

Jean - Luc Martin - Lagardette

Hướng dẫn CÁCH VIẾT BÁO



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN

Jean - Luc Martin - Lagardette

HƯỚNG DẪN *cách* VIẾT BÁO

(Sách tham khảo nghiệp vụ - tái bản)

Người dịch: Lê Tiến

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN
HÀ NỘI

LỜI NHÀ XUẤT BẢN

Đồng hành cùng cách mạng, đội ngũ báo chí nước ta ngày càng phát triển, trưởng thành. Đến nay, cả nước đã có gần 700 cơ quan thông tin đại chúng ở trung ương và các địa phương (bao gồm các tòa soạn báo, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình), với hơn 12.000 nhà báo được cấp thẻ hành nghề cùng hàng ngàn sinh viên đang theo học tại các trường, khoa, phân viện đào tạo báo chí trong cả nước.

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

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

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

kỷ niệm lần thứ 78 Ngày báo chí Cách mạng Việt Nam (21/6/1925 – 21/6/2003).

Cuốn sách **“Hướng dẫn cách viết báo”** của các tác giả Jean - Luc Martin - Lagardette là một đầu sách thuộc bộ sách nói trên, được xuất bản tại Pháp năm 2000. Đây là lần tái bản lần thứ tư của cuốn sách này. Cuốn sách là một cẩm nang quý đối với các phóng viên, biên tập viên, sinh viên báo chí và những người tham gia công tác truyền thông. Bạn sẽ tìm thấy ở đây các quy trình, phương pháp viết báo, các thể loại báo chí, cách trình bày một bài báo, một tờ báo, v.v.. Tất cả đều được trình bày rất cụ thể, ngắn gọn, dễ hiểu.

Ngoài ra, trong cuốn sách, các tác giả còn nêu lên trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp của nhà báo và giới thiệu những lời khuyên bổ ích của 5 nhà báo nổi tiếng.

Sau một năm ra mắt bạn đọc, cuốn sách được độc giả quan tâm đón đọc, đặc biệt là giới báo chí. Đồng thời cũng có nhiều ý kiến góp ý cho việc nâng cao chất lượng bộ sách.

Để đáp ứng nhu cầu độc giả, Nhà xuất bản đã hiệu đính lại trong lần tái bản này. Chúng tôi mong tiếp tục nhận được sự góp ý, phê bình của đông đảo bạn đọc đối với nội dung cuốn sách nói riêng và **Tủ sách Nghiệp vụ báo chí** nói chung, để những ấn phẩm tái bản tiếp sau được tốt hơn.

Xin trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc.

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TIN

LỜI MỞ ĐẦU

“Tôi viết, vậy tôi tồn tại”

Cuộc sống là sự bày tỏ. Bày tỏ một ý nghĩ, một mong muốn, một cảm xúc, một hiểu biết.

Để cảm thấy mình tồn tại giữa những người khác, mọi thực thể (cá nhân, nhóm người, thể chế) tìm cách tự bày tỏ. Vì điều đó, họ phải diễn tả ra điều mà họ cảm thấy, điều mà họ biết, cái mà họ muốn.

Mỗi người sử dụng một kỹ thuật thích hợp với mình.

Người biết sử dụng ngòi bút, hoặc bàn phím máy tính của mình để diễn đạt những ý tưởng, để thuật lại một cuộc họp hoặc một sự kiện, sẽ luôn là người có ích và khả năng của anh ta sẽ là điều quý báu để thực hiện một số lớn công việc và chức trách.

Nhưng điều cần biết đầu tiên là viết ra không dễ dàng như người ta tưởng. Người ta không bỗng nhiên trở thành nhà văn, nhà báo. Chỉ biết viết không mắc lỗi ngữ pháp, đặt đúng chủ ngữ, vị ngữ và bổ ngữ thôi thì chưa đủ, còn lâu mới đủ. Viết là một nghệ thuật, và giống như mọi nghệ thuật khác, đòi hỏi phải đầu tư vào đó thời gian và nghị

lực. Rất nhiều thời gian, rất nhiều nghị lực và thực hành rất nhiều. Viết bao hàm sự suy nghĩ, sự cảnh giác và có thể, sự nghi ngờ kể cả bản thân mình, nhất là trong lĩnh vực báo chí. Bởi vì sự thông tin giống như máu chảy trong một cơ thể xã hội lớn. Nếu nó nhiễm độc bởi những nhận xét hoặc những mục tiêu trái ngược với sứ mệnh ban đầu của nó, thì toàn xã hội sẽ trở nên bị ốm yếu.

Cần suy nghĩ về những lý do thúc đẩy chúng ta viết, theo phương thức đã được lựa chọn, theo chất lượng mong muốn về bài vở và phong cách của chúng, theo sự chờ đợi của độc giả và những điều kiện thực hiện thông tin. Cần phải đánh giá chính khả năng của chúng ta, khả năng giữ một khoảng cách với công việc và hành động của những con người, sự kiện mà chúng ta muốn phản ánh, tính hợp pháp của những sự chọn lựa mà chúng ta luôn luôn phải làm (liệu tôi phải hoặc đôi khi là liệu tôi có thể nói về điều này hoặc điều kia hay không? Với giọng như thế nào? Theo góc độ nào?).

Viết buộc phải nghĩ, phải sắp xếp những suy nghĩ, phải vượt qua cái vẻ bề ngoài đơn lẻ của sự việc. Một sự vận hành có ích của hoạt động thông tin báo chí trong một xã hội có quá nhiều thể chế và phương tiện thông tin đại chúng có thể buộc chúng ta “phải nghĩ tới” điều chúng ta đã bỏ qua. Học diễn tả, học truyền đạt một cách rõ ràng một thông tin hoặc học cách thuyết phục bằng viết

lách, đó phần nào là sự học, là chính mình ở giữa đám đông.

Cách viết, và đặc biệt là cách viết báo là một môn học nghiêm khắc, đòi hỏi bạn phải dựa tối đa vào các sự kiện, mà do đó trước hết bạn phải sưu tầm, nghiên cứu, kiểm tra, đối chiếu. Trong vận hành của hoạt động thông tin báo chí, thời gian để viết rất ngắn so với thời gian điều tra, hỏi han các nguồn, đối chiếu các dư luận (thời gian tìm tòi và thẩm tra thông tin không ngừng bị co hẹp lại dưới áp lực của yêu cầu thông tin khẩn cấp, luôn luôn khát những tin tức mới hơn).

Viết báo cũng là một sự tìm kiếm. Tìm kiếm sự thực với đầy những cam bẫy khủng khiếp mà nó hầu hết là ở dạng vô hình. Thực vậy, chuyện này rất thường xảy ra, đó là những sơ xuất, khiếm khuyết trong quy trình làm việc khiến phóng viên dễ bị mắc lừa. Sự thiếu hiểu biết về đề tài và những người chủ chốt có liên quan, sự thiếu thời gian, sự định kiến, sự lười biếng, tính tự phụ là những vật chướng ngại tồi tệ nhất chặn trên con đường của người đưa tin...

Trách nhiệm của nhà báo rất lớn. Hiện chúng ta đã biết trong thế giới chúng ta đang sống mọi sự được gấn bó, chằng chịt một cách hết sức phức tạp và khó mà gỡ rối được. Chúng ta cũng biết chỉ một từ ngữ, một câu bình luận nhỏ nhất có thể làm đảo lộn những cuộc đời theo một chiều hướng này hoặc một chiều hướng khác. Do đó, thận

trọng là điều cần thiết đối với ai có ý định nói về những người đương thời của mình, và muốn phán xét những hành động của họ.

Bởi vậy, trong lần xuất bản thứ tư cuốn sách hướng dẫn này, chúng tôi sẽ phát triển hơn nữa so với những lần xuất bản trước khía cạnh quan trọng hàng đầu này của hoạt động báo chí: trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp.

Nhưng nghệ thuật viết để thông tin và thuyết phục đòi hỏi trước tiên phải học những kỹ thuật đã được xác nhận và những phương pháp chuẩn bị. Vậy là các bạn sẽ thấy trong lần xuất bản này những chương mục đã làm nên sự thành công của ấn phẩm và sẽ trao cho bạn những bí mật của các nhà báo chuyên nghiệp biết cách thu hút sự chú ý của độc giả, những quy tắc chung của việc viết tin, những lời khuyên thiết thực của các nhà báo lành nghề, những ngón nghề khéo léo để viết một bài báo thấu tình, đạt lý và độc thấy dễ chịu.

Hai khía cạnh của hình thức và nội dung được đề cập.

Mỗi bài báo là một “sản phẩm”, phải lôi cuốn được một cách khôn khéo sự chú ý nó. Một bài báo có nội dung tốt không thôi thì chưa đủ mà nó cần phải được người ta đọc. Ngược lại, chỉ riêng hình thức bài báo được trình bày tốt cũng chưa đủ để lôi cuốn độc giả từ đầu đến cuối. Vậy thì bạn có thể học cách sắp xếp bài báo của bạn theo những quy tắc của nghệ thuật và “dàn cảnh” bài báo theo

hiệu quả tìm kiếm.

Trong lần xuất bản này, bạn cũng sẽ thấy sự phát triển của Internet, một phương tiện thông tin đại chúng mới mà mấy năm trước không ai có thể hình dung được sự phát triển mạnh mẽ của nó.

Cũng như thế, 5 nhà báo đã thành danh rất muốn cho chúng ta biết cách hành nghề của họ. Những ý kiến của họ được tập hợp lại trong chương: “Lời khuyên của các nhà báo lành nghề”.

SÁCH HƯỚNG DẪN NÀY DÀNH CHO AI?

Dành cho những ai thường xuyên mong muốn thông tin, truyền đạt bằng văn bản:

- Sinh viên báo chí;
- Biên tập viên của một bản tin cấp thành phố hoặc của một ngành;
- Thư ký của một hiệp hội, được giao trách nhiệm thông tin;
- Thực tập sinh trong các tòa soạn báo;
- Học sinh trung học viết báo để đăng trên tờ báo của nhà trường;
- Nghiệp đoàn viên được nghiệp đoàn của anh ta cho là thích hợp để “làm công việc viết lách”;
- Phóng viên đã được đào tạo tại chỗ muốn nắm được lý thuyết viết báo;
- Những người lãnh đạo xí nghiệp muốn đưa tới tính năng động cho những thông tin của họ.
- Những người dũng cảm muốn xuất bản một tờ báo địa phương;
- Tất cả những nhà báo chuyên nghiệp muốn viết một bài báo, soạn thảo một hồ sơ, một luận văn, một báo cáo, một bản tường thuật.

Quyển sách này sẽ có ích đối với những ai mong muốn một cách hoàn toàn đơn giản là truyền đạt hoặc thuyết phục bằng văn viết. Văn

phong báo chí sẽ giúp bạn những kỹ năng để viết một bài báo cho bản tin của hội cũng như để viết một báo cáo cho sếp về cuộc họp mới nhất của ban giám đốc xí nghiệp. Trong suốt các trang viết cuốn sách này, chúng tôi sẽ không ngừng nhắc đi nhắc lại rằng, người ta viết trước hết là để độc giả hiểu.

Tuy nhiên, độc giả là một bộ phận của công chúng đã bão hoà bởi những hình ảnh, từ ngữ, khẩu hiệu được những người có nghề thực hiện. “Báo chí lớn” (nhật báo, tuần báo, nguyệt san, chuyên san, v.v.) và quảng cáo thu hút sự chú ý của độc giả bằng những phương pháp khéo léo: màu sắc được chọn lựa đạt hiệu quả tâm lý, các cỡ chữ phù hợp với nội dung bài báo, đầu đề với các khổ chữ khác nhau, cách đóng khung, minh họa...

Làm gì để lôi cuốn công chúng đọc bài báo của bạn?

Thật đơn giản: hãy làm theo sách hướng dẫn (thực hành) do một nhà báo soạn thảo và áp dụng những lời dạy của ông ấy. Giúp các bạn vén lên tấm màn che phủ những bí quyết của cách viết báo, cuốn sách này sẽ bước đầu hướng dẫn cho bạn kỹ thuật làm nên thành công của “báo chí lớn”.

Dĩ nhiên, không phải tất cả mọi điều trong cuốn sách sẽ cần cho bạn. Bạn có thể gạt sang bên một số dữ liệu nào đó. Thậm chí, với một số người, những lời khuyên có vẻ quá thiên sâu về

nghiệp vụ chuyên môn. Với những người khác thì bài điều tra hoặc xã luận chẳng hạn, sẽ là những thể loại ngoài tầm tay của họ. Chính bạn sẽ phải làm cái việc lựa chọn giữa tất cả những kiến thức cơ sở này.

Nhưng, dù thời gian của bạn như thế nào, bạn hãy cố gắng suy nghĩ và xử lý những thông tin mà bạn đã có.

Hãy nghĩ tới bạn đọc của mình, làm cho họ đọc và hiểu một cách dễ dàng.

CHƯƠNG I

THÔNG TIN CHO AI, VỀ CÁI GÌ, TẠI SAO?

Nhà báo là một kỹ thuật viên (hoặc một người thợ thủ công, thậm chí là một nghệ sĩ) làm việc bằng một nguyên liệu đầu tiên không chính thức: những sự kiện. Anh ta tìm kiếm những sự kiện, lựa chọn và xử lý để cho chúng có ý nghĩa, có thể hòa đồng và lôi cuốn. Tại sao anh ta thông tin? anh ta tìm kiếm những tin tức gì?, anh ta viết cho ai? Mỗi người viết, dù với dự kiến nào (xuất bản, ghi chép riêng...), đều cần tự đặt cho mình những câu hỏi này.

VÌ SAO NHÀ BÁO THÔNG TIN?

- *Nhằm cung cấp cho đồng bào của anh ta những phương tiện để hiểu về thế giới và để hành động có hiệu quả. Nói theo từ chuyên môn là, để thuật lại những sự kiện và những việc anh*

ta cho là có ý nghĩa và thích hợp với độc giả của mình. Đó là, những người không có thời gian, phương tiện để tự họ làm công việc đòi hỏi nhiều nghị lực và thời gian này, nhưng họ cần thông tin ấy để hiểu biết thế giới bao quanh họ. Cấu trúc của một tin, chúng ta sẽ nghiên cứu ở phần sau, không phải là một thao tác đơn giản. Nó sử dụng yếu tố kỹ thuật và con người với tất cả những cái có thể, bao hàm cả những lợi ích và hạn chế.

Thông tin là một nhân tố thực tiễn chiến lược. Nó tạo nên một phần quyền lực, nó cho phép chuẩn bị và hướng dẫn những hành động của công dân. Do đó, thông tin phải đúng nhất, thật nhất, đầy đủ nhất. Nếu nó bị cắt xén hoặc thiên vị, sẽ kéo theo cả một chuỗi những phán xét, phản ứng với thái độ sai lệch. Khi đó, độc giả sẽ là người chịu thiệt thòi, vì không được tiếp nhận thông tin chân thực.

Ở đây có một trách nhiệm “kép” đối với nhà báo: những bài viết của anh ta sẽ khơi gợi những phản ứng mà anh ta thực sự không lường trước được tầm quan trọng. Về trách nhiệm kỹ thuật: thông tin được anh ta mang đến phải chân thực, chính xác, có ích và đầy đủ. Về trách nhiệm đạo đức: thông tin, cho dù nó có thể phục vụ cho những lợi ích riêng, nhưng không được làm tổn hại tới lợi ích chung.

Chúng ta sẽ đề cập sau về những khía cạnh

gắn với lương tâm nghề nghiệp nhà báo.

- Để cho phép độc giả đồng nhất hóa với một hình ảnh hoặc với một nhóm xã hội.

Không tồn tại sự thông tin chỉ để thông tin. Mọi thông tin được xác định, một phần, bởi những người nhận nó. Vậy thì nhà báo được coi như biết hình dáng và nhu cầu của những người nuôi sống anh ta bằng cách mua thông tin của anh ta (hoặc trực tiếp mua ở các quầy báo hay đặt báo tháng, hoặc gián tiếp thông qua việc đóng góp tiền). Anh ta phải chia sẻ những mối bận tâm của độc giả, nếu không sẽ gây cho họ phản xạ bác bỏ. Các thông tin anh ta tìm kiếm phải nằm trong tổng thể mạng thông tin chủ đạo, những luật lệ mà anh ta phải hiểu và tôn trọng, với giới hạn nhỏ hơn hoặc lớn hơn tùy theo từng đề mục.

Tờ báo, bằng cách sắp xếp thứ tự quan trọng của những thông tin mà nó thuật lại, thông qua việc chọn đăng tin này, bỏ tin khác nhằm đưa ra cách nhìn về thế giới một cách lôgic, chặt chẽ. Sự lựa chọn phụ thuộc vào những giá trị nào đó, được khẳng định xuyên suốt bài báo. Độc giả tìm thấy ở đó một cái móc, một chỗ dựa, hoặc đơn giản là một hình ảnh của chính họ, để chia sẻ với hàng nghìn người khác.

Nhóm báo chí Tây Đức S.Pinger đã cho phân tích về tâm lý tờ *Bild Zeitung*, một nhật báo lớn rất nổi tiếng của họ, để hiểu rõ hơn “quá trình

sáng tạo, chuẩn bị và viết, biên tập báo”. Bản báo cáo ghi: “Quan trọng là tờ *Bild* đã hội tụ được hai điều chính yếu: một là uy lực và tính kiên định của đàn ông, và hai là sự ân cần, thấu hiểu đầy tình mẹ con. Trong một số lĩnh vực tờ báo thể hiện vai trò của bậc “cha mẹ”, để người ta không chỉ phục tùng về mặt uy quyền mà còn tìm thấy sự cảm thông, có thể nương tựa và sẵn sàng tin cậy” (trích báo cáo của Gunter Wallraff trong cuốn sách “Nhà báo không ai ưa”, Nxb La Découverte).

Nhà báo cũng là người nổi dậy tình cảm giữa độc giả và tờ báo (hoặc bản tin) của mình, đương nhiên là ít nhiều có ý thức và sự tự do lựa chọn tùy theo từng trường hợp.

- Để giải trí với nghĩa kép của từ này: làm cho vui và chuyển hướng.

Làm cho vui, có nghĩa là minh họa “tấn trò đời” bằng cách dàn dựng lên vô số những biểu hiện của nó hoặc là bi, hoặc là hài. Chuyển hướng, nghĩa là làm quên đi những mối bận tâm lo lắng sâu sắc: “Thế giới chuyển hướng chúng ta ra khỏi chính chúng ta, làm cho chúng ta khuây khỏa”, Mauriac đã viết như thế.

Tuy nhiên, khi đi quá vào hướng này, người ta có nguy cơ đi lướt trên mặt ngoài của các sự kiện và các nhân vật, bỏ quên nội dung chính, làm nản lòng người đọc chưa được chuẩn bị để tiếp nhận.

NHÀ BÁO THÔNG TIN CHO NHỮNG ĐỘC GIẢ NÀO?

Lựa chọn, sắp xếp các tin tức, đó là việc làm cơ bản của người làm báo. Nói chung, anh ta không chỉ chọn đề tài vì chúng có thể do tổng biên tập, hoặc ban thông tin của hội đồng thị chính hoặc ban biên tập trong các hiệp hội đề nghị. Ba yêu cầu nhất thiết không thể thiếu được đối với người biên tập: tính thời sự, sự quan tâm của độc giả và đường lối của tòa soạn về việc xuất bản. (Không nói đến ngân khoản cho phép hoặc không cho phép, thời gian để tìm tòi, đào sâu nghiên cứu).

Tính thời sự

Khi người nào đó mở một tờ báo, là để được biết những tin tức. Nhu cầu này đã tăng theo tỷ lệ thuận với sự tiến bộ của các phương tiện kỹ thuật cho phép truyền tin tức đi cực nhanh. Đã trở thành thói quen: người ta muốn biết tất cả, biết hết, biết ngay lập tức. Nhưng thông thường, nếu thông tin không liên quan gì đến thời sự tức thời nó sẽ được cho “vào tủ lạnh” để chờ đợi một sự kiện khác thời sự hoá nó.

Chẳng hạn, trước khi vai trò của các nhà sinh thái học được đề cao, tất cả những ai phá hoại môi trường đều chưa bị báo chí nói tới trừ những tai họa lớn. Khi vấn đề sinh thái bắt đầu trở nên

nổi bật, thì có vô số những bài báo viết về vấn đề ô nhiễm nước, không khí hoặc phế thải.

Trái lại, những tin tức vô vị hoặc theo thói quen được giữ trong im lặng sẽ tìm thấy con đường xuất hiện nếu chúng tới đúng lúc.

Thí dụ chỉ cần một vụ hiếp dâm trẻ em bùng nổ đầy tai tiếng là những vụ việc khác cùng loại được tiết lộ trong những ngày sau đó. Mọi sự diễn ra như thể một vụ việc mới về đề tài đó kết tinh xung quanh nó những yếu tố khác có liên quan và lợi dụng cơ hội để bị đưa ra ánh sáng. Giống như mọi mặt hàng tiêu thụ khác, thông tin có những phương thức của nó.

Vì thông tin là một thứ hàng tiêu thụ nên trong xã hội hàng hoá của chúng ta, nó cũng phải tuân theo những luật lệ của cung cầu, và đôi khi cả những sự thái quá. Như vậy, cuộc chạy đua với cái mới có thể dẫn tới sự tìm kiếm cuồng nhiệt những thông tin độc quyền mà họ là người duy nhất hoặc người đầu tiên thông báo, là nguồn ganh đua lành mạnh nếu nó được thực hiện theo nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp mặc dù, đòi hỏi cấp bách này của báo chí hiện đại có thể dẫn đến sự suy đồi. Lúc đó, người ta sẽ thấy những hành vi tồi tệ như việc một nhà báo đã “mượn” trên năm mồ của một em bé bị sát hại chiếc lắc đeo cổ có bức ảnh chân dung của em (“vụ Gregory”) hoặc những bài phóng sự về vụ các xe hơi bị đốt cháy bởi những thanh niên vùng ngoại ô đã được trả

tiền để gây ra “hành động tự phát này”.

Đó cũng là các *paparazzi* (thợ săn ảnh) bán rất đắt những phim âm bản về các nhân vật nổi tiếng mà họ “chộp” được trong những lúc riêng tư hoặc trong những trạng thái bất bình thường. Nếu luật pháp lên án những sự vi phạm này đối với quyền về hình ảnh (Xem chương VIII), một số tờ báo sẵn sàng trả tiền phạt vì họ biết rằng, họ sẽ dễ dàng gỡ lại với việc tăng lượng báo bán nhờ những “tài liệu độc quyền” của họ.

Sự quan tâm của độc giả

Là điều quan trọng hàng đầu. Đây là chủ đề quán xuyên mà các bạn sẽ gặp trong suốt cuốn sách này: hãy nghĩ tới toàn thể độc giả của bạn.

- Lý do thứ nhất: Họ nuôi bạn bằng cách mua ấn phẩm của bạn.

- Lý do thứ hai: nếu tờ báo của bạn không để bán mà chỉ phân phát, họ đem cho bạn vinh dự vì đã đọc báo của bạn và bạn cần họ đọc!

- Lý do thứ ba: bạn là người trung gian giữa họ và thế giới. Họ dựa vào bạn để tìm thấy cái họ cần biết dẫn dắt họ tới một cuộc sống tốt hơn.

Khi bạn muốn biết cần đưa ra thông tin nào và trình bày dưới góc độ nào, bạn nên đặt mình vào vị trí của họ. Do đó, cần phải biết về họ qua thư từ, những cú điện thoại của họ, những cuộc điều tra độc giả. Hoặc thậm chí, và điều này còn tốt hơn,

bằng cách định kỳ gặp gỡ họ trong những cuộc họp đã được lên chương trình thường xuyên hoặc trong cuộc viếng thăm tại chỗ của bạn.

Nếu bạn muốn thông điệp của bạn gửi tới số lượng độc giả đông nhất, bạn hãy chú ý sao cho cách diễn đạt của bạn, những dẫn chứng của bạn (về tính văn hoá, trình độ nghề nghiệp...) có thể được thu nạp dễ dàng.

- *Một nhà thông tin tốt trước hết là một người truyền bá.* Anh ta diễn đạt một tổng thể những dữ kiện rất đặc thù thành ngôn ngữ, hình ảnh mà mọi người đều có thể hiểu được. Bạn hãy tự hỏi xem liệu độc giả có thể hiểu những trò chơi chữ, cái nháy mắt, sự ám chỉ của bạn không.

Một cách vô ý thức, người ta có khuynh hướng viết cho một nhóm người thân tín, hoặc cho những người ở cùng một công việc, cùng một giai tầng xã hội, cùng một hệ tư tưởng, cùng một nghề nghiệp. Rất khó tranh cãi việc họ nhìn nhận sự vật hoặc nói về nó theo cách riêng của mình.

Tất nhiên, người ta viết trước hết để truyền đi một thông điệp, một thông tin. Không phải chỉ viết cho vui. Một thông tin tỏ ra quan trọng với biên tập viên không nhất thiết là quan trọng đối với độc giả, khi đó người ta có thể cắt ngắn bớt, gọt nó sang một bên hoặc tìm một khía cạnh đặc biệt có thể đánh thức sự quan tâm.

- *Thông điệp có hiệu quả khi nó được đọc và*

được hiểu một cách chính xác bởi những người khác, những người ngoài cuộc, những người không phải là chuyên gia trong lĩnh vực đó. Mong sao bạn là người phụ trách ban biên tập của một bản tin, một tờ báo, bạn sẽ được những người có cá tính, có trình độ, có lợi ích rất khác nhau đọc. Cho dù bạn có cùng mối quan tâm với phần lớn trong số họ - là cơ sở cho ấn phẩm của bạn, bạn vẫn cần phải tính tới những độc giả “xa lạ” với những hoạt động và ý tưởng của bạn.

Nếu ngôn ngữ của bạn quá chuyên môn hoặc được diễn đạt một cách đặc biệt, thì chắc chắn là bài viết không đến được với các độc giả không cùng hoạt động với bạn. Vậy mà nguyện vọng của bạn lại là làm cho họ rung cảm với những mối quan tâm của bạn.

NHÀ BÁO THÔNG TIN VỚI ĐỘC GIẢ ĐIỀU GÌ?

Việc lựa chọn đường hướng phát hành cho các tờ báo đòi hỏi xác định rõ đối tượng độc giả và mục tiêu hoạt động của nó. Đó cũng chính là đường hướng chỉ đạo biên tập, đem lại cho tờ báo *nét độc đáo, tính liên kết, sự linh hoạt*. Đường lối này do chủ tịch Hội đồng quản trị, các cổ đông, giám đốc, tổng biên tập, ban biên tập hoặc đôi khi đối với các bản tin nhỏ do cả nhóm hay chính thư ký tòa soạn xác định.

Điều quan trọng là đường hướng này phải được

xác định một cách rõ ràng. Cho dù tính thời sự là yêu cầu bắt buộc, tờ báo phải quyết định góc độ, để từ đó đề cập các sự kiện và ý tưởng. Và tính thời sự rộng đến mức trong phần lớn các lĩnh vực, cần phải thường xuyên lựa chọn. Cần xác định trước các tiêu chuẩn của nó.

Nếu bạn vẫn quá mơ hồ, độc giả của bạn cũng sẽ như vậy.

Giọng (điệu)

Đường hướng biên tập lộ ra trong giọng điệu được sử dụng cho các bài báo và những đầu đề.

Giọng điệu của bài viết đương nhiên phụ thuộc vào:

- Nội dung của thông tin (kỹ thuật, giải trí...);
- Đề mục liên quan (trang văn hoá sẽ dễ tiếp nhận giọng hài hước và bay bướm hơn là mục sự vụ hoặc mục chính trị);
- Đặc tính của độc giả (tuổi tác, trình độ văn hóa xã hội...);
- Tác giả của bài báo.

Những điều bắt buộc

Vì toàn bộ hoạt động của con người được đặt trong một bối cảnh thương mại, nên có rất nhiều những điều bắt buộc chủ yếu do:

- Pháp luật: Nhà báo được tự do ngôn luận, trong sự tôn trọng pháp luật. Luật báo chí ngăn cấm sự vu khống, lăng mạ, những bài viết phân biệt chủng tộc và những gì đầu độc tuổi trẻ;
- Sức ép của độc giả: những cuộc điều tra ý kiến

độc giả, thư từ của độc giả và cả những cuộc điều tra về những lý do ngừng đặt mua báo dài hạn là những chỉ dẫn có thể định hướng lại đường hướng hoạt động của tòa soạn hoặc thúc đẩy tạo ra những chuyên mục mới. Đôi khi chúng dẫn tới việc thay đổi hoàn toàn một ấn phẩm (“mẫu mới”);

- Sự bảo vệ các nguồn: nhà báo thường xuyên phải giữ kín những nguồn tin nào đó để không làm hại những người cung cấp tin cho họ và tất nhiên vì lợi ích của cả hai bên. Một số nhà báo đã bị tẩy chay vì đã thuật lại nguyên điều người ta đã nói với họ;

- Sức ép của giám đốc nhà xuất bản, của các cổ đông và của việc quảng cáo;

- Sức ép của các quan chức: thường có những cú điện thoại của một ông nghị hoặc một chủ xí nghiệp gọi tới chủ báo, mặc dù cách thể hiện đôi khi rất tế nhị, tỏ ý không hài lòng về một bài báo là chuyện thường tình...

- Tự kiểm duyệt: hiện diện khắp nơi, đối với hầu hết các nhà thông tin, dưới hình thức một sự bảo lưu, thường là cần thiết, để tránh những sự nghi ngờ này khác;

- Chỗ dành cho bài báo trong ấn phẩm hàng ngày. Nó cũng phụ thuộc vào sự chiếm chỗ của những tin tức thời sự trong tổng số các trang báo và khối lượng quảng cáo;

- Thời gian và phương tiện tìm kiếm, xử lý thông tin.

LUẬT XA GẦN

Một khi đối tượng độc giả đã được xác định, phải lựa chọn tin tức như thế nào? Thực ra việc lựa chọn phụ thuộc vào lời đáp của hai câu hỏi cơ bản: *“Tin này có thể hấp dẫn công chúng của mình không?”*

Và nếu có thì: *“Những khía cạnh nào sẽ tác động tới họ mạnh nhất?”*.

Có một luật đơn giản, hiệu quả, có thể dùng trong mọi trường hợp: *Luật xa gần*. Nó là cái sàng, qua đó nhà báo chuyên nghiệp sàng lọc một cách máy móc tất cả các thông tin của mình. Nhiều khảo sát tâm lý học và xã hội học đã cho thấy những thuộc tính bản năng của con người, thực ra kém lý trí hơn là mọi người vẫn tưởng. Đó là những thuộc tính mà các nhà quảng cáo, những người làm marketing và làm báo biết sử dụng đã, đôi khi đi tới chỗ lạm dụng nó.

Nếu chúng ta muốn đến được với độc giả của mình sẽ không được quên sự thật ấy, cũng không thể làm như nó không tồn tại hoặc lấy cớ rằng từ chối thói mị dân. Khó tìm được sự cân bằng một bên là chiều theo những thị hiếu của độc giả, biết và tôn trọng những nhu cầu của họ và bên kia là cung cấp cho họ một bài báo sâu sắc và chân thực về một sự kiện thời sự.

Ở đây, chúng tôi chỉ đề cập những khía cạnh kỹ thuật của luật này, tức là cách thức nó được các

phương tiện thông tin đại chúng sử dụng. Biết điều này rồi, tùy mỗi người thực hành theo những mục tiêu và lương tri của mình.

Luật xa gần là sự tổng hợp của nhiều phương hướng:

- Địa lý;
- Cảm xúc;
- Tâm lý;
- Thời gian;
- Văn hóa;
- Cuộc sống;
- Thực hành.

Về địa lý: Khía cạnh này được biết đến bởi những sự việc khác nhau dưới tên gọi “luật cái chết-kilômét”. Sự kiện xảy ra càng gần về mặt địa lý thì càng quan trọng. Một người chết trong tòa nhà bạn ở cho dù bạn là người thờ ơ đi chăng nữa sẽ có tác động hơn so với chuyện có 2 người chết trong phố của bạn, 3 người chết trong khu phố bên cạnh, 5 người chết ở thủ đô, 10 người chết ở nước láng giềng, 50 người chết ở đầu bên kia thế giới.

Tính đa dạng và mau lẹ ngày càng tăng của các phương tiện thông tin tạo xu hướng giảm bớt tình trạng này. Những vùng nông thôn hẻo lánh nhất, dù muốn hay không cũng đã được mở ra với thế giới. Sự phổ cập những tin tức làm cho con người hiện đại trở nên gần gũi, gần bó hơn - dù là bất đắc dĩ - với những người đồng loại của mình.

Về cảm xúc: Sự xúc động của chúng ta trước bi kịch xảy ra trong gia đình mình mạnh mẽ hơn nhiều so với bi kịch của những người không quen biết, thậm chí của những người hàng xóm. Và ở đây, khoảng cách địa lý không giữ vai trò gì.

Những mối quan hệ của Pháp với một số nước châu Phi còn rất sống động. Tôi đã ngạc nhiên khi nhìn thấy niềm say mê của những thanh niên Tôgô theo dõi các giải vô địch bóng đá Pháp qua đài truyền hình địa phương, cho dù không có đội bóng nào của họ tham gia.

Thành công của một tuần báo như *L'Auvergnat de Paris* được khẳng định cùng với thời gian. Nó thông báo cho những người sống tha hương tại thủ đô những tin tức về gia đình họ còn ở quê nhà. Không một việc nào dù là nhỏ nhất, xảy ra trong một thôn xóm ở vùng núi non miền Trung nước Pháp thoát khỏi sự theo dõi chặt chẽ của các phóng viên tờ báo này.

Về tâm lý: Đó là một thủ thuật, trước đây thường được các tờ báo bình dân có lượng phát hành lớn khai thác, nhưng nay ngày càng được giới thông tin đại chúng quan tâm. Thực vậy, bằng cách tác động tới những dục vọng mạnh mẽ của con người, những nỗi sợ hãi và những ham muốn bản năng – tình dục, tiền bạc, bạo lực và cái chết đã khiến người ta quan tâm và nhờ đó bán được báo dễ dàng hơn. Giờ đây, mọi người sử dụng thủ thuật này với ít nhiều sự tinh tế hơn.

Về thời gian: Đó là sự đòi hỏi của tính thời sự. Thì hiện tại được ưu tiên so với thì quá khứ, nhưng nó bị lu mờ trước thì tương lai.

Bạn là người phụ trách một tờ thông tin nghiệp đoàn. Bạn chỉ còn chỗ cho một bài báo duy nhất. Liệu bạn có lưỡng lự hồi lâu giữa bài tường thuật (dù lý thú thế nào đi nữa) của cuộc họp toàn thể vừa diễn ra và bản chi tiết của kế hoạch hành động đã được cuộc họp quyết định?

Về văn hóa: Đồng thanh tương ứng, đồng khí tương cầu. Tuần báo *Le Point* bán chạy mỗi khi nó đăng trên trang nhất tin về lương bổng hoặc hoạt động giải trí của các công, viên chức. Nó sẽ không đả động đến chuyện lương bổng hoặc giải trí của những người làm thuê, làm mướn.

Những “di dân da đen sinh ở Pháp” và “những người da đen” sẽ thích đọc ở tờ *Libération* hơn là ở tờ *Le Figaro*...

Bây giờ trẻ em có báo chí thời sự riêng của mình: một tờ ra hàng ngày (*Mon quotidien*, 55.000 bản được đặt mua) và hai tuần báo (*Le Journal des enfants*, được đặt mua 80.000 bản, *Cles de l'actualité junior*, được đặt mua 100.000 bản).

Những quây báo ngày nay tràn ngập những tạp chí chuyên ngành, nhằm cám dỗ các tay chơi nghiệp dư trong một môn thể thao nào đó: xe đạp, leo núi, mô tô, trò chơi điện tử... Những người say mê sưu tập tem thư, cũng như những người thích thuốc chữa bệnh bằng thảo dược đều

có báo chí riêng của họ.

Về cuộc sống: Những vấn đề lớn của nhân loại luôn hấp dẫn, với điều kiện được trình bày cụ thể. Sự sinh nở, cuộc sống, lý do tồn tại của con người, chính trị, sức khỏe, Chúa trời, nỗi đau khổ, sự tự do, đó là bấy nhiêu đề tài khiến độc giả quan tâm. Những em bé được thụ tinh trong ống nghiệm, việc giúp bệnh nhân nan y chết một cách không đau đớn, những xác được ướp để chờ đợi một khả năng sống lại, các giáo hội và giáo phái, các đảng phái chính trị, những người trị bệnh bằng các phép thuật, cuộc sống sau cái chết, ma túy... Danh sách rất dài, thay đổi tùy theo vấn đề thời sự (sau bệnh ung thư là Sida, sau Sida là bệnh bò điên...), những khám phá khoa học (tin học, gen...), hoạt động của nhóm này hoặc nhóm khác (nông dân, y tá biểu tình...) hoặc của mỗi cá nhân...

Thực hành: Tất cả các dự định thực hành có thể có những phản ứng (tích cực hoặc tiêu cực, về cuộc sống hằng ngày là chủ đề được nhiều người quan tâm tìm hiểu. Một dụng cụ gia đình mới, thuê nhà ở, hướng dẫn việc lựa chọn cho kỳ nghỉ hè, khai mạc một trung tâm thông tin, về quyền của người làm công, những điều mánh bảo, những địa chỉ được cung cấp.

Tất cả mọi chuyện có liên quan đến tiền bạc, tạo ra lợi nhuận: tiền lương, hưu trí, thuế, quỹ tiết kiệm...

CHƯƠNG II

CÁCH VIẾT BÁO

Liệu có một “văn phong báo chí” không?

Có, nếu ta hiểu đó là miêu tả sự kiện một cách súc tích và phổ cập. Đó là một phong cách tìm kiếm hiệu quả: cần làm cho người đọc hiểu được sự kiện bằng số ít từ, tránh lan man và tác động nhanh tới độc giả bởi sự thông minh, nhạy cảm.

Muốn vậy, văn phong báo chí đôi khi sử dụng một thứ ngôn từ linh hoạt cùng với cách thức của thành ngữ dân dã. Tuy nhiên, việc sử dụng những cách nói, cách viết này đôi khi có thể làm lạc hướng hoặc gây khó chịu. Cuối cùng, những từ ngữ đó hoặc sẽ trở nên cần thiết hoặc sẽ biến mất.

Sự thô/giản này thường bị phê phán như một nguy cơ làm méo mó ngôn ngữ của chúng ta. Nguy

cơ này càng lớn hơn nữa vì phần lớn các nhà báo không được đào tạo qua một trường báo chí nào. Ngoài ra, họ thường phải viết trong khoảng thời gian hết sức eo hẹp không cho phép họ đọc lại một cách kỹ càng.

Mặc dù vậy, dường như lỗi viết của nhiều người trong số họ thích hợp với độ giả của họ và những ngôn từ họ dùng cũng đủ khả năng.

Văn phong cũng phụ thuộc vào từng nhà báo. Tùy theo tài năng của mình, họ phát triển văn phong theo một cách riêng, đôi khi rất dễ nhận ra, còn thường là chung chung. Thời buổi hiện nay không còn là lúc để người ta trông chờ những cây bút lớn như những nhà viết tiểu thuyết. Và, như đã nói ở trên, người ta coi trọng tính hiệu quả. Thực vậy, nét đặc trưng đầu tiên của văn phong báo chí, đó là muốn nói tất cả ngay lập tức.

TIẾN THẮNG TỚI ĐÍCH

Để một thông tin được hiểu, trước hết nó phải được đọc. Để nó được đọc thì sự trình bày và văn phong của nó phải cập nhật. Một trong những nét đặc thù của văn phong báo chí là phải thường xuyên tính đến hiệu quả gây ấn tượng về thị giác mà bài báo sẽ có được khi kết thúc. Chúng ta sẽ bàn về vấn đề này sau.

Văn phong báo chí, trước hết là làm cho đa số người đọc hiểu được một cách nhanh chóng ý nghĩa và nội dung thông tin bằng cách ngay lập tức nêu bật điều chủ yếu. Không tô điểm, không do dự: tiến thẳng tới đích!

Để một thông tin có thể hiểu được, nó cần phải nhanh chóng trả lời 6 câu hỏi then chốt, thiếu một trong những câu trả lời này thì toàn bộ thông tin ấy có thể mất đi tính hợp lý của nó.

Sáu câu hỏi then chốt

Đó là những câu hỏi sau: Ai? Cái gì? Ở đâu? Khi nào? Như thế nào? Tại sao?

Ai? Đó là chủ thể của thông tin:

- Một người (đã có hành động gì, đã tuyên bố cái gì...);

- Một sự kiện (chính trị hoặc văn hóa đã xảy ra: quyết định xã hội, tai nạn...);

- Một sự việc (giá cả sinh hoạt tăng, một vụ ăn cắp, một căn bệnh mới đã xuất hiện...).

Cái gì? Đó là hành động, động từ của câu:

- (Tổng thống) từ chức;

- (Một phụ nữ) sinh sáu;

- (Cuộc họp của những người theo chủ nghĩa dân tộc) được tổ chức...;

- (Những người cảnh sát) đã bắt giữ;

- (Nghịệp đoàn) quyết định (đình công);

- (Biểu thuế) hạ xuống...

Ở đâu? Trong một nước, một quận, một thành phố, một cơ sở, thậm chí trong một căn phòng nào đó. Những sự chính xác về địa điểm này là điều không thể thiếu được. Độc giả thường phản ứng theo luật xa gần về địa lý của thông tin (Xem chương I).

Khi nào? Hôm qua, ngày 15 tháng 3, cách đây mười lăm ngày... Người ta không cần rõ năm hiện tại, trừ những ngày đầu của năm mới để tránh mọi nhầm lẫn.

Hãy nghĩ tới khoảng cách thời gian giữa lúc mình viết với lúc ấn phẩm xuất hiện. Muốn viết “hôm qua”, sự việc được kể lại phải xảy ra vào chính ngày mình viết báo. Ngày đưa tin phải là ra báo chứ không phải ngày viết bài báo.

Đôi khi, người ta phải viết sẵn bài cho một sự kiện được dự kiến xảy ra sau khi “đóng báo” (hạn nộp bản thảo cho thư ký tòa soạn) nhưng trước khi ra báo. Khi đó người ta không thể miêu tả ở thì tương lai, cũng không thể ở thì quá khứ (bởi vì một sự bất ngờ luôn có thể xảy ra). Người ta sẽ viết, thí dụ “Tổng thống có thể gặp người đồng nhiệm Anh quốc của mình vào cuối tháng” mà không viết “đã gặp” bởi vì vào lúc viết, cuộc gặp gỡ còn chưa diễn ra.

Như thế nào? Bởi phương tiện nào? Bằng cách nào?

- (Những tên khủng bố đã nhận trách nhiệm về

cuộc mưu sát) trong một thông báo gửi tới...;

- (Quỹ bảo hiểm sẽ được lập) bằng những khoản trích tiền bắt buộc;

- (Tên trộm đã mở cửa) bằng rìu;

- Từ những nguồn thạo tin (người ta biết rằng...).

Tại sao? Những nguyên nhân, những mục tiêu, những lý do của sự việc được kể lại:

- Bởi vì mẹ vừa chết (cô ta muốn bán nhà);

- Bởi cái van đóng không kín (thùng rượu vang bị nổ);

- Để chống lại việc tăng tiền đóng góp (những người thuê nhà đã quyết định...);

- Để chấm dứt tình trạng lao động bất hợp pháp (Chính phủ đã quyết định...).

