

## VĂN HÓA - LỊCH SỬ

# BÁO CHÍ VÀ QUẢN LÝ XÃ HỘI Ở MỸ

TS. Lê Thanh Bình

### 1. Dẫn nhập

Nhà báo Mỹ nổi tiếng Joseph Pulitzer đã từng viết: “Nước cộng hòa của chúng ta và nền báo chí sẽ cùng phát triển hoặc thụt lùi. Một nền báo chí có năng lực, không vụ lợi và có tinh thần hướng về công chúng với những hiểu biết có được từ đào tạo để biết lẽ phải và cổ vũ việc thực hiện lẽ phải thì sẽ giữ gìn được sự tốt đẹp của công chúng, mà thiếu nó thì chính phủ nhân dân chỉ là điều giả dối và trò hề. Một nền báo chí không đạo lý, thương mại, mị dân sẽ tạo ra một dân tộc cũng thấp hèn như bản thân nó” (Trích từ bài báo *Trường đại học báo chí* đăng trên Tạp chí *The North American Review* năm 1904).

Pulitzer rất đúng khi chỉ ra rằng: Báo chí không thể chỉ là một cách kiếm tiền và cung cấp giải trí. Nó phải phụng sự lòng tin của công chúng. Cho đến tận ngày nay, những người ủng hộ lý thuyết trách nhiệm xã hội của báo chí vẫn mong muốn rằng báo chí phải là một lĩnh vực quyền lực độc lập với các trung tâm quyền lực của nhà nước và tư nhân, với những nhiệm vụ: công khai thông tin, khách quan, kỷ luật, kiểm chứng, niềm tin lẽ phải, phục vụ quyền được biết của nhân dân.

Lẽ dĩ nhiên, có những quan điểm khác lại nhấn mạnh vai trò làm công cụ của nhà nước, lệ thuộc vào nhà nước của báo chí hoặc thiên về chức năng báo chí kinh doanh, dịch vụ giải trí (nhất là đối với truyền hình, phát

thành, internet,...) hoặc tô đậm việc bán tin và tất cả các dịch vụ kinh doanh khác vì lợi nhuận.

Thực ra, việc không ngừng lấy tin và thể hiện một cách độc lập các tin tức chính là phương cách mà báo chí phụng sự cho lòng tin của công chúng. Cũng gần giống như quan niệm dân chủ chỉ là phương tiện chính trị để đạt tới tự do cho công dân một quốc gia pháp trị - báo chí tự thân không phải là mục đích mà chỉ là phương tiện nghề nghiệp mà các nhà báo dùng nó để phụng sự lòng tin của công chúng. Họ làm công việc này bằng cách cung cấp tin tức và thông tin mà những công dân yêu tự do, sống có trách nhiệm cần biết để đưa ra những quyết định cần thiết liên quan đến đời sống chính trị, kinh tế - xã hội và cá nhân.

Đời sống xã hội các quốc gia hiện đại ngày càng phát triển và ngày nay người ta đang nói đến xã hội thông tin sẽ nối tiếp xã hội công nghiệp, vì thế vai trò của phương tiện thông tin đại chúng có những biến đổi tương ứng. Theo nhận thức của tôi, phương tiện thông tin đại chúng nói chung và của báo chí nói riêng bằng đặc thù và cách thức hoạt động của mình vẫn tiếp tục có những đóng góp to lớn đối với việc quản lý, phát triển xã hội (kể cả trường hợp báo chí của một cộng đồng di cư người nước ngoài trong nước sở tại như báo chí cộng đồng người Việt tại Mỹ chẳng hạn).

Tại Mỹ, báo chí hiện vẫn thực hiện những nhiệm vụ sau: Cổ vũ, biểu

đương các giá trị mà người Mỹ coi trọng nhất; làm diễn đàn của các ký giả, nhà báo - những người thể hiện một phần nào các quan điểm của các tầng lớp nhân dân; điều tra - thể hiện bằng bài vở trên trang báo về các chính sách nhà nước (các cấp từ cơ sở đến tiểu bang, liên bang) và các quan chức, ứng cử viên vào hệ thống quản lý - nghĩa là tác động đến kiểm tra, kiểm soát hoạt động nhà nước; biểu dương những gương tốt trong xã hội; vạch trần, lên án kẻ xấu, hành vi xấu, trái pháp luật...

