêu tôi chi. Qua hầm, các ông bà ngồi chờ bọn tôi. Ai leo dốc, ngồi yên theo tôi. “A lê hấp”, bắt đầu.

Thế là trưởng nhóm cùng phóng viên nhiếp ảnh phóng xe đi. 3 đồng nghiệp còn lại xuống xe, gọi taxi, cũng nhanh gọn lắm. Ui, bà con cô bác ơi, đã lâu không có dịp lên đỉnh Đèo Ngang ngắm biển dâng đông và ngắm dãy núi Hoành Sơn đàng tây, lảng đãng mù sương, đẹp hết ý. Từ đỉnh đèo còn quan sát rõ mồn một toàn cảnh cảng Vũng Áng, Formosa Hà Tĩnh; tham quan “Quảng Bình Quan” - di tích lịch sử rất có ý nghĩa về địa chính trị mà cả 2 tỉnh Hà Tĩnh và Quảng Bình đều tranh luận “Di tích ấy của các anh, hay

của chúng tôi (!)?”. Có lên đèo mới thấu hiểu vì sao ngày ấy, nữ sĩ kiệt xuất cùng thời với bà chúa thơ nôm Hồ Xuân Hương, bà Huyện Thanh Quan cảm tác được bài thơ tuyệt tác để đời như vậy.

Đổ đèo, trưởng nhóm và phóng viên nhiếp ảnh chụp được phóng sự ảnh, ít nhất là một nhóm ảnh trên đỉnh Đèo Ngang, hết ý. Đắt giá nhất là bức ảnh toàn cảnh cảng Vũng Áng - Kỳ Anh, Hà Tĩnh; nhà máy thép của công ty Hưng Nghiệp Formosa, thủ phạm xả thải gây ô nhiễm môi trường biển 4 tỉnh miền Trung làm cá chết hàng loạt. Nay Formosa đã phải cúi đầu nhận tội. Trưởng nhóm “up” lên mạng phóng sự ảnh trên đỉnh Đèo Ngang, lấy đoạn thơ cực hay của nữ sĩ tên tuổi Bà Huyện Thanh Quan, mà bà đã viết gần 2 thế kỷ trước, khi bà vãn cảnh nơi đây:

*Bước đến Đèo Ngang bóng xế tà*

*Cỏ cây chen đá, lá chen hoa.*

*Lom khom dưới núi, tiều vài chú*

*Lác đác bên sông, chợ mấy nhà.*

*Nhớ nước đau lòng con quốc quốc*

*Thương nhà mỏi miệng cái gia gia.*

*Dừng chân đứng lại, trời, non, nước*

*Một mảnh tình riêng, ta với ta.*

Hay tuyệt! Đèo Ngang là ranh giới 2 tỉnh Bắc miền Trung: Quảng Bình và Hà Tĩnh. Bên kia đỉnh Đèo Ngang là huyện Quảng Trạch, là sông Roòn, sông Gianh, nơi có núi Vũng Chùa và đảo Yến mà Đại tướng Võ Nguyên Giáp, nhà chiến lược nhìn xa trông rộng đã chọn làm nơi an nghỉ ngàn thu.

Nào bạn ơi, với người làm nghề, bạn thử coi, trong vụ này, ta nên đi đường bộ, hay theo đường hầm cho tiết kiệm thời gian. Một đa số phiếu, chắc gì đã đúng? ■

**ONG VÔ VỆ**