Tin nhanh của hãng thông tấn

Là mẫu mực về thể loại này, tin thông tấn nêu bật, trong hai hoặc ba dòng đầu tiên của bài viết (“lead”) tất cả những yếu tố thông tin cơ bản. Những yếu tố này hợp thành một tổng thể độc lập với phần còn lại của tin. Rồi chúng được nhắc lại và phát triển lần lượt trong những đoạn tiếp với trật tự giảm dần tầm quan trọng.

Ba dòng đầu tiên ấy làm thành năm hoặc sáu dòng trên một cột báo: tạo nên “mũi tấn công” của bài báo. Giống như cách gọi điện thoại, nhà báo phải nói ngay toàn bộ sự việc, đề phòng đường dây có nguy cơ bị cắt bất cứ lúc nào.

- Ví dụ tin của Hãng tin Pháp (AFP)

HẬU DUỆ CỦA NHỮNG NGƯỜI NÔ LỆ
DA ĐEN MỸ NÓI VỚI OUA

"Tripoli, 3-8. Các hậu duệ của những người nô lệ da đen Mỹ đã yêu cầu Tổ chức Thống nhất châu Phi (OUA) can thiệp với Hoa Kỳ để họ nhận được tiền đền bù 242 năm làm nô lệ".

James R. Lawson, Chủ tịch phong trào thống nhất dân tộc Phi (ở Mỹ), vì mục đích này, đã phân phát một bản ghi nhớ cho các đại biểu có mặt ở Tripoli. Văn bản này nhấn mạnh rằng các hậu duệ người Phi sống ở Mỹ đã được giải phóng bởi một bản tuyên bố của chính phủ trong đó hứa hẹn cấp cho họ mỗi người 40 acre (đơn vị đo ruộng đất = 5000m²) và một con la cái, những thứ mà họ chưa bao giờ nhận được.

Năm 1950, những yêu sách là 100 acre và một máy kéo cồng thêm một căn nhà gỗ có hiên rộng và điện nước sinh hoạt. Năm 1963, do dồn lãi, phong trào đã đòi 7000 đô la cho mỗi hậu duệ của một nô lệ. Ngày nay, do lạm phát, số tiền đòi hỏi lên tới 15.000 đô la".

Ngay trong đoạn đầu tiên, chúng ta đã có câu trả lời cho các câu hỏi: Ai? (các hậu duệ), Cái gì? (yêu cầu OUA can thiệp với Mỹ), Ở đâu? (ở Tripoli), Khi nào? (ngày 3 tháng 8 năm 1982), và Tại sao? (để nhận được những sự đền bù của 242 năm làm nô lệ).

“Nhu thế nào” đã được nêu rõ lúc bắt đầu đoạn hai (phân phát một bản ghi nhớ), đoạn này cũng thông tin cho chúng ta về nguồn gốc, sự biện hộ cho yêu cầu (một bản tuyên bố của chính phủ).

Đoạn thứ ba, khóa chốt bài báo bằng lý do đưa ra yêu cầu với cách nêu chi tiết số tiền bồi thường và sự tiến triển của nó theo thời gian.

Hãy chú ý là bài báo không chứa đựng một kết luận nào. Nó làm thành một chất liệu thô để cho các báo xử lý lại theo nhu cầu riêng của họ.

Cách cấu trúc này, rất có hiệu quả đối với mọi mẫu thông tin, cho phép một độc giả bận rộn có thể liếc nhanh hiểu được phần chính của thông tin. Đừng nghĩ rằng điều đó có nguy cơ khiến họ không cần đọc kỹ hơn. Nếu tin có quan hệ tới họ, họ sẽ dành thời gian để đọc tới cùng hoặc đọc lại tin đó. Ngược lại, nếu họ không cảm thấy liên quan đến mình sau những dòng đầu tiên, họ sẽ chuyển sự chú ý sang những tin khác.

Bạn có biết mỗi ngày người Pháp trung bình bỏ ra bao nhiêu thời gian cho việc đọc một tờ báo hoặc một tạp chí thông tin không? Từ hai mươi đến hai mươi phút. Độc giả trung bình phải mất bao nhiêu thời gian để đọc hết toàn bộ tờ *Le Monde* (Thế giới)? Khoảng năm giờ, bằng thời gian để đọc một cuốn sách 250 trang. Kết luận: người ta chỉ đọc hết khoảng một phần mười tờ báo.

Do đó, nổi ám ảnh của người biên tập báo chí là thu hút sự chú ý của độc giả ngay lúc họ lướt qua các trang báo và những đầu đề. Chúng ta chỉ có vài giây để thuyết phục họ đọc bài viết của chúng ta.

Để thu hút sự chú ý, phải làm cho bài dễ đọc tới mức tối đa, người ta chú ý tới văn phong, cách trình bày và minh họa. Chúng ta sẽ nói lại điều đó sau. Nhưng độc giả phải nắm được thông điệp. Vậy là cần phải rõ ràng.

XÁC ĐỊNH GÓC ĐỘ

• *Xác định thông tin chính*, là việc đầu tiên phải làm. Đó dường như là điều hiển nhiên. Nhưng kinh nghiệm dạy cho chúng ta rằng, một trong những nguyên nhân chính đưa lên một bài báo tồi là nó không nhằm trúng đối tượng thông tin mà nhập nhằng theo hai, ba hướng khác nhau.

Ví dụ:

• Bạn làm việc trong một tạp chí dành cho các cán bộ xí nghiệp. Bạn gặp người phụ trách thông tin của nhà máy T, anh ta cho bạn biết ba sự việc:

- Nhà máy đang áp dụng một biện pháp kỹ thuật, có tính cách mạng, làm giảm lượng tiêu thụ năng lượng và ô nhiễm tới 80%.

- Toàn bộ những người đứng đầu các phòng ban sẽ buộc phải tiết lộ số tiền lương của họ.

- Thuế doanh nghiệp mà nhà máy T nộp cho

thị xã năm nay tăng gấp đôi.

Theo nhận định riêng của bạn, bạn có thể cho rằng thông tin đầu tiên là rất quan trọng. Do đó, khi viết tin, bạn sẽ dành ưu tiên cho thông tin này. Đó sẽ là một sai lầm, bởi vì điều mà độc giả quan tâm trong tạp chí này không phải là nhà máy và những thành tích của nó, mà là quyết định liên quan đến các cán bộ. Bài báo của bạn sẽ mạnh hơn nếu bạn nêu bật sự kiện bắt buộc tiết lộ tiền lương và hãy viết về những nội dung và kết quả của nó.

- Bạn viết một bài về đề tài nông nghiệp trong khu vực của bạn. Bạn không bao giờ có thể nói tất cả. Bạn phải chọn một cách tiếp cận vấn đề: hoặc là viết về những giống cây trồng mới, hoặc chú ý tới vấn đề tài chính (thu nhập, giá đất, giá vật tư nông nghiệp, tiền trợ cấp...) hoặc những vấn đề của con người, sinh thái, hoặc chỉ quan tâm tới những nhà nông trẻ tuổi... Trừ phi làm một bài điều tra thấu đáo, đòi hỏi rất nhiều thời gian và sức lực, còn thì bạn buộc phải hạn chế phạm vi phản ánh của mình.

Một bài báo, ngay cả một bài điều tra, không phải là một “tác phẩm” về một đề tài. Đó là một bức ảnh vào một thời điểm nhất định không thể đòi hỏi thấu đáo, triệt để. Một bài báo đòi hỏi sự nhất quán. Đó không phải là một cái túi du lịch để chứa tất cả những cái gì người ta muốn viết hoặc người ta biết

về một đề tài. Vậy thì từ góc độ sẽ tạo ra sợi dây dẫn đưa độc giả từ đoạn này tới đoạn khác, đi qua tất cả những tình tiết của bài báo để làm cho họ hiểu một vấn đề hoặc một sự thật.

Chọn những yếu tố, đó cũng là biết loại bỏ những yếu tố khác. Đó là sự sàng lọc. Những chi tiết thông tin cho dù độc đáo đến mấy, cũng bị loại bỏ không thương tiếc nếu như chúng không nằm trong khuôn khổ chặt chẽ của đề tài. Khi đó ta phải làm một tin phụ, có đóng khung chẳng hạn, hoặc để dành chúng cho một bài báo khác, hoặc là vứt chúng đi không chút luyến tiếc. Sự sàng lọc đôi khi đau đớn nhưng là điều cần thiết để giữ tính nhất quán của bài báo.

Bạn hãy xem nhà điêu khắc làm việc với khối đá: Anh ta tĩa tốt, cái đục của anh phải bỏ đi những mảnh lớn hoặc mảnh nhỏ. Dần dần, bức tượng thành hình. Những mảnh đá vỡ không làm thành bộ phận của tác phẩm. Chúng bị vứt đi hoặc được dùng cho những bức tượng khác nhỏ hơn.

Sau đây là một ví dụ:

NÓI THÌ DỄ, SỐNG THÌ KHÓ

Sự tiến hóa xã hội, sự khủng hoảng về hôn nhân, sự phá bỏ những mối quan hệ gia đình, sự phát triển của kỹ thuật và những hậu quả của khủng hoảng kinh tế khiến cho ngày càng có nhiều người sống

không ổn định. Trong giai đoạn khủng hoảng, những người lao động nghèo luôn là những nạn nhân đầu tiên và như vậy người phụ nữ đứng ở tuyến đầu. Việc sống cô độc dẫn tới những hoàn cảnh cực kỳ khó khăn. Những người phụ nữ cần biết rằng có những giải pháp tìm nhà ở, được đào tạo, có việc làm, những trợ cấp khác nhau.

Một sự giúp đỡ tài chính của nhà nước từ 1800 phrăng sẽ được rút cho mỗi phụ nữ bày tỏ ý muốn tái hòa nhập xã hội và bằng một hoạt động có ích cho cộng đồng. Ngoài ra, những phụ nữ nào muốn tìm một việc làm và những ai may mắn hơn có sự thông thạo nghề nghiệp, sẽ được bố trí vào những hoạt động đặc biệt được đào tạo. Mặt khác, cố gắng của địa phương về chỗ làm để tiếp nhận những thiếu nữ 25 tuổi vẫn được duy trì và tăng thêm, với sự giúp đỡ của những cố vấn kỹ thuật.

(Bản tin nghiệp đoàn)

Một đầu đề rất mơ hồ, những câu viết quá dài, văn phong cứng nhắc giáo điều, đoạn mở đầu hai lần dùng từ “khủng hoảng”, hai thông tin quan trọng (sự giúp đỡ của nhà nước 1.800 phrăng và tiếp nhận những thiếu nữ 25 tuổi) chìm ngấm trong thân bài. Tóm lại là bài viết không tạo được sự chú ý cho độc giả.

“Bài báo” đã được một nhà báo biên tập lại:

NHỮNG SỰ GIÚP ĐỖ CỤ THỂ
DÀNH CHO PHỤ NỮ

Trong giai đoạn khủng hoảng, đội quân lao động nữ luôn luôn là những nạn nhân đầu tiên. May mắn thay, với những người này, đã có những giải pháp. Như vậy: mọi phụ nữ biểu lộ ý muốn tái hòa nhập với xã hội có thể nhận được sự giúp đỡ tài chính của nhà nước là 1800phrăng. Hơn nữa, một hệ thống đào tạo nghề nghiệp đã được mở ra cho những phụ nữ muốn tìm kiếm một việc làm. Sau hết, các nữ kỹ thuật viên từ nay có thể kèm cặp các thiếu nữ 25 tuổi trong những công việc cụ thể ở địa phương.

Đối với một nhà báo cũng như vậy. Anh ta sẽ không nhất thiết sử dụng tất cả những ghi chép của mình cũng như tất cả những điều chỉ dẫn. Trên một đồng thông tin mà anh ta thu lượm được, anh ta chọn ra một thông tin duy nhất. Thông tin mà anh ta đánh giá là thời sự nhất, quan trọng nhất, hấp dẫn nhất, có ý nghĩa nhất, hoặc thể hiện tốt nhất ý tưởng mà anh ta muốn truyền tải. Anh ta dựng bài báo bằng cách dùng toàn bộ những chi tiết, sự kiện thông tin nhận được, xây quanh ý tưởng, chủ đề thông tin đã được đề ra, giống như chung quanh một cái trục hoặc một cột xương sống. Những ví dụ, những chứng cứ, những lời trích dẫn chỉ dùng để tăng thêm sự vững chắc của thông điệp.

NHỮNG TIÊU CHUẨN CHÍNH ĐỂ LỰA CHỌN

1. Đó phải là một thông tin: Sự việc nào đó đã xảy ra, tình hình nào đó đã được quan sát.

2. Thông tin đó phải mới lạ (hoặc đó là lần đầu tiên người ta nói đến, hoặc đó là lần đầu tiên người ta đề cập tới theo khía cạnh này).

3. Thông tin ấy phải hấp dẫn độc giả: nó có nằm trong phạm vi các mối quan tâm của độc giả hay không?

4. Nó phải nhất quán với đường hướng hoạt động của tờ báo.

Chủ đề của một bài báo cũng được người đọc hiểu và ghi nhớ hơn nếu nó là duy nhất. Thà viết thành ba bài báo ngắn còn hơn là cố nhồi nhét ba ý trong một bài duy nhất.

- *Cũng phải xác định đúng đường dây dẫn với sự hợp lý tối đa.*

Một khi thông tin đã được chọn, bạn phải tìm cách xử lý nó, để dẫn dắt độc giả từ đầu tới cuối bài báo theo một logic duy nhất.

Có rất nhiều cách đề cập đến một sự kiện. Nhà báo giỏi là người biết tìm thấy góc độ độc đáo nhưng thích hợp và cuốn hút. Hãy tránh sự quá mức, dĩ nhiên rồi, bởi nó có hại cho tính đáng tin cậy của bài báo.

• Đây là một vài điều lưu ý để bạn dễ tìm được một góc độ:

- Trước hết là luật xa gần (Xem chương I).
- Cái mới, cái sẽ đến (cái mà X hoặc chính phủ sẽ làm).

- Có ý nghĩa (xã hội, con người, kinh tế, chính trị, lịch sử, pháp luật, tài chính, sinh thái..., tùy theo sự chờ đợi của độc giả).

- Tất cả những gì đề cập tới sự xung đột, cuộc đấu tranh hoặc ganh đua (của các nhóm hoặc các cá nhân).

- Chuyện lạ, trái với thường lệ (thí dụ nổi tiếng nhất: một con chó cắn một người, đó không phải là một thông tin; một người cắn một con chó, đó là một thông tin) hoặc trái đạo lý.

- Sự độc quyền (“Đây là tài liệu gốc mà chúng tôi đã thu thập được), sự tiết lộ (“Toàn bộ sự thật về...”, “Bí mật của...”).

- Những chỉ dẫn có ích, thông tin thực tế.

- Ghi chép về... (để hiểu sự kiện ấy hoặc hoàn cảnh ấy), hồ sơ về... (nhờ một sự tổng hợp, bạn giải thích nét chính yếu của điều cần phải biết về một vấn đề. Bạn hãy tránh cho độc giả một sự tìm kiếm tài liệu tảo mạn).

- Thực tế sự việc (bạn đã đến hiện trường, là người có mặt tại chỗ, trực tiếp chắc chắn sẽ làm tăng thêm tính hấp dẫn của bài báo).

Ví dụ: Một biện pháp nào đó vừa được chính

phủ quyết định. Bạn không nên chỉ trình bày và giải thích biện pháp này. Hãy đến nhà một người mà quyết định đó sẽ đụng chạm tới và hãy miêu tả tình trạng của họ. Hãy cho thấy quyết định mới sẽ làm thay đổi cuộc sống của người đó như thế nào. Hãy phản ánh những điều họ lo ngại và hy vọng.

Một khi góc độ đã được xác định, phải sắp xếp những yếu tố khác nhau của thông tin theo một trật tự riêng. Khi làm dàn bài, trước hết phải tính đến khía cạnh nhạy cảm, con người của độc giả, rồi mới xét đến logic của bản thân thông tin. Phải luôn luôn nghĩ tới cách mà độc giả có thể hoặc sẽ tiếp nhận thông tin có liên quan.

Đó là điều kiện để bài báo của bạn có một ý nghĩa cụ thể, một thông điệp có thể hiểu được một cách rõ ràng và trực tiếp.

PHÂN BIỆT PHẦN CHÍNH YẾU VỚI PHẦN PHỤ

Trước khi có thể giải thích điều gì đó cho những người khác hiểu, bản thân nhà báo trước hết phải hiểu rõ hoàn toàn. Điều đó đòi hỏi một sự thận trọng và những cố gắng nhất định. Phải biết thâm nhập vào lôgic của những sự kiện và con người thường là hoàn toàn xa lạ với chúng ta và chúng ta thường biết rất ít về họ.

- Bằng vài ba từ còn hơn bằng cả nghìn từ:

hãy mạnh dạn tóm lược phần chính yếu của thông tin như thể bạn làm việc đó để chỉ dẫn cho cô hàng xóm, hoặc cô bạn gái của bạn. Bằng một, hai câu. Không nhiều hơn.

Hãy trả lời những câu hỏi sau: Chuyện gì? Xảy ra như thế nào? Ai đã làm cái gì và tại sao? Như vậy bạn sẽ đi ngay vào vấn đề. Nó tiết kiệm cho bạn thì giờ suy nghĩ và bạn sẽ có chất liệu cho để dẫn và chapô.

Vi dụ: Bạn vừa chứng kiến một vụ tai nạn. Một chiếc ô tô, vì muốn tránh một người đi bộ chạy ngang đường, đã bị mất tay lái. Trời mưa, chiếc xe đụng phải một chiếc xe khác đang đỗ. Người lái chiếc xe đang đỗ - một người đàn ông 50 tuổi, đúng lúc ấy ra khỏi xe, ông ta bị kẹp giữa hai chiếc ô tô. Người lái xe kia sợ hãi, lùi xe và chạy trốn rất nhanh để mặc nạn nhân của mình nằm dài trên mặt đường.

Làm thế nào tổng hợp sự việc này chỉ trong một câu? Phải chọn những yếu tố quan trọng nhất. Thông tin có thể được rút ngắn như sau: "Tôi đã nhìn thấy một lái xe đâm một người đàn ông rồi bỏ chạy". Tất cả các chi tiết khác để bổ sung không thực sự đặc trưng cho thông tin.

Loại bài tập này rất có ích để xác định góc độ của bài báo. Chúng ta sẽ trở lại vấn đề này khi nói về đầu đề.

SÁU ĐIỀU KIỆN CHO MỘT THÔNGIỆP TỐT

Có một thông tin chất lượng hàng đầu chưa đủ, còn phải:

- Phương tiện thông tin được thực hiện một cách đúng đắn và kịp thời;
- Được truyền bá tốt;
- Dủ chi tiết hấp dẫn và viết hay để thu hút được sự chú ý;
- Nội dung của thông tin phải được xác định rõ ràng để được thu nhận tốt;
- Được hiểu và có thể được đánh giá, định giá một cách đúng đắn;
- Được ghi nhớ.

Để đạt kết quả “không lỗi” trong hành trình đầy chông gai vật này, bạn hãy mang đến cho từng điểm này một câu trả lời cụ thể và chín chắn.

CÂU VĂN

Những công trình nghiên cứu đã chỉ ra rằng trung bình người ta nhớ được mười hai từ trong mỗi câu. *Trong văn phong báo chí, người ta sử dụng tới mức tối đa những câu ngắn, sắc bén.*

Hãy quan sát bài báo sau đây rút ra từ tờ *L'Express* để thấy văn phong đã linh hoạt như thế nào: “Hạnh phúc nguyên vẹn. Nhẹ nhàng, thanh khiết, bụi tuyết cuốn tung, nhẹ bay hàng nghìn

mảnh pha lê. Phía sau, một vệt duy nhất, rộng, tạo nên đường viền hoàn hảo, uốn lượn giữa những cây thông, ôm vòng quanh một thung lũng nhỏ. Tiếng thì thầm của tuyết rơi”.

Không có một câu nào dài.

Ở đây, tính súc tích được đẩy tới mức cao nhất, bởi cách dùng văn phong của điện tín, không động từ. Cách sử dụng này trong thực tế ít khi được biện minh.

Nói chung, độc giả thường nhớ phần nửa đầu của một câu. Hãy đặt cái chính yếu của thông tin ở đầu mỗi đoạn.

Cấu trúc cú pháp dễ hấp thụ nhất, dễ hiểu nhất là cấu trúc thông thường: chủ ngữ - động từ- bổ ngữ. *Một ý duy nhất, một thông tin duy nhất trong một câu.* Hãy tránh cấu trúc quá dài hoặc quá cầu kỳ.

Đây là một câu lấy ra từ báo *Libération* “*Tình hình rất căng thẳng vào ngày cuối tuần này giữa những người tổ chức chợ phiên - đã chiếm chỗ đỗ xe của một ga xe điện ngầm ở Marseille (Bouches-du-Rhône) từ mười hai ngày qua và đã tổ chức trong buổi chiều thứ bảy và ngày chủ nhật, một ngày “Giải trí miễn phí” - và lực lượng giữ trật tự ngăn không cho ai vào.*”

Phần cuối của câu bị buông rơi một cách tàn nhẫn vào lúc độc giả có nguy cơ quên mất “những người tổ chức chợ phiên” được nối với “lực lượng giữ trật tự” bởi chữ “và”.

Thí dụ khác: lần này rút ra từ nhật báo Algeri *El Moujdjahid*. Bài báo được đăng trên trang nhất. Đây là một trích đoạn:

“Những cam kết được khẳng định lại hôm qua bởi tất cả những thành viên tham gia ủy ban phối hợp các thể chế quốc gia châu Phi và nhận được sự ủng hộ của các nhà quan sát và các quan chức chính trị Algeri đã chứng tỏ sự ý thức được về giá trị và tầm vóc của cá nhân, yếu tố chủ lực và năng động của mọi tiến trình hướng về một thế giới tốt đẹp hơn, loại bỏ những mầm mống của bạo lực, của tình trạng sống ngoài lề xã hội khi mà năm văn hóa của hòa bình và không có bạo lực sớm ghi nhận ở Algeri một cột mốc quan trọng với sự hòa hợp dân tộc và tạo dựng một nền công lý bảo đảm các quyền và tự do cá nhân”.

Chỉ một lần đọc liệu có đủ để hiểu xem bài báo nói cái gì không?

Ngoài những câu dài dòng, chúng ta còn thấy sử dụng rất nhiều từ trừu tượng (giá trị, tầm vóc, yếu tố, tiến trình, ngoài lề, văn hóa...), nó cảnh báo chúng ta: hãy cẩn thận, giọng điệu giáo điều đấy!

Cần phải biết: viết theo nhịp điệu của một tờ báo hằng ngày là một bài tập khó. Nhưng nếu đọc lại cẩn thận cho phép tránh được những sự vụng về như trên.

Hãy tránh những sự liệt kê nếu có thể được, hoặc lúc đó sắp xếp chúng nối tiếp nhau theo hệ

thống giữa từng đoạn tường thuật. Nếu không, bạn có nguy cơ làm mệt độc giả của mình.

Vậy ta hãy trở lại vấn đề dễ thấy - hãy tạo ra những đoạn viết thông thường, móc nối với nhau một cách logic và nhất quán. Hãy xác định những chỗ nối của hai câu và cắt chúng ở chỗ đó bằng một dấu chấm, đồng thời hết sức tránh dùng:

- Những đại từ quan hệ (mà, thì...);
- Những liên từ phụ thuộc (khi mà, sau khi mà...);
- Những liên từ phối hợp (nhưng, và...), những

dấu chấm phẩy.

VĂN PHONG

Nguyên tắc của các nguyên tắc: hãy *luôn luôn* bắt đầu bằng thông tin chính. Đó là nguyên lý “thẳng tới đích” mà chúng ta đã nói đến.

• *Văn phong báo chí là trực tiếp và ưu tiên tôn trọng sự sáng sủa, chính xác và giản dị.* Giản dị không phải là dễ dãi và nghèo nàn. Đó trước hết là sự cô đọng ý “cần phải viết bằng từ ngữ hằng ngày, và như mọi người”, Colette đã nói vậy.

Nhà văn khoa học viễn tưởng Ray Bradbury, tác giả cuốn sách *Biên niên sử Sao Hỏa* đã trả lời ra sao khi người ta hỏi: “Ông quan niệm thế nào về văn phong?”

“Tính chân thực... Sự chân thực của tôi!... Hãy đặt lên giấy cái mà mình nghĩ... Đó là văn phong! Toàn bộ cái còn lại chỉ như lớp kem của một chiếc bánh! Để trang trí! Để làm đẹp! Người ta

ngĩ rằng văn phong là sự bay bướm. Trong thực tế, đó là sự chân thực. Ngay cả nếu sự chân thực của tôi là nghe thấy tiếng kêu của những con khùng long... và tính chân thực, đó cũng là tính giản dị, tính giản dị của phép ẩn dụ. Hãy viết giản dị như kinh Coran, kinh Talmud, kinh Thánh và người ta sẽ nhớ đến bạn (*Le Monde*, ngày 18 và 19-5-1986)".

Dominique Baudis, cựu phóng viên FR₃ (Đài phát thanh) đã trở thành thị trưởng Toulouse, kể với tờ *Press Actualité* trước đây rằng quá khứ làm báo đã giúp ông điều gì:

"Đó là một con chủ bài lớn để làm chính trị. Không phải vì người ta biết hơn người khác cách nở nụ cười trước ống kính máy quay truyền hình, mà bởi vì người ta đã học được thói quen bày tỏ vấn đề trước một công chúng rất rộng rãi, từ người quét đường tới vị giáo sư đại học, vị bộ trưởng. Công việc của nhà báo là giản dị hóa một vấn đề hơn là đào sâu nó".

TỪ NGỮ CHÍNH XÁC

Hãy dùng từ chính xác, hãy tránh những động từ vô vị. Ngôn ngữ của chúng ta đủ phong phú để cho phép diễn đạt một loạt những sắc thái khác nhau. Chẳng hạn câu "Ngài X đã nói" có thể được diễn đạt chính xác hơn bằng các động từ "đã tuyên bố - giải thích - nêu rõ - nhận xét - trả lời - chỉ ra - lưu ý - cho

thấy - khẳng định - nhấn mạnh - nêu lên - đánh giá - công nhận - gợi ý - đề nghị - đập lại - thốt ra - rêu rao - bắt bẻ - khấn khoản - thú nhận...".

Hãy luôn rõ ràng và thích hợp. “Đánh giá” hoặc “cho rằng” có một sự cách biệt nào đó về nhân vật mà người ta nói tới. “Nói” hoặc “nói thêm” là những từ trung lập, còn động từ “nhắc lại”, chẳng hạn, được hiểu ngầm rằng nhà báo thừa nhận sự thực của việc được nêu ra.

Vì không giàu từ ngữ như một viện sĩ hàn lâm, rất nên có một cuốn từ điển về những từ đồng nghĩa. Trong trường hợp một từ không có từ đồng nghĩa, bạn hãy sử dụng cách nói vòng. Chẳng hạn để nói về: “Ông X, thị trưởng thành phố Y” bạn cũng có thể viết: “Quan chức thứ nhất thành phố - vị đứng đầu dân biểu địa phương - người đại diện của Nhà nước - ông chủ của Toà thị chính - người có trách nhiệm chính trị của cộng đồng...”.

Cách viết báo là rất thiết thực và trần trụi, chú ý đến hiệu quả truyền bá thông điệp hơn là hiệu lực của văn phong. Nếu biết chọn lựa cách diễn tả độc đáo ý kiến của mình thì càng tốt. Nhưng cái chính, trước hết là sự chặt chẽ và sự chính xác trong cách diễn đạt.

Làm cho độc giả hiểu mà tiết kiệm được câu chữ, đó là nghệ thuật cao cả của nghề làm báo.

Ngược lại, ngôn ngữ thể chế (giáo điều, cứng nhắc), lối diễn tả văn chương (tản mạn, lộn xộn) và lôgic của giảng đường (thuyết trình, tranh luận, kết luận) là những kẻ thù của văn phong báo chí.

Hãy ưu tiên những câu ngắn

Hãy cô đặc, hãy loại bỏ câu thừa và những sự lặp lại, kết nối các thông tin một cách lôgic... Hãy bỏ những lời lẽ rườm rà kiểu như: “Cũng cần phải nhấn mạnh rằng - chúng ta lưu ý rằng - các bạn không thể không biết rằng - cần thiết phải nhận ra - tất nhiên người ta có thể nghĩ rằng...”.

• *Độc trung khác: lợi ích của con người.* Qua một tờ báo, bạn nói với những người đàn ông, đàn bà có thiên tư nhạy cảm chứ không phải chỉ là nói với những người bị quản lý, các nhân viên kinh tế, các đoàn viên nghiệp đoàn hoặc những người tiêu dùng. Chính vì vậy, sự việc (nếu có thể chưa từng xảy ra trước đây) và cảm xúc vượt lên trên sự suy nghĩ (giả định, phân tích) và sự trừu tượng.

Bạn hãy dùng văn phong trực tiếp: “các ông, các anh, các bạn, các bà, các chị...”, “chúng tôi”, “chúng ta” khi có thể được. Cách ứng xử này, mà các tạp chí về phụ nữ đã khởi xướng, ngày nay rất thông dụng trên báo chí.

Chữ “các bạn” đem lại ý nghĩa hẹp hơn, thậm chí thân mật hơn và chứng tỏ sự mong muốn tiếp cận người đọc bài báo và người ấy nhất thiết là

một phụ nữ. Còn những đức lang quân nào có đọc thì cũng kệ họ.

Tờ *Le Canard enchainé* (Con vịt bị xích chân) đã xử lý một đề tài tế nhị: câu chuyện về một cậu bé bị bố mẹ đánh đập, và bố mẹ cậu bé đã bị kết án nặng nề mặc dù có những điều kiện giảm nhẹ. Người viết đã dùng đại từ “chúng ta” để gợi cho người đọc một sự suy nghĩ phản hồi mà nếu dùng chữ “các bạn” thì không thích hợp vì nó quá mạnh. Ngay cả một sự tường thuật vô nhân xưng các sự việc cũng có thể làm cho độc giả thấy thờ ơ. Cha mẹ của cậu bé này “làm cho chúng ta cảm thấy ghê tởm”, lời của nhà báo. Nhưng anh ta viết thêm: *“Phải chăng chúng ta quá xa cách họ? Sở dĩ trong phiên tòa người ta tập trung vào một số câu hỏi nào đó (dứa trẻ có cần dự phiên xét xử không?) chắc chắn là để tránh những câu hỏi khác gây khó chịu hơn: và chúng ta đã làm gì đối với con cái chúng ta? Cho chúng nó những cái tát? Phát vào mông? Những ngọn roi? (...) Liệu chúng ta có thực sự văn minh hơn cách đây ba chục năm? (...) giữa sự đối xử tàn nhẫn mà dứa trẻ là nạn nhân và những cái phát vào mông bình thường, có hay không có một sự khác nhau về tinh chất hay về mức độ?”*

Chữ “các bạn” cũng thường được dùng để chất vấn độc giả một cách đơn giản theo kiểu thân tình hơn là đơn giản sao chép sự việc.

• *Nhà báo chỉ ra các sự việc trước khi trình bày các vấn đề.* Anh ta mô tả cái mà anh ta nhìn thấy, cái mà anh ta vừa biết, cái mà anh ta hiểu. Những sự việc tự nói nhiều hơn là những đánh giá của biên tập viên. Những ví dụ cụ thể là những luận điểm tốt hơn nhiều so với những sự giả thuyết, những sự khẳng định và những cảm tưởng.

Trong nghề làm báo, viết trước hết là miêu tả.

Để cho văn phong của bạn trực tiếp hơn, sinh động hơn hãy dùng thể chủ động hơn là bị động:

- “Những người Périgourdin lập ra một hiệp hội các hội viên” hay hơn là “Một hiệp hội các hội viên đã được lập ra bởi những người Périgourdin”.

- “Những hình phạt rất nghiêm khắc đánh vào bọn gian lận” hay hơn là “Những hình phạt rất nghiêm khắc được giáng cho bọn gian lận”.

Mỗi khi có thể được, dùng thời hiện tại tốt hơn là thời quá khứ, trước hết khi người ta kể lại một cảnh mà người ta đã gặp:

- “Ông Dupont lên diễn đàn (thay cho “đã lên diễn đàn”) và lúc đó tuyên bố (thay cho “đã tuyên bố”) những lời bất hủ ấy...”.

Hãy tránh những cách viết mập mờ, chung chung như “làm - có (vô nhân xưng) - cái gì đó - không ai”. Tìm những từ chính xác và khơi gợi, nó làm nổi bật các câu văn của bạn. Chẳng hạn, ta nên viết:

- Ký (hơn là *làm*) một hiệp ước liên minh.

- Thực hiện (hơn là *làm*) một việc.
- Một cuộc thảo luận xoay quanh ý kiến này (hơn là có một cuộc thảo luận về ý kiến này).
- Sáng tác (hơn là *làm*) một tác phẩm dài hơi là một nhiệm vụ (hơn là *một cái gì đó*) nặng nề nhất đối với một tính khí (hơn là: *một người*) bốc đồng..
- *Hãy sử dụng những hình ảnh, những sự ẩn dụ, những từ giản dị, cụ thể, sinh động - chính xác.*

Dưới đây là tờ *Libération* tường thuật cuộc đấu tranh đối lập giữa những người ủng hộ Jacques Chirac với những người ủng hộ Balladur trong cuộc chạy đua tranh cử tổng thống.

“Edouard Balladur và Jacques Chirac mỗi người có những kẻ thích phóng hỏa của mình với một kịch bản đầy kinh nghiệm. Khi một người trong số họ rút diêm ra thì người khác nhóm ngay một đống lửa phản đối. Và ngay lập tức, Phủ thủ tướng cũng như Toà thị chính gửi gấp lính cứu hỏa để tránh một vụ cháy lan rộng của đảng RPR (Tập hợp vì nền cộng hoà). Đó là một chút của những cái đã xảy ra với bức thư của Patrick Balkany, nghị sĩ – thị trưởng Levallois, ông này, trong mục diễn đàn trên tờ Thế giới, đã phải cầu cứu “một nhà biên kịch” để cho “kết thúc hồi cuối của những cuộc phiêu lưu Plic và Ploc”.

Một tin của *Le Point* nhan đề: “Pakistan - Caucase, những đường rạn nứt” bắt đầu như sau:

“Khoa địa lý chính trị đôi khi giống với khoa địa chấn học. Những trận động đất theo sau những đường nứt gãy của trái đất, tuân theo sự biến dạng bi hiểm của vỏ trái đất. Cuộc đảo chính ở Pakistan và cuộc chiến tranh ở Tresnia không có mối quan hệ trực tiếp. Song cả hai đều là biểu hiện của chứng viêm dây thần kinh đang tác động đến một vòng cung khổng lồ chạy từ vùng Balkan đến Caucase, từ Trung Á tới phía dưới lục địa Ấn Độ, trên nền của chủ nghĩa Hồi giáo chính thống và của sự khủng hoảng về bản sắc”.

Tuy nhiên, hãy chú ý không quá trộn lẫn các thể loại. Trong ví dụ trên, nhà báo gợi đến khoa địa chấn học và lĩnh vực y học. Cho dù sự kéo gần nhau giữa hai bộ môn này không phải là sự tương phản ở đây, văn phong lẽ ra đã có thể tác động mạnh hơn nếu như biên tập viên chỉ sử dụng ẩn dụ thuộc cùng một lĩnh vực.

Tuy nhiên, có một nguy cơ khi sử dụng những hình ảnh. Bằng cách tạo ấn tượng ngay lập tức, chúng lôi kéo độc giả mạnh hơn là sự miêu tả lạnh lùng. Chỉ cần được chọn một cách vội vàng và áng chừng, chúng có thể làm biến dạng rõ rệt thông tin được đưa ra. Sự tô vẽ màu sắc mà một ẩn dụ mang đến cho sự việc thường chứa đựng sự tế nhị và thiên vị. Vậy cần thông minh và thận trọng khi sử dụng, trong trường hợp nó

có thể là một yếu tố không thể cưỡng nổi của thao tác.

Vả lại điều này được làm gần như tự nguyện. Trong tờ *L'Humanité* (Nhân đạo), nhà báo muốn gửi một thông điệp. Đề cập đến việc Carlos Ghosn, ông chủ mới được đề bạt của Hãng Nissan, nhà báo không cần đến sự tế nhị. Đặt đầu đề là: “Một kẻ sát nhân đang chạy trốn”, nhà báo nói rõ trong chapô: “Năm nhà máy và 21.000 việc làm bị hủy bỏ ở Nhật Bản: *Kẻ giết người bằng giá*”. Tất nhiên, “*giá con người*”, vừa phạm tội ác lần nữa.

- *Hãy xuất phát từ nguyên lý: độc giả không biết gì về chủ đề mà bạn nói.*

Thậm chí, bạn hãy viết cho những người nước ngoài lần đầu tiên đến xứ sở này. Hãy nhắc lại, hãy gợi nhớ những tình huống, *đặt trở lại trong bối cảnh*. Bạn hãy giải thích tối đa những khái niệm và những sự việc, cho dù đối với bạn chúng là điều hiển nhiên. Một bài báo tốt là bài báo để lại cho độc giả ấn tượng họ thấy mình bỗng trở nên thông minh hơn. Nếu bạn không cố gắng làm được điều ấy, bạn sẽ chỉ nhận được sự ngưỡng mộ của những người cùng hội, cùng thuyền hoặc của những người duy nhất ở đề tài mà bạn đề cập.

Khi bạn viết tên một người, phải viết sao cho độc giả đọc được rõ ràng. Nếu với bạn việc “Ông Dupont là chủ tịch nghiệp đoàn của các đoàn viên”, là điều không có gì lạ thì độc giả bình

thường có thể chẳng biết tý gì.

Hãy làm một cuộc điều tra nhỏ với những người xung quanh bạn, ở ngoài phạm vi xã hội, nghề nghiệp của bạn. Hãy hỏi họ về năng lực và những chức năng chính xác của những nhân vật quần chúng rất quen biết: bạn sẽ có những bất ngờ! Và bạn sẽ không còn lưỡng lự cung cấp cho họ những chi tiết (tên, chức danh, chức trách...) mỗi khi bạn trích dẫn một cái tên lần đầu xuất hiện trong bài của bạn. Về tình hình địa lý của các địa phương cũng vậy.

Đối với các tên riêng, hãy viết bằng chữ in hoa nếu bài báo của bạn viết tay để tránh mọi sai sót. Ngược lại phải lưu ý để nó không bị viết bằng chữ in hoa trong bản in.

Hạn chế việc viết tắt các chữ đầu (trừ một số chữ đã rất quen thuộc), trong mọi trường hợp phải nên rõ ràng tới mức tối đa.

Việc viết tắt phải theo những nguyên tắc được thống kê trong cuốn *Luật in ấn*, chẳng hạn:

- m (không có dấu chấm viết tắt) cho chữ mét;
- km cho kilômét...
- g cho chữ gam (không được viết là gr)...

• *Bài báo dành cho công chúng đông đảo nhất có thể được.*

Điều này quan hệ đến bạn, dù ấn phẩm của bạn chỉ động chạm tới một giới độc giả hạn chế. Như vậy, từ ngữ của bạn phải dễ hiểu. Hãy tránh

những biệt ngữ (ngôn từ giáo điều, từ ngữ hành chính, nghiệp đoàn...), những từ hoặc thành ngữ hiện không còn được dùng nữa, từ nước ngoài, từ địa phương.

Khi xác định mục tiêu, tôn chỉ của bản tin nội bộ, Hãng Rhône-Poulenc đã cố gắng sao cho tất cả những bài viết vừa tầm với tất cả mọi người, từ cán bộ đến công nhân, không xấu hổ vì lỗi viết sơ phạm nhẹ nhàng trong văn phong và tránh khoa trương.

Lần đầu tiên ở Pháp, cuối năm 1984, tờ nhật báo *L'Alsace* cho ra một phụ bản bốn trang trong ấn phẩm ngày thứ bảy dành cho trẻ em. Nó cũng thông tin cho các em về tình hình thời sự quốc tế và trong vùng. Bằng cách nào? Dùng một ngôn ngữ đơn giản, sáng sủa và dễ hiểu. Trong một thời gian ngắn, nó được bán lẻ ở các ki ốt. Chỉ trong vài tháng nó đạt tới mức phát hành 40.000 bản và vượt qua cái đích khó khăn của năm 2000.

Ngay cả người lớn cũng quan tâm tới tờ tuần báo này. Một độc giả thú nhận: “Tôi đã hiểu về máy gia tốc hạt qua *Báo của trẻ em*”.

Trung tâm liên lạc giáo dục và các phương tiện thông tin (CLEMI) khi nêu ra bằng chứng này, đã tự hỏi: “Phải chăng kết quả (của tờ phụ trương ấy) là một câu trả lời cho một số vấn đề của báo chí thông tin? Chẳng phải nó có xu hướng thẩm định lại những hiểu biết của độc giả đó sao?”.

Hãy giải thích những thuật ngữ kỹ thuật, khó hoặc mới, nếu cần loại bớt đi. Trong số báo hằng

tuần dành cho trẻ em tới *Những chiếc chìa khoá của thời sự*, bán ở các ki ốt, luôn thêm vào cuối bài một lời chú giải ngắn, để giải thích một số từ quan trọng được dùng trong thông tin. Chẳng hạn trong một bài báo có tiêu đề: “Ireland mượn con đường hoà bình”, tờ báo chú giải:

- Phân biệt chủng tộc: tách một nhóm xã hội ra khỏi các nhóm khác và đối xử xấu hơn.

- Thỏa thuận: sự chấp nhận giữa nhiều người với nhau.

Điều này dường như vô nghĩa, nhưng tất cả những giải thích này rất có ích và luôn cần thiết hơn là người ta nghĩ. Do đó, nó không phải là vô ích nếu người biên tập có một cố gắng như vậy để làm cho độc giả hiểu được dễ dàng những bài báo của mình.

Vì tính đáng tin cậy của những thông tin của bạn và sự tôn trọng độc giả, hãy nêu rõ các nguồn tin của bạn (nếu điều đó không có nguy cơ làm hại người cung cấp tin). Nói rõ những hoàn cảnh cho phép bạn có được những chỉ dẫn. Thật không may đây là một cách làm ít được áp dụng trong nghề nghiệp. Chắc chắn độc giả muốn biết rằng, một hãng nọ đã tặng cho nhà báo sản phẩm mà anh ta đã chê bai.

Cũng như họ sẽ thú vị biết rằng cuộc họp báo nọ đã diễn ra trong một khung cảnh xa lạ bằng chi phí của chính xí nghiệp hoặc cơ quan hữu quan.

Tác dụng qua lại giữa thông tin và quảng cáo

hôm qua còn mạnh mún, giới hạn, giờ đây trong nhiều tờ báo đã gấn bó, hoà trộn vào nhau. Chi phí của các tờ báo chắc chắn được giảm bớt. Nhưng những kiểu trượt đà này có thể làm hại dần giá trị hoặc chất lượng của thông tin (Xem chương VI: “Trách nhiệm của người làm báo”).

- *Văn phong*, điều đó còn cần một kiến thức tốt về văn phạm và ngôn ngữ. Đó cũng là nghệ thuật xây dựng. Đừng viết như người đóng bảo hiểm này trong một bức thư gửi tới Quỹ trợ cấp đã báo tin: “Tôi đã là nạn nhân của vụ tai nạn giao thông do một con chó đi xe đạp gây ra...”.

Để cho bài viết của mình sinh động hơn, bạn đừng ngần ngại sử dụng những dấu chấm câu. Trừ dấu chấm phẩy, còn lại có thể thay thế bằng dấu chấm trong phần lớn các trường hợp.

- *Bạn đọc lại bài viết*. Nếu có thể vào ngày hôm sau. Với khoảng thời gian lui lại, bạn có thể nhận xét bài viết của bạn bằng một cái nhìn mới, giống như cái nhìn của một độc giả. Những sự rời rạc thiếu logic và không đầy đủ sẽ xuất hiện rõ hơn nhiều. Bạn có thể nhờ một người thân, hoặc tốt hơn, một đồng nghiệp, đọc lại.