## 2. Báo chí - truyền thông Mỹ và quản lý xã hội.

### \* *Bức tranh tổng quát về báo chí Mỹ:*

Nhìn tổng thể toàn cảnh báo chí Mỹ, có thể nhận xét rằng:

- Báo chí Mỹ có truyền thống tốt, thuận lợi để phát triển. Truyền thống tự do báo chí được hình thành cùng với phong trào đòi tự do cho bản địa từ ách đô hộ của Anh quốc. Ngoài ra, những nhà lập quốc, hiến pháp Mỹ đều xác định ngay từ đầu vấn đề tự do báo chí. Trọng khi đó, châu Âu cũng nhận thức được vấn đề nhưng bị o ép bởi thân quyền, quân phiệt nên bị giới hạn bởi hoàn cảnh, môi trường, không phát huy được vai trò dẫn đạo của báo chí. Khoa học kỹ thuật phát triển như vũ bão ở Mỹ góp phần tạo điều kiện cho báo chí đi lên vững chắc;

- Báo chí Mỹ đang trải qua cuộc cách mạng truyền thông từ cuối thế kỷ XX, kéo dài nhiều năm trong thế kỷ XXI, trong lòng xã hội mới - xã hội thông tin, kinh tế trí thức, với quá trình toàn cầu hóa ngày càng mạnh mẽ.

Nhìn lại lịch sử, từ khi phát minh của Gutenberg xuất hiện cho đến tận những năm 1950, báo chí phát triển với nhịp độ không nhanh. Nhưng từ nửa thế kỷ qua cho đến nay, các kỹ thuật đều cách tân, ngành tự động hóa tuy đi sau cùng nhưng chi phối

ngành in ấn làm cho hàng loạt máy in tối tân ra đời với công suất in tới hàng triệu ấn bản, tức là vừa in hàng loạt, nhanh, nhiều trang, nhiều màu, chất lượng in đẹp.

Đối với nước Mỹ, thật đặc biệt, vì ngay cả các nhà lập quốc, được coi là quốc phụ như Tổng thống Thomas Jefferson, James Madison đều quan tâm đến luật pháp và báo chí, và họ được tự do hoàn toàn hoạch định thể chế báo chí theo khả năng, trách nhiệm của mình mà không lệ thuộc vào cấp lãnh đạo nào nữa. Họ mạnh dạn đặt những viên gạch đầu tiên sau khi đã cân nhắc vai trò, vị trí, tương quan qua lại giữa báo chí, tự do, luật pháp, các lĩnh vực khác và sự phát triển xã hội. Họ lại tận dụng được hào khí vừa thắng nước Anh; kinh tế - xã hội bước vào thời kỳ mới; tư tưởng, tôn giáo... được giải phóng, để lập tức xây dựng ngay các luật chơi cơ bản trong đất nước, trong đó có luật báo chí.

Và thế là từ 200 năm trước, Tổng thống Mỹ Thomas Jefferson đã có một kết luận về báo chí Mỹ là: "Nền an ninh duy nhất của tất cả mọi điều là ở trong báo chí tự do". Năm 1823, ông nói tiếp: "Không thể chống lại sức mạnh của công luận một khi nó được phép tự do thể hiện. Sự kích động mà nó tạo ra cần phải được tôn trọng. Cần phải giữ gìn cho dòng nước được trong sạch". Sau chiến tranh cách mạng, Hoa Kỳ mới độc lập đã xây dựng một chính phủ quốc dân kiểu tam quyền phân lập theo một Hiến pháp mà ban đầu chưa có đạo luật về quyền con người. Đến năm 1791, các bang đã phê chuẩn 10 điều bổ sung sửa đổi đầu tiên trong Hiến pháp, trong đó Điều bổ sung sửa đổi thứ nhất là: "Quốc hội sẽ không ban hành luật nào liên quan đến việc hình thành tôn giáo hoặc cấm tự do hành đạo; hoặc luật hạn chế tự do ngôn luận hay tự do báo chí; hoặc quyền của nhân dân hội họp một cách hòa bình và quyền yêu cầu chính phủ giải quyết các oan khuất".