Tóm lại, về mặt văn phong, chúng ta hãy dành lời kết luận cho “bậc thầy” người Pháp, Gustave Flaubert, người đã gây xúc cảm cho biết bao văn sĩ: “Người ta chỉ đạt được văn phong bằng một sự lao động vất vả ghê gớm, với một ý chí kiên cường

cuồng nhiệt và tận tâm". Tất nhiên, đó là với văn học, nhưng trong nghề làm báo cũng như tất cả lĩnh vực của nó, đạt được chất lượng cũng chỉ bằng sự nghiêm khắc và cố gắng.

KỸ THUẬT LÔI CUỐN SỰ CHÚ Ý CỦA ĐỘC GIẢ

• Được NHÌN trước khi được ĐỌC. Chúng ta biết rằng cần phải nhảy tới bá cổ bạn đọc để thuyết phục họ, trong vài giây, rằng làm ơn đọc bài báo của chúng ta. Tất nhiên, chúng ta cần phải gọi cho họ sự tự nguyện gắn bó. Chúng ta nghi ngờ những thủ thuật nghề nghiệp thô thiển nào đó của quảng cáo, nhưng chúng ta hãy biết rút ra những ý tưởng từ nghệ thuật của nó.

Bởi vì biên tập viên cũng phải *học cách bán thông tin của mình*.

Có một thông tin tốt chưa đủ, còn cần phải biết đem lại giá trị cho nó. Những yếu tố hấp dẫn đầu tiên tất nhiên là khuôn khổ của tờ báo, trang nhất của nó, việc trình bày trang, các tit, chapô và các minh họa (xem chương IV).

Không một ban biên tập nghiêm túc nào lại không biết rõ điều kiện tiên quyết của hình thức, nơi bài báo xuất hiện. Bởi vì biên tập viên sẽ phải biết cách sử dụng nó để tạo ra một hiệu quả lớn hơn, một sự tác động trực tiếp hơn.

Phải chấp nhận rằng độc giả bị lôi cuốn bởi sự hấp dẫn của tờ báo và đặc biệt là tit của nó. Vậy

là bạn đã nắm được một điều cơ bản: *bài báo tốt là bài đã cung cấp được 80% thông tin trước khi đọc đến thân bài*, bằng việc đặt tit, chapô và phần mào đầu.

Cũng cần nhớ đến việc duy trì sự hứng thú đó. Nếu như khi bắt đầu đọc một bài báo với một độ dài nào đó, độc giả chỉ có được một nửa hứng thú, họ sẽ làm gì? Một sự may mắn cuối cùng (cho bạn), họ sẽ đọc phần kết của bài báo. *Một kết cục tốt đẹp sẽ thôi thúc họ trở lại ô xuất phát để đọc toàn bộ bài báo.*

Những cuộc điều tra cho thấy rằng tỷ lệ đọc giảm nhanh chóng tới 50 từ trong bài. Nhưng nó giảm rất ít từ 50 đến 500 từ. Vậy nếu bạn đã thành công giữ được độc giả đọc quá 50 từ, bạn đã tìm được cho mình một người đồng cảm. Thông điệp của bạn đã được tiếp nhận. Và nếu nó sáng sủa rõ ràng, nó sẽ được ghi nhớ.

Sự kích thích nằm ở đoạn mào đầu của một bài báo. Cách thường được sử dụng là bắt đầu bài báo bằng một trích dẫn (một người mà bạn đã hỏi chuyện, chẳng hạn). Với hai lý do:

- Thứ nhất: nhân vật nói, ngay lập tức bài báo sẽ sinh động hơn và gây sự hứng thú rõ ràng.

- Lý do thứ hai thuộc về thị giác: một câu trích dẫn nằm trong những dấu ngoặc kép. Hơn nữa, phần lớn nó được in bằng chữ nghiêng. Hai yếu tố tạo hình lôi kéo được sự chú ý.

Đoạn đầu tiên của một bài báo trên tờ *Paris Match*: “Chúng tôi là cặp ly hôn sung sướng nhất ở nước Anh”, Fergie khẳng định mà không sợ bị Hoàng tử Andrew, chồng cũ của bà phản bác. Dù cuộc hôn nhân đã tan vỡ từ năm 1996, công tước và nữ công tước vẫn sống dưới cùng mái nhà, vì tiết kiệm và cũng vì các con gái của họ, Béatrice và Eugénie tiếp tục sống cùng với cha mẹ”.

Trong tờ *L'Événement du Jeudi*:

“Các nhà trí thức, Malraux nói, giống như những người đàn bà: các quân nhân làm cho họ tương tự”. Căn cứ vào con số đầy ấn tượng các nhà văn mà R.Hersant đã biết tập hợp lại trong những tờ báo của ông (...), có lẽ người ta sẽ thiên về nghĩ rằng ông chủ của tờ *Le Figaro*, mạnh hơn một nguyên soái nước Pháp, đã có sức quyến rũ tối đa đối với giới trí thức”.

Trong tờ *Le Figaro*:

“Biển, ước mơ thời thơ ấu của con”. Trước khi mất, Ulrich Bech đã viết những chữ này trên một tấm bưu thiếp giản dị gửi cho cha mẹ ông.

• *Bắt đầu bằng một câu gây bất ngờ, gây tò mò, thu hút sự chú ý: cái mới lạ, tương phản, nghịch lý...*

Trong tờ *L'Express*: “Roland Négozio là tài xế xe ben đổ rác. Mỗi buổi sáng, người đàn ông Marseille 41 tuổi này bắt tay vào việc từ lúc 3 giờ 45 phút và trở về nhà khoảng 10-11 giờ - “Vừa

kip giờ mở thị trường chứng khoán”, anh giải thích cách quản lý cái ví tiền của mình”, và vừa trở về anh đã lập tức nối mạng ngay với thị trường qua Internet ít nhất hai giờ mỗi ngày”.

Le Monde: “Trước khi MSF (Tổ chức thầy thuốc không biên giới) đến đây, người ta chết vô lý và kỳ cục như những con gà. Họ là những vị cứu tinh của chúng tôi”. Dieudonné là một trong 6.600 tù nhân của nhà tù Abidjan, tại Maca, nơi được xây dựng cho 1500 người đã nói như vậy. Anh ta biết ơn vô cùng nhóm *Thầy thuốc không biên giới*, cách đây một tháng đã cứu anh ta khỏi căn bệnh tắc ruột.

Tờ *L'Équipe* tỏ ra độc đáo bằng cách mở đầu một bài báo không phải bằng người chiến thắng mà bằng người đứng thứ tư trong một cuộc đua xe đạp: “Hervé Thuet buông người xuống ghế, đôi mắt vô hồn hai cánh tay đung đưa. Chung quanh anh, đám đông cuộn sóng, máy quay và những chiếc micrô chen lấn nhau. Nhưng không ai chú ý tới tay đua người Alsace này mà vài khoảnh khắc trước đây, mặc dù bị cúm nặng, và nhờ một kilômét kết thúc trong 1 giờ 3 phút 16 giây đã tưởng mình bước lên cái bục đáng nguyên rủa vắn từ chối anh một cách tàn nhẫn từ 5 năm nay.

Nhưng đây, ba người còn nhanh hơn anh, ba cuaro đã biết chiến thắng nổi đau để gặm nhấm những centimét khốn khổ làm thay đổi một

cuộc đời”.

- *Nhân cách hoá bằng cách chất vấn độc giả, hoặc bằng cách tự đặt chính mình vào cuộc, có một hiệu quả chắc chắn hấp dẫn độc giả (Xem chương IV).*

Trong tờ *Objectif Croissance*: “Chúng ta hãy giả sử rằng bạn là nhà thần học. Liệu bạn có đi đến ý nghĩ hỏi một ngân hàng dữ kiện để xem khoa học hiện đại giải thích thế nào về hiện tượng Jesus đi trên mặt nước không? Không ư? Thật đáng tiếc! Bạn sẽ mất ba cách giải thích, do một ngân hàng các dữ kiện, Inspec, và họ sẽ giải thích việc đi trên mặt nước này là một hiện tượng quang học”.

Như chúng ta đã xem xét ở trên (chương II), bài báo thông tin thuần túy dứt khoát phải đưa ra ngay trong đoạn đầu của nó, những yếu tố chính cho phép độc giả có thể nhanh chóng hiểu bài báo đề cập điều gì. Bỏ ngay việc lặp lại đầu đề đã tóm tắt nét chính.

Đây là một nguyên tắc mà phần lớn các báo sử dụng: Tít, chapô một bên và bài viết một bên khác, phải tách riêng. Được đọc riêng biệt, chúng sẽ trao được ý nghĩa trọn vẹn của thông tin.

Vậy thì hãy tránh hành động như tờ thông báo này, dưới cái tít “Thành phố của khoa học và công nghiệp” bắt đầu bài báo của mình như thế này:

“Nếu bạn có thời gian rảnh rỗi, nếu bạn đang trong kỳ nghỉ, hãy làm một cuộc trở về Thủ đô Paris, ở đó mới ra đời một trung tâm dành cho

văn hoá khoa học. Thành phố của khoa học và công nghiệp”.

Để hiểu được cái gì đó, độc giả phải trực tiếp đi sâu vào bài sau khi đã đọc títt và bắt buộc phải trở lại đọc chapô xen giữa bài, títt và hoàn thành trên sự chỉ dẫn này: “Nếu bạn có một bằng tiến sĩ về toán học và nếu bạn có giải Nobel vật lý, bài báo này không dạy cho bạn điều gì lớn lao”. Bắt buộc phải qua chapô để hiểu bài. Thế mà độc giả đọc vội thường không theo tuần tự: títt- chapô - bài.

Sự tạo đà mới

Sự tạo đà mới, đó là tất cả những gì góp phần giữ lợi thế suốt bài báo. Phương pháp tốt nhất là:

- Bắt đầu các câu bằng những thông tin quan trọng nhất.
- Đầu mỗi đoạn, đầu mỗi câu phải là những từ nhấn mạnh, gây chú ý.
- Xen kẽ giữa những câu ngắn và câu vừa (ưu tiên cho câu ngắn). Dùng nhiều những đoạn trích dẫn và ví dụ trong suốt thân bài.
- Thường xuyên xuống dòng. Viết thành nhiều đoạn làm nhẹ bớt vẻ xam xám của các cột bài khiến độc giả ngại đọc.

Sự tạo đà mới còn được đem lại bởi những đầu đề trong từng đoạn gây ấn tượng, hấp dẫn (Xem chương IV).

Đoạn cuối

Đó là những dòng cuối cùng của bài. Trong phần lớn trường hợp, đoạn cuối của một bài góp phần tăng sức mạnh tổng thể của bài báo, đồng thời gợi mở những suy nghĩ, đánh giá cho độc giả.

Nó có thể là:

Một suy nghĩ, một tình cảm riêng. Đó là lúc duy nhất trong một bài báo chặt chẽ về thông tin, bạn có thể cho phép mình viết về những ấn tượng hoặc những suy nghĩ chủ quan của bạn.

Một lời hài hước, một sự biến đổi trong giọng văn của bài báo, một câu hỏi còn để ngỏ... Người ta có thể giữ một cái gì đó lỏng lẻo trong quan hệ với góc độ tổng quát (góc độ chung).

Le Canard enchainé: “Hơn nữa, UCK (quân đội giải phóng Kosovo của Albani) được xem như là một đối tác chính của ONU (Liên Hiệp Quốc) để xây dựng lại Kosovo. Và phối hợp tay trong tay với Kouchner, người vừa được nhận giải Nobel Hòa bình: người ta không quên rằng Nobel là một chuyên gia về chất nổ cực mạnh...”.

Một lời cô đúc nét chính của thông điệp mà nhà báo muốn chuyển đi.

Tục ngữ có thể dùng cho kết luận. Nhưng hãy coi chừng! Hãy tránh những câu tầm thường nhạt nhẽo. Nếu người ta thích cách ngôn - ngôn ngữ, thành ngữ, tốt hơn cả là dùng chúng với sự tế nhị.

Kết luận cũng có thể giống như trong một cuốn tiểu thuyết hay, đem đến một sự chỉ dẫn, một điểm hài hước làm cho bài báo hoàn toàn lật ngược trở lại. Sau bốn chục năm làm người đưa tin cho trái tim của các nữ độc giả tờ *Elle*, nơi người ta tán dương những giá trị truyền thống của đôi lứa và tình yêu, Marcelle Ségol, tuổi 90, trả lời những câu hỏi của một phóng viên báo *Libération*. Bài báo bắt đầu như thế này: “Tại sao ông muốn những sự thay đổi? Trái tim vẫn ở một chỗ. Và các nữ độc giả của tôi vẫn chỉ luôn tìm kiếm một điều: được yêu”. Bài viết đi tiếp trên hai cột để kết thúc bởi điều tâm sự này: “Gần như giữa chúng ta với nhau thôi, tôi có thể nói rõ điều ấy ngay bây giờ, tình yêu vĩnh cửu, do lòng chung thủy không thể chia sẻ, tất cả chỉ có thế, và này, tôi đã không bao giờ tin vào điều đó”.

Tuy vậy, tốt hơn hết là tránh đưa ra một thông tin quan trọng trong phần kết thúc. Bởi vì sẽ xảy ra chuyện khi người ta trình bày trang báo, đoạn cuối bị rơi... Thực vậy, nếu cần rút ngắn bài báo, vội vã không chuẩn bị, người ta sẽ dễ dàng cắt đoạn cuối.

Hãy tránh kết thúc một cách khô khan, bất thành linh hoặc nhạt nhẽo (không cần đoạn cuối đặc biệt cho một tin ngắn hoặc một tin ngắn chưa đựng trong tí).

Một vài loại lỗi

Trong khi soạn (biên tập) trang đầu tiên, bài phóng sự đầu tiên của mình, biên tập viên mới vào nghề thường phạm những lỗi cổ điển, mà sau đây là những lỗi thường gặp nhất.

- *Ấn tượng của những từ bị sử dụng sai.* Người ta không thể đánh giá hậu quả của nó trong tư duy của độc giả. Cùng một chữ khi viết luôn có sức mạnh hơn khi nói. Bởi vì nó có tính thường xuyên (liên tục) mà lời nói không có.

Dùng không đúng một từ chủ yếu là do hai nguyên nhân:

Người ta không vất vả thoát ra khỏi bản thân để có được cách nhìn từ bên ngoài về cái mà mình viết. Cần phải tự cho mình là độc giả để biết mình mong muốn đạt được cái gì. Có một cách để nhìn tương tự như cái nhìn của mình không? Họ sẽ hiểu cách chơi chữ, những dụng ý, ngôn ngữ của mình chứ? Mình có quá coi trọng cái thế giới của mình, cái thế giới của những suy nghĩ, những quan niệm, những mong muốn của mình không?

Hoặc ngược lại, ta có quá tìm cách làm vừa lòng độc giả không? Những từ mà ta dùng có phải là sự nhượng bộ với cái mà ta tưởng là được chờ đợi không?

“Vậy là có hai chuồng ngựa vật nguy hiểm, hai

cách để hoặc là nhằm lẫn hoặc là thiêu hủy; thích ứng chính xác với công chúng, trung thành quá chặt chẽ với hệ thống của mình”.

Người ta không xác định thật rõ suy nghĩ của mình. Vậy là đã xảy ra việc dùng một từ yếu để diễn đạt một ý mạnh hoặc ngược lại. Hoặc là người ta dùng một từ không rõ nghĩa, nước đôi đặt người đọc trong một tình trạng lơ mơ nguy hiểm: ý nghĩa của từ phụ thuộc quá nhiều vào độc giả. Nó có thể đi tới chỗ phản nghĩa. Đó là lý do vì sao hãy tránh những điều hiểu ngầm, mơ hồ. Hãy phát biểu rõ ràng!

- *Sự lạm dụng những từ trêu tượng.* Người ta có khuynh hướng quan tâm tới những ý kiến nhiều hơn là những việc cụ thể. Người ta muốn cất nghĩa thay vì nói, phân tích thay vì miêu tả, suy luận thay vì cảm nhận.

- *Lạm dụng những dấu ngoặc kép.* Ngoài những trường hợp nói trên, việc đặt những dấu ngoặc kép là điều dễ dàng được biên tập viên chấp nhận. Anh ta biết rõ rằng, từ mà anh ta dùng không tương ứng một cách chính xác với ý nghĩa mà anh ta muốn chuyển tải, dùng dấu ngoặc kép để báo hiệu cho độc giả rằng từ mà người ta nói đến không được dùng theo nghĩa thông thường, vậy là anh ta yêu cầu họ suy luận ý nghĩa đúng. Chín phần mười độc giả không muốn làm chuyện này.

- *Thông tin không được xếp đặt thứ tự.* Những yếu tố (các ý) nối tiếp nhau theo một trật tự bất buộc thường xuyên bởi những lời chú giải hoặc mở ra những sự việc. Không cái gì không có giá trị, cả hai quan trọng như nhau. Những thông tin chính không nổi bật. Người ta để dành những chi tiết có ích, nó gây nhiều sự chuyển tải thông tin. Từ đó sinh ra sự đơn điệu, nhạt nhẽo vô vị, buồn chán. Hãy phát triển thông tin, đem cho nó những ví dụ.

- *Không có đường dây logic dẫn dắt.* Tổng thể lộ ra rời rạc, không mạch lạc, tạp nham. Thế mà từ đầu tới cuối, bài viết phải trôi đi, những ý kiến phải tạo sự mạch lạc, dễ dàng và tính thích đáng.

- *Góc độ lựa chọn không được giữ từ đầu tới cuối.* Trong quá trình làm việc, biên tập viên buông thả mình trong việc kiểm soát lượn lắt trên một con đường khác. Anh ta đề cập những vấn đề khác, những cách nhìn khác làm lạc lối độc giả. Độc giả, phát hiện từng tí một, chỉ có thể có được ý kiến sau khi đã đọc hết. Nếu trong quá trình người ta dẫn dắt họ theo những con đường phụ, sẽ có nguy cơ họ không nắm được một cách rõ ràng thông điệp chính. Hãy loại bỏ không thương tiếc những ý không đồng quy với việc chính đã chọn.

Trật tự trong suy nghĩ phải rõ ràng, được thiết lập có logic trước khi đặt bút viết.

Những điều nên tránh

- *Ít phân đoạn.* Lúc ấy, bài báo sẽ bị nén chặt quá, đó là một “tảng” khó tiêu.

- *Câu và bài quá dài:* Phải biết nén ý tưởng. Đừng sợ là mình viết khó hiểu, mà diễn tả dài dòng độc giả sẽ không có hứng thú đọc.

- *Văn phong không có tính nhất quán:* Dùng các đại từ nhân xưng lộn xộn, các từ ngữ, thuật ngữ không thống nhất làm người đọc mệt mỏi.

- *Không biết cách nhấn mạnh chủ đề:* Một chapô tầm thường, quá dài làm nản lòng những người kiên định nhất trong số độc giả. Thông điệp bị nhấn chìm trong thân bài. Tốt hơn hết là hãy đưa thông tin chính ra ngay từ đầu.

- *Bài không được đọc lại.* Tối thiểu cần thiết đọc lại ba lần: một lần vì văn phong, một lần vì tính dễ đọc, đúng và dễ hiểu của thông điệp, lần cuối cùng xét lỗi chính tả và xem lại các con số. Nhờ một đồng nghiệp hoặc một người quen đọc, hoặc ngày hôm sau đọc lại rất có hiệu quả.

- *Không lạm dụng những từ: rằng, thì, là, mà...* Câu cú cần ngắn gọn, khúc triết.

CHỌN BỐ CỤC NÀO?

Sự bắt đầu là một nửa của toàn bộ, các đệ tử của Pythagore nói. Sau đó, tất cả trôi chảy mạch lạc. Nhưng một bố cục là cả một sự chuẩn bị, trong đó các thông tin được sắp xếp và tổ chức.

- *Đừng soạn theo trật tự do những ý nghĩ đến với bạn, cũng không theo trật tự trong quá trình khai thác những thông tin của mình: đường dây dẫn dắt sẽ quá bấp bênh và có nguy cơ độc giả không đi theo bạn.*

- *Đừng viết một cách đơn giản theo trật tự logic của chuỗi ý hoặc sự việc: bạn sẽ làm độc giả buồn chán khi bạn không chọn lựa thông tin.*

Một bài báo có kết quả khi tác giả của nó cố gắng xếp đặt, liên kết trong đó tất cả những yếu tố theo một sự bố trí đặc biệt. Trật tự trước hết phải là rất tâm lý và ưu tiên đặc biệt cho xúc cảm, sự nhạy cảm, hơn là cho lý tính.

Điều đó cốt nghĩa vì sao bố cục dùng nhiều nhất cho thông tin nói chung là kiểu *hình chớp đảo ngược*... Người ta đi từ nguyên tắc là sự đầy đủ của một bài báo không thể có được khi đọc lướt. Để có hy vọng được đọc (sự cạnh tranh của những bài báo khác rất khắc nghiệt!), cần phải đem vào đó cái tốt nhất (hoặc là cuốn hút nhất) lúc bắt đầu. Những chi tiết sẽ được phát triển về sau.

Bố cục có tính tâm lý

- *Hình chớp đảo ngược.* Điều quan trọng trước hết: hãy tiết lộ ngay từ đầu. Đó là bố cục điển hình của những tin ngắn mà chúng ta đã nói tới. Đoạn đầu tiên nêu điểm cốt yếu, phần chính của thông tin, phải trả lời được một cách tổng hợp những câu hỏi: ai? cái gì? khi nào? ở đâu? như thế nào? và không

bắt buộc là “tại sao?”. Những đoạn tiếp theo phân bố những thông tin hạng hai theo một trật tự lợi ích giảm dần, (ít quan trọng dần). Nó để lộ ra diễn biến sự kiện và chi tiết.

- Cách tổ chức theo thứ bậc phải ở độ cao nhất.

- Độc giả đi thẳng trực tiếp vào trung tâm thông tin với kết luận của nó, ngay cả trường hợp đọc bỏ dở. Điều này có thể dẫn tới hai cách đọc, mà một lần lướt rất nhanh.

- Đừng bao giờ giữ cái quan trọng nhất cho phần kết.

Ví dụ bài sau đây:

“Thị xã Juvisy Orge giữ vai trò của một trung tâm hành chính, kinh tế quan trọng, đặc biệt nó ở ngã tư của các phương tiện vận tải khác nhau: đường sông, đường bộ, đường sắt và cả đường hàng không vì sân bay Orly ở cách Juvisy-Orge chỉ năm phút ô tô.

Nếu vị trí này đem nhiều lợi ích cho người dân Juvisy, đồng thời gây ra nhiều yếu tố nguy hại mà cái chính là tiếng ồn. Các trường học ở Juvisy Orge đặc biệt bị ảnh hưởng bởi tiếng ồn này. Chính trong hoàn cảnh ấy mà thành phố sẽ đưa ra một nghiên cứu toàn diện về hai “điểm đen” quan trọng của tiếng ồn ở Juvisy-Orge. Nghiên cứu này sẽ giúp Hội đồng thị chính lựa chọn giải pháp giảm mức độ tiếng ồn”.

Ví dụ này cho thấy bố cục đã được xây dựng một cách logic: người ta trước hết xác định tình

trạng và hoàn cảnh (“Chính trong hoàn cảnh ấy mà...”). Điều đáng buồn là sự miêu tả này chiếm rất nhiều chỗ: cả đoạn đầu dài hơn hai câu đầu của đoạn hai! Thông tin quan trọng (“Thành phố muốn đưa ra một nghiên cứu”) đến quá chậm. Về mặt tâm lý, bố cục này không đạt hiệu quả. Việc Juvisy là một trung tâm không phải là chuyện mới. Không có gì kéo được sự chú ý của độc giả.

Một nhà báo đã đảo lại những chất liệu và viết lại, chẳng hạn như:

“Hội đồng thị chính Juvisy Orge sắp đưa ra một nghiên cứu nhằm chọn một giải pháp loại bỏ những “điểm đen” của tiếng ồn. Thị xã, giữ vai trò của một trung tâm hành chính, kinh tế quan trọng, có nhiều lợi thế vì vị trí ngã tư của các phương tiện giao thông: đường sông, đường bộ, đường sắt, đường hàng không bởi vì sân bay Orly ở ngay bên cạnh. Nhưng địa thế này cũng gây nhiều thiệt hại mà cái chính là tiếng ồn, nó đặc biệt ảnh hưởng tới các trường học trong thị xã”.

Bố cục có tính thời gian

- *Tính thời gian đơn thuần*: người ta trình bày những sự việc tiếp nối nhau theo thời gian. Thông thường đó là một tai họa, trừ khi nếu sự trình bày đó rất ngắn gọn.

Điều bất lợi lớn của bố cục có tính thời gian:

- Khi phát sinh sự kiện ở xa nhất (về thời gian-không gian), người viết đóng vai trò chống

lại luật xa gần.

- Người ta không hề tiến hành việc sắp xếp, tổ chức theo thứ bậc của thông tin.

- Bố cục xuất phát từ thời gian của việc ghi chép cũng là một tai họa: tuyệt đối cần phải xây dựng lại.

- Người ta có thể, với sự hạn chế, đưa ra một đường dây của các sự kiện trong chỗ đóng khung (ngoài bài) hoặc chapô (giữa tit bài là chỗ bắt đầu của bài).

Ví dụ bài sau đây:

"Khảo cổ học ở Sarcelles

Mặc dù được coi là thành phố mới, Sarcelles có một quá khứ phong phú nhưng lại ít được biết đến. Những di tích khảo cổ có rất nhiều, ở trong làng cũng như ở tổng thể lớn.

Cũng một địa hình Galo-Roma đã được phát hiện cách đây mấy năm tại địa điểm ở CD 125. Nhà thờ Saint-Pierre-Saint-Paul au Village, được xây dựng riêng từng phần ở thế kỷ XVII cũng ẩn chứa một quá khứ lâu dài hơn.

Đầu thế kỷ, Tu viện trưởng Gallet, nhà sử học của Sarcelles đã tìm thấy dưới nhà thờ của mình những di tích của một nhà nguyện Gallo được khởi công ở gần nhà thờ và việc làm đường giao thông đã cho phép đưa ra khỏi lòng đất những chiếc quan tài của thời kỳ Thượng - Trung cổ.

Năm nay, với lý do xếp sắp lại những cụm nhà nhỏ của nhà thờ, một cuộc khai quật mới đã tiến

hành ở phía bắc của nhà thờ. Nó cho phép khám phá ra những mộ phần thuộc triều đại Charlemagne.

Công việc sẽ được tiếp tục đồng thời với việc trùng tu mặt trước của nhà thờ. Một hội khảo cổ vừa được thành lập ở Sarcelles, tất cả những người quan tâm tới việc nghiên cứu và giữ gìn di sản có thể đăng ký với Tòa thị chính”.

Phải đợi đọc đến dòng cuối cùng để biết được thông tin mới nhất (sự thành lập một hội khảo cổ học). Sẽ tốt hơn nếu bắt đầu trực tiếp bằng tin này, kể cả đưa nó vào tít. Tít bài “Khảo cổ ở Sarcelles”, quá mơ hồ, chung chung. Nó có thể thích hợp với nhiều bài báo về đề tài này thay vì bài có tính chất đặc thù (về tít bài xem chương VII). Bài soạn lại có thể như sau:

“Một hội khảo cổ học vừa được thành lập ở Sarcelles

Tất cả những ai quan tâm tới sự phát hiện nhiều di tích khảo cổ, những bức tường nằm dưới lòng đất của thị xã, từ nay trở đi có thể đầu tư vào đó. Một hội của các nhà khảo cổ vừa được thành lập với mục tiêu này ở Sarcelles (ghi tên ở Tòa thị chính). Mặc dù được coi là thành phố mới, Sarcelles đã có một quá khứ giàu có nhưng lại ít được biết đến...”.

• *Tính thời gian đảo ngược: như thế đã tốt hơn. Người ta đi từ sự kiện (miêu tả sự việc, hoàn cảnh) để đi tới quá khứ (phân tích lý do), lại trèo lên hiện tại (miêu tả những hậu quả) và kết luận trên những viễn cảnh tương lai.*

Bố cục phân tích

• *Miêu tả*: Đầy đủ nhất, nhiều tham vọng nhất. Đòi hỏi biết chế ngự và nghiêm khắc. Giới thiệu thông tin và những gì xung quanh nó. Cấu trúc cổ điển nhất: sự kiện (trong những sự cấu thành khác nhau), những nguyên nhân và hậu quả của nó.

Với một bài báo phân tích, nguyên tắc trước hết là phải rõ ràng, sáng sủa trong ý tứ, văn phong và sự trình bày. Tuy vậy, phải tránh ngôn ngữ quá bình dân. Những từ ngữ như “siêu - tuyệt- thiên tài - cực...” không thể có trong văn của báo viết.

BẢY GIAI ĐOẠN CỦA VIỆC BIÊN TẬP

1. Hiểu rõ đối tượng: người ta không viết cùng một cách cho người nông dân hoặc các giáo sư đại học.
2. Định rõ thông điệp và chọn góc độ.
3. Tuyển chọn và sắp xếp theo thứ tự các thông tin: bố cục báo.
4. Soạn thảo: Nhấn mạnh phần kết, tạo đà mới, và văn phong.
5. Lưu ý hình thức: trình bày tít, sự bắt mắt.
6. Đọc lại bài hoặc nhờ ai đọc lại.
7. Trình bày tốt bài báo.

(Theo cuốn *Đọc báo* của Yves Agnès và J.M. Croissandeau, Nxb F.P Lobies).

CHƯƠNG III

CÁC THỂ LOẠI BÁO CHÍ

Người ta có thể chia báo chí thành bốn thể loại: thể loại thông tin, bình luận, phóng tác, soạn thảo. Tuy nhiên mỗi thể loại có chức năng và đặc thù riêng.

Ví dụ: người ta dùng thể loại phỏng vấn nếu người được phỏng vấn là một nhân vật được nhiều người biết tới hoặc giữ một vị trí quan trọng trong lĩnh vực đang được đề cập.

Ví dụ khác, bài phóng sự. Đó là một thể loại rất được ưa thích. Nhưng khi thực hiện có nhiều khó khăn mà người ta không lường trước được. Đôi khi một số người không am hiểu lại đánh đồng với các bản báo cáo tầm thường. Tất cả các hình thái của văn phong báo chí có những đặc tính riêng của chúng. Hãy sử dụng tất cả các đặc tính đó một cách có ý thức, lần lượt hoặc cùng

một lúc. Làm như vậy độc giả sẽ hài lòng về sự phong phú trong văn phong của bạn.

CÁC THỂ LOẠI THÔNG TIN

Các thể loại này là nguyên liệu, là nội dung đầu tiên cần và đủ, từ đó mỗi người có thể có cách xử lý riêng của mình.

Tin vắn

Được đọc nhiều, đó là những tin ngắn nhất trong báo chí.

- Đó là *thông tin thô*, khô khan, được chọn lọc với số từ tối thiểu và bị hạn chế trong việc nêu lên những sự kiện và *không có bình luận*.

- Thường trả lời cho các câu hỏi chủ yếu: Ai? Cái gì? Ở đâu? Khi nào? (tùy trường hợp mà trả lời cho câu hỏi thế nào? và tại sao?) (xem chương II).

- Không có *tít* (đầu đề), tuy nhiên người ta cũng có thể rút và đưa lên đầu một số từ để người đọc biết được tin đó thuộc thể loại tin “nước ngoài” hay “kinh tế”... (một số tài liệu ghép tít vào những tin vắn. Trong trường hợp này, tít không được tách khỏi bài báo. Được in chữ đậm, nó có thể là câu đầu, theo văn phong điện báo).

- Thường thông tin này được đặt một dấu hoa thị tròn, tam giác, hình vuông, hình thoi (trắng hoặc đen) hay một dấu gạch ngang ở đầu.

- Những từ đầu tiên được *gạch dưới*, in đậm, in

ngiêng hay viết hoa mang ý nghĩa biểu thị (thường là chủ đề của thông tin).

- Những tin này gồm năm đến mười dòng trong một đoạn và chia thành một đến hai câu.

- Các tin văn thường rất có lợi cho việc làm makét, để tô điểm, làm vui mắt hoặc đơn giản là để lấp chỗ trống.

- Các tin văn thường được tập hợp thành “dòng” (mục “tin văn”, “tóm tắt”, “phút chót”, “tin nhanh”, “điện báo”, “điện tín”, “tin chớp nhoáng”, “nhìn bao quát”...). “Dòng” là sự nối tiếp trong cùng một cột, những thông tin cùng loại. Đôi khi các tin này tập hợp dưới cùng một chủ đề.

Một cách đặc biệt lôi cuốn sự chú ý của độc giả là trình bày các thông tin này như những tin nhỏ, riêng biệt và được viết mào đầu bởi một tí đề mục như: “kín”, “điều bí mật”, “hành lang”...

Cuối những năm 1990, như một trào lưu mới, các báo thi nhau đăng những tin hay, tin dở liên quan đến các nhân vật có tên tuổi hoặc các sự kiện xảy ra. Nhiều tin xuất bản được lấy tên là: “phong vũ biểu”, “tăng lên/hạ xuống”, và “đúng thủ tục/thiếu thủ tục”.

- Biên tập một tin văn tức là phải tự hỏi: tôi có thể lược bỏ một cách tối đa mà thông tin của tôi vẫn có thể hiểu được và đúng không? Đó là một sự luyện tập rất tốt để học cách tổng hợp và sắp xếp các yếu tố khác nhau của một sự việc.

Hãy học cách biên tập các tin vắn và đọc cho mọi người xung quanh nghe để xem tin của mình viết đã xuôi chưa.

Tin ngắn

Là thông tin một cách chính xác, đơn giản và ngắn gọn về một sự kiện mới. Những tin ngắn càng ngày càng được dùng nhiều vì nó đáp ứng nhu cầu đọc nhanh.

- Tin ngắn cũng như tin vắn, đòi hỏi tính khách quan và *không liên quan đến ai*, dừng lại ở sự việc, không bình luận.

- Tin ngắn cũng trả lời những câu hỏi như tin vắn (Ai? Cái gì? Ở đâu? Khi nào?), nhưng cũng cho các câu hỏi tại sao và như thế nào. Như vậy tin ngắn dài hơn một chút, nhưng ít khi vượt quá 3 đoạn, khoảng 25 dòng trên một cột.

- Trái với tin vắn, tin ngắn trên đầu đề có *tít*. Người ta để cách một dòng trắng để phân biệt các bài báo.

- Cũng như tin vắn, tin ngắn có thể tập hợp vào một mục.

Bài báo

Trong các tin ngắn và điều tra hoặc phóng sự, bài báo là sản phẩm cơ bản của nhà báo. Độ dài ngắn và cách trình bày của mỗi bài đều khác nhau. Mỗi bài đề cập một sự việc, đồng thời đưa

ra hoặc giải thích cho độc giả những hàm ý bên trong của sự việc.

Mô tả là nhiệm vụ đầu tiên. Tìm cách để hiểu là nhiệm vụ thứ hai.

Các nguyên nhân thực sự không phải lúc nào cũng thấy rõ. Cần phải tự trang bị phương pháp, gạt bỏ những tiền lệ, sự ngây ngô để nắm bắt được thực tế của sự kiện.

Bài báo có thể là một bài bình luận của nhà báo về một hoặc nhiều vấn đề. Để tôn trọng người đọc, tốt nhất là quan điểm, tính chủ quan, tình tiết của sự việc phải được thể hiện một cách trung thực.

Bài báo được sử dụng độc lập hoặc trong cùng một tập hợp các bài báo (xem phần: “Điều tra”). Người ta có thể xếp riêng một bài báo vào một mục. Ví dụ: Sự việc trong ngày, con số trong tuần, ống kính... Cuối cùng, bài báo có thể chứa đựng nhiều sự kiện và được đóng khung.

Đề tài khai thác lại

Đề tài khai thác lại là một cách *soạn lại*, viết lại các thông tin thu được từ nhiều nguồn khác nhau (tin nhanh của các hãng, thông báo) viết lại thành một bài báo.

Cách tiến hành:

- Tập hợp lại thành một hồ sơ, sắp xếp hợp lý (theo niên đại hoặc theo chủ đề) tất cả các yếu tố mà ta có.

Hướng dẫn cách viết báo

- Đối chiếu các thông tin với nhau. Loại bỏ những thông tin không cần thiết như: trùng nhau, không còn tính thời sự hoặc không hợp với góc độ lựa chọn. Xếp theo thứ tự giảm dần theo tính chất quan trọng của thông tin.

- Sử dụng các tin đã tổng hợp từ các hãng, các báo, đài.

- Xem số từ thư ký tòa soạn dự kiến cho bài báo.

- Xây dựng kế hoạch.

- Sử dụng các khung để tập hợp các yếu tố tạo nên bài báo (niên đại, các con số, danh sách các nhân vật...).

Đề tài khai thác đòi hỏi tính chặt chẽ cao. Phải có *óc tổng hợp* và rất hiểu biết về vấn đề được bàn đến.

- Không nên quên dẫn các nguồn.

- 20 đến 100 dòng đánh máy.

Ráp lại

Ráp lại còn đơn giản hơn đề tài khai thác lại.

- Đó là những phần của tin nhanh, hoặc các bài cùng thể loại được liên kết với nhau bằng một vài từ nối.

- Nó có thể được bổ sung bằng việc tập hợp hoặc giải thích cho phù hợp với hoàn cảnh đặt ra.

Tóm tắt bản báo cáo

Diễn tả dưới dạng báo chí.

- Bản tóm tắt viết dưới dạng báo chí có thể đến

được với nhiều người. Ví dụ như các tài liệu về hành chính, khoa học hay chuyên ngành. Một báo cáo không bao giờ được đăng tải, khi người ta sử dụng nó như một tài liệu chính thức. Do đó, việc suy đoán cũng khó khăn. Các sự kiện hoặc các con số nêu ra không phải lúc nào cũng rõ ràng. Hơn nữa, các kết quả thú vị không phải hiện ra ngay lập tức mà phải tìm ra và trình bày các kết quả đó theo một kiểu hấp dẫn.

- Trước tiên phải quyết định đăng toàn bộ hoặc các đoạn trích của báo cáo.

- Đặt tit và thêm phần tổng hợp (có thể là chapô).

- Người ta cũng có thể thêm các tit phụ. Rút ra một số đoạn của báo cáo đặt trong khung, chuyển các con số thành đồ thị, in đậm một số từ quan trọng, tùy tình hình thêm lời bình luận bằng chữ nghiêng.

Tường thuật

Ghi lại một cuộc tranh luận, một cuộc họp hay một hội nghị. Loại bài này không có giới hạn số trang.

Thể loại này thường mang tính khách quan. Để tránh khỏi sự nhợt nhẽ và buồn tẻ, người ta thường chú ý đến đề tài, lựa chọn một khía cạnh hoặc có một phong cách độc đáo. Thường thì không cần thiết phải sao chép lại tất cả. Chọn ra những chủ đề chính.

BÌNH LUẬN

Sự kiện chưa được xử lý, thông tin còn khô khan, tin tổng hợp là các nguyên liệu chính cho nhiều cơ quan thông tin. Tuy nhiên một tờ báo cũng có nhiệm vụ làm cho các thông tin có triển vọng, dễ đọc và dễ hiểu. Nếu tất cả các tin vụn được soạn theo văn phong công báo thì chúng ta sẽ trở thành suy nhược thần kinh.

Bài bình luận thực sự

Bao giờ cũng kèm theo một tin, một tài liệu, một cuộc điều tra hay một bài phóng sự. Cũng như tất cả các bài báo công luận, bài bình luận ngắn và có tính tổng hợp. Nó thường giải thích và phân tích các thông tin đưa ra với một lương tâm trong sáng và rất minh bạch.

- Biên tập viên bắt đầu bằng việc điểm lại ngắn gọn các sự kiện chính. Sau đó chẩn đoán, phân tích bằng cách rút ra tầm quan trọng, ý nghĩa của các sự kiện cần nghiên cứu. Đặc biệt, biên tập viên phải đảm bảo được tính logic và chặt chẽ của các thông tin trong bài báo. Sự đánh giá của cá nhân là cần thiết nhưng phải hợp lý, có sự cân nhắc và rõ ràng.

- Bài bình luận bao giờ cũng phải được ký tên. Kể cả chữ “bình luận” cũng phải được xuất hiện rõ ràng ở trên tiêu đề. Đáng buồn thay, thường thì các vấn đề sự kiện và các bài bình luận bị lẫn vào

nhau khiến người ta không thể phân biệt rõ ràng. Sự lờ mờ đó đã góp phần tạo nên sự nghi ngờ của công chúng ngày càng nhiều đối với các cơ quan báo chí.

Phê bình

Phê bình là bình luận một sản phẩm tinh thần thể hiện trong lĩnh vực nghệ thuật và văn hóa (phim, sách, triển lãm, ẩm thực). Nó đánh giá các khía cạnh khác nhau (nét độc đáo, tài năng) của sản phẩm để làm sáng tỏ chất lượng và tính hấp dẫn của sản phẩm đó.

- Sự nhạy cảm trong phê bình là rất quan trọng, nhưng chưa đủ. Tốt nhất người phê bình phải am hiểu những lĩnh vực liên quan để có thể bổ sung thêm những điều mới mẻ. Tính chủ quan được đưa vào những bài phê bình sẽ gây thiệt thòi cho các nghệ sĩ có liên quan và khi đó không có cách nào cứu vãn nổi khi bị báo chí “lên án”.

- Một kiểu phê bình khác phổ biến trong báo chí: giới thiệu sản phẩm. Nghiêm trọng hơn, kiểu phê bình này dựa vào các tiêu chuẩn kỹ thuật hoặc ít khách quan hơn các tiêu chuẩn dùng cho các môn nghệ thuật: đó là “Hãy thử”. Đây là lời khuyên của một nhà báo cho một sản phẩm tiêu dùng: sản phẩm của Bourse, ô tô, máy giặt, du lịch, đào tạo... tóm lại, tất cả cái gì được bán đều có thể là đối tượng để phê bình. Một số tạp chí

chuyên giúp người tiêu dùng trong lĩnh vực này:
Chọn gì? Mua gì?...

Xã luận

Là thể loại bày tỏ quan điểm về một vấn đề thời sự và thể hiện trách nhiệm tinh thần của tờ báo. Đó là sự bày tỏ quan điểm chung của ban biên tập.

- Bài xã luận phải giữ một vai trò cao quý: bảo vệ một tư tưởng, một người hoặc một nhóm người, thức tỉnh lương tâm trong một hoàn cảnh này hoặc hoàn cảnh khác... Bài xã luận có thể đi từ việc tuyên bố công khai quan điểm của mình đến việc kêu gọi công chúng tố cáo một sự việc, một hành động hoặc phản nộ lên án. Nó cần ít thông tin hơn là việc sử dụng một sự kiện để đạt được mục đích chính xác. Vì thế, mỗi bài xã luận chỉ nên đề cập một chủ đề và người ta khuyên là mỗi lần chỉ nêu lên một đề tài.

- Có thể *tự do hơn trong phong cách* so với bất kỳ thể loại báo chí nào khác. Văn phong sẽ mạnh mẽ hơn, gay gắt hơn, từ việc giới hạn trong ngôn ngữ nói đến bài diễn văn của người hùng biện. Xã luận là một thể loại báo thức tỉnh. Tác giả bài báo có thể thể hiện tâm trạng của mình. Nếu anh ta có cảm xúc, có năng lực văn chương, không giới hạn tác giả viết dưới dạng văn học.

Bao giờ dưới bài báo cũng có chữ ký của tác giả,

đôi khi có cả ảnh. Người viết xã luận có thể ký tên báo hoặc bút danh tập thể.

- Tít phải cô đặc có ấn tượng và ý nghĩa. Một từ có thể toát lên đầy đủ nội dung chính của bài.

- Hãy tránh làm như mọi người thường để cho mục này trở thành phần giới thiệu các bài có trong số báo đó. Nhiệm vụ này thường dành cho phần tóm tắt.

Thời luận

Có hai loại thời luận:

- Bài đăng theo định kỳ, nhưng không hẳn là trong mỗi số báo, trên những chủ đề đã cho: văn học, lịch sử, sưu tập tem...

- Bình luận tự do, thể hiện những quan điểm về một vấn đề thời sự xuất hiện định kỳ dưới bút danh một cộng tác viên (thường là nổi tiếng). Những bài viết này thường được độc giả xem đầu tiên. Thời luận là mục ưu tiên mà biên tập viên có thể đảm nhận trong khi các đồng nghiệp của anh ta đóng góp vào mục thời sự khác.

Chân dung

Bài báo mô tả một nhân vật nào đó (nổi tiếng hoặc bình thường) qua các đặc điểm của người ấy, tiểu sử, hoạt động, tuyên bố, phong cách, đáng vẽ bên ngoài...

- Có thể trình bày dưới nhiều dạng và bằng các

đoạn dài ngắn khác nhau, từ bài phỏng vấn với ba câu hỏi đến việc thể hiện bằng tranh, bằng bài phóng sự dài hai trang của tạp chí. Cách thức này cũng gây sự hấp dẫn. Chuyên mục này có thể đặt tên là “Gặp gỡ”, “Nhìn nghiêng”, “Đời sống nhân vật”, ...

Diễn đàn tự do

Là lập trường và suy nghĩ của một *tác giả* nào đó. Họ có thể đã nổi tiếng hoặc chưa và thường ở *ngoài biên chế của tờ báo*. Nhà xuất bản hoặc Tổng biên tập sẽ phải chịu trách nhiệm trước pháp luật về nội dung của tất cả các bài được đăng.

Càng ngày các nhà báo càng cùng nhau tiếp cận với các nhân vật quan trọng có những quan điểm đối lập nhau trong cùng một đề tài (“ủng hộ/chống lại”), để giúp cho độc giả có ý kiến của riêng mình khi nghe lý lẽ của người này hoặc người khác.

BÀI PHÓNG TÁC

Tin vật

Tin tức nhỏ có tính chất giai thoại hoặc hài hước không nhất thiết gắn với thời sự.

Tin trào phúng

Bài ngắn (thường nửa trang) nói về tình trạng của một sự việc hoặc một vấn đề thời sự. Đặc điểm

của thể loại này là ngắn gọn, súc tích và thường gây bất ngờ ở đoạn cuối: hài hước, ngược đời, hỗn xược... Đây là thể loại khó (nó đòi hỏi người biên tập phải thật giỏi). Một số ít bài báo không được dùng vì nó thể hiện một quan điểm kỳ dị, chậm trễ so với sự kiện.

Thường ký bút danh.

Mục thư độc giả

Thường được dùng để đánh giá tờ báo, người ta chọn để đăng các bức thư ca ngợi họ nhiều nhất hoặc những thư củng cố đường lối đã lựa chọn. Trong một thời gian nhất định nào đó, nếu tòa soạn không nhận được thư bạn đọc thì họ sẽ tự viết.

Nhưng sự tự thỏa mãn là một thực tế mà một số người bắt đầu dè chừng. Ở đây mục đích thương mại (tỏ ra quan tâm đến ý kiến của độc giả) cần hơn là việc phản ánh thực tế các ý kiến của độc giả. Một số báo, như báo *Le Monde*, trả lương cho người trung gian có nhiệm vụ thu thập những phản nản của độc giả về nội dung các bài đăng và trả lời họ trên báo sau khi đã nghe những giải thích của tòa soạn.

Người ta chưa bao giờ thấy người trung gian “thật sự”, nghĩa là ở ngoài và độc lập với tòa báo.

Dù sao, một số ấn phẩm mở mục “thư độc giả” với những dư luận thường trái ngược hoặc phê bình rõ nét đối với tuần báo. Nhưng họ đã chọn đúng.

Các tit của mục: “Ngồi bút bạn đọc!”, “Dư luận”, “Ý kiến của các độc giả”, “Tiếng nói của bạn”...

SOẠN THẢO

Đó là thể loại thông tin tâm cỡ, đầy đủ nhất, đòi hỏi nhiều phương pháp, độ chính xác cao và mang tính nghề nghiệp: điều tra, phóng sự, phỏng vấn...

Điều tra

Điều tra là một thể loại báo chí mang tính chất soạn thảo, đôi khi mang tính xã hội học: tính chất của thể loại này là “phát hiện sự thật” hoặc “điểm lại tình hình” về một vấn đề, một sự việc, một người hoặc một nhóm người. Phóng sự là chỉ ra sự việc, còn điều tra là chứng minh sự việc đó.

Đây là công việc tập hợp các tư liệu về vấn đề cần đề cập đến, sắp xếp các thông tin thu được, và kiểm tra lại các tư liệu đó. Thông thường thì một cuộc điều tra được hình thành từ nhiều bài báo khác nhau, bên cạnh nhau, đôi khi do nhiều tác giả viết. Các phóng sự, bình luận, bài trong khung, phỏng vấn cũng như các bài dài, ngắn đều có thể đưa ra các nhận định khác nhau trong cùng một cuộc điều tra. Đôi khi điều tra được đăng trong nhiều số với một loạt bài.

• *Một khái niệm cơ bản của điều tra là đối chiếu: các dư luận và các sự việc với nhau. Vì thế, phương pháp tiến hành điều tra báo chí cũng giống*

như phương pháp tiến hành điều tra tư pháp và nghiên cứu khoa học.

- *Phải điểm lại tình hình các dữ liệu* (tư liệu) trước khi phỏng vấn các chuyên gia và gặp gỡ những người liên quan. Điều không thể thiếu được là phải có sẵn những ý định chính xác về các hồ sơ. Không cần phải tìm kiếm nếu ý định đó đã được tiến hành. Trong trường hợp này, cũng cần phải biết cái gì đã làm, cái gì chỉ cần sửa đổi;

- *Đặt câu hỏi đúng*. Kết quả của cả quá trình điều tra và công việc cuối cùng đều phụ thuộc vào nghiệp vụ này: định nghĩa chính xác góc độ tìm kiếm và trình bày rõ ràng các câu hỏi;

- *Lập ra các giả thiết*: Không nên bỏ qua bất kỳ giả thiết nào, dù cho các giả thiết đó có thể trái với những gì người ta nghĩ.

- *Kiểm tra lại các giả thiết trên thực tế, các nguồn*. Đó là giai đoạn thử nghiệm. Chỉ là các sự kiện – và chỉ có các sự kiện - dẫn đến các lý lẽ của bạn. Chỉ khẳng định những gì có thể chứng minh được. Lúc này, ngoài bài phóng sự tại chỗ, nhà báo ít khi tự mình kiểm tra các thông tin. Nhiều nguồn tin trung gian đã khiến nhà báo xa rời với sự kiện thực tế: cơ quan, các hãng báo chí, các nhà chức trách về truyền thông, các chuyên gia..

- *Kết luận*: Với những điều sáng tỏ về các thông tin thu nhận được từ khi bắt đầu cuộc điều tra, phần kết luận sẽ cung cấp cho bạn những yếu tố chính của tít.

Ví dụ, trong một cuộc xung đột, bạn hãy tìm những lý lẽ của người này và người kia. Tiếp theo, bạn nghiên cứu các sự việc. Sau đó, thu thập ý kiến các chuyên gia hoặc những người liên quan. Cuối cùng, bạn có thể biết được ai đúng, ai sai và tại sao. Nhiều khi, do dễ dãi hoặc thiếu thời gian, tờ báo thường bằng lòng với việc đưa quan điểm của cả hai bên liên can. Để hiểu đúng sự việc mà không bị người khác chi phối thì cần phải tìm tòi, nghiên cứu sâu hơn để có ý kiến riêng của mình. Nhà điện ảnh Jean Luc Godard nói: “Tính khách quan trong báo chí, là một phút đối với Hitler, và một phút với những người Do Thái”.

Kết cấu của bài báo phải vô hình. Không nên viết như các bài báo cáo của cảnh sát, báo cáo về xã hội học, hay các bài giảng trong trường đại học. Dù cuộc điều tra mang tính giáo dục học thì nó cũng không được thể hiện như vậy. Văn phong bao giờ cũng phải cụ thể và sinh động, nếu không người đọc sẽ có cảm giác là thông thái rởm hoặc chán ngắt. Điều đó người ta không bỏ qua. Bạn nên biết rằng:

- *Gánh nặng của chứng cứ thuộc về người nói ra.* Đừng ngần ngại khi hỏi người bạn đang phỏng vấn. Cũng như thế, số lượng các chứng cứ không phải là chất lượng. Coi trọng một chứng cứ đúng không thể bác bỏ được hơn là mười chứng cứ nghi ngờ hoặc ít giá trị, đa số không có liên quan gì

đến sự thật. Không phải 99% số người đều có chung một suy nghĩ mà ta khẳng định suy nghĩ đó là đúng.

- *Không phải vì người này có lý mà những người khác vô lý.* Trong một cuộc tranh luận, nếu đôi phương sai không có nghĩa là chúng ta đúng: có thể cả hai đều sai. Hoặc là cả hai đều đúng ở các cách khác nhau.

- *Sự lựa chọn phong phú:* Có thể tồn tại những lời giải thích khác nhau cho cùng một kết quả? Vậy ta phải tưởng tượng, trước một việc mà người ta báo cho bạn, có những lời giải thích không giống như những gì bạn được người làm chứng thông báo.

TỪ SUY NGHĨ ĐƯỢC VIẾT LẠI MỘT CÁCH DỄ HIỂU ĐẾN VIỆC TẠO NÊN DỮ LUẬN

Ngày nay các nhà báo không thể khẳng định là dùng “thông tin khách quan”. Điều đó ngày càng trở nên rõ ràng trước con mắt của nhiều người. Nếu họ ít công khai cái quá khứ ngon cơm “tư tưởng”, thì nhiều tờ báo về tin tức đã để lại những thiện cảm trong sự nhay bén về chính trị hoặc đạo đức.

Ngày nay, công chúng ngày càng hướng tới các tạp chí chuyên ngành, kỹ thuật, nghiệp vụ hoặc các sách thực hành. Người ta ít tin cậy vào tư tưởng giáo điều, có tác dụng răn bảo và được viết lại một cách dễ hiểu.

Người ta cũng thích biết những thông tin thô, cụ thể và tự mình đánh giá. Mới chỉ là một khuynh hướng nhưng chắc chắn sự phát triển Internet và thông tin điện tử cho phép ta khẳng định điều đó.

Bao giờ người ta cũng cần đến các thể loại báo chí, đến sự tư duy và những điều giải thích, nhưng sự tiếp nhận đó ngày càng thận trọng hơn và ít được tiếp nhận như các thông tin thuần túy. Nhưng những điều chỉ dẫn có thể tạo ra một cách nhìn riêng và độc lập hơn trước.

- *Nguồn gốc của thông tin và sự tinh thông của người đưa tin là quyết định.* Tất cả các bạn đã nghe trong bản tường thuật cuộc biểu tình, các nhà báo tuyên bố: “Theo tin của cảnh sát có 10.000 người biểu tình và theo những người tổ chức là 60.000 người”. Hãy tìm cách để biết vai trò và vị trí những người mà bạn hỏi. Trong trường hợp này, những người biểu tình bao giờ cũng tìm cách thổi phồng các con số. Hãy cam đoan là các nguồn mà bạn tiếp xúc là những nguồn chính xác nhất.

- *Sức mạnh của một niềm tin có thể rất lớn.* Những tin tức hàng ngày luôn chỉ cho chúng ta rằng, những người đàn ông và phụ nữ sẵn sàng chết vì lý tưởng. Và sau đó bạn không bao giờ tin vào một sự việc mà bạn biết là sai chứ? Bạn có biết về những người đã tin “như đinh đóng cột” vào một

cái gì mà bạn cho là không có giá trị...

Đừng vội ngây thơ tin vào những câu trả lời thuộc về thể chế. Chắc chắn là các câu trả lời có thể mang lại cho bạn rất nhiều yếu tố thông tin. Nhưng bạn phải thường xuyên thẩm tra, làm cho khớp với các nguồn khác. Cái mà bạn có thể ít tin cậy nhất là các nguồn tin theo quan điểm của một tổ chức được phỏng vấn.

Phóng sự

Lợi ích của một tòa soạn là có những phóng viên có thể tự làm và có *cách nhìn riêng về thông tin*. Nếu các báo chỉ dùng lại ở các hãng thông tấn (những “tờ báo của các báo”) và các thông báo thì chúng sẽ rất giống nhau. Thực ra thì chúng đã rất giống nhau rồi. Khi phân tích các báo ra hằng ngày, người ta thấy một sự giống nhau đến lạ lùng, nhất là trong việc chọn các ảnh và các tit.

Phóng sự là một trong những phương tiện tốt nhất mà bạn có thể đưa các ấn phẩm của bạn vào cơ thể và cuộc sống. Trước đây, các tạp chí về thể chế hoặc nghiệp đoàn thường là khách quan và bằng lòng với việc đưa tin tức thô. Ngày nay, nhiều tạp chí cố gắng lên trang hoặc in màu và sử dụng ngày càng nhiều nguồn của các nhà báo chuyên nghiệp. Phóng sự có thể “bơm” sự năng động cho một tờ báo quá lạnh lùng với thông tin.

Phóng sự là một thể loại báo rất được đánh giá

cao vì đó là một *bằng chứng trực tiếp* mang tính nghệ thuật. Nhà báo có thể làm cho bài phóng sự thêm sinh động, thêm màu sắc, và thêm tính nhân văn. Vấn đề này đòi hỏi phải có thời gian và sự sẵn sàng vì phải đi đến hiện trường.

Phóng sự là *sự tiếp xúc giữa con người và sự việc*. Nhà báo sẽ để lại ấn tượng như một tấm ảnh. Trước một sự việc, nhà báo sẽ quan sát những gì xảy ra trước mắt và thâm nhập vào đó, đặt câu hỏi, nghe ngóng những câu chuyện, đọc tất cả những gì có thể đọc được (áp phích, tài liệu, sách, báo), sẵn sàng giúp sức (phương tiện tốt nhất để gây thiện cảm và có nguồn tin tức). Người phóng viên phải luôn tò mò. Đó là tai, mắt, mũi của anh ta gắn vào cây bút.

Người làm phóng sự ghi lại một cách chính xác những yếu tố tạo nên sự kiện chính. Đồng thời cũng ghi lại toàn bộ những chi tiết một cách phong phú. Điều đó rất cần khi muốn kể lại cảnh tượng, khung cảnh xung quanh và thể hiện “màu sắc” địa phương. Thực ra người làm phóng sự cũng giống như một đạo diễn. Bối cảnh cũng quan trọng như là không khí và *môi trường*.

Độc giả phải tin vào bộ phim, bị lôi cuốn bởi sự mạo hiểm. Sự mô tả hiện trường, các nhân vật, thái độ và hoạt động của họ, y phục, cách nói của họ, tất cả đều tạo ra một sự tưởng tượng trước một hoàn cảnh, làm cho sống động và bị lôi cuốn. Phóng sự là cuộn phim mà người ta truyền đi

những hình ảnh đã được xác định nhờ có các bố cục liên tiếp.

Phải làm cho bạn đọc nhìn thấy, nghe thấy, cảm thấy, và sờ thấy. Người ta sẽ sử dụng cách viết trực tiếp, thường ở thì hiện tại, bằng cách tăng các giai thoại cụ thể, những hình ảnh, những chi tiết, những thành ngữ độc đáo.

Đặc phái viên của tờ *Libération* đã bắt đầu bài phóng sự về một cuộc xung đột giữa các thợ săn và các chủ đất chống lại việc những người đi săn này lần theo con thú trên đất của họ như thế này:

“Đó là một cái hồ nhỏ nằm sâu trong vùng Limousin, nơi người và vật có những cách cư xử lạ thường. Những con vịt mà người ta nhằm bắn ở đó gần như không còn hoang dã. Vào những ngày có người săn bắn, những con vịt vừa thoát khỏi cuộc tàn sát, chỉ một phần tư giờ sau lại quay về vì ở đó có thức ăn và bị giết bởi một loạt đạn. Tình huống này đã khiến Michel Grany, chủ của Grangettes, một cơ nghiệp rộng 27 ha ở xã Razès, thốt lên một câu bình luận: “Con gia cầm này ngu ngốc như một người Biron”. Được hiểu là: như một con lừa. Cách cái hồ này 150 m có ngôi nhà của Michel. Vào những ngày người ta đi săn vịt, ngôi nhà phải nhận những phát đạn chì của những kẻ đi săn. Và vào những ngày người ta đuổi theo các con hoẵng, những kẻ đi săn đào xới khắp khu vườn, lấy cớ là thực hiện quyền theo đuổi con mồi theo sự cho phép của luật Verdeille.

Vì không thể chịu đựng được tình trạng này nữa, nên vợ của Michel đã bán những người có trách nhiệm bằng những tấm biển. Kể từ chủ nhật, những tấm biển ghi rõ: “Cấm ẩn nấp, cấm săn, không ai được phép xâm nhập vào đất của người khác nếu không được sự đồng ý của chủ nhân hoặc của những người được ủy quyền”.

Tỉnh Haute-Vienne và sở nông nghiệp đã nghĩ ra một quyết định độc đáo buộc người đi săn cam kết và tuyên bố không đi săn trên đất Grangettes và khoảng hai chục vùng đất khác. Một sự dàn xếp cấp tỉnh coi như nhằm ngăn cản việc săn bắn trên những vùng đất của các chủ nhân không đồng ý cho săn bắn, đồng thời tạo điều kiện cho một cuộc đối thoại giữa những người đi săn và các chủ đất”.

Trong bài viết này, ngay từ câu đầu tiên, người đọc đã nắm được tình huống. Để cho câu chuyện trở nên sống động, người viết đã sử dụng thời hiện tại. Và, từ một ví dụ cá biệt, với những từ cụ thể, anh ta giải thích một tình hình phổ biến: việc tìm kiếm sự dàn xếp giữa những người trong cuộc và những khó khăn trong việc thực hiện những dàn xếp đó.

Trong nghề báo, bao giờ cũng nên làm như sau: bắt đầu bằng việc mô tả một tình huống thông qua những chi tiết mạnh mẽ, có ý nghĩa và sau đó đi đến chỗ rút ra những ý kiến tổng quát. Không bao giờ nên làm ngược lại.

Kiểu viết báo này làm cho độc giả thích thú, họ tìm thấy ở đó những lý tưởng, sự khám phá, sự đồng cảm với các nhân vật. Đó cũng là niềm vui đối với nhà báo thích đi thực địa, thích giao lưu và hành động. Và hơn nữa, thể loại đó hấp dẫn vì nó cho phép, thậm chí thúc đẩy tính chủ thể của người viết. Những cảm giác được miêu tả sẽ là cảm giác của chính anh ta, cũng như cảm xúc mà anh ta đã trải qua. Anh ta không cần phải giấu những tình cảm đó trước bạn đọc.

Vả lại đôi khi, trong phóng sự, nhà báo dùng ngôi thứ nhất số ít. Việc cá thể hóa, trong trường hợp này, không những chỉ có lý mà hầu như còn cần thiết. Ngược lại, dùng lạm dụng điều đó. Dùng sử dụng ngôi thứ nhất số ít nếu việc khai thác của bạn chỉ giới hạn ở chỗ gặp gỡ những kẻ hay la cà trong các quán rượu, ở những nơi đông đúc...

Tuy nhiên, nếu khả năng nhạy cảm của nhà báo được dùng đến, anh ta sẽ luôn giữ được tính chính xác trong các thông tin của mình: các cảm giác sẽ được diễn tả thông qua những sự việc, những quan sát đã được cân nhắc. Câu chuyện có thể được cá thể hóa đến cực độ, nhưng trong chừng mực có thể, nó vẫn mang tính khách quan và xác thực.

Một phóng viên giỏi nhìn thấy những điều mà không ai nhận thấy hoặc nhận thấy những điều mà người khác nhìn thấy nhưng lại bỏ qua.

- Văn phong, hơn bất kỳ thể loại nào khác, đòi hỏi phải có nhịp điệu, có sức sống và giản dị. Một

bài phóng sự không phải là một bài phân tích, cũng không phải là một bài bình luận, một câu chuyện lịch sử, một hướng dẫn du lịch, một điều tra.

Dàn bài theo kiểu kể chuyện, với phần mở đầu (vào đề: nhắc lại các sự kiện, những điểm chính, những câu hỏi, những điều trái ngược nhau hoặc tương tự nhau) – phần thân bài (phát triển các ý) – phần kết luận. Trình tự thời gian là điều có thể làm và thậm chí còn nên làm: vấn đề không phải là thông tin cho độc giả càng nhanh càng tốt.

Phỏng vấn

Ngược với vẻ bề ngoài, phỏng vấn là một thể loại khó.

Không nên lẫn lộn giữa phỏng vấn với những dạng “hỏi-đáp” – một mẹo mà những bản tin địa phương và những tờ báo trong nội bộ các xí nghiệp ưa thích¹.

¹ Sự phát triển của báo chí địa phương và báo chí trong các doanh nghiệp tương đối mới (từ khoảng hai mươi năm trở lại đây). Biên tập viên của các tờ báo này dần dần được chuyên nghiệp hóa. Các nhà báo đang thất nghiệp luôn tìm được ở đó một lối thoát để điều chỉnh công việc, bằng cách mang đến cho những người trúng cử và các ông chủ doanh nghiệp một vài yếu tố về nghệ thuật giao tiếp. Ngày nay, ý thức được về những hậu quả tai hại mà việc tự khuếch trương có thể gây ra, các nhà lãnh đạo đã đề một phạm vi hoạt động rộng hơn cho các nhà báo. Nhưng trong những giới hạn được xác định rõ ràng và hạn chế trong khoảng thời gian gần trước các cuộc bầu cử ...

Để cuộc phỏng vấn hấp dẫn, để người đọc thích thú theo dõi đến hết, cần phải có một con át chủ bài, là người được hỏi phải chấp nhận một chút mạo hiểm khi trả lời những câu hỏi của nhà báo. Nếu tất cả đều được chuẩn bị trước, thì còn đâu hứng thú? Quy tắc sơ đẳng này là điều kiện tuyệt đối để công việc trôi chảy.

- *Cuộc phỏng vấn luôn là một cuộc đấu* (không phải bao giờ cũng hữu hảo), một cuộc khẩu chiến, nơi hai diễn viên chính (người được phỏng vấn/nhà báo) mỗi người đều cần phải chứng minh khả năng của mình và cần phải tôn trọng lẫn nhau. Nếu một trong hai người quá yếu, thì kết quả của cuộc phỏng vấn sẽ phải chịu ảnh hưởng. Hoặc người được phỏng vấn sẽ nói bất kỳ điều gì anh ta muốn mà không bị bác lại và sẽ dắt mũi người đối thoại, hoặc anh ta sẽ thu mình trước sự tấn công của các câu hỏi không đúng chỗ hoặc không biết cách hỏi.

Tình trạng còn tồi tệ hơn nếu người được hỏi lại là cấp trên, hoặc thậm chí là người giao việc (thị trưởng, ông chủ, v.v.) của nhà báo. Cuộc phỏng vấn sẽ trở nên hời hợt và nhạt nhẽo trừ khi nội dung thông tin phải thật mới và bổ ích hoặc đặc biệt hấp dẫn đối với độc giả.

- Nhà báo *đừng xin xỏ để được thực hiện phỏng vấn*. Người ta không ban ơn cho anh ta khi “hạ cô” “đồng ý” cho anh ta phỏng vấn. Nhà báo là đại

diện cho một số người, đôi khi rất quan trọng: đó là các độc giả. Có thể nói là anh ta được ủy quyền để thu thập các thông tin. Người được phỏng vấn không phải chỉ nói cho một mình nhà báo nghe, mà thông qua nhà báo, để tiếp cận với cả một nhóm người.

- Nhà báo mang đến cho người đối thoại một cái loa và anh ta khai thác vai trò của cái loa đó. Nhà báo phải có nhiệm vụ làm sao để không phải chỉ là một cái loa theo nghĩa đen. Tất nhiên, tùy theo tầm quan trọng của người được phỏng vấn, của nhà báo và chủ đề đề cập mà cần phải ôn hòa hơn. Nhà báo phải là chủ cuộc chơi, ít ra cũng phải chơi ngang sức.

- *Một cuộc phỏng vấn cần phải giúp người được phỏng vấn nói rõ ý nghĩ của họ, phát biểu một tư tưởng.* Cuộc phỏng vấn cũng có thể dẫn người được phỏng vấn đến chỗ tự bộc lộ, tiết lộ những điều mà có thể người đó không muốn nói ra. Những câu hỏi vì thế sẽ không được có sự nhượng bộ, nhưng phải được đặt ra một cách khéo léo và đầy sự tôn trọng: một nhà báo không phải là một quan toà đang thẩm vấn.

Một cuộc trò chuyện với một chuyên gia để lấy tài liệu không phải là một cuộc phỏng vấn. Đó đơn giản chỉ là đặt câu hỏi, giống như việc gặp các nạn nhân, nhân chứng hoặc những người gây ra một vụ tai nạn, để khôi phục lại diễn biến sự việc.

Các loại phỏng vấn

Phỏng vấn có thể có định hướng hoặc không (đóng hay mở), tùy theo người phỏng vấn yêu cầu chỉ trả lời rõ ràng dứt khoát những câu hỏi được đặt ra, hay anh ta theo dòng suy nghĩ của người đối thoại.

- *Phỏng vấn để lấy thông tin.* Phỏng vấn có thể được đưa vào trong khuôn khổ của một bài phóng sự hoặc một bài điều tra. Nó nhằm dừng lại một sự việc mà người ta không tham gia vào. Sau khi đã thu thập được lời nói của các nhân chứng, nhà báo sẽ tiến hành thẩm tra và đối chiếu. Nếu anh ta ghi chép tất cả những điều nghe được, anh ta không tin tất cả đều là thực. Cuộc nói chuyện có định hướng hoặc bán định hướng.

- *Phỏng vấn để tìm hiểu quan điểm.* Người ta tìm kiếm câu trả lời của một nhân vật, người mà do địa vị, kinh nghiệm nên có một quan điểm đặc biệt rõ ràng về một tình hình nào đó. Cuộc nói chuyện bán định hướng.

- *Phỏng vấn để phác họa chân dung.* Người ta mong muốn khám phá ra nhân vật được phỏng vấn. Kiểu mẫu của thể loại này, ở radiô, là mục "Radioscopie" (chụp tia X) của Jacques Chancel. Cuộc nói chuyện không định hướng.

- *Phỏng vấn nhanh.* Chỉ ba hoặc bốn câu hỏi, với những câu trả lời rất ngắn gọn. Điều đó sẽ rất gây ấn tượng với điều kiện các câu trả lời mang đến nhiều giá trị: có những tiết lộ mới,

cách bảo vệ quan điểm bất ngờ và dũng cảm, thông tin đã từ lâu được chờ đợi, v.v.. Cuộc nói chuyện có định hướng.

Chuẩn bị

Việc lựa chọn chủ đề phỏng vấn cũng được thực hiện giống như một bài phóng sự. Tính hấp dẫn được quyết định bởi tình hình thời sự, người được phỏng vấn, tính độc đáo trong quan điểm, những tìm tòi, v.v.

Nhiều tờ báo tìm cách lấy được những “khuôn mặt” làm tăng giá trị cho xuất bản phẩm. Còn cả việc tìm kiếm những tin riêng đặc biệt với những hiệu ứng gây sốc (hữu ích và hấp dẫn đối với việc bán và phát hành) và với những điều thái quá (so sánh với các bài phỏng vấn, đôi khi để chiều ý độc giả, được thực hiện bởi sự nổi tiếng của những người này làm báo bán chạy. Cũng gần giống những người làm phim nói rằng làm những phim bạo lực hoặc khiêu dâm để tố cáo bạo lực và khiêu dâm. Tuy nhiên, nội dung cuộc nói chuyện có thể tự bào chữa cho nó. Khi đó cần phải mang đến cho công chúng những tình tiết mới).

Nên có trước một chút hiểu biết về nhân vật bạn sẽ phỏng vấn. Hãy tìm hiểu chức vị, nghề nghiệp chính xác của người đó; nếu cần, hãy hỏi những thông tin đó thông qua thư ký hoặc những người thân của người sẽ được phỏng vấn. Hãy có trong tay những điểm chính trong tiểu sử của

người được phỏng vấn: quá trình học tập, công tác, các tác phẩm, bạn bè, v.v.. Đặc biệt, hãy nắm rõ sở thích, các mối quan tâm của người được phỏng vấn: không nhất thiết phải tỏ ra nịnh nọt, trong khi nói chuyện, bạn nên biết cách tỏ ra cho người được phỏng vấn biết là bạn quan tâm đến họ.

- *Thu thập tài liệu về chủ đề mà bạn sẽ đề cập.*

Không cần thiết phải đặt những câu hỏi mà câu trả lời đã được đăng trên các tạp chí hoặc các sách, trừ khi bạn muốn làm rõ hơn những câu trả lời đó. Cũng có thể là một cách làm tốt nếu bạn hỏi trước một người khác, để có những chi tiết mang tính “kỹ thuật” hơn. Các câu hỏi của bạn sẽ càng thích đáng hơn khi những câu trả lời chưa từng xuất hiện ở đâu, ngoài trong đầu hoặc trong tim của nhân vật mà bạn sẽ phỏng vấn.

- *Hãy chuẩn bị trước các câu hỏi của bạn.* Các câu hỏi đó phải có tính thời sự, độc đáo, chính xác và cụ thể, bổ ích, phải tác động được tới người được phỏng vấn (thậm chí những câu hỏi đó có thể hơi khiêu khích). Hãy cố gắng tiếp cận một cách thân mật với nhân vật của buổi phỏng vấn mà không tỏ ra là người tò mò. Hãy tránh những câu hỏi quá chung chung hoặc mang tính chất thể chế. Nhất là không nên tự phê phán.

- *Chỉ đặt từng câu hỏi một.* Nếu bạn đặt nhiều câu hỏi một lúc, người được phỏng vấn sẽ có xu hướng chỉ trả lời câu hỏi cuối cùng.

- *Hãy nghĩ đến việc ấn định phạm vi đề tài.*

Hãy chuẩn bị những câu hỏi cho phép bạn nắm được đầy đủ những thông tin phục vụ cho mục tiêu của bạn. Đừng để đến khi về đến nhà rồi bạn mới có thể nghĩ ra câu hỏi chính. Hãy dự kiến trước một vài ý ngoài đề tài để khi cần thì thúc đẩy lại cuộc tranh luận.

- *Hãy chăm chú cho câu hỏi đầu tiên là câu mà, nếu có thể, sẽ nhận được một câu trả lời chính xác.* Câu hỏi này sẽ đặt bạn vào đúng vị trí, làm cho bạn trở nên đáng tin cậy hoặc sẽ làm cho người đối thoại nở một nụ cười. Có thể có lợi khi bạn hỏi người được phỏng vấn về lý do họ giữ chức vụ hiện tại.

Trừ khi bạn không có thời gian chuẩn bị trước cho buổi phỏng vấn, còn thì bạn đừng bắt đầu bằng một câu hỏi mở, theo kiểu chung chung, dạng như: “Ông nghĩ thế nào về điều lệ của hiệp hội ở Pháp?”. Tốt hơn hãy đặt một câu hỏi đóng, giới hạn phạm vi trả lời, theo kiểu: “Ông tán thành hay phản đối việc cấp số ủy thác ngang số đại biểu của báo chí cho các hiệp hội?”.

- *Hãy tự giới thiệu khi bạn hẹn gặp.* Hãy giải thích bạn làm việc cho ai và vì sao bạn thực hiện cuộc phỏng vấn này. Hãy đề nghị một cuộc nói chuyện hơn là một cuộc phỏng vấn, điều đó đỡ gây ấn tượng hơn. Bạn hoàn toàn sẽ có đủ thời giờ, khi việc đặt các câu hỏi kết thúc, để hỏi xem bạn có được phép đăng tất cả nội dung câu chuyện mà bạn đã ghi được không. Hãy nói rõ bạn muốn có

những thông tin hoặc ý kiến của người được phỏng vấn về chủ đề cụ thể nào. Hãy xác định khoảng thời gian dự kiến cho buổi gặp gỡ (nói chung cần tối thiểu ba phần tư giờ để đề cập mọi mặt của một đề tài thông thường).

Triển khai công việc

Mục tiêu đầu tiên là: lấy được lòng tin. Người đi phỏng vấn sẽ tự giới thiệu một lần nữa bằng cách giải thích lý do lựa chọn đề tài này hay đề tài khác. Hãy tránh cách nói thăm vắn gắt gao lẫn cách nói xu nịnh. Và đừng để bị làm cho rụt rè e sợ. Dù có địa vị gì đi chăng nữa thì người được phỏng vấn cũng có cùng giá trị nhân văn như bạn. Và tiếp theo, hãy tỏ ra thân thiện. Hãy làm cho không khí bớt căng thẳng, hãy mở đầu bằng một vài câu chuyện phiếm.

- *Việc sử dụng máy ghi âm* rất cần thiết, trừ trường hợp người đối thoại với bạn bị máy làm cho ức chế. Hoặc bởi người đó không quen nói trước máy, hoặc vì người đó không thích những lời của họ được nhắc lại từng từ.

Với một nội dung được ghi âm, nếu sau đó có những tranh cãi, người được hỏi không thể khẳng định là bạn đã hiểu hoặc ghi chép sai lệch. Vì vậy họ có nguy cơ là không thổ lộ hoàn toàn và chỉ nói với sự thận trọng nhất.

Khi bạn phỏng vấn một ai đó, nếu bạn biết chinh phục niềm tin của anh ta, bạn có thể làm

cho anh ta quên bạn là người phỏng vấn. Anh ta sẽ nói một cách tự nhiên như là đang ở một quầy của quán rượu. Sự hiện diện của chiếc máy ghi âm sẽ làm cho anh ta luôn nhớ rằng những điều anh ta nói sẽ được thu toàn bộ, vì vậy anh ta sẽ cảnh giác và ít thổ lộ.

Mặt khác, bạn sẽ rất nguy hiểm nếu tin tưởng hoàn toàn vào máy. Chỉ trục trặc một chút thôi (pin yếu, hết băng) là bạn sẽ không còn nguồn nào hết. Vì vậy để an toàn, kể cả khi bạn sử dụng máy ghi âm thì cũng cố ghi chép nhiều nhất có thể được.

- *Hãy luôn bắt đầu bằng việc đề nghị người được phỏng vấn trả lời chính xác các câu hỏi chủ yếu: Ai? Cái gì? Ở đâu? Khi nào? Như thế nào? Tại sao? Hãy ghi chép những câu hỏi này cho đến hết.*

Sau đó, bạn cũng không nhất thiết phải đặt những câu hỏi đã chuẩn bị trước, tùy theo cảm hứng của bạn và của người được hỏi.

Trong khi phỏng vấn thường xảy ra sự cố: người được hỏi bỗng nhiên ngừng lại, đôi khi ở thời điểm người ta ít chờ đợi điều này. Vì vậy phải có một sự khéo léo để giữ cho cuộc phỏng vấn diễn ra như ý mình. Trong khi phỏng vấn có thể nói sang chuyện khác cũng là một cách hay nhưng đừng ngần ngại trở về chủ đề chính một cách khéo léo và kiên quyết.

Đừng sợ sự im lặng, trừ khi sự im lặng đó tỏ ra ít hào hứng với việc trả lời cho bạn. Sự im lặng sẽ

tạo ra khoảng trống trong suy nghĩ. Điều đó có tác dụng gắn kết những ý nghĩ với nhau. Hãy ghi chép các giai thoại, và đưa ra những lời phát biểu nguyên văn.

Đừng do dự nhắc lại hoặc đặt lại một câu hỏi dưới một hình thức khác, nếu bạn không hiểu rõ hoặc bạn không có thời gian ghi lại. Hãy viết chính xác các con số (ngày, số tiền...) và đọc từng nét các tên riêng mà bạn không biết. Hãy mạnh dạn yêu cầu giải thích những từ kỹ thuật mà bạn không hiểu nghĩa hoặc bạn không rõ lắm.

- *Thường thì người đối thoại sôi nổi vì thích được nói.* Họ muốn kể với bạn hơn là muốn làm việc đó một cách công khai. Đừng công bố những điều mà người được phỏng vấn không muốn công bố. Lời nói cũng như bức ảnh của anh ta, nó thuộc quyền sở hữu của anh ta. Ích lợi của việc ghi lại những lời tâm sự là được quay lại với những câu hỏi xung quanh cuộc phỏng vấn. Dù thế nào đi chăng nữa người ta không thể nói một vài từ, tất nhiên là dưới một hình thức khác, không trực tiếp.

Một số người yêu cầu đọc lại bài viết trước khi được in hoặc phát bởi vì họ phải chịu trách nhiệm với những gì họ nói. Rõ ràng họ muốn chắc chắn là những gì trong bài viết đúng là những gì họ muốn nói. Nếu yêu cầu đó là cấp thiết, thì pháp luật buộc bạn phải theo. Nếu đó chỉ là mong muốn, thì hãy làm cho người được phỏng vấn hiểu là hãy tin ở bạn. Với một bài viết trước mặt,

người được phỏng vấn có thể thử trở lại một số vấn đề về những điều anh ta đã nói. Trong trường hợp ấy hãy thử thỏa thuận với anh ta để đăng bài phỏng vấn mà anh ta không phải đọc lại. Hoặc hãy đảm bảo với anh ta rằng không có gì thay đổi những điều anh ta đã nói.

Nhưng hãy đảm bảo rằng, qua điện thoại, bạn có thể gặp người được phỏng vấn những ngày sau đó. Khi đọc lại có lúc người ta cần một sự chính xác hoặc một điều chỉ dẫn bổ sung.

Cách ghi chép

Bạn phải ghi chép một cách trung thực và nhanh nhất có thể được. Bạn hãy tập ghi bằng cách sử dụng một vài mẹo sau đây, lấy lại các bài phỏng vấn của truyền hình và đài. Cùng lúc ghi chép, bạn phải thực hiện ba chức năng: hiểu, tổng hợp, bình luận.

- Đừng hốt hoảng khi bạn ghi một bài phát biểu quan trọng. Phần lớn, bài phát biểu được chuẩn bị trước và có sẵn một bản photo. Bạn hãy xin bản photo lúc bài phát biểu bắt đầu. Hãy kiểm tra lại xem người phát biểu có nói như trong bài viết của bạn không. Trong trường hợp không đúng thì hãy hỏi anh ta xem tại sao anh ta lại bỏ sót chỗ này, chỗ kia..

Nếu không có một bản copy trước, thì hãy copy bài viết: người ta sẽ biết đến bạn vì bạn đã mang đến cho độc giả những lời nói bất hủ này.

• **Một vài mẹo**

- Trước hết hãy có một cuốn sổ bìa cứng, đừng nhỏ quá và một bút chì.

- Hãy thử không ghi từng từ một, trừ một vài câu chính, quan trọng. Hãy lựa chọn những sự kiện chính mà bạn muốn biết.

Chú ý, những điều lúc đó có vẻ là ít quan trọng có thể lại là cần thiết nhất khi bạn viết lại (đừng bỏ qua các chi tiết). Hãy giữ lấy ở mức tối đa.

- Nếu bạn không học viết tắt, một phương tiện hiệu quả nhất để ghi nhanh thì hãy chép những câu, những từ quan trọng, những cấu trúc, những con số biết nói, những ví dụ gây ấn tượng. Bỏ qua những từ không tác dụng như: mạo từ, động từ thì, là, ở, động từ có, làm...

- Bỏ qua những lời rườm rà: “anh ấy đi mà không nói là... - tôi không hiểu một chút nào khi bạn nói rằng...”.

- Chép lại một cách chính xác, ngay lập tức – các tên (chính tả), chức vụ, các con số, địa điểm và ngày. Đừng do dự nhắc lại hoặc đọc từng chữ trong trường hợp không hiểu: người đối diện với bạn sẽ tôn trọng sự băn khoăn về độ chính xác của bạn.

- Hãy luôn có trong đầu: có điều gì mới, chưa xuất bản, quan trọng? Và có gì thú vị đối với độc giả? Hãy ghi các câu hỏi nảy ra trong đầu bạn khi người đối thoại với bạn nói.

- Hãy đọc lại ngay sau đó trong khi cuộc tiếp

xúc vẫn còn nóng hổi. Hãy điền thêm những cảm tưởng của bạn, những chi tiết, những sự kiện thú yếu mà bạn không có thời gian ghi, v.v.. Hãy luôn kể rõ tình tiết cuộc tiếp xúc: địa điểm, ngày, người mình gặp.

- Để biết những gì phải viết chữ hoa to, nhỏ, chữ thường, chữ nghiêng hay chữ đậm, để biết chép một cách hoàn hảo những con số và sử dụng có ý thức dấu chấm câu: Bạn hãy xem lại quy tắc kỹ thuật in typô, trong đó có định nghĩa những nguyên tắc “sử dụng cho độc giả và những người chuyên làm sách báo”.

- Nếu có thể làm điều này, bạn hãy bắt đầu ghi chép một cách lôgic. Hãy chia ra từng phần, từng đoạn. Hãy vẽ những mũi tên để nối điều chỉ dẫn này với cái khác.

- Tạo ra những chữ viết tắt hợp tình huống. Nếu bạn thực hiện trên một chủ đề về luật của các hiệp hội, thành ngữ mà bạn thường hay viết, bạn hãy viết DA = droit des associations (luật của các hiệp hội); CC = chambre de commerce (phòng thương mại); SR = secretaire de redaction (thư ký tòa soạn), v.v..

- Sử dụng các biểu tượng toán học: +, ↑ = tăng, phát triển, mở rộng, tất cả những gì mang tính chất mở rộng; -, ↓ = tất cả những gì có tính chất giảm; ≠ chỉ sự khác nhau, không ngang bằng; ∇ = dù thế nào, v.v.. Với một chút thực tế, bạn có thể rút ra trong mọi hoàn cảnh.

Sau cuộc tiếp xúc

Đọc lại ngay những gì bạn ghi chép, như thế bạn sẽ bổ sung thêm được ý vì lúc đó trí nhớ của bạn vẫn tốt. Bạn cũng đừng quên chép lại những cảm tưởng của bạn. Hãy ghi vào sổ của bạn tên người mà bạn vừa mới gặp và số điện thoại của họ.

Viết lại

Bạn không cần phải viết lại từng từ một những gì bạn thu được. Hãy sử dụng những từ đơn giản nhất hoặc thích đáng nhất mà nó thực sự rõ nét. Trình bày lại một cách rõ ràng những điều mà người đối thoại nói một cách rối rắm. Bạn có thể bỏ những cái rườm rà, sàng lọc những điều liệt kê, rút gọn lại, viết lại và sắp xếp lại để hoàn chỉnh bài phỏng vấn. Bạn hãy sắp xếp làm sao để mở bài và kết luận hấp dẫn.

Bạn không nhất thiết phải sử dụng những từ người được phỏng vấn nhưng phải chính xác một cách tuyệt đối với suy nghĩ của anh ta. Bạn hãy tôn trọng một cách tuyệt đối những ý kiến, những điều khẳng định mà bạn thu được kể cả nó làm cho bạn thích thú hay không.

Người được phỏng vấn phải có quyền nói khi đọc lại: “Có thể đó không phải là chính xác những điều tôi đã nói, nhưng chính xác đó là những gì tôi muốn nói”. Nghệ thuật phỏng vấn là ở chỗ nắm bắt được nhanh chóng những cái độc đáo và phẩm giá của một con người.

Diễn tả

Vai trò của nhà báo rất quan trọng khi phỏng vấn, nhưng lại không thể bộc lộ trong khi diễn tả trên trang giấy. Những câu hỏi phải ngắn để làm rõ câu trả lời.

Nói chung, trước câu hỏi đầu tiên, người ta viết tên của nhà báo hoặc của tờ báo. Trước câu trả lời, người ta viết tên của người được phỏng vấn. Sau đó, người ta viết tên hoặc nhắc lại những nét đầu tiên:

Telerama: Mẹ của bạn là một người thích xem phim thực sự...

Tonie Marshall – Cũng chính vì yêu điện ảnh mà mẹ tôi xem tất cả các bộ phim. Khi tôi còn bé, mẹ tôi đưa tôi đi xem phim, tất nhiên là không tính đến tuổi tôi.

Telerama: trở thành một diễn viên hài kịch, theo bạn, đó là điều không thể khác được?

T.M: Ô, tôi muốn làm nhiều việc, hồi đó là năm 1968, tôi 16 tuổi và việc đầu tiên là tới trường. Mẹ tôi không hài lòng lắm nhưng chính mẹ tôi đã làm như vậy.

Đôi khi người ta không chỉ đặt những dấu gạch nối, sự xen kẽ câu hỏi và câu trả lời được thể hiện bằng kiểu chữ đậm, chữ nghiêng hoặc kiểu chữ mảnh khác.

- *Trở thành một diễn viên hài kịch, theo bạn, đó là điều không thể khác được?*

- Ô, tôi muốn làm nhiều việc, hồi đó là năm

1968, tôi 16 tuổi và việc đầu tiên là tới trường. Mẹ tôi không hài lòng lắm nhưng chính mẹ cũng đã làm như vậy.

(Hoặc người ta sử dụng “H” cho câu hỏi và “T” cho câu trả lời).

- Chapô (thể hiện bằng kiểu chữ đậm hoặc cỡ chữ cao đặt ở giữa tit và bài báo) của bài phỏng vấn sẽ chỉ ra các lý do dẫn đến việc lựa chọn chủ đề và thông tin mà bài báo muốn nêu lên. Phần chapô sẽ chỉ ra tên và những đặc tính của người được hỏi. Tránh những câu cảm ơn nhạt nhẽo và những câu như “rất mong muốn dành cho chúng tôi...”. Cũng đừng kết luận như là nhà báo của một tờ báo địa phương này: “Cảm ơn ông quận trưởng. Những chi tiết chính xác thú vị này sẽ làm cho độc giả của chúng tôi hiểu rõ hơn những cố gắng của các ông cho nền kinh tế nói chung của quận nhà”.

- Không phải tất cả các bài phỏng vấn đều viết dưới dạng câu hỏi/trả lời. Một số thể hiện dưới dạng bài báo. Như thế cũng sinh động nhưng khi viết sẽ dài hơn những bài thông thường. Những câu dẫn của người được hỏi mà bạn để trong ngoặc kép phải đúng nguyên văn.

Các bài phỏng vấn phải ngắn, dưới mười câu hỏi, dưới sáu trang.

Cuối cùng, bài phỏng vấn phải là phương tiện để cho một người khác nói những điều mà bạn không thể cho phép chính mình nói.

Ngày càng nhiều các tạp chí, tờ báo cũng thực hiện các hồ sơ, trong đó các nhà báo dựa vào ba thể loại cùng một lúc: điều tra, phóng sự, phỏng vấn. Mỗi loại đều có tính đặc thù riêng: sự phong phú và so sánh những thông tin đối với một cuộc điều tra; tình thế và vốn sống cho một bài phóng sự; thể hiện một ý tưởng hoặc một nhân vật cho bài phỏng vấn. Những thể loại này bổ sung cho nhau, cái này làm cho cái kia phong phú hơn. Nó cũng đưa ra nhiều quan điểm để khoanh lại một cách tốt nhất những chủ đề cần đề cập.

Ví dụ xử lý một vấn đề của các loại thuốc nhẹ. Những người cần tới các loại thuốc này để chăm sóc bệnh nhân của họ là những người tiên phong hay những kẻ lường gạt?

Người ta sẽ bắt đầu điều tra bằng việc nghiên cứu về các loại thuốc khác nhau này: tên của nó, số lượng người sử dụng với chất lượng và cách chế biến. Người ta sẽ nghiên cứu khía cạnh thuộc về quy chế cùng sự tư vấn của Bộ Y tế, hội đồng thanh tra của các bác sĩ và các hiệp hội chuyên ngành. Người ta cũng sẽ theo dõi hậu quả kinh tế trong việc sử dụng và bỏ qua những điều xảy ra ở các nước châu Âu khác. Tất cả những thứ đó có thể là chủ đề cho một bài báo dài sẽ được xử lý tất cả ở khía cạnh này hay khía cạnh khác hoặc mỗi bài báo xử lý một trong những khía cạnh của nó.

Khi đã có những thông tin này, người ta sẽ bắt đầu làm phóng sự bên cạnh những bệnh nhân

khác nhau cũng như những đồng nghiệp truyền thống của họ. Người ta sẽ hỏi họ về việc sử dụng, về những điều thắc mắc, những lý lẽ và những đòi hỏi của họ (một hay nhiều bài báo).

Tất cả có thể được minh họa bằng bài phỏng vấn của các nhân vật có ảnh hưởng (Bộ trưởng, Chủ tịch hiệp hội...) và những bệnh nhân chữa trị có kết quả hoặc không.

Sau khi đối chiếu với các ý kiến và các điều chỉ dẫn, người ta sẽ nghiên cứu để hiểu lý do của việc thắc mắc này và đưa ra kết luận đó sẽ là kết luận của hồ sơ.

Thông cáo báo chí

Thông cáo báo chí, nói đúng ra nó không phải là một thể loại báo bởi vì đó là bài viết của các cơ quan đối ngoại thông tin cho các nhà báo.

Trước hết nó có mặt ở khắp nơi để thu hút sự chú ý về một sự kiện mới, một lĩnh vực xem ra là có lợi. Nói chung nó bao trùm một đặc điểm có tính chất hệ trọng. Nguồn gốc của nó là một hiệp hội, một tổ chức, một cơ quan hoặc một doanh nghiệp.

Nếu chúng ta đưa ra ở đây một thông báo về báo chí, bởi vì những người chuyên làm về thông tin, họ là những nhà báo hoặc gần gũi với các nhà báo biên tập. Vì vậy, họ hoàn toàn biết những điều họ cần và chờ đợi.

Đây là một vài quy tắc để quan sát khi họ

muốn thu phục sự quan tâm của một nhà báo.

Thông tin phải:

- *Phân biệt giữa tuyên truyền và quảng cáo.*

Sự tin cậy sẽ phụ thuộc vào độ chính xác, cụ thể và tính chất đầy đủ của các sự kiện. Hãy tránh những câu nước đôi, ẩn ý. Hãy đưa ra những sự kiện một cách đơn giản và đừng có gian lận cài vào đó một tin quảng cáo. Cũng rất dễ làm các nhà báo mất lòng, bởi họ không thích bị thâu tóm bằng những trái lê. Nếu bạn muốn thông tin của bạn có may mắn được lấy lại thì hãy hiểu điều đó.

- *Phải được định nghĩa một cách rõ ràng và hiểu ngay lập tức.* Cũng như là một bài báo của một hãng thông tấn, bạn bắt đầu bằng những thông tin chính, và ngay lập tức đưa ra câu trả lời cho 6 câu hỏi chính: Ai? Cái gì? Khi nào? Ở đâu? Như thế nào? Tại sao? Bạn đừng mất thời gian vào những chi tiết. Nếu bạn thành công trong việc gọi lên sự quan tâm của bạn đọc thì có thể làm một phóng sự về chủ đề đó. Thông báo càng ngắn và cô đọng, càng hiệu quả. Hãy cố gắng hạn chế vào một chủ đề.

- *Được biên tập bằng những câu đơn giản và trôi chảy.* Những từ kỹ thuật, nếu là không thể thiếu, sẽ được giải thích rõ ràng. Những từ quan trọng và những từ là điểm móc có thể được nhấn mạnh (tránh lạm dụng).

- *Phải được thể hiện một cách tiện lợi, thú vị*

hay ít ra là cũng dễ đọc. Hãy để trống một dòng trắng giữa các đoạn. Nếu có thể, bài báo của bạn có thể đánh trên một tờ giấy, ở trên có một ký hiệu chữ đầu hoặc một lôgô mà bạn có thể nhận ra nó.

- *Thông báo phải được ghi ngày phát đi.* đương nhiên là tít, được viết bằng chữ in và tùy tình hình mà nhấn mạnh, sẽ được đặt ở ngay trước lời ghi chú “Thông cáo báo chí”.

Ở cuối của bài báo, sẽ rất có ích nếu để tên hoặc số điện thoại của người mà nhà báo có thể gặp để có thêm những điều chỉ dẫn.

- *Thời điểm gửi phải được lựa chọn đúng đắn.* Tốt nhất là phải biết thời hạn phát hành các ấn phẩm mà bạn gửi tới nếu bạn muốn thông cáo ra đúng ngày. Nếu là báo tháng, người ta sẽ yêu cầu bạn gửi bài báo của bạn trước một tháng rưỡi hoặc hai tháng...

- *Mục tiêu phải được xác định rõ ràng.* Tùy theo từng loại báo mà cách thông báo của bạn có thể khác nhau. Bạn đừng viết như đối với một bản tin của các trường trung học hay một tờ tạp chí chuyên ngành.

Nếu thông báo của bạn không xuất hiện, bạn hãy tự hỏi: Nó đã đủ thông tin và rõ ràng chưa? Thông tin của bạn có thực sự hay đối với độc giả chưa? Bạn đã gửi cho người có khả năng, cho nhà báo chuyên trong lĩnh vực liên quan đến bạn chưa? Bạn đã gửi đúng thời gian cần thiết chưa?

Đừng kêu với tòa soạn nếu thông báo của bạn được ra, nhưng bị bỏ đi một vài thông tin mà bạn cho là quan trọng. Những người trong ban biên tập bị ngạt thở vì các kiểu kêu ca, trình bày. Trong phần lớn các trường hợp, sự cất cúp này là để tiện cho việc lên trang. Hơn nữa, một bài báo ngắn có nhiều may mắn được đọc hơn là một bài nặng nề “cả khối”.

CHƯƠNG IV

TÁC ĐỘNG THỊ GIÁC

Một bài báo, như chúng ta đã biết, cũng là một món hàng, được bán trong một cửa hàng gọi là tờ báo. Nếu cửa hàng buồn tẻ, khi người ta không làm bất kỳ cách gì để tạo cảm giác dễ chịu cho khách hàng, thì họ sẽ không đến nữa. Nếu khách hàng cảm thấy bị "bắt buộc", nghĩa là họ không thể tìm thấy ở đâu khác những thông tin mà họ đang cần, thì họ sẽ vừa cáu gắt vừa chịu đựng tình huống này cho tới khi sự cạnh tranh mang lại cho họ một sản phẩm tốt hơn.

Vì vậy, không phải vì đã có được độc giả mà bạn có thể bỏ qua việc chăm chút cho hình thức và văn phong của tờ báo. Ngược lại, người đọc càng thân thiết với bạn, thì bạn càng phải quý mến họ, tôn trọng họ, "chiều chuộng" họ. Bạn sẽ mất độc giả và bạn có nguy cơ mất lòng tin - khi

nghĩ: "Vì dù thế nào thì họ cũng đọc, nên tôi chẳng cần phải mệt óc...".

Cũng như vậy, nếu ấn phẩm của bạn được phát miễn phí hoặc nhận được một nguồn tài trợ nào đó, thì cũng không phải vì thế mà bạn không tìm cách quyến rũ độc giả, tìm cách đấu tranh như những ấn phẩm khác để có được một chỗ đứng trong lòng bạn đọc. Hơn nữa, với sự phát triển của các kỹ thuật in ấn và màu sắc, chất lượng trình bày cũng không ngừng được cải thiện. Người tiêu dùng mặt hàng thông tin ngày càng yêu cầu cao hơn.

Để thu hút sự chú ý của khách hàng, để khuyến khích họ đọc báo, người biên tập (và nhất là thư ký toà soạn) sử dụng tổng thể các kỹ thuật, bao gồm phần tít (tít, tiêu đề, đề từ, đề mục), *chapô*, và các minh họa có *chú thích*.

PHẦN TÍT

Nói chung, người ta phân biệt ba cấp độ đọc khác nhau trong một xuất bản phẩm. Theo thứ tự ưu tiên giảm dần:

- Trang nhất, trang cuối cùng, phần tít, các minh họa (tranh vẽ, ảnh, bản đồ...);

- Các bài báo ngắn: *chapô*, tin vắn, phần đóng khung, những bài bút chiến hoặc trào phúng, phần thời luận, chú thích ảnh ...;

- Nội dung các bài báo.

Phần tít bao gồm các yếu tố sau:

- Tên chuyên mục;
- Tiêu đề;
- Tít ;
- Đề từ hoặc dòng chữ gây sự chú ý;
- Đề mục.

Tít

Khi bạn gặp một người lần đầu tiên, ngay lập tức bạn có nhận xét chung về hình thức bên ngoài và khuôn mặt của người đó. Bạn biết ngay người này buồn hay vui, bạn có thích họ hay không.

Tít của một bài báo, đó cũng là bộ mặt của bài báo đó. Chỉ cần liếc mắt qua cũng đủ để có một ý niệm tổng quát. Vì vậy, bạn cần phải dành cho tít sự chăm sóc đặc biệt. Một tít dở, (hoặc một tít kém) được đặt cho một bài báo hay sẽ mang tội hủy hoại, là một sự lãng phí. Ngược lại, một bài báo tồi cũng có thể được cứu nhờ một tít hay.

Những tờ báo cung cấp thông tin hàng ngày được thiết kế theo cách sao cho chỉ cần đọc tất cả các tít cũng đủ để có một cái nhìn tổng hợp xem tin tức có gì mới không. Đồng thời, người đọc cũng thu nhận được ý tưởng về cách nhìn các sự kiện của ban biên tập.

Một cách định kỳ, hãy mua tất cả các tờ nhật báo trong cùng một ngày (ví dụ các tờ *Le Monde*,

Le Figaro, Libération, France-Soir, L'Humanité, La Croix và Le Parisien). *Lướt qua các tit, phân tích nhanh* vị trí được dành cho các loại thông tin khác nhau là những bài tập rất bổ ích.

- Tit chứa đựng hai chức năng chính: thu hút sự chú ý và cung cấp một *thông điệp*. *Tit có phương diện thị giác và phương diện thông tin*, chúng giao hoà với nhau, đôi khi chống lại nhau. Tit là một sự thỏa hiệp giữa phần viết (tit để đọc), và phần hình ảnh (tit để xem) được thông qua kích cỡ tit không còn hoàn toàn chỉ là chữ, mà cũng chưa phải hoàn toàn là hình ảnh.

Trung bình tit của một bài báo được đọc nhiều gấp năm lần nội dung bài báo đó.

Về nguyên tắc chung, tit tóm tắt bài báo. Đó là một cái nhãn mang những thông tin chỉ dẫn cho phần nội dung. Nó mang lại nhận thức tức thời về thông điệp chính. Vì vậy, nó rất quan trọng ở chỗ chỉ cần đọc tit, độc giả đã biết được cốt lõi của thông tin chứa đựng trong phần nội dung. Trong thực tế, bạn sẽ thấy không phải lúc nào cũng đúng như vậy.

Nếu người ta không thể hoặc không muốn tóm tắt thì hãy đưa ra, nhất ra chi tiết đắt nhất, có giá trị và mới. Chú ý tôn trọng tỷ lệ giữa chi tiết này và thông tin trong cả tổng thể.

- Người ta chia ra hai loại tit chính: tit mang thông tin và tit gây chú ý.

Các tit mang thông tin

Chất lượng chủ yếu của chúng là chứa đựng phần chính của thông tin theo nghĩa chính xác và rõ ràng của nó. Các tit đó cần phải đặc trưng, tiêu biểu, phù hợp, cân đối với độ dài của phần nội dung. Người ta yêu cầu tit phải trả lời được những câu hỏi chính: Ai? (tác nhân của hành động, chủ đề của sự kiện), cái gì? (chính xác là đã xảy ra chuyện gì?), ở đâu và khi nào? (các tham chiếu về không gian và thời gian để định vị được sự kiện). Nếu cần, và nếu có chỗ, người ta còn trình bày “tại sao” và “như thế nào”.

Khi cùng một tit đi kèm với nhiều bài báo khác nhau thì sẽ xảy ra tình trạng quá mơ hồ. Bạn có thể chắc chắn rằng tit đó là dở và không đủ. Chúng ta hãy lấy ba sự việc khác nhau nhưng cùng có những điểm tương tự. Hãy tưởng tượng mỗi lần xảy ra sự việc một tên trộm bị bắt tại chỗ, thì người biên tập non nghề sẽ có xu hướng lần nào cũng đặt tit: “Một tên trộm bị bắt quả tang”.

Còn nhà báo, anh ta sẽ tìm điểm đặc biệt của từng sự việc và đặt tit: “Cổ cồn trắng biển thủ hàng triệu đồng nhờ vào Internet”, “Một kẻ gian gây sững sốt trên một chuyến tàu hỏa với một vali ăn trộm”, “Hắn đã lạng lẹ ra khỏi cửa hàng cùng với két bạc”.

Hãy tránh những tit mơ hồ, ám chỉ bóng gió, không xác định về thời gian, mang tính chung

chung. Chỉ có những chi tiết cụ thể, có quan điểm riêng, mới mang đến cho tít sự hấp dẫn của nó. Hãy đấu tranh chống lại những đề tài quá tổng quát hoặc trừu tượng.

Cũng giống như đối với phần nội dung, cần phải nhấn mạnh tính mới, tính sự kiện. Vì vậy, người ta nên sử dụng những từ *cụ thể, những hình ảnh mang tính nhạy cảm hơn là những điều trừu tượng* hoặc những ý tưởng hoàn toàn lý tính. Chỉ chú ý dùng để trượt từ nhạy cảm đến giật gân.

Nghệ thuật của các "nhà làm tít", giống như người ta gọi các chuyên gia đặt tít trong các ấn phẩm kinh điển, là ở chỗ biết khai thác thông tin một cách tối đa, đồng thời làm giàu thông tin bằng một nhãn quan, một quan điểm riêng. Pierre Lazareff, trong ban biên tập của báo *France-Soir*, là người có tư chất này. Từ một tin vắn vô thưởng vô phạt về một lần xảy ra nguyệt thực không ai quan sát thấy, vào giữa một buổi chiều, ông đã tạo ra một tin thời sự với dòng tít lớn ở trang nhất của tờ báo: "*Vào 14h53 phút, bóng tối của mặt trăng đã quét lên toàn thủ đô Paris với vận tốc 300 km/h*" (trích dẫn trong "*Cuộc cách mạng của các phương tiện thông tin đại chúng*", *Le Monde, Dossiers et Documents*, tháng 10 năm 1984).

Một tít, nếu có thể, cần phải năng động, mãnh liệt, sống động. Cũng vậy, để thu hút sự chú ý

nhiều hơn, người ta thích dạng *chủ động và khẳng định* hơn là dạng *thụ động hoặc phủ định*.

Người ta cũng tránh các trạng từ, tính từ, và cả các động từ nữa, trừ khi chúng thể hiện sự mạnh mẽ và chính xác. Người ta loại trừ những từ kỹ thuật hoặc mang tính bác học, những chữ viết tắt hoặc những từ nước đôi.

Các nhà tổ chức một chiến dịch nhằm giúp thanh niên tránh xa rượu đã sáng tác ra khẩu hiệu: "BCBG chứ đừng để VDQS", ("người uống rượu" chứ đừng để "rượu uống người"). Một cuộc thăm dò hiệu quả của chiến dịch được thực hiện nhân dịp tung ra khẩu hiệu này đã cho thấy đại đa số người được hỏi không hiểu gì về khẩu hiệu này cả. Sự lôi cuốn về thị giác chắc chắn là rất ấn tượng, nhưng khi đọc khẩu hiệu người ta không hiểu được nghĩa của nó ngay lập tức. Cần phải ngẫm nghĩ mới hiểu được điều mà khẩu hiệu muốn nói và do vậy khẩu hiệu đã bị vô hiệu hóa.

Các tit gây chú ý

Các tit gây chú ý không nhất thiết phải là tóm tắt các thông tin chứa đựng trong phần nội dung. Chúng nêu bật tinh thần hơn là vấn đề cụ thể, và được nhằm để kích thích tính tò mò. Tờ nhật báo *Libération* là một chuyên gia về những kiểu tit gây sự lôi cuốn được tạo ra từ trò chơi chữ và những từ trong ngoặc kép. Nó đã mở đầu cho một trào lưu

một thực sự và ngày nay tất cả các báo chí của Pháp, kể cả tờ báo khả kính *Le Monde*, cũng đều nhằm phong cách đó như một thứ vi rút.

Lưu ý rằng đây là một thể loại khó hơn người ta tưởng vì nó tuyệt đối cần phải tôn trọng cả thông tin chính lẫn *quan điểm riêng*. Trong tờ *Libération*, những điều người ta khám phá được thường rất gượng gạo, nhưng một vài viên ngọc, trong vô vàn những thứ được tìm thấy, lại đủ để bù cho tất cả.

Như vậy, hai títt sau đây: "**Maggie ló đầu ra khỏi bát canh**" khi cựu Thủ tướng Anh nhận được sự ủng hộ của Nghị viện sau khi vướng vào một vụ rắc rối; hoặc "**Con ngựa của vua Amaury đã thoát nạn, nhưng người kỵ sĩ đã chết**" khi ông chủ nổi tiếng của ngành báo chí qua đời, không thành công bằng títt: "**Marchais: già từ những hòm phiếu**" sau khi Tổng Bí thư Đảng Cộng sản tuyên bố ông ta không tham gia vào cuộc bầu cử tổng thống nữa.

Ba ví dụ trên cho thấy trong cả ba trường hợp các biên tập viên đều tìm nguồn cảm hứng ở đâu đó: trong quảng cáo (Món canh Maggie), trong văn học (Giã từ vũ khí, của Hemingway), hoặc trong báo chí ("Cuộc khiêu vũ bi thảm ở Colombey: một người thiệt mạng", títt trên trang nhất của tờ *Hara-Kiri*, nói về sự ra đi của tướng De Gaulle).

- Các thành ngữ, các títt phim, những cách trích dẫn quen thuộc hoặc hợp một cũng là những mảnh đất màu mỡ để thay đổi các công thức đã có.

Tờ *L'Express*, ở títt của bài báo về vụ ra toà của một tu sĩ dòng chính thống chịu trách nhiệm về một trại hướng đạo cho các thủy thủ, nơi đã tìm thấy 5 người chết: **"Tội lỗi của tu viện trưởng Cottard"** (học theo tác phẩm *Tội lỗi của tu viện trưởng Mouret*, của Emile Zola). Cùng đề tài đó, tờ *France-Soir* có títt: **"Vụ kiện của một người điên vì Thượng đế"**, đã giới thiệu bị can dưới góc độ của một kẻ cuồng tín và kết tội hấn, dù rằng bài báo ra đời trước khi vụ việc được khởi tố.

Hãy giữ nguyên thông tin gốc! Sau hai hoặc ba lần thay đổi, các công thức trở nên mất giá trị. Buồn thay, ngày nay người ta vẫn thấy những kiểu như: "Chính tôi đã gặp ông X... đang rất sung sướng - Tất cả những điều các vị muốn biết về ông X ... mà không bao giờ dám hỏi - Đừng động vào ngài X của tôi ...", v.v..

- *Các cách thức khác*

- Giải thích: "Thị trường chứng khoán: những lý do thật của thái độ lạc quan", "Sự giảm sút của dầu mỏ: vì sao, như thế nào, tới khi nào?" (*Le Point*); "Những điều Tổng thống Chirac sẽ làm", "Thừa kế: làm thế nào để phải trả ít hơn" (*L'Express*);

- Số lượng: "Afghanistan: hai cuộc tấn công của

Goócbachốp”; “Việc làm, tiền tệ, giá cả, thuế má: bốn điều cấp bách” (*Le Point*); “Kinh tế: mười hồ sơ nóng bỏng” (*L’Express*);

- Tiết lộ: “Câu chuyện bí mật của hôn nhân ép buộc”, “Bí mật Nhà nước: những thứ các quan chức thật sự kiếm được” (*Le Point*); “Những niềm vui của sự phá sản” (*L’Express*);

- Sự liên lụy: việc nhà báo có dính dáng tới tin tức mà anh ta viết báo cũng có thể tạo nên một sự lôi cuốn rất tốt. Cái “tôi”, nằm ở tit, mang đến một vẻ chân thực cho việc làm chứng. Anh ta làm quan trọng hóa sự việc, mang đến cho nó một giá trị cảm xúc trực tiếp hơn. Phương pháp này phải được sử dụng một cách thận trọng, chỉ khi bản thân tin tức hoặc thông qua việc khai thác của nhà báo thấy cần thiết phải làm như vậy.

Còn tờ *Le Figaro* (tạp chí) thì không ngại sự lạm phát trong việc dùng cách thức trên: trong cùng một tờ báo, người ta đã có thể ghi nhận được bốn tiêu đề có sự tham gia của tác giả theo kiểu: “Bữa ăn tối của tôi với Silvio Berlusconi, sự kỳ lạ”, “Tôi đã gặp Phăngtômát của bánh kem mít”, “Cuộc gặp gỡ của tôi với Vogel, kẻ buôn người lạ lùng”, “Ngày nghỉ cuối tuần tuyệt vời của tôi ở Dallas”.

Để tìm được một tit, trong đa số các trường hợp nên viết phần nội dung trước. Như vậy, quan điểm đã được xác định, chỉ còn phải tìm những từ

khóa (Ai đã làm gì? Chuyện gì đã xảy ra? Chính xác là vấn đề gì?), hoặc tìm những từ đồng nghĩa, để tập hợp chúng thành một cách thức mang thông tin và tạo sự chú ý.

Chú ý hết sức tôn trọng tính xác thực của sự việc và đảm bảo giữ được sắc thái của bài báo (không thể đặt một tí buồn cười cho một bài báo đưa thông tin buồn và ngược lại). Không phải hề bạn tìm được một kiểu chơi chữ hay là nhất thiết bạn phải sử dụng nó. Nếu cách chơi chữ đó không mang đến cho người đọc một ý niệm chính xác về thông tin được nói đến thì hãy biết dừng cảm bỏ nó đi...

Hãy tránh những cái tí mang đến nhiều hứa hẹn hơn thực tế (tít được "bán quá giá"), trừ khi bạn muốn "kích" sự hấp dẫn lên. Nhưng khi đó cần phải đưa ra những yếu tố cho phép khôi phục lại tính chân thực của sự việc. Nếu không, độc giả sẽ cho rằng bạn định đánh lừa họ. Từ *L'Express* đã đặt tít trong trang "Khoa học, công nghệ": "*Họ đã đặt chân lên sao Hỏa*". Thông tin có vẻ rất kinh khủng, nhưng đó là một sự đánh lừa vào thời điểm nó được tung ra! Từ tuần báo đó đã giải thích chính xác ngay lập tức trong phần đề dẫn:

"Ai? Người Mỹ và người Nga cùng bay. Khi nào? Trong tương lai, vào khoảng năm 2015... Một giấc mơ chẳng? Không, một dự án đã được các chính trị gia và các nhà khoa học nghiên cứu".

Đối với những bài phỏng vấn, nói chung tíť sẽ là một câu hoặc một đoạn câu được trích ra từ các câu trả lời của người được phỏng vấn.

- Trong mọi trường hợp, *trước hết cần phải có khả năng soạn thảo ra một tíť mang thông tin, ngay cả khi nó hơi dài, trước khi thử hóm hình tìm ra một tíť gây sự chú ý*. Bạn nên tập tổng hợp những thông tin chính xác nhất ở mức có thể. Tất nhiên việc tìm kiếm những cách thể hiện hóm hình là rất hấp dẫn. Nhưng chất lượng của một tíť tốt đồng thời nằm ở khả năng phản ánh hoàn hảo quan điểm và chủ đề của bài báo.

Những người mới vào nghề có thể tập dượt bằng cách nhờ bạn bè giấu tíť của các bài báo đi để thử tìm lại chúng.

**Chính phủ Blair khuyến khích người dân Anh
thành lập doanh nghiệp**

**Bruxelle muốn tiến hành một cuộc cải cách đầy tham
vọng đối với các cơ quan của Cộng đồng châu Âu**

TÀI CHÍNH: Michel Camdessus từ chức giám đốc IMF

**CÁC NƯỚC ĐÔNG BẮC CHÂU PHI: Vua Maroc,
Mohammed VI, thả hời kẻ mưu sĩ của cha mình.**

Mỗi tíť của tờ nhật báo kinh tế này mang đến một thông tin nói rõ nội dung của bài báo mà nó đề dẫn. Các độc giả của tờ báo này cần phải nhanh chóng biết bài báo đề cập đến vấn đề gì.

Những tin tức thu thập được trong tờ *Le Monde*

có thể là một bài tập tuyệt vời. Các tit của tờ báo này mang đầy tính chất thông tin, và trong đa số các trường hợp, đều không dùng đến những mẹo hoặc những cách thức để lôi kéo độc giả. Bằng cách so sánh tit của bạn với tit do tờ *Le Monde* đặt, bạn sẽ tự trang bị cho mình một ý tưởng về nghệ thuật “gạn đục khơi trong”.

Một khi việc thực hành này đã nhuần nhuyễn - hãy làm như vậy với những bài báo có nội dung nhẹ nhàng hơn.

Một số ấn phẩm sử dụng một sắc thái quá thân mật, đến mức tạo nên một cách nói khó hiểu đối với những người không quen. Tờ nhật báo *L'Equipe* là một ví dụ. Tờ báo này tung ra những tit làm người ta mơ màng và đi vào tận gan ruột của độc giả. Nhưng điều đó lại có thể là sự đánh đố đối với những người không thích thể thao. Ví dụ những tit thu thập được trong ba trang:

- "Bóng bầu dục - Ecosse/Samoa: 35-20: chủ nghĩa hiện thực thiếu sự đam mê"
- "Anh/Fidji: 45-24: đầu óc lơ đãng"
- "Anh: Món súp khó ăn"
- "Vòng tứ kết - Pháp: từ già đến lão"
- Ở phần đề từ: "Ông chủ: Galthié chơi trò xê xích"
- "Bóng đá - Giải các đội hạng nhất (bảng D, ngày thứ tư): Và OM đã tạo nên đám cháy..."

Không một cái tit nào trong số trên, riêng nó, cho phép người ta biết bài báo sẽ đề cập vấn đề gì. Độc giả của tờ tạp chí được trình bày theo kiểu

phần nhánh này tìm kiếm cảm xúc và cảm nhận về tính đồng nhất hơn là bản thân thông tin.

Tên chuyên mục

Rất cần thiết phải sắp xếp các bài báo theo mục (Thời sự, Điều tra, Các cuộc gặp gỡ; hoặc : Chính trị, Kinh tế, Văn hóa, Thể thao, v.v..), mà các tit có thể được đặt trong một khung riêng. Một tờ báo có tổ chức giúp cho độc giả nhanh chóng và dễ dàng tìm được đường đi trong một biển thông tin khổng lồ.

Tiêu đề

Được đặt phía trên tit và được in bằng một cỡ chữ nhỏ hơn, tiêu đề làm rõ và làm phong phú thêm tit. Tiêu đề hỗ trợ cho tit bằng cách giúp tit thoát khỏi những yếu tố hoàn cảnh (ở đâu, khi nào) thường làm dài tit một cách vô ích. Tiêu đề cũng cho phép pha trộn tốt hơn giữa một tit gây sự chú ý với một tiêu đề mang tính thông tin nhiều hơn, hoặc ngược lại. Đừng lẫn lộn với tên chuyên mục là phần phụ thuộc vào cách tổ chức của tờ báo chứ không phụ thuộc vào bài báo cụ thể.

Tít phụ

Xuất hiện ngay dưới tit chính, tít phụ - được dùng để làm rõ thông tin, hoặc tăng thêm sự hấp dẫn - mang đến những thông tin bổ sung.

Đề mục

Đề mục giúp mắt người đọc được nghỉ ngơi, phá vỡ sự đơn điệu và giảm bớt sự đồ sộ của phần nội dung. Đó là một thành phần hình hoa có nhịp điệu trong một bài báo. Thường được in đậm, đề mục cũng cho phép nâng cao hứng thú của người đọc.

Khác với tit, đề mục không nhằm mục đích tóm tắt thông tin sẽ được trình bày trong mục đó, mà chỉ đưa ra một hàng mẫu để gây sự chú ý. Có độ dài một dòng, tối đa là hai dòng, đề mục được cấu thành từ những từ nhất thiết phải được trích ra từ bài báo. Những từ này sẽ được lựa chọn theo tiêu chuẩn có uy lực, có ảnh hưởng đến trí tưởng tượng. Vì vậy đề mục phải cụ thể, có hình ảnh, gây ấn tượng mạnh. Cũng giống như tit, người ta tránh những cách diễn đạt trừu tượng.

Hãy soạn những đề mục khi bạn kết thúc công việc, trong khi đọc lại toàn bộ nội dung bài báo. Cứ khoảng độ hai trang hoặc hai trang rưỡi lại nên đặt một đề mục.

CHAPÔ

Được đặt giữa tit và phần đầu của bài báo, chapô là một đoạn văn ngắn mà chỉ với vài câu nó cho phép người đọc nắm được ý chính của bài báo mà họ sẽ đọc.

Chapô mang tính thông tin

Với tính chất ngắn gọn và súc tích, chapô mang thông tin cho biết chủ đề và quan điểm của bài báo. chapô phải rất tổng hợp. Đương nhiên người ta không bắt buộc phải nói tất cả, nhưng cần phải nêu lên được ý chính một cách cô đọng. Lưu ý rằng chapô không phải là một tin vắn. Khác với loại tin này, chapô không nhất thiết phải trả lời cho tất cả các câu hỏi cơ bản.

Chapô mang tính thông điệp

Là kiểu chapô giải thích lý do ra đời của bài báo và quan điểm viết để giới thiệu thông tin.

Chapô gây chú ý

Kiểu chapô này mang đến cho độc giả hứng thú muốn đọc, đó chính là ấn tượng đầu tiên về bài báo. Ngắn hơn các kiểu chapô khác, kiểu chapô này đôi khi còn được gọi là "tạo ấn tượng".

Chapô có tính chất nhắc lại

Chapô này nhắc lại tình huống xuất hiện của một thông tin mới. Kiểu này thường dài hơn những chapô đã nói tới ở trên và thậm chí có thể có trước nó một đoạn tạo ấn tượng.

Độ dài của những chapô khác nhau này thay đổi tùy theo từng loại xuất bản phẩm. Nhưng chapô ít khi vượt quá ba câu. Trong đa số các trường hợp,

người ta đều dùng kiểu chữ và co chữ khác với phần nội dung và thường được in đậm.

- *Trong tất cả mọi trường hợp đều phải chú ý đến tính độc lập của các cấp độ đọc khác nhau. Các thành phần thông tin đưa ra trong phần tit và phần chapô nhất thiết phải được xuất hiện lại trong phần nội dung. Vì vậy, bài báo phải có thể hiểu được ngay cả khi người ta không đọc tit cũng như chapô và ngược lại.*

CÁC MINH HỌA

Đó là các bức ảnh và các tranh vẽ (bản đồ, đồ thị, biểu đồ...). Các minh họa rất quan trọng (chứ không phải chỉ là phần thêm vào) và có hiệu quả (chúng không phải chỉ xuất hiện để làm đẹp). Phần minh họa tham gia vào ngay từ cấp độ đọc đầu tiên. Quan trọng: vì các minh họa làm cho việc trình bày trang được thoáng đãng, và vì thế tăng thêm giá trị và khả năng dễ đọc. Hiệu quả: vì các minh họa bổ sung cho thông tin bằng cách mang đến một cách đọc khác, hoàn toàn nhạy cảm hơn.

Nhưng, ngay cả khi “một bức ký họa nhỏ còn nói được nhiều điều hơn là một bài diễn văn dài” và ngược với suy nghĩ của chúng ta từ trước đến nay, *phần hình ảnh thường khó giải mã hơn phần chữ viết*. Không giống phần văn bản, hình ảnh không có cú pháp rõ ràng, cũng chẳng có cách sử

dụng. Hình ảnh có cách đọc không? Một bức ảnh hiếm khi truyền tải được một thông tin đầy đủ, duy nhất. Còn hơn cả từ ngữ, hình ảnh chứa đựng các cách hiểu khác nhau rất đa dạng. Người đọc giải mã hình ảnh theo văn hóa, nghề nghiệp, v.v.. của họ. Chính người biên tập phải tính đến điều này.

Vì thế tất cả các hình ảnh minh họa đều phải đi kèm chú thích (xem phần sau).

Con người phải được ưu tiên

Dành ưu tiên cho yếu tố con người. Nếu bạn chụp ảnh một căn phòng chứa toàn máy móc, bạn hãy sắp xếp sao cho người ta thấy ở đó có ít nhất một người công nhân - chứ không phải chỉ thấy lưng anh ta. Có hai lý do: trước hết, vì hình ảnh con người - và nhất là khuôn mặt - là thành phần hình họa thu hút sự chú ý nhiều nhất (điển hình là trong các tạp chí dành cho phụ nữ hoặc đàn ông). Thứ nữa, máy móc không bao giờ mua báo của bạn để đọc. Nhưng người công nhân thì có.

Nhà nhiếp ảnh Paul Almasy đã đưa ra cách xếp hạng các thành tố của một bức ảnh, những thành phần quan trọng tạo nên một bức ảnh:

- Hãy ưu tiên những gì sống động, và nên biết rằng con người có khả năng tác động nhiều hơn con vật;

- Tiếp theo là những yếu tố động. Vì thế các tờ

báo không ngăn ngại sử dụng những bức ảnh nhòe nhưng không phải tất cả các chi tiết trong ảnh đều nhòe, điểm nét, tạo ra sự đối lập. Chúng mang lại cảm giác chuyển động, tự nhiên, làm tăng thêm tầm quan trọng của bức ảnh. Cũng như vậy, những cách cắt cúp năng động, cách chụp ngửa máy, những góc chụp độc đáo đều tạo nên một cảm giác chông chênh và điều đó lại làm tăng tính hấp dẫn;

- Cuối cùng, là những thành phần tĩnh, cố định.

Trong việc cắt cúp ảnh, hãy loại bỏ những “chi tiết không cần thiết”, nghĩa là những thành phần thị giác phụ, không có ích lợi gì cho việc hiểu thông điệp mà hình ảnh muốn truyền tải và thậm chí còn có thể làm nhiều việc hiểu này. Ngược lại, ngay cả khi có những thành phần không có tính thẩm mỹ nhưng cũng đừng loại bỏ nếu chúng giúp cho việc hiểu bức ảnh dễ dàng và đầy đủ hơn.

Chú thích

Một trong những thành phần thuộc về cấp độ đọc thứ hai. Chúng cũng cần thu hút sự chú ý của người đọc. Chú thích có thể mang nhiều hình thức khác nhau:

Chú thích cung cấp thông tin

Nó có thể thay cho phần nội dung: khi đó đóng vai trò quan trọng, nó vượt ra khỏi những thông tin mà bức ảnh mang đến - chú thích. Lời chú

thích này tóm tắt thông tin mà bức ảnh minh họa bằng cách thêm vào những thành phần cần thiết để xác định rõ tình huống.

Hoặc cũng có thể cách chú thích này làm rõ thông tin mà ảnh không trực tiếp thể hiện. Người ta điền tên - và nếu có thể thì cả chức vụ - của những người được chụp ảnh và chỉ rõ vị trí trong ảnh của những người đó: “ở giữa - hàng thứ nhất”, v.v..

Chú thích có chức năng giải thích

Cách chú thích này cung cấp cách hiểu bức ảnh. Nó cho biết bức ảnh minh họa quan điểm nào, chủ đề nào.

Chú thích tạo sự chú ý

Cách chú thích này có một chức năng giống tit và chapô. Nó có thể lấy lại một câu có ý nghĩa trong phần nội dung để tạo hiệu quả. Một bức ảnh tầm thường có thể được cứu nhờ một câu chú thích hay.

- Trên thực tế, tất cả các bức ảnh, dù chỉ mới ở dạng phim âm bản hoặc nằm trong cuộn phim chưa tráng, cũng đều cần phải được chuyển đến thư ký toà soạn, một mặt để ghép tất cả những yếu tố nhận dạng nó (tác giả, ý định đăng trong số báo nào, mục nào, tit của bài báo mà nó minh họa, kích thước cần thiết), mặt khác để ghép tất cả những chỉ dẫn cần thiết cho việc biên tập lời chú thích và việc hiểu đúng bức ảnh.

CÁC YẾU TỐ VỀ IN ẤN

Những chiếc máy chữ già nua đã bị vứt vào sọt rác để nhường chỗ cho máy vi tính và *những phần mềm xử lý văn bản*. Những chương trình tin học này đã làm dễ dàng đáng kể công việc của tất cả các khâu trong ngành báo chí. Tài tổ chức lao động hợp lý và sự cần thiết của một số loại phần mềm, mà trong đó có những phần mềm đã được hãng Macintosh sử dụng rộng rãi, đã mang đến cho người làm công tác biên tập ở tất cả các khâu những điều kỳ diệu trong việc nâng cao năng suất lao động. Nhanh chóng, linh hoạt, dễ sử dụng, ngắn gọn ưu điểm đã làm cho những phần mềm này ngày nay trở thành những công cụ không thể thiếu được.

Thêm vào đó, cần phải nhắc đến những chức năng phong phú mà máy vi tính mang lại và khả năng to lớn của chúng trong việc lưu trữ, sao chép ngay lập tức, định dạng, căn lề, trình bày trang, thay thế tự động các từ hoặc cụm từ được chọn, thay đổi kiểu chữ và cỡ chữ, v.v. Tất cả những thao tác này, trước đây đã từng được các công nhân in sách giữ kín, thì giờ đây đã là công việc dễ dàng với ngay cả người viết bài. Những khâu trung gian đã được loại bỏ.

Hệ quả trực tiếp: người làm công việc biên tập ngày càng được khuyến khích sử dụng những kỹ năng này, hoặc ít ra họ cũng tính đến những kỹ

năng đó trước khi giao nộp bản thảo. *Nắm được những nguyên tắc chung và những hạn chế riêng của việc trình bày sẽ làm đơn giản hóa công việc của tất cả mọi người.*

ĐỂ TĂNG KHẢ NĂNG DỄ ĐỌC

Khi bạn viết báo, hãy nghĩ đến tất cả những cách thức mà công nghệ in ấn mang lại cho bạn để tăng mức độ dễ đọc và làm nổi hơn bài báo của bạn. Và đây là một vài cách thức đó:

- Đối với một bài báo khó xử lý, hãy chia nó thành nhiều phần khác nhau:

- Chapô in đậm, hoặc sử dụng kiểu chữ khác với kiểu chữ của phần nội dung và cỡ chữ to hơn;

- Phần nội dung của thông tin dùng chữ La Mã;

- Các chi tiết bổ sung dùng kiểu chữ khác.

- Hãy thường xuyên sử dụng khung để phân biệt một thành phần đặc biệt, hoặc để thu gọn phần nội dung thông tin phụ:

- Mục phỏng vấn + tiểu sử;

- Bài tường thuật + danh sách những người tham dự;

- Phóng sự + số liệu, các thông tin về địa lý, lịch sử...;

- Điều tra + các chi tiết kỹ thuật.

- Hãy sử dụng những đường kẻ có độ đậm nhạt khác nhau, những nền màu xám, những ô, những chữ đầu chương, đầu mục, một hoặc nhiều màu, và đặc biệt là phải sử dụng các khoảng trống để làm thoáng các trang của bạn.

Trình bày bản thảo

Nghề in ấn đã xác định một số quy tắc đơn giản và được chuẩn hóa để tạo nhiều thuận lợi cho công việc của các thư ký toà soạn, các nhà báo chịu trách nhiệm đọc các bản thảo và chỉnh sửa chúng để mang đến nhà in. Cách trình bày được chuẩn hóa gồm:

- Chỉ sử dụng giấy trắng khổ A4 (21x29,7);
- Chỉ viết trên một mặt giấy (trong ngành in, thói quen này cho phép bày các bản in lên bàn mà không bị bỏ quên trang nào và có thể chia thành nhiều tập nếu cần);
- Để lề trái (1/4);
- Bắt đầu viết từ 3/4 chiều dài của trang giấy;
- Để khoảng cách giữa các dòng dành cho công việc sửa chữa;
- Viết 25 dòng trên một trang, mỗi dòng 60 ký tự (1500 ký tự). “Ký tự” là tất cả những gì chiếm chỗ trong dòng, bao gồm các từ, các dấu lược, các dấu chấm phẩy và các khoảng cách giữa các từ.
- Đánh số thứ tự các trang đồng thời nhắc lại một cách có hệ thống tổng số trang, ví dụ: 1/3, 2/3, 3/3, nếu bài báo dài 3 trang;
- Ghi trên từng trang một từ lặp lại hoặc tit của bài báo;
- Chỉ dẫn bằng một ký hiệu (một chữ thập, một vạch kẻ ngang) chỗ kết của bài báo;
- *Tự đọc lại ít nhất hai lần*: lần thứ nhất để soát lỗi chính tả, lần sau để kiểm tra xem bài báo

có được đọc giả hiểu dễ dàng không;

- Giữ trong tay một bản copy của bài báo, ít nhất là cho tới khi nó được đăng.

Sửa lỗi in ấn

Cũng giống như việc trình bày bản viết tay, các nhân viên nhà in đã dần dần quen với các ký hiệu dành cho việc sửa chữa. Sau đây là những ký hiệu được sử dụng phổ biến nhất (Theo thứ tự từ trên xuống):

Thay thế ký tự

Ký hiệu sửa bản ϕ n / i

Khoảng cách không đều

Giữ / vũng / nguyên / tác ///

Bỏ ký tự

Xuất bản phẩm / φ

Thêm dấu phẩy

Báo chí/xuất bản $\vee$,

Viết liền vào

B / á / o c / h / í $\updownarrow\updownarrow\updownarrow\updownarrow$

Thụt đầu dòng

$\boxed{\text{Xuất bản phẩm}}$ / $\sqsubset$

Đảo từ

Xuất $\boxed{\text{phẩm}}$ $\boxed{\text{bản}}$ / $\sqsupset$

Dãn từ

Xuất bản/phẩm / #

Thêm ký tự

Giữ vững nguyên tắc / u

Thay từ

~~Trang~~/đầu tiên / Dòng

Bỏ khoảng trống

Xu / ất bản phẩm / Δ

Hoán đổi vị trí hai dòng

kiểm tra một vấn đề / Σ

Phân tích:

Viết tiếp dòng (không xuống dòng)

Bắt đầu cuộc điều tra,

(nhà báo phải biết...

Không thụt vào

$\square$ Xuất bản phẩm / $\square$

Viết hoa

báo chí, xuất bản / B

Viết thường

Xuất bản Phẩm / $\overline{p}$

Từ đã xóa đi lại dùng lại

Bắt đầu ~~cuộc~~ điều tra.
xxxx

Ghi chú - Những chỗ sửa chữa cần phải được chỉ rõ, tùy theo sự cần thiết mà dùng các ký hiệu sửa chữa khác nhau, các ký hiệu sửa được viết từ trái sang phải trên lề phải và từ phải sang trái trên lề trái. Nên sử dụng lề phải nếu văn bản

được viết trên các tờ giấy rời; lẽ trái chỉ sử dụng để sửa những văn bản viết trên hai cột.

TRANG NHẤT

Trang nhất, trang đầu tiên của ấn phẩm (dù đó là một tờ nhật báo in rônêô hay một tờ nguyệt san in sắp chữ), phải được xử lý cẩn thận. Người ta rất khuyến khích những cố gắng tìm tòi, đối với cách viết và cách trình bày cũng như đối với việc lựa chọn một hoặc nhiều tí. Trên thực tế, sự sắp xếp các bài báo, các minh họa và các khoảng trống tạo nên một ấn tượng ngay lập tức và có tính quyết định đối với độc giả, ngay cả trước khi họ có thời gian để đọc nội dung bài báo.

Bản ma-két

Dương nhiên từ lần in số báo hay tạp chí này đến lần in số báo hay tạp chí tiếp theo, người ta đều phải sử dụng cùng một mẫngsét – nơi in tên báo/tạp chí. Cũng như vậy, rất tốt nếu xác định được một nguyên tắc, một phong cách trên trang bìa, và giữ được nguyên tắc và phong cách đó mỗi khi tờ báo hay tạp chí xuất hiện. Rất hay xảy ra trường hợp các trang bìa thay đổi hoàn toàn giữa các tháng, tùy theo chủ đề chính của ấn phẩm. Việc theo đuổi một hình thức trong thời gian dài là rất quan trọng để tờ báo được công chúng nhận ra một cách dễ dàng nhất.

Mỗi lần xuất bản, người ta đều tìm cách *cải tiến hình thức của các tit chính*. Và không nên do dự đặt nhiều tit với những kiểu chữ và cỡ chữ khác nhau trên trang nhất. Những tit đó phải đạt được mục đích là lôi cuốn và gây ấn tượng cho người đọc.

Nếu bạn có điều kiện đưa lên trang nhất một bức ảnh, *hãy ưu tiên chọn những hình ảnh có khuôn mặt hoặc toàn thân người*. Để in lên trang nhất bức ảnh về một toà nhà hay một cái máy, những đối tượng này phải đặc biệt độc đáo, quan trọng, hoặc được chụp rất đẹp.

Nhờ vào sự ổn định của tên ấn phẩm luôn được đặt ở một vị trí cố định và được sử dụng cùng một kiểu chữ, người đọc sẽ có thể nhận ra ngay lập tức tờ báo yêu thích của họ. Thông qua việc đổi mới cách thể hiện các tit, các minh họa và có thể cả màu sắc, sự chú ý của độc giả sẽ càng được khơi gợi và tăng lên.

Ngay cả khi tờ báo của bạn đề cập những vấn đề nghiêm túc, những đề tài sâu sắc phù hợp với lý tính hơn là cảm tính, bạn cũng đừng quên làm cho trang nhất trở nên sống động, để nó thực sự trở thành một biển hiệu và là sứ giả của phần nội dung.

Các tit

Các tit trên trang nhất, trong trường hợp một xuất bản phẩm theo phong cách “nhật báo”, sẽ

được tổ chức theo hiệu quả mà bạn muốn đạt được. Nếu bạn muốn làm cho trang nhất *trở nên thật sống động*, bạn cần tìm được một *cách xếp đặt linh hoạt*, ở đó các thành phần khác nhau không sắp xếp theo cột thẳng hàng nhau một cách chính xác mà chúng chồng chéo lên nhau, đâm vào nhau hoặc gối lên nhau. Tuy nhiên hãy chú ý để tránh trở thành lộn xộn.

Trang nhất của một số tờ báo nổi tiếng là một minh chứng về phương diện này. Người ta có cảm giác đang ở trong một mớ lộn xộn không gỡ ra được. Tuy vậy, cách xếp đặt này lại hoàn toàn có chủ ý. Những sự đối lập được thể hiện thông qua các tít chữ to và chữ nhỏ, cột bị ngắt đoạn, các kiểu chữ tương phản nhau, các khung với kích thước và màu sắc khác nhau, tất cả sự sôi động này là hình ảnh sắc diện của cuộc sống mà tờ báo muốn thể hiện.

Phần lớn các tờ báo đặt trên trang nhất những chữ cỡ rất lớn. Nói chung, họ lựa chọn một thông tin chính và đặc biệt nhấn mạnh thông tin đó. Một số tin tức khác cũng xuất hiện trên trang nhất mà nội dung chính được cô đọng trong một câu gây sự chú ý hoặc một đoạn tóm tắt, với dấu dẫn tới các trang bên trong.

Cách làm này chủ yếu là của các nhật báo. Các tờ báo đó cung cấp cho người đọc một quan điểm rõ ràng đối với những vấn đề được họ đánh giá là chủ yếu trong vô số các tin tức thời sự.

Đối với một tờ tuần báo hoặc nguyệt san, cách lựa chọn này cũng có lợi để kích thích tính tò mò của độc giả. Chỉ một vài tí lớn xuất hiện trên trang bìa mà cái để thu hút sự chú ý của người đọc chủ yếu là một bức vẽ hoặc một bức ảnh.

- Rất nên đặt ở trang nhất, trang cuối cùng, hoặc ngay từ những trang đầu tiên, một *mục lục* có in số trang của các chuyên mục quen thuộc và các tin tức chính. Trong số này, ba hoặc bốn tin tức có thể được đặc biệt nhấn mạnh (chữ to, gạch chân, có ảnh). Mục lục cần phải dễ thấy và không bị xếp dồn vào một góc trang theo kiểu chỉ làm để gọi là có. Đó cũng là thêm một cách để mời độc giả đọc. Phần này vì thế cũng đáng để được quan tâm chú ý.

Cuối cùng, *mục xã luận* không nhất thiết phải nằm riêng trên một trang. Chính chất lượng biên tập, chứ không phải vị trí, mới mang lại cho mục xã luận sức mạnh của nó. Không có gì là mất giá trị đối với người viết xã luận nếu chia sẻ không gian riêng của nó với mục lục.

CHƯƠNG V

NHỮNG NGUỒN THÔNG TIN

Một nhà báo trước hết phải là một người biết lựa chọn các nguồn thông tin của anh ta. Sự lựa chọn này quyết định chất lượng của các bài báo.

THÔNG TIN NHẬN ĐƯỢC

Khi biết bạn là người cần thông tin thì sẽ có một mạng lưới thường xuyên gửi cho bạn những tin tức. Bạn hãy tận dụng một cách triệt để để đến với các cuộc họp báo trong những lĩnh vực mà bạn quan tâm. Hãy đảm bảo là tên của bạn và địa chỉ liên hệ được viết rõ ràng trong những thư mục của các trợ lý báo chí. Bạn cũng gửi các ấn phẩm tới những toà báo hoặc địa chỉ trao đổi của bạn.

Các cuộc họp báo

Những cuộc họp báo đều có lợi: giúp ta biết được những sự kiện sắp tới, lễ khánh thành, các sản phẩm mới hoặc những dịch vụ, các cuộc hội thảo, vv.. Những cuộc họp báo cũng giúp chúng ta có được một cách giải thích chính thức cho một sự kiện. Nó có thể là cơ sở ban đầu cho một cuộc điều tra.

Thư bạn đọc

Là nguồn gốc của những ý tưởng mới, những nghiên cứu bổ sung và xóa đi các câu hỏi. Thư bạn đọc giúp bạn hiểu một cách tốt nhất độc giả của bạn. Tuy nhiên cũng cần chú ý: thư bạn đọc không phải là đại diện cho tất cả bạn đọc.

Các cuộc trao đổi khác

Những cuộc viếng thăm, trao đổi điện thoại, “những điều rĩ tai” khác nhau, trực cảm...

CÁC NGUỒN TÀI LIỆU

Các hãng thông tấn

Những nguồn tài liệu có thể là các hãng thông tấn, những tài liệu chuyên ngành. Đặt những tài liệu này thì khá đắt nhưng đó là kho thông tin do những nhà chuyên môn viết. Đầu tiên là Hãng thông tấn Pháp AFP, bao trùm tất cả các sự kiện

hiện có trên thế giới. Nó sử dụng 1.200 nhà báo chính thức, 2.000 cộng tác viên và phát đi 2 triệu từ một ngày bằng sáu ngữ. Họ đề ra “đường dây nóng” gọi chung hoặc bằng thẻ, tùy theo chủ đề mà khách hàng của họ quan tâm.

Internet

Dễ dàng sử dụng phương tiện thông tin cách mạng này, hợp với túi tiền của nhiều người, sử dụng 24 trên 24 giờ, truy cập được những nguồn thông tin quốc tế, những chủ đề được đề cập một cách phong phú và khả năng tải được nhiều trang. Với tất cả các ưu điểm trên, phương tiện thông tin này là một công cụ phong phú tuyệt vời và rất phổ biến.

Tuy nhiên có hai bất lợi chính:

Một là thông tin phát trên hàng ngàn mạng của vệ tinh thì sẽ không chất lượng bằng thông tin của các ngân hàng dữ liệu, những hãng thông tấn hoặc báo chí cung cấp. Trên mạng, loại trừ thông tin đưa ra các thể chế được xác định một cách rõ ràng, nguồn thông tin thường là không chất lượng, thông tin không được chọn lọc, cắt cúp và kiểm tra lại. Thường thì thông tin không đầy đủ, không được phân loại và tổng hợp. Có nhiều nguy cơ là những thông tin xảo trá và phát đi những tin sai lệch. Nhà báo chuyên nghiệp cần được nhắc nhở thường xuyên xử lý các thông tin, kiểm tra lại và làm cho nó chính xác hơn.

Một thể loại báo chí mới cũng được sinh ra từ phương tiện thông tin đại chúng mới này. Nhiều trang website (báo chí tự do trên mạng, với những hình ảnh cũ kỹ của họ, những tập san) được xuất hiện. Điều đó là tự nhiên khi một kỹ thuật mới phát triển. Đường hướng của họ đôi khi là hoang tưởng và thường ngán ngùi.

Một số tờ báo điện tử muốn chuyên nghiệp hơn, theo cách viết chuyên cho một lượng công chúng nhất định. Thường là những vấn đề tài chính, tin học và kể cả vệ tinh.

Nhưng năm 2000, độc giả của họ vẫn còn hạn chế. Sự cân bằng về mặt kinh tế không phải lúc nào cũng được đảm bảo.

Mặc dù vậy nhưng xem ra họ vẫn hứa hẹn một tương lai tốt đẹp nếu như cứ nhìn vào tiền lương mà các nhà báo nhận được.

Thứ hai là kể cả thành công của Internet cũng đưa ra một kết cục không hề tốt đẹp. Sự đa dạng của các site làm phân tán các nguồn tin. Việc dò tìm những điều chỉ dẫn có thể khiến người ta chóng chán, kể cả nếu những cuốn danh bạ (Yahoo! Nomade...) tập hợp những site hay nhất về một chủ đề đưa ra và nếu như những động cơ tìm kiếm (Voila, AltaVista, Excite...) chỉ số hoá hàng trăm triệu trang quốc tế (6 triệu ở Pháp) trên mạng. Tất cả các trang chủ không có cùng một mối quan tâm và đôi khi khó có thể đánh giá được sự tin cậy của nó.

Điều đó có nghĩa là từ nay tất cả các công dân đều có thể thực hiện tất cả các loại văn bản (báo cáo của các doanh nghiệp, những cuộc đối thoại, hợp báo) mà trước đây chỉ dành riêng cho các nhà báo. Vậy là càng ngày càng phải tập trung vào việc xử lý các thông tin (kiểm tra lại, lựa chọn, sắp xếp) cũng như việc tìm kiếm có tính chất cá nhân những dữ liệu.

Internet cũng không thay thế để tra cứu các tài liệu thô, các văn bản chính thức, các mẫu in sẵn hay các hợp đồng. Không một hạn chế nào về mặt khả năng lại không áp đặt cho nó.

Báo chí hiểu rõ điều này và đã nhanh chóng mở những trang chủ trên mạng (*L'Express*, *Liberation*, *Le Republicain lorrain*, *Le Monde diplomatique*, etc...). Một số tờ báo như *L'Express* đã bổ sung các thông tin mà nó không có trong báo viết.

Một kênh truyền hình của Mỹ đã phát một chương trình tin tức dành riêng cho Internet (www.abcnnews.com). Để không cạnh tranh với các chương trình khác của họ, ABC cũng phát chương trình này vào giữa buổi trưa và hai giờ, vào thời điểm mà những người đi làm nghỉ ăn trưa. Như vậy họ có thể có thông tin mà không cần ra khỏi văn phòng và cũng không cần đợi đến buổi tối.

Nhiều trường như trường báo chí ở Lille hay CFD ở Paris đã ghi trong cuốn hướng dẫn đào tạo của họ cách này là “Nhà báo đa phương tiện”.

Một trong những tính đặc thù thú vị nhất của Internet và các hình thức nhắn tin (thư điện tử, e-mail bằng tiếng Anh và mel bằng tiếng Pháp) là những hoạt động mang tính quốc tế. Những người truy cập không chỉ hài lòng với việc tra cứu các trang miễn phí mà phần lớn thời gian họ có thể thu nhận từ xa, gửi lại tin nhắn hoặc là trao đổi các thư mục hay tranh luận với những người chịu trách nhiệm về mạng hay với những người truy cập khác. Cần có một hình thức mới trong cách viết để rút ra lợi ích tốt nhất của việc trợ giúp này. Những thông tin này đòi hỏi sự hiểu biết rộng về công cụ thông tin.

Cuối cùng vệ tinh cũng yêu cầu quyền được vào cho tất cả một loạt các danh bạ, cũng giống như danh bạ của các trang chuyên ngành của France Telecom (www.pages.pro.com).

Các nguồn khác

• *Báo chí: các báo, tạp chí, ấn phẩm xuất bản định kỳ* (nghề nghiệp, khoa học), các ấn phẩm chính thức, v.v.. Hãy đọc thật nhiều các thông tin. Trước hết bạn phải đối chiếu giữa những lĩnh vực hoạt động khác nhau và bạn sẽ chọn được những thông tin phong phú nhất. Những ấn phẩm kém quan trọng nhất có thể chứa thông tin hoặc chi tiết mà bạn tìm kiếm. Công việc đầu tiên của một nhà báo khi đến toà soạn là tra cứu sản phẩm của các đồng nghiệp. Cùng lúc để

không thiếu thông tin chính và để xem họ sửa đổi thế nào hoặc để thu thập tài liệu cho một chủ đề cụ thể.

Có hai mối rủi ro chính:

- Không ngừng tăng sự chênh lệch, không thể tránh được, giữa bằng chứng của người quan sát và thực tế được quan sát (xem *Chương VI: Trách nhiệm của người làm báo*). Với cố gắng chữa một tin và kết hợp với những lời bình luận và những chi tiết rõ ràng của mình, thì cuối cùng có thể tạo ra những lời đồn đại hoặc niềm tin thực sự mà nó không liên quan gì với thực tế.

Một ví dụ cho chúng ta theo kiểu “nói nhỏ” mà nhà báo rút ra từ những bài phát biểu của những nhân vật mà anh ta phỏng vấn. Người ta chỉ nắm bắt được một khía cạnh, đôi khi chỉ là giai thoại nhưng nó trở thành điều cốt lõi cho bức thông điệp của người được phỏng vấn và nó đã được phần lớn các báo lấy lại.

- Đồng nhất hóa các chủ đề và những vấn đề gai góc cần xử lý. Kết cục người ta ít tìm kiếm để biết xem độc giả thực sự nghĩ gì và những ấn phẩm cạnh tranh mà tổng biên tập quan tâm.

- *Sách mỏng, những bức thư mang thông tin:*
Càng ngày thì các nhà chuyên nghiệp càng cần đến cách này để thiết lập một mối quan hệ trực tiếp hơn giữa các thành viên của cùng một ngành hoặc cùng một tầng lớp xã hội.

Trung tâm đào tạo và nâng cao nghiệp vụ báo

chí (CFPJ) đã thực hiện cuốn hướng dẫn những nguồn thông tin.

Trong phần lớn các lĩnh vực hoạt động, các công đoàn, các hiệp hội nghề nghiệp đều in các cuốn danh bạ và các ấn phẩm chuyên ngành. Thông thường thì những thư mục này có sẵn trên Internet.

TÌM KIẾM TIN TỨC

- *Danh bạ biên niên sử* (bằng sách hoặc điện tử) và sổ địa chỉ. Ngoài ra, bạn nên có một thư mục (bằng giấy hoặc điện tử) và sắp xếp tên theo các lĩnh vực hoạt động, theo địa điểm hoặc theo các tiêu chuẩn khác phù hợp với bạn. Có hai thư mục cũng tốt, ví dụ tên của một người ở một thư mục và môi trường hoạt động của họ ở một thư mục khác. Làm một dấu dẫn để biết là có một thư mục khác.

Trên mỗi một tài liệu, người ta có thể ghi một vài hướng dẫn quan trọng liên quan đến đặc tính và chức vụ của người đang nói đến và tất cả các dữ liệu tiện dụng khác cũng như là tên các cộng sự của anh ta.

Người ta cũng có thể ghi vào một cuốn sổ nhỏ cầm tay (bọc ni lon để tránh ướt), số điện thoại thường hay sử dụng nhất.

- *Các phòng tụ họp cho những người trong nghề.* Đây là nguồn thông tin và mối liên hệ rất

quan trọng. Khi người ta đề cập một chủ đề xa lạ thì gặp gỡ là cách tốt nhất và nhanh nhất để xoay quanh các câu hỏi, để báo động các vấn đề đang đặt ra, về những khó khăn và những điều mới mẻ của nghề nghiệp liên quan. Cuộc gặp gỡ ở đây mang lại cho bạn một kho các danh thiếp.

- *Tài liệu cá nhân.* Sắp xếp những điều ghi chép của bạn và tài liệu (sau khi sàng lọc) mà bạn có thể cốp nhặt khi tìm kiếm. Đừng vứt các tài liệu thừa đi sau khi bài báo của bạn đã được đăng.

- *Mạng lưới người cung cấp thông tin.* Hãy phối hợp một cách triệt để khi bạn gặp một người nào đó lần đầu tiên. Hãy dành thời gian để trò chuyện với người này, người kia. Thường là chính trong những lúc tưởng là vô bổ người ta lại tìm được những điều chỉ dẫn quý giá. Bạn hãy tỏ ra là dễ chịu với cô thư ký hơn là với ông chủ.

- *Những cuộc họp báo và các buổi tiệc đứng.* Những nơi hội họp xoay quanh những thông tin chính thức và không chính thức thật là tuyệt vời. Nếu đến đây bạn sẽ có đầy một túi danh thiếp. Hãy nói chuyện với tất cả mọi người. Thông tin quý giá nhất đôi khi phát ra từ nguồn tin ít chờ đợi nhất.

- *Các thư viện, các trường đại học.* Công tác tư liệu của Pháp, đặc biệt các thư viện, ngân hàng dữ liệu, những ấn phẩm đều có thể tra cứu một cách tiện lợi.

- *Tất cả các cơ quan báo chí của các bộ, các cơ quan hành chính, các doanh nghiệp, các viện, v.v..* Nếu họ thường xuyên đưa ra một thông tin đã được thẩm định thì những nguồn tin đó có thể là nguồn cơ sở chính thức nhất, nếu như người ta biết chinh phục được lòng tin của họ. Hãy xem trung tâm tư liệu và trang Web của họ.

- *Các cơ quan chuyên ngành và công đoàn, các hiệp hội, v.v..* phần lớn đều theo sát các phương tiện thông tin đại chúng và rất vui khi được cung cấp tin cho bạn.

Hãy luôn mở mắt. Hãy tò mò, nghe nhiều, nói ít. Nhà báo phải là một nhà báo của 24 trên 24 giờ. Tất cả những gì anh ta đọc, anh ta học đều có thể phục vụ cho anh ta không hôm nay thì ngày mai.

ĐỂ CÓ CÁC TÀI LIỆU CÓ TÍNH CHẤT HÀNH CHÍNH

Thường thì khó có thể nhận được những thông tin từ các đơn vị hành chính. Về mặt này, phải biết rằng luật pháp đã cho phép tự do tiếp xúc với các tài liệu hành chính và bảo đảm được quyền trao đổi với các tài liệu này (Luật ngày 17 tháng 7 năm 1978). Điều đó cũng liên quan đến các đơn vị hành chính của nhà nước cũng như các đơn vị hành chính trên lãnh thổ và các cơ sở công cộng liên quan đến họ.

Ví dụ: Bạn đề nghị toà thị chính cho bạn tiếp cận với những ghi chép của một cuộc điều tra công khai, bao gồm thư từ và lời nhận xét trực tiếp từ một ủy viên điều tra. Toà thị chính phải chấp nhận yêu cầu của bạn (phòng hành chính chỉ có thể từ chối việc tra cứu tài liệu liên quan đến tiền, ngân hàng công cộng, sự an toàn của nhà nước và an ninh công cộng) và sẽ cung cấp cho bạn những tài liệu trong vòng một tháng.

Bỏ qua thời hạn này, nếu họ từ chối, bạn phải nắm lấy những người phụ trách trực tiếp các tài liệu hành chính và bạn phải mất một tháng để có câu trả lời. Nếu tài liệu đó cần cho bạn thì phòng hành chính yêu cầu bạn trả lại trong một thời gian tối đa là một tháng. Bạn cũng có thể đưa ra toà hành chính (họ cũng có thể can thiệp cho bạn có được hai tháng).

BÍ MẬT CỦA CÁC NGUỒN

Theo pháp luật, nhà báo không được giữ bí mật nghề nghiệp. Đó là một trở ngại, đôi khi là điều nhức nhối đối với quy chế đặt ra cho họ, ví dụ như không được để lộ nguồn tin. Tuy nhiên, gần đây một điều luật đã chấp nhận rằng trong một số trường hợp và trước tòa thì nhà báo mới phải giấu những nguồn cung cấp thông tin cho anh ta.

Về mặt pháp lý, người ta coi như có hai trường hợp, tùy theo nhà báo là nhân chứng hay là người

bị xét hỏi – Nếu anh ta đứng trước toà đơn giản là một nhân chứng: anh ta không có quyền nói dối, cũng không có quyền im lặng, nếu không sẽ bị phạt. Thường thì nhân chứng được gọi ra toà phải có mặt, trừ khi bị ốm hoặc do bí mật nghề nghiệp. Từ năm 1993 và luật “Vauzelle”, những nhà báo chuyên nghiệp từ nay trở về sau sẽ được hưởng một sự bảo vệ. Thực tế thì điều luật này chỉ ra rằng “Tất cả các nhà báo được đồng ý là một nhân chứng về những thông tin thu được trong khi làm việc được phép không phải tiết lộ nguồn gốc”.

Quyền lợi của họ cũng được tăng thêm nhờ có điều luật năm 1996 của Toà án châu Âu về quyền con người.

Nếu không phải là một nhân chứng thì thẩm phán có thể sẽ không tin và phán xét anh ta.

- Nếu nhà báo được đưa ra xem xét, thì người ta không thể buộc anh ta tiết lộ dù điều đó là thế nào. Một bị can có quyền nói dối: anh ta không sẵn sàng thể thốt. Việc từ chối trả lời thẩm phán không bị ghép vào hình phạt.

Vậy là ngày nay bí mật về nguồn tin của nhà báo bắt đầu được bảo vệ tốt hơn.

Ở Pháp, mối quan hệ giữa cảnh sát, pháp luật và báo chí thường căng thẳng. Ví dụ vẫn chưa có sự công bằng giữa bí mật của chỉ thị và tự do báo chí. Dù thế nào thì nhà nước cũng có những cách để khai thác và bảo vệ các nhà báo.

CHƯƠNG VI

TRÁCH NHIỆM CỦA NGƯỜI LÀM BÁO

Mọi người không có phương tiện không mong muốn, không có thời gian đến nơi xảy ra sự kiện. Do vậy, họ yêu cầu một chuyên gia thu thập, sắp xếp các thông tin. Người làm báo là một dạng đại biểu được cộng đồng “cử đi công tác”, để có được thông tin một cách chính xác nhất về những con người, sự kiện và bối cảnh.

Cũng như vậy, mọi người chờ đợi người làm báo, thông tin một cách hoàn hảo. Đó không phải là một công việc dễ dàng. Chúng ta lấy làm tiếc rằng, hiện tại rất ít người làm báo nắm vững nghề nghiệp của mình do chưa được đào tạo cơ bản: chỉ dưới 20% những người làm báo đang hành nghề được qua một trường lớp chuyên về báo chí.

Thông tin đòi hỏi nhiều sự nghiêm khắc, một

kỷ luật tư duy, một tinh thần đúng mực, và công minh, một nghệ thuật thành thạo và tổng hợp, tính tò mò thường xuyên, một khả năng chống lại mọi loại sức ép, một sự trung thực kiên định, một kiến thức tổng quát vững vàng, một sức làm việc không hề sơ hở, thiếu sót, một trực giác được rèn giữa cũng như xây dựng được một phương pháp đã qua thử thách...

Người làm báo phải có trách nhiệm khi viết những thông tin sẽ được nhân ra tới hàng ngàn bản. Hàng trăm, hàng ngàn con người sẽ đặt suy nghĩ duy nhất vào một vài chữ ngay ngắn do một người chuyên môn viết ra nhưng lại không được đào tạo nghiêm chỉnh, không ý thức được tác động của những bài viết của mình, và đôi khi, sai ngay chính chủ đề có thể bôi đen cả tư duy...

Xác định tính trung thực và chính xác của một sự việc, một hoàn cảnh là đòi hỏi lớn. Một cố gắng tìm tòi luôn cần thiết. Tuy nhiên, khó khăn đầu tiên đối với một người học nghề làm báo là không những hiểu được nó mà còn phải tìm kiếm những thông tin ngược lại hoặc làm rối rắm những điều mình tin.

Cần có ý tưởng và thói quen đặt lại vấn đề. Đây là một thói quen khó và rất ít khi ta có được, nếu không chú ý, nó sẽ làm tổn hại đến ham muốn tìm hiểu thực tế và những cảm giác của chúng ta đối với sự thật!

Thẩm tra mọi thông tin, đối chiếu nhiều nguồn tin, luôn tỏ thái độ cảnh giác với mọi nguồn tin và với chính bản thân, cần phải hình thành được nhiều phản xạ qua từng ngày. Điều quan trọng là trước khi đưa ra một ý kiến nào đó, cần nghi ngờ một cách có phương pháp (Theo Descartes, "Hãy thức tỉnh lại đi!") những điều ta nhận thức và cần có năng lực thường xuyên khi đưa ra vấn đề.

NGHI NGỜ ĐIỀU TA NHẬN THỨC

Mọi người chờ đợi ở người làm báo, như ở một nhà khoa học hay cảnh sát điều tra, năng lực để điều tra một "sự thật", để tiếp tục việc tìm tòi tất cả và chống lại tất cả, chấp nhận một nỗi cô đơn bỏ ỉch để tránh mọi ảnh hưởng đáng tiếc. Người làm báo phải có khả năng nhìn thấy được phía bên kia của hiện thực ảo. Công việc đó, dường như là hiển nhiên nhưng thật không dễ dàng như điều mọi người tưởng.

Đại đa số những người làm báo không phải là những ngôi sao truyền hình, mà là những nhà kỹ thuật của ngành thông tin, những công nhân của một ngành công nghiệp có trách nhiệm chuyển tải một cách nhanh nhất nguyên vật liệu phi vật thể ban đầu là "sự kiện" thành sản phẩm thương mại (thông tin).

Ngày nay, do chủ nghĩa tự do về kinh tế và toàn cầu hóa đòi hỏi, nhiệm vụ của họ đã biến đổi

nhanh chóng. Người ta không yêu cầu họ làm xuất hiện nhiều nữa ý nghĩa nhân văn, toàn cầu của những sự kiện sẽ được trích ra hay dần dựng bởi cảnh ăn khách nhất với những độc giả của họ.

Người ta có thể không biết hoặc lấy làm tiếc về một sự thật nhưng không thể loại bỏ nó, đó là: thông tin chính là hàng hóa. Và báo chí tham gia vào một hệ thống kinh tế mà ngày nay, khả năng sinh lợi về tài chính khi đầu tư vào lĩnh vực báo chí và càng ngày càng trở nên công khai không cần giấu giếm.

Như vậy, nếu việc xuất bản là một sản phẩm, nó phải được mua với số lượng lớn để có thể thu tiền nhiều nhất. Do đó, nó phải được gắn chặt với độc giả và người đăng quảng cáo. Nhiều tổ hợp báo viết và báo nghe nhìn ngày nay có trong tay họ những xí nghiệp lớn tham gia cuộc chiến cạnh tranh toàn cầu vì sự phát triển của họ. Và báo chí đại chúng (đặc biệt, thể loại nghe nhìn), dù có theo đuổi những cố gắng đáng khen ngợi về mặt phương pháp sư phạm thuần túy, cũng không thể thoát khỏi sự cạnh tranh, nếu không thì việc công chúng xem các chương trình cũng giảm sút, nói một cách khác là sẽ bị gạt ra rìa.

Thêm vào đó là truyền hình, phương tiện chủ yếu của ngành truyền thông, làm thái quá bức tranh biếm họa của thông tin thu nhỏ, giật gân và xúc động, đã giành quyền đứng trước và đẩy

những thể loại thông tin khác theo sau nó.

Để luôn thu hút nhiều độc giả, nhiều tờ báo lao vào chủ đề tình dục hoặc dân dã.

Vị trí dành cho tư duy bị thu hẹp lại. Người ta ít tìm cách giải mã hay hiển thị sự phức tạp của bối cảnh để cảm nhận, xúc động, chà xát. Thị hiếu về bên ngoài, bề mặt nhìn thấy được của sự vật và các sự kiện, đã choán chỗ trước cố gắng đi tới thực tiễn, trung tâm sự kiện và nhân vật.

Nhiều tờ báo, kể cả truyền hình đều cần có gan vạch ra điều ai đó tìm cách che giấu hoặc đi ngược lại dòng dư luận chung đã được chấp nhận.

Nhưng trong rất nhiều lĩnh vực, người làm báo chịu một sức ép lớn về văn hóa, kinh tế, thể chế buộc anh ta phải chấp nhận ở một mức độ nào đó.

Trừ trường hợp anh ta không tạo cho mình có tài năng, có cơ hội, có uy tín hay có một tính cách đảm bảo cho tính độc lập về tinh thần. Tiếc thay, những ngòi bút như vậy thật là hiếm...

Như vậy có nghĩa là người làm báo chịu sự kiểm duyệt mà bóng ma của nó luôn ám ảnh các nhà trí thức của thời đại thông tin dưới sự kiểm soát về mặt chính trị.

Mọi việc tiến triển một cách nhanh chóng. Với tình hình đó, sự kiểm duyệt như vậy thường ít gặp. Hơn một sự đe dọa là những cái bẫy "êm dịu" thường trực, đe dọa người cung cấp thông tin qua mỗi tiến trình của sự việc. Thường thường, người làm báo, dù ít hay nhiều, biết rõ rằng những cổ

đồng của tờ báo, những xí nghiệp đăng thông tin, quảng cáo, độc giả mua báo để nuôi sống các phương tiện thông tin đại chúng đảm bảo cho anh ta số tiền thù lao đều đặn. Các ông chủ chỉ đến lúc cuối cùng mới trực tiếp can thiệp. Họ không cần xuất hiện một cách thường xuyên để đưa tòa soạn của mình vào khuôn phép, bởi vì guồng máy của hệ thống đang vận hành hoàn hảo với nguyên tắc chủ đạo là: "*Làm tiền!*".

Một ví dụ:

Tạp chí tài chính hàng tuần

Cần tuyển

Một nhà tài chính trẻ

Lý do thiết yếu cho công việc làm báo

Tốt nghiệp đại học, hiểu biết về tài chính kinh doanh hoặc phân tích tài chính. 1 hoặc 2 năm kinh nghiệm về lĩnh vực tài chính và kiểm toán.

...vv...

- Người ta không tìm một nhà báo có khả năng xử lý các vấn đề tài chính mà tìm một nhà tài chính biết viết báo...

Như vậy, người làm báo cấu thành một mắt xích then chốt của xã hội và chức năng đó có nguy cơ bị vấy bẩn, biến chất do nhu cầu trục lợi.

Hiển nhiên, có những cấp độ khác nhau trong việc chấp nhận luật chơi và nhiều sự khác biệt giữa các phương tiện thông tin đại chúng.

Trong khi đưa ra một hình ảnh để làm yên tâm về một nền dân chủ và sự cạnh tranh, các phương

tiện thông tin đại chúng, trên thực tế, lại đi cùng một hướng, ít hay nhiều hy sinh cho cùng một vị thần: Sự Tiêu thụ, Trật tự đã được thiết lập.

Để thực hiện đúng đường hướng của báo, người làm báo không có cách xử sự nào khác như những diễn viên trên sân khấu xã hội. Các thể chế, các cơ quan hành chính, các đảng phái, nghiệp đoàn, hiệp hội chuyên môn và các cá nhân, đại đa số có thiên hướng đầu tiên là vì sự tồn tại của họ, đôi khi gây hại cho quyền lợi chung, thậm chí ngay cả khi họ phô trương điều ngược lại. Việc nhận tiền công hay tiền thù lao ít nhiều đã khóa miệng người được nhận tiền, đẩy anh ta tính đến làm theo yêu cầu của người ra lệnh hơn là sự thật, công lý hay lợi ích tập thể.

Mỗi người, trong phạm vi hoạt động của mình, có thể kiểm chứng dễ dàng điều đó.

Những tấn thảm kịch, sự hoang phí, nỗi đau khổ và những cuộc xung đột gây ra do thói quen luôn cho mình là trung tâm đã kéo theo sự vận động, sự mềm dẻo linh hoạt, sự điều chỉnh đúng đắn và sự cởi mở tư tưởng cần thiết.

Để có được sự hiểu biết các sự việc mà mình chứng kiến, người làm báo phải nhờ đến rất nhiều cơ quan, tổ chức chuyên ngành, nghe các chuyên gia của họ, lấy thông tin và các thông cáo báo chí của họ. Ý tưởng của người làm báo được nuôi dưỡng từ chất liệu phát ra từ những thực thể khác nhau và hiểu biết của anh ta được xây dựng trên

cơ sở lòng tin những thông tin của họ.

Thêm vào khó khăn đó, một số người làm báo thường không có khả năng phân biệt giữa thông tin và truyền thông, giữa tuyên truyền và quảng cáo, do thiếu thời gian, được đào tạo không đầy đủ, lười biếng, muốn tránh những phức tạp, anh ta tin và ghi những điều người ta giới thiệu với một vài nhận xét phê bình.

Ngoài ra, nếu anh ta là người đầu tiên hoặc duy nhất biết tin sốt dẻo, lại được trả công cao, anh ta sẽ ít quan tâm hơn về chất lượng và về nguồn thông tin của mình.

Như vậy, người làm báo lấy “nguyên vật liệu” của mình từ những con người, những thực thể (các chuyên gia, các cơ quan...), bảo vệ trước tiên quyền lợi của họ, họ đã sử dụng các kỹ thuật thuyết phục và truyền thông một cách cực kỳ hiệu quả. Ý kiến anh ta đưa ra thường ít khi là những ý kiến cá nhân do điều tra tại chỗ hay cuộc tìm kiếm gay go để phát hiện cái “không nhìn thấy”, cái “không nói ra” ở phía bên kia của bức tranh mà những con người, những sự kiện đưa ra. Đó thực sự là điều bất trắc cho nền dân chủ, thậm chí là một mối nguy hiểm như một số sự việc mới đây liên quan đến sức khỏe con người là một ví dụ (xem mục: Những người làm báo và các chuyên gia về chất amiăng)

Người làm báo rất hay đưa ý kiến đại diện (ít nhiều có tính hợp pháp) mà không phải là ý kiến

của người chủ chốt trực tiếp.

Trong một đất nước mà các thể chế đã đạt được một uy tín nhất định, một văn hóa giám định độc lập hoặc giám định lại trên thực tế, chỉ là dạng phôi thai. Như vậy, những người tranh chấp hay những kẻ dối lập được coi là kẻ ngăn cản vòng quay hơn là những nguồn thông tin bổ sung để làm phong phú cho cuộc tranh luận.

Điều đó được nêu lên không phải để chê bai hay cũng không phải để bút chiến, mà để thông báo cho người làm báo mới vào nghề những thực tế đang chờ đợi mình. Anh ta phải lĩnh hội điều đó khi thực hiện những điều tra của mình. Không phải anh ta ngờ vực tất cả, nhưng phải luôn luôn cảnh giác.

NHỮNG NGƯỜI LÀM BÁO VÀ CÁC CHUYÊN GIA VỀ CHẤT AMIĂNG (AMIANTE)

Cách đây 20 năm, ở Pháp, 100 ngàn người chết non vì ung thư do tiếp cận với amiăng. Những con số gây tai tiếng này do đánh giá của Hội nghiên cứu các nguy cơ nghề nghiệp nhằm thêm vào bản tổng kết về đám mây phóng xạ Trécnôbun, nhiễm trùng máu, bệnh bò điên, ... Những con số tai tiếng tới mức độ những người chết đó không phải do tình cờ hay do cấu tạo, cũng không phải do nhầm lẫn thuộc về con người

mà vì nhằm duy trì các lợi ích kinh tế.

Đa số các trường hợp, các nhà cầm quyền và các nhà công nghiệp cố tình trì hoãn những quyết định kinh tế tổng thể mà sử dụng sự bảo lãnh của các chuyên gia khoa học và các cơ quan chuyên trách để duy trì các quyền lợi kinh tế.

Trường hợp vật liệu từ chất amiăng là một tiết lộ mang tính đặc biệt.

Cuối những năm 1970, khi những nghiên cứu về khoáng vật có mô sợi, người ta không còn nghi ngờ gì nữa về mối nguy hiểm đặc biệt của nó gây ra, ngành công nghiệp amiăng Pháp (đứng thứ 3 trên thế giới) muốn bằng mọi giá, tránh được việc cấm sản xuất loại chất này. Một văn phòng liên lạc công cộng, trao đổi, liên lạc về kinh tế, xã hội được thiết lập nhằm thực hiện chiến lược hành lang vận động, gây sức ép với mục đích: tiếp tục sử dụng loại vật liệu này gắn với các khuyến cáo phòng ngừa.

Năm 1982, Ủy ban thường trực về Amiăng (CPA) ra đời và được Hội Amiăng Pháp tài trợ. Ủy ban này tập hợp các đại diện của ngành công nghiệp này, các bộ, các công đoàn, cơ quan nghiên cứu, chuyên gia y tế và nhà thống kê. Trong nhiều năm, Ủy ban đó đã ca tụng việc “sử dụng có kiểm soát” amiăng (điều không thể có trong thực tế) và độc quyền những thông tin chính thức về loại vật liệu này với sự đồng ý của ban lãnh đạo cao nhất của Bộ Y tế và của Viện

ngiên cứu quốc gia về an toàn.

Mặc dù vậy, một vài tạp chí có số lượng bản in hạn chế, các hiệp hội, và một số chuyên gia vẫn không ngừng kéo những hồi chuông báo động. Nhưng đại đa số những người làm báo, đối mặt với sự khác nhau của dư luận về mối nguy hiểm của amiăng, lại chỉ thích nghe CPA giới thiệu nhiều hơn về mọi đảm bảo nghiêm túc đáng tin cậy. Ngây thơ và lười biếng, họ đã không bận tâm tới việc chính quyền đã giao nhiệm vụ coi sóc sức khỏe và thông tin cho một ủy ban được ngành công nghiệp amiăng tài trợ.

Dưới sức ép của các phương tiện thông tin đại chúng, cuối cùng Chính phủ đã yêu cầu Viện nghiên cứu y tế quốc gia làm một bản báo cáo. Trước những kết luận kinh khủng của báo cáo đó, cuối cùng, vào năm 1996, amiăng đã bị cấm.

Như vậy, ngay cả trong lĩnh vực sức khỏe con người, lợi ích kinh tế đã có thể đứng lên trên nó. Hãy tưởng tượng trong những lĩnh vực hoạt động khác mà việc được thua ít lộ ra thì tình hình sẽ ra sao?

XEM XÉT LẠI VẤN ĐỀ

Ta không thể nói điều đó rõ ràng hơn nữa, bởi đó là việc tất nhiên phải như thế, nhưng cần phải biết rút ra những hậu quả từ một sự thật hiển nhiên khác: người làm báo cũng là một con người như bao người khác.

Như những người khác, anh ta là nạn nhân của những dục vọng, ảo tưởng, đức tin, những thiên hướng của mình. Như những người khác, anh ta là đối tượng cho những âm mưu, những quyến rũ, đe dọa. Như mọi người khác, anh ta phân tích, giải thích thế giới qua lăng kính cũ kỹ tạo nên do kinh nghiệm và đức tin của bản thân. Tóm lại, cũng như các bạn và tôi, anh ta có khuynh hướng hành động theo bản năng, theo cảm xúc của mình hơn là theo lý trí.

Mỗi nhận định của anh ta trên cột báo, có hay không tính tư tưởng, tôn giáo hay vô tôn giáo, nền văn hóa của đất nước hay gia đình anh ta, do sức khỏe, cá tính riêng của anh ta. Tóm lại, bằng tình cảm hơn là tính logic và suy luận lạnh lùng.

Có lẽ anh ta ngây thơ hay thực tế nghĩ rằng người làm báo là một chuyên gia phát triển những phương pháp đã được thử thách để phòng tính ngẫu nhiên và để đạt tới cái cốt lõi qua vỏ bên ngoài của sự việc, của những ý nghĩa ban đầu... Như nhiều công dân khác, anh ta thuộc vào hệ thống không cần bận tâm suy nghĩ quá đến cái phức tạp tận cùng mà những nhận định và bằng chứng thường biểu hiện.

Thông báo, không đơn giản là ghi lại một cách chính xác nhất những cái xảy ra trước mắt và những điều ta nghe được.

Việc lựa chọn chủ đề hay người đối thoại, góc độ và thời điểm chụp ảnh (theo đúng nghĩa đen

và nghĩa bóng), việc tham gia hay không tham gia vào một sự kiện đều có chủ định. Những điều đó chắc chắn sẽ định trước nội dung và hình thức của thông tin được cung cấp.

Thí dụ, riêng sự có mặt của một nhà báo có thể ảnh hưởng tới một sự kiện. Một đại biểu quốc hội hay một công dân sẽ không ứng xử giống nhau trước camera theo dõi anh ta hay không. Một vị bộ trưởng sẽ không trao đổi những điều bí mật khi ông ta nói trước một nhà báo hay một đại biểu quốc hội... Một số hoạt động, càng ngày càng dễ thấy, chỉ được tổ chức ra để được quay truyền hình.

Ngoài ra, đối với người làm báo cũng như đối với mỗi người, việc quan sát, nhận xét các sự kiện, lắng nghe người khác, sự sáng suốt, tính nhạy cảm, trí nhớ, nói tóm lại, sự sắp đặt tự nhiên, có văn hóa văn tác động thường xuyên đến từng người tùy theo cá tính và những hoàn cảnh của mỗi người.

Và như vậy sẽ tác động đến nội dung các bài viết của anh ta.

Ngay cả khi không có điều kiện, anh ta cũng tìm cách dò tìm ra trong mỗi sự kiện mà mình chứng kiến hoặc người ta mang lại cho anh ta yếu tố để củng cố những quan niệm hay quyền lợi của anh ta. Anh ta sẽ làm nổi bật phương diện này lên, và hết sức thành thực, anh ta hướng bài viết của mình nhằm thỏa mãn những ý kiến của cá

nhân. Anh ta bỏ qua bối cảnh, mà sự phân nhánh của nó là vô cùng tận, anh ta sẽ hội tụ những chi tiết theo hướng thích hợp với mình.

Một con người khác, nếu được đặt vào đúng vị trí như của anh ta, tham gia vào cùng một sự kiện sẽ nhận thấy hoàn toàn không giống như anh ta viết và như vậy, sẽ thuật lại điều đó một cách hoàn toàn khác. Mỗi người, thể hiện (hay phản bội lại?) hiện thực theo cách của mình và người làm báo không thoát ra ngoài sự thật đó.

Tóm lại, có nhiều cách diễn tả cũng như nhân chứng. Để nói rằng, thông tin, nếu như không khách quan thì luôn luôn là chủ quan?

Về một mặt nào đó, câu trả lời là đúng. Vì thế, một công dân đòi hỏi về mặt thông tin, luôn đọc nhiều tờ báo khác nhau để đối chiếu và phát hiện ra cái anh ta cần biết.

Điều đó muốn nói, người làm báo có thể xích gần lại với hiện thực, đứng lên trên tất cả cái anh ta nhìn thấy, nghe thấy và cảm thấy. Phải đấu tranh chống lại thói lười biếng của bản thân, trau dồi một phương pháp rèn luyện làm cho lý trí vượt lên trên đức tin, nhận thức, quyền lợi cá nhân, lắng nghe linh cảm của mình (nhưng không vì sự thôi thúc cá nhân).

Cần góp nhặt thật nhiều các dữ liệu, kể cả những dữ liệu mâu thuẫn với nhau, học cách liên hệ so sánh trung thực từng phần của sự việc, học cách vận dụng lại tính xác thực của mình.

Tóm lại, ta học tính thận trọng theo kinh nghiệm - một ngày, sẽ có thể ta gặp phải một độc giả phản ứng mãnh liệt một cách vô căn cứ, ngày khác một người kỳ quặc, bị điều khiển bởi một kẻ đối thoại giáo hoạt khác...

Tuy nhiên, bị thúc ép bởi thời gian và máy móc đo đếm, hòa nhập trong một hệ thống mà ở đó những giá trị thống trị là tiền và quyền lực, thường không nhận thức rõ bản thân, những người làm báo thường không thực hiện việc xem xét, đào xới lại và đối chiếu vấn đề cần thiết trước khi viết.

Sợ hãi trước sự phức tạp và những điều không chắc chắn như bao người khác, phê phán hời hợt đối với những người muốn củng cố những quan niệm riêng tư, do đó, người làm báo dễ dàng trở thành những con mồi cho những kẻ mưu toan lợi dụng họ.

QUAN ĐIỂM CỦA EDGAR MORIN VỀ VẤN ĐỀ THÔNG TIN

“Vấn đề thông tin không tách khỏi vấn đề giải thích bằng một hệ thống tư tưởng bao trùm lên nó, xác định vị trí của nó, gạt bỏ nó, và nó có thể cải cách hoặc cách mạng hóa.

Như vậy, chúng ta thấy rằng vấn đề thông tin, vốn cần thiết để biết những gì đang diễn ra trên thế giới,

buộc chúng ta phải đi ngược lại khá xa về phía nguồn gốc và vượt qua sự thẩm tra những thông tin. Vấn đề này đẩy chúng ta vào những phức tạp của cấu trúc tinh thần, của tín ngưỡng, của hệ tư tưởng, sự tin cậy, ngò vực của tổ chức các phương tiện thông tin đại chúng, của tổ chức xã hội. Chúng ta bắt đầu hiểu ý nghĩa của từ “tính phức tạp”: đó là không thể nào tách biệt hoàn toàn một hiện tượng để hiểu được nó, trái lại, đó là sự cần thiết nối nó với các mắt xích tự nhiên của nó. Và đây là tính phức tạp của vấn đề thông tin: người ta không thể tách biệt nó hoàn toàn khỏi xã hội, hệ tư tưởng, và trí tuệ của con người”.

(Trong “Để ra khỏi thế kỷ XX”, Nxb Nathan)

NHỮNG SỰ LẠM DỤNG KHÔNG BỊ TRỪNG PHẠT

Bấp bênh, phức tạp, đó là điều chúng ta đã nói. Sự thực là chúng ta ngày càng nhận thức được, ít ra là đối với những ai có cố gắng suy nghĩ, rằng trên thế giới này không có cái gì hoàn toàn trắng hoặc hoàn toàn đen. Như từ ngàn xưa, người phương Đông đã nói về âm và dương, bao giờ cũng có một chút cái này ở trong cái kia.

Cái thực tế có thể thấy được là vô cùng nhiều vẻ, và thường không thể nắm bắt được. Không ai có thể nói một cách tin chắc tuyệt đối về bất cứ điều gì rằng: tôi biết.

Một quan điểm ít khi sai, chủ yếu là hạn chế, thu nhỏ vấn đề lại, chỉ nên đề cập đến một khía cạnh, một mức độ quan sát. Hai đối thủ trong cuộc tranh cãi thông thường mỗi bên đều có lý một phần, nhưng là trên những bình diện khác nhau và xuất phát từ những quan điểm rất khó có thể dung hòa, bởi đã không được xác định từ trước.

Đã có câu “người nào tật nấy”; hãy giả định rằng thực tế của hành vi đó đã có thể chứng minh một cách không thể chối cãi. Lỗi này sẽ được xét xử một cách nào đó bởi một xã hội nào đó với những đạo luật đặc biệt của nó. Trái lại, đối với một nhóm người khác, hành vi tương tự, sẽ có thể được coi là tích cực. Người Palestin tự xưng là người kháng chiến, người Israel lại coi họ như những kẻ khủng bố. Đây là sự thật? Những “Việt Cộng” kia phạm tội ác gì khi họ chiến đấu vì nền độc lập của họ?

Nếu người ta không chú ý đến quan điểm của một trong hai phe, người ta tất yếu sẽ có những cách nhìn thiên vị và mang tính đảng phái.

Trái lại, nếu người ta tự đặt mình vào một sự tìm kiếm toàn diện, và theo nhãn quan vì lợi ích chung, người ta sẽ ra sức tìm hiểu những động cơ của hai bên. Tất nhiên, người ta sẽ lên án bạo lực, nhưng sẽ không loại bỏ những lý do đã thúc đẩy họ tới đó. Người ta sẽ tìm cách hiểu họ. Dù cho việc đó có thể gây phẫn nộ cho một dư luận thường chỉ

quan tâm đến sự bình tâm hơn là sự thật.

Chúng ta thường chỉ bằng lòng với một cách nhìn sự vật duy nhất, cách nhìn quen thuộc nhất (cổ truyền), trực tiếp, nhạy cảm nhất, dễ chịu nhất và có lợi nhất. Phần lớn những cuộc xung đột chính trị, tôn giáo, xã hội, văn hóa của chúng ta đều do nỗi lo sợ cái mới, một góc nhìn hạn chế, một cách tiếp cận thực tế lấy bản thân mình làm trung tâm và mang tính bè phái gây ra. Mỗi người tự coi mình, dù cho không dám thú nhận công khai, là người nắm giữ chân lý và tin chắc rằng sẽ không để cho bị quấy rầy bởi những gì quá khác biệt với những giá trị của mình.

Vai trò của người đưa tin, của nhà báo rõ ràng là phải thẩm tra trên thực địa, phải biết giữ một khoảng lùi trong thời gian và không gian và một độ cao đối với mọi biểu hiện, cho dù chúng có vẻ xác thực, hoặc chính thức đến đâu chăng nữa. Và phải chú ý xem xét những gì có vẻ không thực hoặc không đáng tin cậy.

Làm sao một nền dân chủ có thể hoạt động một cách hài hòa nếu không có sự soi sáng của một tinh thần được đào luyện theo cách quan sát và phân tích vô tư này?

Hoạt động báo chí ngày nay đang bị phê phán nặng nề. Uy tín của những người làm báo chuyên nghiệp đã giảm sút mạnh đối với người dân đang ngày càng có đòi hỏi cao trước vai trò trọng yếu của thông tin trong sự tiến triển của xã hội.

Những cuộc thăm dò dư luận gần đây chỉ rõ: gần một nửa người dân Pháp cho rằng, tình hình có thể hoặc chắc chắn đã không diễn ra như các cơ quan truyền thông nói.

Nói khác đi, một nửa trong số họ không còn tin những gì các nhà báo nói!

Ngành báo chí nhận thức rõ sự sút giảm về hình ảnh của mình trong dân chúng. Trong một báo cáo được chuyển lên, vào mùa hè 1999, Bộ trưởng Văn hóa và Thông tin, Jean-Marie Charon, một nhà xã hội học tại Trung tâm quốc gia nghiên cứu khoa học (CNRS) đã đề xuất bốn hướng công tác nhằm cải thiện tình hình:

- Bảo đảm một sự đào tạo cơ bản về pháp lý và quy chế hành nghề cho mỗi nhà báo mới.

- Ủng hộ sự phát triển những hình thức làm trung gian hòa giải bằng cách thúc đẩy những cuộc gặp mặt thường kỳ những người làm trung gian và phổ biến kết quả công việc họ đã làm.

- Tạo điều kiện thiết lập một nơi thảo luận, “những cuộc nói chuyện về thông tin”, ở đó hàng năm người ta điểm lại những vấn đề chính yếu đặt ra cho các ban biên tập.

- Kêu gọi những người có thiện chí, trong các nghiệp đoàn nhà báo, các doanh nghiệp, các tổ chức, hiệu chỉnh một cương lĩnh cam kết của các doanh nghiệp thông tin.

Dù cho các sáng kiến này có thực sự thúc đẩy tinh thần trách nhiệm của các nhà báo và doanh

ngiệp của họ, chúng sẽ chẳng bao giờ thay thế được sự nhận thức của từng người và ý chí tự bồi dưỡng cá nhân, cũng như sự làm trung gian hòa giải độc lập từ bên ngoài.

Một hiến chương của nhà báo¹ đã tồn tại từ 1918 nhưng không một cơ quan nào được ủy nhiệm để làm cho nó được tôn trọng. “Quyền xét xử của những người ngang tàng” mà bản hiến chương này gởi lên chỉ là một ảo tưởng. Còn các phương tiện truyền thông lại hiếm khi đặt ra yêu cầu phân tích và đánh giá bản thân là điều mà họ vẫn thực hiện mà không theo quy tắc nào (trừ quy tắc của tòa án) đối với toàn thể các thành phần khác của xã hội.

Một sự làm trung gian độc lập (mà họ có thể tham gia) sẽ khiến họ chấp nhận sự phê bình của công chúng và các đề nghị của xã hội công dân.

Ngày càng có nhiều công dân nhận thấy pháp luật ít bảo vệ họ trước những xâm phạm của báo chí vào tận đời tư của họ. Ngoài một vài vụ việc

¹ “Những bản quy tắc hành nghề khác đã được công bố và công nhận bởi phần lớn các nhà báo Pháp: Tuyên bố của UNESCO về các phương tiện truyền thông (1983), tuyên bố Bordeaux về cách cư xử của các nhà báo (được Liên đoàn quốc tế các nhà báo thông qua năm 1954, sửa đổi năm 1986), tuyên bố Munich về quyền và nghĩa vụ của các nhà báo (được các tổ chức nhà báo 6 nước Cộng đồng kinh tế châu Âu thời đó, thông qua năm 1971). Cũng như bản Tuyên ngôn nhân quyền, vấn đề là: Ai giám sát và bảo đảm việc thi hành các tuyên bố này?”

được đưa ra ánh sáng một cách có ích (như vụ tàu Rainbow Warrior, tức vụ gián điệp Pháp phá hoại chiếc tàu của phong trào bảo vệ môi trường chống thả bom hạt nhân tại Thái Bình Dương - và vụ máu bị nhiễm trùng đem truyền cho bệnh nhân...), còn biết bao vết thương (sự xúc phạm) gây ra hàng ngày bởi những lời nói bóng gió hoặc phán xét không có bằng chứng, mà chẳng bao giờ hoặc hiếm khi có được những lời cải chính cần thiết tiếp sau đó!

Đến nỗi ngày nay người ta đã nói đến “những người bị thương vì thông tin”, thậm chí, trong một số trường hợp, người ta nói đến “Vụ ám sát tinh thần” (thí dụ: vụ tự sát của Thủ tướng Pháp Pierre Bereznev...). Nhưng đồng thời cũng có ý kiến cho rằng: dù sao tất cả những điều đó vẫn còn tốt hơn một thứ báo chí đặt dưới sự kiểm soát về chính trị, hành chính và tư pháp. Vâng đúng như vậy. Nhưng chỉ trừ đối với những nạn nhân của những sự lạm dụng quá đáng nói trên.

Để cho ngành báo chí tự đánh giá việc sử dụng đúng đắn quyền tự do của mình là điều có thể chấp nhận được nếu tự nó trừng phạt và trấn áp những hành động lạm dụng như: vu khống, dựng lại sự việc xảy ra, ăn cắp tài liệu, sử dụng micro và máy quay phim: giấu kín, giả danh để lấy tin, sai lầm nghiêm trọng mà không chịu thừa nhận, loan truyền những tin đồn mà không thẩm tra.

HIẾN CHƯƠNG CỦA NHÀ BÁO

Một nhà báo xứng đáng với danh hiệu phải là:

- Chịu trách nhiệm về tất cả các bài viết của mình, dù là vô danh.
- Coi sự vu khống, những tố cáo không có bằng chứng, sự biến đổi những tài liệu, sự xuyên tạc những sự kiện, sự nói dối, là những vi phạm nghề nghiệp nghiêm trọng nhất.
- Chỉ công nhận quyền xét xử của những người ngang hàng, là quyền cao nhất về mặt danh dự nghề nghiệp.
- Chỉ nhận những nhiệm vụ tương hợp với phẩm cách nghề nghiệp.
- Không tự cho phép mình viện dẫn một chức vị hay một tư cách tượng tượng, sử dụng những phương tiện bất chính, để lấy tin hay lợi dụng thiện ý của bất cứ ai.
- Không nhận tiền bạc trong một cơ quan nhà nước hay một doanh nghiệp tư nhân ở đó tư cách, ảnh hưởng và những mối quan hệ của nhà báo có thể bị lợi dụng.
- Không ký tên mình dưới những bài báo quảng cáo thương mại hay tài chính.
- Không phạm lỗi ăn cắp văn, phải dẫn tên các đồng nghiệp mà mình đăng lại một bài viết nào đó.
- Không khấn khoản xin vị trí của một đồng

ngiệp, hoặc làm cho anh ta bị thải hồi, bằng cách chịu nhận làm việc với những điều kiện thấp kém.

- Giữ bí mật nghề nghiệp.

- Không sử dụng quyền tự do báo chí trong một ý đồ vụ lợi.

- Đòi được tự do đăng tải trung thực những thông tin của mình, coi sự lo toan và quan tâm đến công lý là những quy tắc hàng đầu, không lẫn lộn vai trò của mình với công việc của một cảnh sát viên.

(Hiến chương các nghề nghiệp của nhà báo 7/1918- đã được sửa đổi năm 1939)

Cần phải thúc đẩy sự suy nghĩ để đạt tới sự kết hợp quyền tự do thông tin tất yếu, với quyền được tôn trọng của mỗi người, dù cho người đó là kẻ phạm tội, hoặc chỉ mới bị tình nghi.

Trong khi chờ đợi luật lệ tiến triển và nghề làm báo tự tổ chức lại, đi kèm với sự phát triển về nhận thức, nên chẳng thành lập một (hoặc nhiều) cơ quan độc lập, có nhiệm vụ thiết lập mối liên hệ giữa các phương tiện truyền thông với các công chúng của họ?¹

Hiệp hội phi chính phủ này có thể quy tụ đại diện của các phương tiện truyền thông (các nhà

¹ Tại nhiều nước hiện có những hội đồng báo chí đóng vai trò này. Nhưng vì không có quyền cưỡng bức nên phần lớn không thay đổi được gì nhiều cách hoạt động của các nhà báo.

báo, chủ báo và các nghiệp đoàn), các độc giả, giáo sư đại học (các nhà xã hội học, tâm lý học), hiệp hội “người tiêu dùng” và các cơ quan chính quyền (Tư pháp, Thông tin, Nội vụ).

Hiệp hội này có thể là nhà trung gian hòa giải của nước Cộng hòa vẫn làm đối với cơ quan quyền lực hành chính, bảo vệ người sử dụng thông tin đối mặt với quyền lực thứ tư là báo chí¹.

Những bước vận động, phân tích và khuyến cáo của Hiệp hội chỉ mang tính chất chỉ dẫn. Nhưng khi được công bố, ít ra chúng cũng có thể mở ra một cuộc thảo luận dân chủ mà chỉ riêng nó mới có khả năng làm sáng tỏ nhiều mặt của sự thật².

NHỮNG NGUYÊN TẮC CỦA SỰ VẬN HÀNH BÁO CHÍ

Phương pháp tiến hành công việc của nhà báo có thể phỏng theo, phần nào, phương pháp làm việc của nhà khoa học: chú ý mô tả những tình tiết của sự quan sát, bối cảnh của cuộc nghiên cứu,

¹ Liên đoàn toàn quốc báo chí chuyên nghiệp đã gợi ý thành lập một cơ quan quan sát về thông tin để theo dõi những vấn đề các bộ biên tập gặp phải. Dù cho ý kiến này có thành hiện thực thì đề nghị này vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu của dân chúng.

² Một giải pháp khác có thể là các tờ báo để lập ra trong bộ biên tập của mình những tổ về quy tắc hành nghề có nhiệm vụ chăm lo đến cách hoạt động đúng đắn trước và sau sản xuất của tờ báo.

những phương tiện và cách thức sử dụng. Tóm lại, anh ta đã bình thường hóa công việc của mình khi nói rằng: trong những điều kiện như thế, tôi đã quan sát được cái này.

Có thể tưởng tượng được rằng, một ngày nào đấy trước nhu cầu đang gia tăng là làm sao cho thông tin đáng tin cậy, các tờ báo sẽ hoặc phải công bố một số điều kiện thực hiện các cuộc điều tra của mình: những nguồn tin nào, tham khảo những tư liệu nào, phải chăng đây là một bài phóng sự nảy sinh từ một chuyến du hành dành cho báo chí do một nhà kỹ nghệ hay một tổ chức tài trợ?... Nhưng ngày ấy sẽ chỉ tới nếu như đã xuất hiện yêu cầu xã hội (hoặc kinh tế) đòi hỏi phải tăng cường sự chặt chẽ và công minh trong việc “chế tạo” thông tin...

Thực tế là: tăng cường đào tạo, khiêm tốn hơn, thận trọng và nghiêm khắc hơn về trí tuệ, quan tâm hơn nữa về sự thật, có thêm phương tiện dành cho việc điều tra có thể là đã rất đủ để khôi phục lại thanh danh của một ngành nghề vốn cần thiết cho việc thiết lập những mối quan hệ lành mạnh và hài hòa giữa những công dân.

Nếu muốn có khả năng cung cấp cho độc giả một thông tin đáng tin cậy, nhà báo trong công việc của mình, sẽ phải căn cứ vào những nguyên tắc được gợi ý ở đây không theo một thứ bậc đặc biệt nào:

- Bám sát sự kiện - phải thiết thực, ít ra nên

tách sự miêu tả sự kiện với lời bình luận và giải thích nó.

- Hãy dè chừng với những điều hiển nhiên.
- Tự bồi dưỡng mình trong khi hành nghề và tại những môi trường được nghiên cứu.
- Không được thiên vị: Nêu rõ toàn bộ sự kiện, chớ giấu một số để làm nổi bật một số khác (tính toàn vẹn).
- Mưu cầu lợi ích chung.
- Đặc biệt chớ nên làm hại cho xã hội hoặc cá nhân.
- Biết tổng hợp mà không bóp méo.
- Xác định rõ, giải thích bối cảnh (khi tách một thông tin ra khỏi môi trường của nó, thì rất dễ xuyên tạc, thậm chí đảo ngược ý nghĩa của nó).
- Phải tìm nhiều bằng chứng (chớ bao giờ tự giới hạn vào một nguồn tin duy nhất).
- Cung cấp tất cả các giải thích có thể có.
- Đi tìm thông tin tại nguồn của nó (không nên tự hài lòng với những tin đồn hoặc những thông tin do một trung gian cung cấp).
- Không nên tin tưởng mù quáng hoặc hoàn toàn ngờ vực các thiết chế (cơ quan), các chuyên gia hoặc những giám định viên.
- Cũng luôn chú ý lấy ý kiến của một người hoặc một nhóm người bị cáo giác.
- Hết sức tìm kiếm những sự giám định lại hoặc những giám định bổ sung.

- Tự biết mình và làm việc theo những nhận thức, giả định, niềm tin, ảo tưởng... riêng của mình.
- Có thái độ cởi mở thường xuyên đối với những con người và sự kiện.
- Diễn đạt trong một ngôn ngữ giản dị, dễ cho đa số người có thể tiếp nhận.
- Cung cấp cho người khác những phương tiện để tự họ hình thành một ý niệm thay vì muốn bằng mọi giá, cung cấp ý kiến của mình cho người khác. Mãi mãi khước từ việc có ý kiến tiên nghiệm.
- Dành thời gian kiểm nghiệm, thẩm tra những điều người ta nói với mình (đối chiếu với các nguồn tin).
- Kiểm nghiệm những vấn đề và giải thích trái ngược nhau.
- Trình bày những thông tin không chắc chắn.
- Không lẫn lộn điều tra báo chí với điều tra của tòa án.
- Phát triển trực giác.
- Không bao giờ tiên đoán.
- Không để mình bị mua chuộc bởi những đặc ân, hay những “quà biếu nhỏ”.
- Tìm kiếm sự thật và nói ra, mà không xúc phạm, nếu có thể.
- Bản thân phải hết sức độc lập để tránh khỏi những sức ép đủ loại.
- Phải tính đến lợi ích chung cũng như những

lợi ích tư.

- Phải biết không tự giới hạn mình vào một chuyên môn duy nhất.

- Giữ thái độ cởi mở (không phán đoán) thậm chí trước điều không thể hiểu được.

- Đấu tranh cho quyền tự do biểu hiện, kể cả tự do của những người hoặc của những nhóm gây phiền nhiễu cho chúng ta...

Một sự suy nghĩ cơ bản về thế nào thực sự là công việc của một người cung cấp thông tin, vẫn còn phải tiếp tục tiến hành. Bởi vì than phiền về báo chí thì dễ, nhưng khó khăn hơn cả vẫn là đề xuất những giải pháp cụ thể có thể đáp ứng, cùng một lúc, nhu cầu ngày càng tăng của mọi người về tính minh bạch, bảo đảm tính đáng tin cậy của thông tin, tôn trọng cá nhân, cung cấp một tầm nhìn của báo chí về những tiến triển khác nhau của xã hội, và bảo toàn khả năng kinh doanh có lợi của ấn phẩm.

TUYÊN TRUYỀN VÀ QUẢNG CÁO

Bên cạnh thông tin, còn có tuyên truyền và quảng cáo cũng rất muốn giống như “bà chị cả” của chúng. Thậm chí nhiều khi chúng còn khoác chiếc áo và những đồ trang sức của bà chị ấy, bởi vì chúng biết rõ một thông tin độc lập về chủ đề sẽ có trọng lượng như thế nào trong quá trình nhận biết và đánh giá.

Tuyên truyền

Tuyên truyền là một hành động tác động đến dư luận khiến nó tiếp nhận một số ý kiến, ủng hộ một chính sách hay một chính phủ.

Nó thường sử dụng thông tin làm luận chứng. Những thông tin này được chọn vì nó đi theo hướng những ý kiến cần được gọi lên, đã được tuyển lựa bởi chính con người lấy mình làm đối tượng. Thông tin này độc nhất “xuôi chiều”: từ người nắm giữ thông tin xuống công chúng tiếp nhận thông tin. Người nắm giữ thông tin chọn lựa những yếu tố nào để phổ biến cho công chúng, là tùy theo ý riêng của mình. Tức là, chủ yếu theo lợi ích của người đó. Cho nên, thông tin ấy chỉ có thể là thuận lợi đối với anh ta.

Tại Pháp, thông thường tình hình cũng diễn ra như vậy đối với các cơ quan, các bộ máy chính quyền và doanh nghiệp. Một thông báo của tòa thị chính ít khi là một bản thông tin (trừ những thông tin thiết thực) - nhiều khi người ta nhận được tờ “Báo của thị trưởng”, hay của “ông chủ” nếu đó là một ấn phẩm của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, hiện nay, ngày càng có nhiều cơ quan hành chính địa phương đang tìm cách sắp đặt một thông tin không còn là tuyên truyền đơn thuần, tức là vai trò của nó không chỉ là biểu dương những thành tích của người được dân bầu và của đội ngũ lãnh đạo thị xã, mà còn để báo cáo tốt hơn về sinh hoạt của thị xã.

Cũng phải hoàn toàn trung thực nhận thấy rằng, các tờ báo không bao giờ tự phê phán bản thân họ và hiếm khi người ta thấy họ đưa ra những thông tin phản ánh một hình ảnh tiêu cực của chính họ¹...

Cái ý muốn “gây cảm tưởng tốt” vẫn là đặc điểm riêng của mọi quyền lực. Liệu có ai, khi nói đến bản thân, sẽ sẵn lòng phơi bày hoặc tiết lộ rãnh mạch, những điều xấu xa và khuyết điểm của mình?

Khuyến mại - Quảng cáo

Khuyến mại và quảng cáo đều có hiệu lực như tuyên truyền, nhưng, thay vì phục vụ một hệ tư tưởng hay một cộng đồng, chúng chỉ liên quan đến hàng hóa.

Khi nói đến một tên tội phạm hay một nhà văn, thì một cách nào đấy, nhà báo cũng làm quảng cáo cho họ. Những người kháng chiến khủng bố, cũng như những chính khách đều hiểu rõ điều này.

¹ “Những thông tin rất khó công bố, đối với các báo là những thông tin liên quan đến tập đoàn công nghiệp mà họ phụ thuộc. Ấy là chưa kể đến điều cấm kỵ tột cùng: đó là thông tin liên quan đến chính các tờ báo”. Daniel Schneidermann “Bàn về báo chí sau Bourdieu”, Nxb Fayard, 1999. Ông ta là người viết thời luận cho báo *Le Monde* và giới thiệu một chương trình trên kênh truyền hình TV5.

Cho nên, đừng chờ đợi người ta sẽ đến tìm bạn. Chớ nên bằng lòng với những thông tin người ta gửi tới, bởi vì mọi người phát tin đều có lợi ích khi làm việc đó. Hãy đi gặp những người khác. Hãy chủ động tạo ra những cuộc gặp gỡ mà không tùy thuộc vào người nói hay hoặc nói mạnh. Hãy biết lắng nghe cả những tiếng nói yếu ớt và làm cho những người yên lặng cất tiếng nói. Bởi vì những người biết bày tỏ không nhất thiết là những người có nhiều điều để nói hơn cả.

Có nguy cơ lớn, đặc biệt từ vài năm nay, là nhà báo đã dễ cho mình bị điều khiển bởi các tùy viên báo chí, người phụ trách quan hệ với công chúng, những người mà các đồng nghiệp Canada của chúng ta gọi là những người “truyền đạt thông tin” (communi cateur). Những người trung gian này biết nghệ thuật cung cấp vừa đủ để nhử mỗi bạn, nhưng cũng biết giấu bạn cái có ý nghĩa nhất, cái nhạy cảm và cái chiến lược nhất. Đó cũng là điều tự nhiên. Ta không thể chờ đợi họ sẽ hành động trái với lợi ích của họ... cho nên nhà báo phải thận trọng, khôn khéo và kiên trì.

Tuy nhiên, hiện nay, nhiều tùy viên báo chí đã bắt đầu hiểu rõ lợi ích của việc nói thật và tin cậy nhà báo. Nói chung, họ cung cấp thông tin đáng mong đợi nhưng yêu cầu nhà báo, nếu có cơ hội, giữ lại một vài yếu tố, để tùy ý sử dụng...

Trong khuyến mại và quảng cáo, ít ra là theo ý

nghĩa hiện đại và thương mại, có thể có sự thao túng xảo quyệt. Thao túng là sử dụng những kỹ xảo đặc biệt (mua chuộc, quyến rũ, nhắc đi nhắc lại...) để tác động đến tinh thần đối tượng mà đối tượng không hay biết. Tức là truyền đạt mạnh mẽ những thông điệp có thể sẽ không được chấp nhận nếu không dùng những kỹ xảo đó.

Người ta không chỉ tìm cách đưa ra một thông tin hoặc thuyết phục, mà còn tác động về mặt tâm lý người nhận thông điệp bằng những cách thức mà người đó không nhận thức được, nhằm mục đích tạo ra một dư luận hoặc làm nảy sinh cách xử sự mà tự người đó không thể có.

TRUYỀN THÔNG HAY THÔNG TIN?

- Đặc trưng của quảng cáo, khuyến mại và tuyên truyền, ba cụm từ có thể bao hàm trong từ ngữ “truyền thông”, đó là sự tin chắc, cái ý chí tác động đến người nhận, mặc dù người đó không muốn, là truyền đạt một thông điệp nhất định mà không có khả năng bị bác bỏ. Biên tập viên bị ràng buộc với thông tin bởi một lợi ích (tài chính, hệ tư tưởng). Anh ta là một công cụ thụ động, hoàn toàn được chỉ định (điều này không có nghĩa là có tài năng) phục vụ một người điều khiển (tài trợ) nhất định và có thể được nhận dạng.

Mục tiêu của thông điệp, người nhận, được coi như một thường dân cần được dẫn dắt theo một hướng nào đó, hướng này đã được xác định từ trước và phục vụ

lợi ích của người điều khiển. Ở đây có sự thao túng (thiếu sự tôn trọng cá nhân) khi cá nhân này không có phương tiện (xã hội, trí tuệ) để phán xét thông điệp được chuyển đến.

- Thông tin, bản thân nó phụ thuộc vào tính chuyên nghiệp và tính chủ quan của người đưa tin. Điều phân biệt đặc biệt với truyền thông, là nó thông qua ý thức của con người vẫn còn (tương đối) được lựa chọn chủ đề, những góc tiếp cận và xử lý, là vị trí của thông tin trong một hệ thống thang bậc các giá trị.

Chính vì lẽ đó, phần lớn các nhà báo ký tên dưới “bài viết” của họ, và qua đó chỉ rõ họ biểu thị thái độ trong những gì họ viết, và chịu trách nhiệm về những sự giải thích thực tại¹. Biên tập viên (trên lý thuyết,

¹ “Chúng ta đã thấy rằng nhà báo *không thể* đơn thuần là những nhà quan sát, ẩn lánh trước thời sự. Trái lại, họ là những người tạo dựng những cách thể hiện, hình ảnh và biểu tượng, những nhà sản xuất các sơ đồ trí tuệ và tinh thần mà họ thường xuyên xây dựng bằng cách truyền đi những thông tin, họ tuyển lựa và thu nhận thông qua bộ lọc của cá tính hoặc “nhân cách” của họ. Cái gì đã khích lệ nhân cách này? Lương tâm nghề nghiệp ư? Đồng ý. Nhưng đâu chỉ có vậy. Phải chăng tất cả các nhà báo đều được miễn dịch chống nỗi lo sợ, sự ham muốn nổi trội, lòng ganh tị, hám lợi, sự khinh miệt? Phẩm chất “con người” của một nhà báo là một tham số có tầm quan trọng đặc biệt. Một số nhà viết thời luận tầm cỡ lớn, như Pierre Viansson Ponté (báo *Le Monde*) đã chứng tỏ bằng tính độc lập tinh thần, lòng trắc ẩn và sự trung thực trí tuệ, khả năng biết sự dè chừng bản thân của họ. Một con đường vẫn còn được khai phá quá ít...”.

ít hoặc nhiều) không phụ thuộc vào thông tin được truyền đi.

Tính đa dạng của những nguồn được tham khảo, đôi khi có thể mâu thuẫn nhau, cho phép tăng thêm mức độ đích thực của một thông tin. Cuộc tranh luận giữa những cách tiếp cận khác nhau và giữa nhiều quan điểm được người đưa tin đề cập đến, và anh ta kết luận theo hướng phù hợp hơn cả với “sự thật” (của anh ta).

Tính đáng tin cậy của thông tin cao hơn sự khuyến mại. Thông tin tôn trọng quyền tự do của độc giả và biết cách làm thất bại những mưu toan thao túng mà bản thân nó đôi khi là đối tượng và khi nó không có ý định phê phán thay cho độc giả.

Sự phân biệt này làm nổi bật sự khác nhau về mặt kỹ thuật giữa một nhà báo và một tùy viên báo chí, giữa lĩnh vực của thông tin và lĩnh vực của truyền thông. Đôi khi, cùng một con người lại đảm nhiệm hai chức năng. Và đó là điều không khỏi gây ra những sự giằng co và hiểu lầm.

CHƯƠNG VII

NGHỀ LÀM BÁO

THẺ NHÀ BÁO

Để được coi là nhà báo đối với các cơ quan chính quyền (để làm một hộ chiếu hoặc giấy chứng thư nào khác, hoặc để được hưởng những quy định ưu đãi báo chí của nhà chức trách) cần phải có thẻ nhà báo, chính thức mà nói đó là thẻ căn cước (chứng minh thư) của các nhà báo chuyên nghiệp. Chứng thư này (tại Pháp có vạch chéo tam tài) do Ủy ban căn cước các nhà báo chuyên nghiệp (CCIJP) cấp.

Muốn được cấp thẻ nhà báo, phải có đủ các điều kiện sau đây:

- Làm việc hay cộng tác thường xuyên trong một cơ quan báo chí.
- Trên 50% thu nhập là từ nghề làm báo.
- Trên nguyên tắc, Ủy ban CCIJP chỉ cần người

xin thẻ có mức lương ít nhất bằng lương tối thiểu (SMIC) là đủ điều kiện được cấp.

Theo quyết định ngày 29-6-1983 của Hội đồng Nhà nước đã công bố việc duy trì điều khoản này là bất hợp pháp. Trên thực tế, Ủy ban CCIJP cũng có thể tính đến, trong một số trường hợp, các khoản tiền thù lao hoặc quyền tác giả. Do vậy, Ủy ban sẽ nghiên cứu hồ sơ từng người một.

- Đã từng làm việc hai năm trong ngành báo chí, hoặc một năm sau khi tốt nghiệp một trường báo chí được Công ước tập thể các nhà báo công nhận. Cũng nên chú ý là Ủy ban không đòi hỏi một sự đào tạo hoặc bằng cấp nào.

Hàng năm, các nhà báo đều được Ủy ban cấp thẻ xem xét lại, Ủy ban này có thể cấp hoặc không cấp con tem hợp thức hóa chiếc thẻ cho năm sau. Trong trường hợp bị khước từ, Ủy ban đã dự tính đến đơn của đương sự yêu cầu xem xét lại (chống án).

QUY CHẾ NHÀ BÁO

“Nhà báo chuyên nghiệp là người mà việc làm chính, thường xuyên và được trả thù lao, do hành nghề cho một hoặc nhiều tờ báo hàng ngày hoặc định kỳ, hoặc nhiều hãng thông tấn và lấy đó làm nguồn thu nhập chính”.

Định nghĩa này được đưa ra trong Đạo luật Cressard ngày 4-7-1974 và được đưa vào Bộ luật

Lao động, điều L.761-2. Như vậy, nhà báo chuyên nghiệp chỉ được xác định căn cứ vào sự thực thi nghề nghiệp chứ người ta không hiểu một cách cụ thể nghề này bao gồm những gì.¹

Để bổ cứu một phần tính chất chưa đầy đủ và không hoàn chỉnh của định nghĩa do luật định đã nói cụ thể đây là một công việc có tính chất sáng tạo hoặc thuộc về lĩnh vực trí tuệ có liên quan tới thời sự, trong một doanh nghiệp xuất bản các ấn phẩm định kỳ... Tính chất của doanh nghiệp xuất bản là yếu tố chủ yếu để phân biệt (tùy theo việc xuất bản các ấn phẩm định kỳ có phải là hoạt động chính của doanh nghiệp hay không) các nhà báo chuyên nghiệp với nhà báo của doanh nghiệp hoặc người phụ trách truyền thông.

Như vậy, đối với những nhân viên quảng cáo và tất cả những ai chỉ góp phần cộng tác nhất thời

¹ “Sự không rõ ràng trong định nghĩa vai trò của nhà nước một ngày nào sẽ được gạt bỏ. Sự xuất hiện nhiều tờ báo điện tử, đặc biệt trên mạng Internet, ít ra sẽ thúc đẩy những cuộc thảo luận căn bản về vai trò, phẩm chất và vị trí của nhà báo trong xã hội hiện đại. Một ngành nghề không thể được xác định chỉ bằng việc quan sát một cách thực hành trong điều kiện nhất định, mà không chỉ rõ nó bao gồm những gì. Mỗi e ngại đi ngược lại quyền tự do báo chí và khó khăn của nhiệm vụ (Thế nào là cung cấp thông tin? Cần phải tuân thủ những tiêu chuẩn nào để bảo đảm tính đáng tin cậy của một thông tin, cần phải xây dựng cơ chế điều tiết nào để tránh những lạm dụng?) chắc hẳn đã làm nản lòng cả nhà lập pháp lẫn nhà chính trị...”.

với một danh nghĩa nào đó không được coi là nhà báo. Một cộng tác viên nhất thời là người cung cấp những bài viết nhưng thực hành một nghề khác với nghề làm báo.

ĐIỀU KHOẢN VỀ LƯƠNG TÂM CÁC NHÀ BÁO

Mối quan hệ giữa chủ báo và nhà báo chuyên nghiệp đã được quy định bởi một công ước tập thể (có thể tìm văn bản này trong tờ Công báo hoặc tại các nghiệp đoàn nhà báo).

Những nguyên tắc liên quan đến nghề nghiệp gồm:

- Đối với một nhà báo, sự khước từ thực hiện một công việc quảng cáo, trong bất cứ trường hợp nào, không thể coi là một lỗi nghề nghiệp. Nhà báo nghe - nhìn được bảo hộ tốt hơn các nhà báo viết bởi vì “anh (chị) ta không thể bị ép buộc phải chấp nhận một hành động nghề nghiệp hoặc phổ biến những thông tin trái với thực tế các sự kiện”. Lẽ ra theo đúng logic thì điều khoản này phải được mở rộng cho mọi nhà báo.

- Dù sao đã có một điều khoản về lương tâm (Điều L.761-7 của Bộ luật Lao động):

“Chủ báo phải bồi thường cho nhà báo nếu hủy bỏ hợp đồng khi sự hủy bỏ này vì những lý do:

- + Sự nhượng lại tờ báo;
- + Sự đình bản vì bất kể nguyên nhân nào;
- + Một sự thay đổi đáng kể trong tính chất hoặc

định hướng của tờ báo, nếu sự thay đổi này tạo ra cho người lao động một tình huống có thể xâm phạm đến danh dự, thanh danh hoặc xâm hại đến những lợi ích tinh thần của người đó”.

Điều này cho phép nhà báo ngẩng cao đầu ra đi khi một ông chủ mới đến túi đầy tiền với những chiếc kéo quá sắc, và khi mà lương tâm anh ta không chịu đựng được ông ấy.

CHƯƠNG VIII

LUẬT BÁO CHÍ

*Emmanuel Derieux**

Hoạt động báo chí hoặc viết báo, cũng giống như mọi hoạt động khác trong một xã hội có tổ chức, phải tuân thủ và tôn trọng những quy định của luật pháp, không có ý định làm tổn hại tới tự do, và đặc biệt là tự do ngôn luận hoặc trao đổi thông tin. Trong một chế độ dân chủ, luật pháp là điều kiện và sự bảo đảm cho việc tôn trọng các luật lệ và quyền tự do của mỗi người. Trong khung cảnh này, thông qua các điều luật phải đặt ra những nguyên tắc và xác định quyền lợi cũng như nghĩa vụ (có quan hệ qua lại), dưới sự kiểm soát của tòa án.

Ngày nay, luật pháp quốc gia hoặc điều lệ nội

* Giáo sư của Trường Đại học Panthéon-Assas (Paris-2).

bộ này cũng cần phải được xem xét trong khuôn khổ quốc tế và đặc biệt là Cộng đồng châu Âu, không phải chỉ vì từ nay thông tin đã không còn biên giới, mà còn vì trong những văn bản và thoả thuận quốc tế cũng đã đặt ra một số nguyên tắc (Tuyên ngôn của thế giới về nhân quyền, Công ước về bảo vệ nhân quyền...) và vì cũng trong khuôn khổ đó, tồn tại những cơ chế tư pháp về kiểm soát và kiểm duyệt (Toà án châu Âu về nhân quyền, Toà án tư pháp của Cộng đồng châu Âu...).

Trong tổng thể luật này, để giới thiệu ngắn gọn trong khuôn khổ của một “hướng dẫn viết báo”, chúng ta chỉ đề cập những vấn đề có liên quan đến điều lệ về nội dung hoặc chế độ chịu trách nhiệm.

Trên thực tế, lỗi viết hoặc nội dung của một bài báo có thể dẫn đến việc truy cứu trách nhiệm của tác giả và của những người tham gia vào việc xuất bản. Vấn đề là mỗi người phải tự chịu hậu quả về các hành vi của mình, và trong trường hợp này, là về những bài viết, do sự lạm dụng, những bài viết đó cấu thành một vi phạm hoặc gây ra một thiệt hại.

Một chế độ trách nhiệm như vậy là điều tối thiểu mà luật áp dụng cho các lĩnh vực hoạt động này phải có, kể cả trong những thể chế tự do nhất. Theo luật của nước Pháp, đó là việc vận

dụng chính xác nguyên tắc quy định trong điều khoản 11 của bản Tuyên ngôn về nhân quyền và quyền của công dân năm 1789, theo đó “việc tự do trao đổi ý nghĩ và quan điểm là một trong những quyền quý giá nhất của con người; vì vậy mọi công dân đều có thể tự do nói, viết và in ấn, trừ khi lạm dụng quyền tự do này trong những trường hợp do luật quy định”. Trong một chế độ như vậy, những vi phạm được quy định theo luật và các điều khoản trừng phạt, trấn áp và bồi thường, được toà án đảm nhiệm, trong khuôn khổ của một sự kiểm soát theo luật định.

Về phương diện đó cũng có thể áp dụng hai hình thức, hoặc cách thức chịu trách nhiệm là: trách nhiệm hình sự và trách nhiệm dân sự. Ở loại trách nhiệm thứ nhất, thông qua hình phạt bằng tiền hoặc phạt giam giữ (rất may là không được công bố ở Pháp!), sẽ phạt những vi phạm, đã được xác định hoặc xem xét kỹ, vì gây tổn hại đến trật tự xã hội. Ở loại trách nhiệm thứ hai, theo yêu cầu của nạn nhân, phải tìm cách khắc phục thiệt hại đã gây nên, đặc biệt phải thông qua hình thức trả tiền bồi thường thiệt hại. Như vậy, đảm bảo thông qua tác động của toà án, sự hoà giải giữa quyền tự do ngôn luận, mà chỉ khi lạm dụng mới bị trừng phạt, các quyền và lợi ích của cá nhân hoặc của tập thể bị hại.

TRÁCH NHIỆM HÌNH SỰ

Những sự lạm dụng trong khi viết báo có thể đưa đến việc truy cứu trách nhiệm hình sự đối với các tác giả và cấp trên của họ, ví dụ như giám đốc nhà xuất bản. Luật pháp hiện hành quy định rằng, trong trường hợp không có quy tắc pháp chế ràng buộc, thì việc xác định các trường hợp vi phạm và những hình phạt phải chịu, một phần thuộc phạm vi điều chỉnh của luật ngày 29-7-1881, nhưng đồng thời cũng căn cứ theo các quy định rất tản mát khác.

Đạo luật ngày 29-7-1881

Khá rộng nhưng lại ít được biết đến nhiều như luật về “cấm dán áp phích”, luật ngày 29-7-1881, trước hết là đạo luật về “Quyền tự do báo chí”. Áp dụng nguyên tắc (lập hiến) quy định tại điều khoản 11 của bản Tuyên ngôn nhân quyền năm 1789, đạo luật này xác định những hành vi được coi như cấu thành tội lạm dụng quyền tự do báo chí và những hình phạt được áp dụng cho tội danh đó. Ngoài những quy định cơ bản này, đạo luật còn có những quy định về hình thức hoặc về trình tự tố tụng rất đặc biệt, mà để nhằm củng cố quyền tự do ngôn luận (nếu không muốn nói là chỉ nhằm mục đích dành một số ưu tiên cho những kẻ “chuyên tạo dư luận”), những quy định đó trên thực tế thường hạn chế khả

năng áp dụng các hình phạt đã được luật pháp quy định.

Những quy định về trình tự tố tụng

Do những nét đặc thù rất nổi bật, các quy định về trình tự tố tụng của đạo luật năm 1881 hoàn toàn dẫn đến việc làm phức tạp, nếu không nói là ngăn cản việc truy tố và vì vậy hạn chế khả năng trừng phạt các vi phạm. Các nhà báo và nhà xuất bản vui mừng về điều đó vì như vậy họ tránh được những nguy cơ bị kết tội. Tuy nhiên cũng không chắc chắn rằng, sự ổn định cần thiết của các luật lệ và các quyền tự do có được hoàn toàn đảm bảo hay không.

Trong số những nét đặc thù này của trình tự tố tụng, người ta thấy ở đây có một thời hạn hiệu lực đặc biệt ngắn, 3 tháng, tính từ ngày xảy ra sự việc hoặc hành vi xuất bản đầu tiên, đôi khi rất khó xác định, và khi hết hạn hiệu lực đó thì không một vụ kiện nào, hình sự cũng như dân sự, được thụ lý nữa.

Các thủ tục phải tuân thủ trong lúc tiến hành truy tố (liệt kê và gọi tên sự việc, dẫn các văn bản luật được áp dụng...) là những quy định riêng của luật năm 1881. Đó là nguồn gốc thất bại của nhiều vụ kiện không được thụ lý đúng cách. Như vậy, các thủ tục đó đã đảm bảo cho tác giả và những người chịu trách nhiệm về các bài viết một hình thức không bị trừng phạt hoặc miễn trừ nào

đó mà người ta không thể hài lòng vì lo lắng về tính công minh.

Dù rất đặc biệt, chế độ chịu trách nhiệm theo kiểu “nối tiếp” này, theo điều khoản 42 của đạo luật năm 1881, quy định giám đốc nhà xuất bản là tác giả chính của vụ vi phạm, người biên tập bài báo có thể bị truy tố như kẻ đồng phạm, như vậy nhằm đảm bảo rằng luôn có một ai đó có thể bị truy tố hình sự. Tuy nhiên, cái khó ở chỗ chế độ chịu trách nhiệm này chỉ áp dụng cho những vi phạm đã được quy định trong đạo luật này, chứ không phải cho những vi phạm quy định trong những văn bản khác..., ngoại trừ những văn bản trong số đó lại quy chiếu theo chế độ này!

Nếu những trở ngại của trình tự tố tụng này đã được vượt qua một cách đúng đắn, khi đó thẩm phán sẽ áp dụng những quy định cơ bản xác định các vi phạm và áp dụng những hình phạt đã được luật pháp quy định.

Các quy tắc cơ bản

Theo các quy định hình sự hoặc các quy tắc cơ bản, đạo luật năm 1881 xác định tất cả những việc làm tổn hại đến một số quyền lợi cá nhân hoặc tập thể đều bị coi là cấu thành hành vi vi phạm và có thể trấn áp. Trong số những yếu tố phổ biến và thường được nhắc đến nhất, người ta kể ra ở đây: quyền được trả lời, vu khống và lăng mạ, những bài viết có màu sắc phân biệt chủng tộc.

- *Quyền được trả lời*

Theo quyền được trả lời, quy định tại điều khoản 13 của đạo luật năm 1881, mọi cá nhân bị cáo giác trong một xuất bản phẩm định kỳ, được dành cho khả năng sử dụng cùng một phương tiện hoặc cách thức đó để trình bày quan điểm của mình về những chi tiết hoặc nội dung của việc cáo giác đó. Độ dài của bài viết trả lời được giới hạn chỉ dài bằng bài viết tố giác, có thể ít hơn 50 dòng hoặc nhiều hơn không quá 200 dòng. Bài viết trả lời, dù người thực hiện quyền theo luật này muốn nhìn thấy nó được đưa lên báo, thông thường cũng phải gửi cho tờ báo vào năm sau của năm đăng lời cáo giác, trừ khi phải thay đổi thời hạn này trong trường hợp ảnh hưởng đến sự suy đoán vô tội (xem *phần sau*).

Tuy nhiên, lợi ích và hiệu quả của việc thực thi một quyền lợi như vậy đòi hỏi sự phản ứng phải nhanh hơn rất nhiều. Về nguyên tắc, việc đưa bài viết trả lời lên báo cần phải được thực hiện trong thời gian ba ngày kể từ khi nhận được bài viết đó đối với nhật báo, trong số báo ra vào ngày hôm sau nữa của ngày nhận được bài viết đối với tất cả các xuất bản phẩm định kỳ khác. Việc đăng báo đó luôn được miễn phí. Theo lý thuyết, bài viết đó được đăng cùng một vị trí và với cùng một kiểu chữ đã được sử dụng với bài viết đã gây nên vụ việc.

Để hạn chế việc sử dụng quyền được trả lời

này, bên cạnh sự thiếu hiểu biết nói chung về quyền này và những khó khăn thực tế khi thực hiện quyền đó, báo chí cũng ít vốn vã trong việc áp dụng những quy định này của luật pháp. Có thể là báo chí cũng nhầm lẫn khi coi việc đăng những bài trả lời như vậy là một hình phạt hoặc thừa nhận đã sai lầm, mà thực ra người ta chỉ coi hành động đó là một yếu tố thuộc về tính đa dạng của thông tin và một cách để trao đổi ý kiến. Việc đăng thư đã trả lời về bài viết tố giác vào mục thư độc giả là không thỏa mãn yêu cầu của luật pháp và vì thế không phải là không nguy hiểm đối với những người có trách nhiệm của tờ báo, những người có nguy cơ bị truy tố hoặc bị phạt vì đã từ chối không đăng bài theo quyền được trả lời.

- *Tội vu khống*

Vu khống chắc chắn cấu thành một tội phạm, tội danh này đã được quy định trong đạo luật năm 1881 và là tội hay mắc nhất. Theo điều khoản 29 của luật, vu khống bao gồm việc viện dẫn hoặc quy kết một sự việc làm ảnh hưởng đến danh dự hoặc thanh danh của một người (kết tội nói dối, tham ô, lạm tiêu quỹ ...). Các điều khoản sau đây của đạo luật này quy định các hình thức vu khống khác nhau: đối với các cá nhân, đối với các tổ chức hoặc cơ quan công quyền... Những người có nguy cơ thất bại trong hành động của mình, buộc người tiến hành trình tự tố tụng phải quyết định

chính xác tính chất vi phạm, điều này hoàn toàn không đơn giản chút nào.

Vì không thể bắt đầu bằng việc viện dẫn những thiếu sót trong các quy định của trình tự tố tụng rất đặc biệt của đạo luật năm 1881, hoặc thành công nhờ sử dụng phương thức này, để tự bảo vệ, người bị truy tố vì tội vu khống có thể theo thể thức đã được quy định, tìm cách đưa ra chứng cứ về sự thật của việc vu khống, có nghĩa là sự thực hoặc tính chất có căn cứ của những lời buộc tội do anh ta đưa ra. Tuy nhiên, đối với anh ta, việc cung cấp chứng cứ đó, cũng phải theo đạo luật này, cũng bị cấm nếu “việc quy kết liên quan đến bí mật đời tư của người khác (...); dựa vào những sự việc đã xảy ra từ hơn mười năm trước (...) vào một sự việc cấu thành vi phạm đã được ân xá hoặc đã hết thời hạn truy tố”. Trong những trường hợp đó, người ta coi là không còn lý do nào cho việc đăng báo hoặc nhắc lại những sự việc như vậy, rằng danh dự và thanh danh của người trong cuộc luôn được đặt lên trên quyền tự do ngôn luận hoặc quyền được thông tin của công chúng.

Tuy nhiên, nhằm chống lại tính chất khắc nghiệt của những quy định của luật pháp liên quan đến việc cung cấp chứng cứ về sự thật của vụ việc vu khống, ngay cả khi không tìm được những chứng cứ như vậy, pháp chế cũng tạo điều kiện cho những người bị truy tố vì tội vu khống thoát khỏi bị kết án nếu những người đó được thừa

nhận là “thành thực”. Đối với việc đó, người ta yêu cầu họ: đã tiến hành một số thẩm tra; đã tỏ ra thận trọng trong việc trình bày những lời buộc tội; đã có ý muốn cung cấp thông tin cho công chúng; không có ác tâm hoặc tư tưởng trả thù đối với những người bị cáo giác...

- *Tội lãng nhục*

Không phải lúc nào cũng dễ dàng phân biệt với tội vu khống, tội lãng nhục, được quy định trong đạo luật năm 1881, là mọi cách diễn đạt lãng nhục, mọi từ ngữ coi khinh hoặc thóa mạ mà không quy tội một sự việc cụ thể nào. Chính việc có hay không có sự tham chiếu đến một sự việc mà trong những điều kiện đôi khi rất tế nhị, cho phép phân biệt giữa tội vu khống và tội lãng nhục. Ví dụ đánh giá một người là “không có khả năng”, là “gian dối” hoặc “yếu”, mà lại không có thêm những giải thích hoặc chi tiết cụ thể, sẽ bị coi là phạm tội lãng nhục.

Vì ngay cả việc không có những tham chiếu đến một sự việc cụ thể cũng cấu thành tội lãng nhục, nên đối với người bị truy tố vì phạm tội đó hiển nhiên là không thể nói đến việc tìm cách mang ra những chứng cứ của một vụ việc thuộc dạng này. Điều tra vụ kiện chứ không phải lòng thiện chí đã giúp anh ta tránh bị kết án.

- *Những bài viết mang màu sắc chủng tộc*

Chủ nghĩa phân biệt chủng tộc thường là một

nguyên nhân làm nặng thêm một số những vi phạm về tội vu khống hoặc tội lăng nhục. Trong cùng tình huống đó phải kể thêm cả việc kích động tư tưởng phân biệt chủng tộc hoặc hằn thù chủng tộc. Trong những quy định gần đây nhất được đưa vào đạo luật năm 1881, chủ nghĩa chủng tộc được định nghĩa là việc cáo giác một người hoặc một nhóm người vì nguồn gốc của họ hoặc do việc họ thuộc về hoặc không thuộc về một dân tộc, một quốc gia, một dòng giống hay một tôn giáo nào đó. Ví dụ như những sự buộc tội chống lại người nước ngoài hoặc người da màu là cấu thành những vi phạm loại này. Sự cần thiết thực thi quyền tự do ngôn luận và thông tin không bao giờ có thể giải thích cho những việc làm tổn hại đến lòng tự trọng thuộc về những nguyên tắc cơ bản về bình đẳng và nhân phẩm của con người.

Ngày nay, cần phải thêm vào các quy định của đạo luật năm 1881 về những vi phạm khác nhau liên quan đến việc thực thi các hoạt động viết lách, các văn bản khác có cùng mục tiêu.

Các văn bản khác

Trong những điều kiện hoặc vì những lý do không phải bao giờ cũng thật rõ ràng và chặt chẽ, đạo luật năm 1881 không phải hoặc không còn là văn bản duy nhất coi những hành vi lạm dụng

quyền tự do ngôn luận là những cấu thành các vi phạm. Trong khi còn thiếu chuẩn hóa pháp luật đạo luật này, cần phải tìm kiếm những thành phần của một chế độ trách nhiệm hình sự trong các văn bản khác, đặc thù hoặc không đặc thù. Hệ quả rõ ràng nhất là việc truy tố và trấn áp những vi phạm này sẽ tránh được những nét đặc thù của trình tự tố tụng theo đạo luật năm 1881, để tuân theo những quy định của luật chung.

Từ quan điểm này, người ta có thể đặc biệt chỉ ra ở đây một số hình thức làm tổn hại đến bí mật của đời sống riêng tư, vi phạm bí mật hoặc những quy định về việc phổ biến thông tin tư pháp.

- *Đời tư*

Ngày nay, việc bảo vệ hình sự bí mật đời tư được đảm bảo bằng những quy định tại các điều khoản từ 226-1 đến 226-9 của Bộ luật hình sự mới. Bộ luật này buộc tội việc dùng đến một số cách thức để mưu toan chiếm đoạt, chụp ảnh hoặc ghi âm những lời nói hoặc hình ảnh của một người, mà không được người đó đồng ý, sau đó để tuyên truyền hoặc công bố những bí mật. Việc cùng khai thác các thông tin hoặc những nội dung ghi âm được bằng cách đó, làm tổn hại đến bí mật đời tư, có thể làm người thực hiện những hành vi này trở thành đồng phạm với kẻ phạm tội xâm hại hoặc tối thiểu phải bị truy cứu trách nhiệm dân sự.

- *Xâm phạm bí mật*

Việc xâm phạm các loại bí mật khác nhau (nghề nghiệp, sức khỏe, thuế má ...), thông qua việc công bố các thông tin hoặc số liệu đã được bảo vệ, có khả năng dẫn đến việc truy cứu trách nhiệm của tác giả văn bản, với mức tối thiểu là đồng phạm hoặc chứa chấp những vi phạm các bí mật đã được bảo vệ.

Ở đây, quyền tự do ngôn luận hoặc thông tin cần phải có những giới hạn trong việc tôn trọng quyền của những cá nhân có liên quan, cần phải có sự hoà giải với họ. Vì những vi phạm được định nghĩa trong luật và việc trừng phạt do toà án đảm nhận, nên điều đó không đặt lại vấn đề về nguyên tắc cơ bản của tự do.

- *Thông tin tư pháp*

Từ quan điểm này, thông tin tư pháp hoặc thông tin liên quan đến các hoạt động xét xử được tách thành một trường hợp riêng. Bản thân việc tôn trọng thể chế và thành công trong hoạt động của thể chế đó đã giải thích việc một số hạn chế ít ra cũng được mang ra để thông tin hoặc để nhận được những đánh giá hoặc bình luận. Người ta có thể kể ra đây những quy định hình sự liên quan đến bí mật điều tra và thẩm cứu hoặc định nghĩa những vi phạm làm tổn hại đến quyền lực và sự độc lập xét xử.

Điều khoản 11 của Luật về trình tự tố tụng

hình sự đưa ra nguyên tắc, đã hoàn toàn thất bại và gây nhiều tranh cãi, về bí mật điều tra và thẩm cứu. Tuy không trực tiếp hay cá nhân vẫn phải theo một nguyên tắc như vậy, mặc dù không tham gia vào quá trình điều tra của cảnh sát và thẩm cứu của toà án, nhưng các nhà báo có thể bị truy cứu trách nhiệm vì tội đồng lõa hoặc chứa chấp những vi phạm bí mật dạng đó của một người (quan toà, cảnh sát...) có trách nhiệm trong vụ việc. Ngược lại, các nhà báo không bị ngăn cản việc tiến hành những điều tra riêng và công bố thông tin, để làm việc đó, họ không cần nhờ vào những người và các yếu tố có liên quan đến bí mật cần được bảo vệ.

Việc làm tổn hại đến tính độc lập và quyền lực của tổ chức tư pháp là mục tiêu điều chỉnh của các điều khoản 434-16 và 434-25 của Bộ luật hình sự mới. Tuy nhiên, số lượng truy tố và kết án đối với những vi phạm như vậy còn rất hạn chế do những giải thích rất hạn hẹp về các yếu tố cấu thành tội lạm dụng. Ngược lại với những gì vẫn được khẳng định, người ta hoàn toàn không cấm bình luận về một quyết định của toà án khi mà, trên cả việc phê phán một quyết định cụ thể, người ta không tìm cách thông qua những bài viết quá khích, cáo giác lại chính cơ quan tư pháp.

Những hạn chế khác của luật còn liên quan đến

việc phổ biến một số thông tin hoặc công bố những nhận xét hoặc đánh giá liên quan đến các vụ việc pháp lý đang trong quá trình xét xử, nhưng không đề ra những biện pháp trấn áp hình sự. Việc truy cứu trách nhiệm dân sự có thể là đủ và phù hợp hơn nhiều.

TRÁCH NHIỆM DÂN SỰ

Khi nói về loại trách nhiệm dân sự này, người ta muốn nói đến việc cam kết khắc phục những thiệt hại mà nạn nhân của hành vi lạm dụng của tác giả những văn bản sai trái phải chịu. Điều đó góp phần rất nhiều vào việc phục hồi, trong quyền hạn của họ, những cá nhân bị cáo giác vô căn cứ và phải đủ để can ngăn các tác giả không mắc những điều thái quá như vậy. Hình thức trách nhiệm này thường tỏ ra phù hợp hơn với những điều thái quá mắc phải do biên tập một văn bản. Đặc biệt, việc khắc phục có thể mang hình thức của việc trợ cấp một khoản tiền với tư cách là đền bù thiệt hại, thông qua toà án, và hình thức công bố bắt buộc bản án hoặc một phần của bản án đó.

Việc sử dụng hình thức chịu trách nhiệm dân sự này, vì những sự thái quá mắc phải trong một số văn bản, tuân theo một số quy định đặc biệt hoặc quy tắc thông thường của chế độ chung về trách nhiệm khắc phục.

Những quy định đặc thù

Với tư cách là những quy định dân sự đặc thù, người ta có thể chỉ ra những quy định có liên quan đến bảo vệ bí mật đời tư và suy đoán vô tội.

- *Đời tư*

Điều khoản 9 của Bộ luật dân sự quy định về nguyên tắc rằng, mỗi người đều có quyền được tôn trọng bí mật đời tư của mình. Trong lúc không có quy định hợp pháp về những yếu tố cấu thành bí mật đời tư, pháp chế đã quy định đặc biệt là: sức khỏe, đời sống tình cảm, quan hệ bạn bè... Tất cả mọi hành vi xâm phạm bí mật đời tư đều là sai trái và thủ phạm buộc phải đền bù những thiệt hại gây ra cho nạn nhân.

- *Suy đoán vô tội*

Mượn những quy định liên quan đến việc bảo vệ bí mật đời tư, điều khoản 9- 1 của Bộ luật dân sự quy định, theo cách mới hơn và không đầy đủ, nguyên tắc về quyền của mỗi người phải được tôn trọng sự suy đoán vô tội. Theo một quy định như vậy, luật pháp muốn đảm bảo việc bảo vệ những người liên can trong một trình tự tố tụng pháp lý đang xét xử chống lại tất cả những văn bản coi họ như là thủ phạm của những vụ việc còn đang trong quá trình điều tra hoặc thẩm cứu.

Đây là một vấn đề đang gây nhiều tranh cãi. Một số người cho rằng, những quy định đó làm

tổn hại đến quyền tự do thông tin. Một số người khác lại muốn phát triển hơn nữa những quy định đó. Những áp dụng từ trước tới nay tại các toà án cho thấy, dường như quyền tự do ngôn luận ít bị ảnh hưởng, vì việc đền bù những tổn hại đó, như đã được quy định trong luật, chủ yếu nằm ở chỗ yêu cầu đưa lên các cột của những tờ báo bị kết án một thông báo nhắc lại rằng người vi phạm vẫn còn chưa xét xử, cần phải được hưởng sự suy đoán vô tội.

Bên cạnh một vài quy định đặc thù liên quan đến việc áp dụng chế độ trách nhiệm dân sự vì những điều thái quá của một số bài viết, còn có thể sử dụng chế độ chung về trách nhiệm dân sự.

Chế độ chung

Ngược lại với những điều đôi khi được khẳng định, không có gì chứng minh rằng những văn bản sai phạm thoát khỏi khả năng sử dụng chế độ chung về trách nhiệm dân sự. Những hành vi dân sự đang trong quá trình khắc phục hậu quả phải luôn luôn gắn với những hành vi hình sự đang trong quá trình trấn áp. Ngoại trừ những ngoại lệ, những hành vi này chủ yếu có thể ở vào tình trạng tự chủ. Việc sử dụng một trách nhiệm dân sự như vậy, khi nó nhằm đền bù thiệt hại, hoàn toàn tuân theo nguyên tắc của tự do ngôn luận. Rõ ràng là nó khác với một số biện pháp phòng ngừa

mà trong một số tình huống đặc biệt, có thể định đoạt bởi cùng một thẩm phán dân sự.

Đền bù

Đối với những hành vi lạm dụng của các văn bản, cũng như tất cả các cách khác, người ta áp dụng những quy định của các điều khoản 1382 và theo Bộ luật dân sự quy định chế độ chung về trách nhiệm dân sự. Tất cả mọi hành vi gây tổn hại đến người khác đều buộc người gây tổn hại phải bồi thường khắc phục hậu quả.

Một số biện pháp phòng ngừa có thể gây ra nhiều tranh cãi hơn.

Phòng ngừa

Bộ luật dân sự, trong các điều khoản 9, liên quan đến những tổn hại nghiêm trọng nhất đến tính chất riêng tư của đời sống cá nhân, 9- 1, liên quan đến những tổn hại cho sự suy đoán vô tội, và thông qua những quy định áp dụng chung của điều khoản 809, dành cho toà án xét xử quyền hạn tạm thời ra lệnh các biện pháp phòng ngừa, trong trường hợp khẩn cấp và do mức độ nghiêm trọng và tính chất không văn hồi được của việc cáo giác. Những biện pháp đó có thể là hình thức ngăn cấm hoặc kiểm duyệt các xuất bản phẩm (báo, sách ...).

Bằng cách đưa vào những thể thức của việc kiểm soát tiên quyết, trên thực tế những thể thức

đó có vẻ như đối lập với quyền tự do ngôn luận. Tuy nhiên nên ghi nhận rằng những biện pháp như vậy đã được pháp luật dự đoán trước và được toà án áp dụng, những biện pháp đó cần phải mang một tính chất đặc biệt. Vả lại, kinh nghiệm đã chỉ ra rằng, trong một số vụ kiện, việc truy tố theo một trình tự tố tụng như vậy, có thể dẫn đến việc cấm một xuất bản phẩm, lại tạo cho xuất bản phẩm đó một cái cơ tuyệt vời để bán chạy và rõ ràng đó là hiệu ứng ngược với điều mà nguyên đơn muốn đạt được, vì vậy nguyên đơn cần phải đặc biệt thận trọng khi khởi kiện.

Cũng giống như mọi hoạt động khác, việc viết báo cần phải tuân theo quy định của pháp luật nhằm đảm bảo, dưới quyền lực và sự kiểm soát của toà án, sự hòa hợp giữa quyền tự do đặc thù này với các quyền lợi và các quyền tự do khác. Ngay cả khi những sửa chữa, sửa đổi hoặc cải tiến có thể có ích, chế độ của nước Pháp nói chung tôn trọng nguyên tắc tự do ngôn luận. Việc nắm rõ hơn những quy định và áp dụng chúng, đặc biệt là hiểu rõ chế độ trách nhiệm dân sự và hình sự hiện hành, đồng thời cần phải làm yên lòng những người hay lo lắng nhất và góp phần đảm bảo một sự cân bằng tốt nhất giữa luật pháp và các quyền tự do có mâu thuẫn với nhau. Trên thực tế, điều đó cấu thành một chế độ dân chủ, được xây dựng dựa trên sự tôn trọng luật pháp và các quyền của mỗi cá nhân.

CHƯƠNG IX

NHỮNG LỜI KHUYÊN CỦA CÁC NHÀ BÁO LÀNH NGHỀ

Trước khi kết luận cuốn sách hướng dẫn cách viết báo này, chúng tôi có một sáng kiến thú vị là đề nghị một vài “cây bút có tên tuổi” của các tờ báo quốc gia và địa phương đưa ra một vài lời khuyên từ những kinh nghiệm của họ sau nhiều năm làm việc cho những biên tập viên mới vào nghề. Phải cảm ơn họ biết nhường nào khi họ đã bớt chút thời gian để viết ra những dòng chữ tuy ngắn ngủi nhưng quý báu này.

PHILIPPE FREMEAUX

Tổng biên tập - *Tờ Alternatives économique*

10 LỜI KHUYÊN

ĐỐI VỚI NGƯỜI LÀM BÁO MỚI VÀO NGHỀ

1. Nghề báo là một nghề nhưng không chỉ có một khuynh hướng. Nghề báo là một khuynh hướng nhưng không chỉ là một nghề.

2. Phải biết phân biệt giữa những sự kiện và sự phân tích, nhưng việc thể hiện những sự kiện đều bao hàm một sự phân tích ở bên trong.

3. Không phải vì họ thường xuyên gặp gỡ với những người quan trọng mà chính họ mới là quan trọng. Điều làm cho nhà báo trở thành quan trọng (đôi khi là tài năng của anh ta), đó chính là sức mạnh ở chỗ dựa của anh ta và những điều làm nên chỗ dựa quan trọng lại chính là những độc giả.

4. Những nguồn thông tin thì gần, còn độc giả thì lại ở xa. Nhà báo không có một sự phản hồi ngay lập tức từ phía khách hàng, ngược lại với những người làm tư vấn hoặc truyền thông. Sự độc lập phải nghiên cứu thẩm tra những nguồn tin nhưng đừng bao giờ quên độc giả. Điều đó không có nghĩa là tìm cách điều khiển họ.

5. Độc giả thường ít góc nghề hơn chúng ta tưởng.

6. Các nhà báo được coi là những người cao quý và độc lập, nhưng thể nhà báo của họ cũng giống như tấm thẻ của cảnh sát. Tại sao? Đôi khi họ

ngâm bỏ qua những luật lệ xã hội vì những thỏa thuận thấp hèn.

7. Báo chính trị là hình thức phi chính trị hoá nhất. Nó tập trung vào những lời thì thầm, sự căi cọ của mọi người và khẳng khẳng không bao giờ nói những vấn đề chính trị hiện tại mà lại nói đến kinh tế, xã hội, thể chế. Một số nhà báo đã thành công trong cả hai nhưng số đó không nhiều.

8. Khi bạn viết, hãy đặt kết luận của bạn trong phần mở bài. Làm như vậy sẽ tiết kiệm thời gian cho độc giả của bạn. Nếu dừng ở đó, họ sẽ có một thông tin; và nếu điều đó làm họ quan tâm thì họ sẽ muốn hiểu những phần tiếp sau.

9. Tính khách quan không tồn tại, còn sự trung thực thì có. Khi anh ta tỏ ra là khách quan thì chắc chắn là anh ta không trung thực.

10. Bài báo là một sản phẩm công nghiệp, xây dựng chứ không phải là những nghệ nhân tài năng chỉ ngồi trong góc của họ để sắp xếp bài viết của mình. Những người chủ bút không phải lúc nào cũng ngồi im một chỗ để nói về nghề của mình vì họ có một cái nhìn bao quát.

FRANCOISE GIROUD

Người viết xã luận - Tờ *Le Nouvel Observateur*

Đừng bao giờ quên nếu bạn chưa biết điều này, đó là khi viết một bài xã luận bao giờ cũng phải viết dàn bài, trừ khi chỉ viết 20 dòng. Một bài báo

hay thể hiện một nghệ thuật sân khấu hơn là nghệ thuật văn chương và đừng bao giờ quên điều đó. Đó là một sợi dây kéo căng mà ta phải trực tiếp treo lên đó sự quan tâm của độc giả và phải luôn giữ sự quan tâm đó từ đầu đến cuối, vì vậy không được xa rời độc giả và giảm chế độ làm việc. Người ta không thể cắt giữa bài báo trừ khi cần rút ra một ý hoặc một sự kiện.

Sự công kích: Không có quy tắc. Nguyên tắc “Ai, cái gì, ở đâu, khi nào” là ổn nếu đó là một tin. Mặt khác, phải công kích như thể là người ta kể thật to một câu chuyện. Nếu tôi muốn nói với bạn rằng, tôi thấy một tai nạn ô tô thì tôi không thể bắt đầu nói rằng: “Tôi đi trên đường Champs-Elysees, trời đẹp, có rất nhiều người ở đó v.v..”, mà phải nói là: “Tôi vừa nhìn thấy một tai nạn khủng khiếp... hai chiếc xe con đâm vào nhau làm hai người chết, v.v..”.

Báo viết không phải là một chế phẩm văn học, đặc tính đầu tiên của nó là sự sinh động. Khó có thể miêu tả thế nào là sự sinh động. Ta có thể xem ví dụ Stendhal viết không phải là hay nhưng ông ấy biết lôi kéo độc giả và không để cho họ buồn ra.

Loại bỏ các trạng từ càng nhiều càng tốt. Cũng nên bỏ những câu sáo rỗng như là: mặt trời không thể chiếu rực rỡ... màn đêm đen kịt... những sợi tóc bông bênh, v.v.. Không ai cấm nói đúng bản chất của mọi vật nhưng đừng có thái quá trong

cách chọn từ. Để làm cho mọi người hiểu, trước hết chính mình phải hiểu những điều mình nói. Tốt hơn hết là phải rõ ràng.

Tài năng, nói một cách cho đúng là không ai dạy cho được mà cũng không ai học được. Đó là do thiên hướng của ngòi bút. Trong viết báo, tính súc tích là một yếu tố.

ALAIN LOUYOT

Tổng biên tập của ban Thế giới - Tờ *L'Express*

Thành viên ban giám khảo

của giải Albert-Londres

Một đồng nghiệp trẻ muốn đưa ra cái mà anh ta gọi là “phóng sự lớn”. Bởi vì chắc chắn đó là một thể loại báo mà tôi biết rất rõ từ 30 năm nay. Trước hết, tôi nói là không thể thành công.

Ngược lại, nếu anh ta muốn có một vài may mắn được độc giả quan tâm đến, giúp họ hiểu về một đất nước hay một vị trí và khả năng gần gũi nhất với thực tế, thì trước hết tôi mong anh ta có một sự tò mò vô hạn đến tất cả các lĩnh vực.

Có thể đó chính là bí mật của nghề làm phóng sự này. Đừng sợ bị xúc động nếu người ta muốn làm ai đó xúc động mà không giả tạo. Tất cả chỉ cần biết, khi viết phải giữ cho cái đầu lạnh lùng.

Tóm lại, là giữ cho sự nhạy cảm ở trạng thái bất động, đừng ủy mị và vô liêm sỉ.

Cũng phải nghiên cứu đến sự cân đối hài hòa tế

nhị khác, nó là bằng chứng nhiều cho sự nghiêm minh. Khi điều tra cũng như khi viết báo nếu không có suy nghĩ nghiêm túc thì chỉ làm cho độc giả buồn phiền.

Để giúp anh ta hiểu được hoàn cảnh đặc biệt phức tạp, chẳng ích gì khi nhảy vào những thứ xa vời cao quá hoặc che đậy các công thức rỗng tuếch. Với tôi, việc nắm bắt, nhận thức sự việc hiệu quả hơn là ta kể những điều ta thấy.

Cuối cùng, điều quan trọng cần chăm chút đó là cách viết và văn phong. Theo Joseph Kessel, một nhà viết phóng sự có tên tuổi thì Jacques de Lacretelle đã nói rằng, anh ta là “một nhà văn lớn hay đi đây đó”. Không đặt ra đòi hỏi tất cả các nhà báo có tài như nhà văn nhưng mỗi trang giấy sẽ xứng đáng được gọt đẽo như một tác phẩm nghệ thuật.

Tất nhiên là thời gian lúc nào cũng thiếu đối với các nhà báo, nhưng mỗi lần họ có thể làm điều đó, “trăm lần cho một nghề...”, họ phải khao khát trau chuốt và sửa sang kỹ càng.

YVES SMAGUE

Nhà viết phóng sự có tên tuổi của *La Voix du Nord*

“Hôm qua cậu không được khỏe?”

Những ngày vui được bắt đầu: “Thật là tuyệt vời bài phóng sự của bạn về...”. Những ngày không

được tốt lắm, câu đó được đưa ra (theo cách hỏi vì những đồng nghiệp của tôi đều lịch sự): “Hôm qua cậu không được khỏe lắm?”. Tuy vậy theo quan điểm của riêng tôi, hai bài báo đó đều như nhau.

Từ đó tôi rút ra hai bài học:

1. Có thời điểm chúng tôi không phải là những người phán xét tốt nhất cho sản phẩm riêng của chúng tôi.

2. Không có công thức cho một bài báo hay ở mọi nơi, mọi lúc.

Hãy đặt ra cho mọi người những thói quen, những cách sử dụng, những cái riêng cho mỗi người. Tôi không chuyên về một thể loại nào ngoài phóng sự. Tôi rút ra một nhận xét là thực tế luôn đến từ tình thế. Những tài liệu ban đầu là cơ sở nhưng người ta có thể dễ thất lạc nó. Phải đến tận nơi, kể cả khi người ta tin rằng điều đó sẽ không thay đổi gì. Thường là chính những “tình thế” sẽ cung cấp cho ta cái sườn chính của bài báo.

Tôi ưu tiên cho yếu tố con người. Chính con người sẽ đưa ra đường hướng cho câu chuyện và chính họ dệt nên vải. Tôi giữ cho mình hiện tượng Pierre Lazareff, Giám đốc của tờ *France-Soir* – người có ảnh hưởng lớn đến giới báo chí : “Những ý tưởng qua sự việc và những sự việc qua con người”. Kể cả trong một trung tâm hạt nhân, con người vẫn tồn tại. Và cuối cùng, chúng tôi ở đó để vượt qua từ cái riêng đến cái chung, không bao giờ đảo lộn điều đó.

Về phóng sự, tôi tìm cách đặt mình trong một điều kiện tiện nghi nhất có thể. Điều đó đòi hỏi phải sắp xếp một cách nhanh nhất các việc như đường truyền dẫn, giấy phép cần thiết, khách sạn... để có thể làm việc với cái đầu thoải mái. Điều đó cũng muốn nói với bạn dành thời gian cần thiết để soạn thảo và giải quyết tạm thời một tình huống có thể xảy ra, nhưng khó khăn thường là về kỹ thuật truyền dẫn...

Vì thế hãy viết làm sao để không trở thành trò chơi của trẻ con. Máy vi tính làm đơn giản hoá công việc. Khi có thời gian, đầu tiên tôi viết khá nhanh một bài, thường thì dài hơn số từ định viết và chưa dùng đến sổ ghi chép. Lần hai, tôi chú ý trau chuốt bài viết. Lần này thì cần phải bỏ những lỗi đánh máy, lỗi chính tả, ngữ pháp nhưng cũng cần phải dùng đến sổ ghi chép để sửa lại những tên của địa danh, những con số, những câu dẫn đồng thời bỏ những câu rườm rà, những trạng từ, tính từ không cần thiết, những câu hào nhoáng. Simenon đảm bảo rằng ông ta chỉ có một cách sửa duy nhất: "Tôi cắt tất cả những câu hay".

Giữa hai từ và hai ý kiến, tôi luôn chọn những cái đơn giản, sáng sủa và cụ thể nhất.

Tất cả điều đó đòi hỏi lao động phải tốt. Đôi khi bài viết hai mươi phút trên góc bàn lại được đánh giá là "Bài viết hôm qua của cậu thực sự tuyệt"...

SYLVAINE VILLENEUVE

Nhà báo *Tờ Telerama*

Hãy đi đến tận nơi, có nghĩa là làm một cuộc điều tra thực sự và đừng lấy lại các thông tin đã công bố (Đó là điều sơ đẳng nhưng điều đó xứng đáng được nhắc nhở bởi thời gian trôi đi, đặc biệt từ khi phát tin trên Internet). Đó là phương tiện duy nhất để phân tích những thực tế phức tạp. Gặp gỡ những người liên quan, nhấn mạnh những điều người ta không hiểu bởi vì chính ở đó tiềm ẩn sự phức tạp...

Nghĩ tới độc giả, phải có ý nghĩ trong đầu là mọi thứ đều phải được giải thích rõ, rằng có thể lĩnh vực này độc giả không hề biết gì và không được nói bóng gió. Xen kẽ những phần minh chứng với những phần nhẹ nhàng hơn và đừng do dự thu hút sự chú ý của độc giả bằng cách dùng giai thoại với điều kiện là phải phù hợp với ngữ cảnh, không vô nghĩa và làm thành một câu chuyện đáng kể.

Làm việc khẩn trương, không khẳng định được điều gì nếu không đòi hỏi những người liên quan hoặc tìm kiếm các tài liệu liên quan. Nếu không hãy chỉ ra người nào không muốn thực hiện. Khẩn trương và xác minh là hai yếu tố không thể thiếu được đối với nhà báo.

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
<i>Lời Nhà xuất bản</i>	5
<i>Lời mở đầu</i>	7
CHƯƠNG I: THÔNG TIN CHO AI, VỀ CÁI GÌ, TẠI SAO	15
CHƯƠNG II: CÁCH VIẾT BÁO	31
CHƯƠNG III: CÁC THỂ LOẠI BÁO CHÍ	81
CHƯƠNG IV: TÁC ĐỘNG THỊ GIÁC	125
CHƯƠNG V: NHỮNG NGUỒN THÔNG TIN	154
CHƯƠNG VI: TRÁCH NHIỆM CỦA NGƯỜI LÀM BÁO	166
CHƯƠNG VII: NGHỀ LÀM BÁO	200
CHƯƠNG VIII: LUẬT BÁO CHÍ	205
CHƯƠNG IX: NHỮNG LỜI KHUYÊN CỦA CÁC NHÀ BÁO LÃNH NGHỀ	224
	233

HƯỚNG DẪN CÁCH VIẾT BÁO

Chịu trách nhiệm xuất bản

Vũ Quốc Khánh

Chịu trách nhiệm nội dung

Đoàn Tử Diễn

Biên tập

Đông Quang Tiến

Nguyễn Cường Dũng

Trình bày bìa

Nguyễn Tuấn

Sửa bản in

Văn Chiến Thắng

In 1.000 cuốn, khổ 13 x 19cm tại Công ty In Giao thông.
Giấy ĐKKHXB số 741-2006/CXB/05-52/ThT ngày 02/10/2006.
In xong và nộp lưu chiểu tháng 10 năm 2006

BỘ SÁCH NGHIỆP VỤ BÁO CHÍ

Xuất bản đợt 1

- Phóng sự: Tính chuyên nghiệp và đạo đức
- Cách điều khiển cuộc phỏng vấn
- Báo chí trong kinh tế thị trường
- Ảnh báo chí
- Truyền thông đại chúng
Từ thông tin đến quảng cáo
- Xuất bản: Quản trị và marketing
- Truyền thông đại chúng
Kiến thức cơ bản
- Nghệ thuật phỏng vấn các nhà lãnh đạo
- Nghề làm báo
- Hướng dẫn cách viết báo
- Cơ sở hoạt động sáng tạo của nhà báo
- Phóng sự truyền hình
- Hướng dẫn cách biên tập
- Truyền thông đại chúng
Công tác biên tập

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN: 11 Trần Hưng Đạo - Hà Nội
Điện thoại: (04) 9332278 / 9332279 * Fax: (04) 9332276
Email: hn@sachthongtan.com.vn
CHI NHÁNH PHÍA NAM: 120 Nguyễn Thị Minh Khai - Q3 - TP HCM
Điện thoại: (08) 9302826 * Fax: (08) 9306471
Email: hcm@sachthongtan.com.vn
Website: www.sachthongtan.com.vn

Hướng dẫn CÁCH VIẾT BÁO



HD cách viết báo (T1)



8935069200189

25,000

Giá 25.000^d