Trước năm 1830 báo chí Mỹ chưa mang tính đại chúng, trong năm đó có một chàng sinh viên y khoa ở New York có sáng kiến mang báo in hàng loạt ra bán ở mấy phố lớn nhưng thất bại, người thứ hai kế tục vẫn thất bại, vì chưa có thị trường, người dân chưa quen bỏ tiền ra mua báo đọc (dù lúc mới ra đời một tờ báo chỉ có giá 1 xu), đọc xong thì vứt đi. Nhưng người thứ ba trở đi thì bắt đầu thành công. Họ đã dần phát hiện ra quy luật lớn nhất để làm báo có lãi chính là nhờ quảng cáo, nhờ quảng cáo bạn đọc mới tha thiết tìm đến báo - vì nó phục vụ nhu cầu của chính họ. Trước hết là quảng cáo, tiếp sau là kỹ thuật in và sắp chữ, cùng với các tác động xã hội (Nhu cầu làm giàu, tìm việc, chào hàng, tìm thông tin dịch vụ...) làm cho báo chí ngày càng lớn mạnh. Người ta ước tính cứ khoảng 50 năm, báo chí Mỹ lại có bước nhảy vọt.

Nghiên cứu lịch sử ngành Truyền thông báo chí, người ta thấy: Báo chí theo nghĩa sản xuất hàng loạt, mang tính đại chúng gắn với dịch vụ, thương mại, văn minh kỹ thuật, giao thương nên nó xuất hiện sớm tại châu Âu so với các lục địa khác. Nhưng xét theo một góc cạnh nào đó thì tin tức, thông tin có tính báo chí (được tổ chức sản xuất đều đặn...), chính trị, quản lý xã hội gắn chặt với nhau, vì muốn quản lý xã hội, một trong những yếu tố tối cần thiết là phải có thông tin. Ở châu Âu từ xa xưa thoạt tiên đã xuất hiện các bản thông tin về tòa án, về nhà thờ, về giá cả hương liệu; các báo cáo, thư từ chứa tin tức có yếu tố kinh tế - thương mại; tin tức du lịch đơn giản có tính thông báo... đầu tiên chỉ nhằm phục vụ giai cấp cầm quyền. Thông thường các vua chúa chỉ xem qua cho biết, nhưng một số người xung quanh có óc con buôn lại sớm hiểu rằng thông tin chính là tiền bạc, thông tin quyết định đến thắng, bại trong tranh giành chức vụ, trong buôn bán, trong quân sự, trong việc mở

lãnh thổ - chiếm thị trường... Sau này do xung đột, mâu thuẫn nảy sinh vì quyền lợi riêng nên những nhóm chủ chốt lo việc làm các bản tin cung đình nêu trên cũng chống phá nhau. Ví dụ hệ thống tin tình báo của Hồng y tể tướng Richelieu mâu thuẫn với hệ thống đảm nhận tin tức của Vua Pháp Luis XIII. Ngoài kiểu bản tin cung đình phục vụ vua chúa và nhóm quan hệ xung quanh, còn có các bản tin có tính chất phục vụ đông đảo nhân dân nảy sinh từ các cuộc cách mạng xã hội. Dù sao những kiểu làm bản tin nói trên giống nhau ở một điểm là người ta đến đặt hàng cho các chủ nhà in thực hiện. Ở châu Á thời phong kiến, nhìn chung do thực hiện chính sách "bé quan tỏa cảng" nên báo chí ra đời muộn hơn và phát triển chậm.

Khi phát triển lên những bước mới, tờ báo bắt đầu hình thành, xã hội có sự phân công dân, báo chí cũng đi vào quỹ đạo kinh tế và phải tự trang trải, cân bằng chi thu, sinh lợi để nuôi sống mình và phát triển. Các chủ nhà in thấy không thể thụ động ngồi chờ các khách hàng đến đặt hàng, họ chủ động xông ra làm báo với tư cách chủ nhiệm báo kiêm chủ in. Các báo nhìn chung thường ôm đồm nhiều lĩnh vực, dựa vào quảng cáo để trang trải, nhưng cũng có báo chuyên về chính trị, hợp tác với các đảng phái - nơi cấp những nguồn tài chính quan trọng; có báo chuyên về kinh tế - thương mại, lại tập trung mạnh vào các hình thức quảng cáo - dịch vụ...

Báo chí Mỹ ra đời và phát triển trước hết tại các thành phố có kinh tế, giao thương phát đạt, thuận lợi về giao thông. Đó thường là các hải cảng như Boston (có thể coi tờ Boston Newsletter ra đời năm 1704 là tờ xuất hiện sớm nhất ở Mỹ), Washington, New York, dọc sông Mississippi... và do lãnh thổ quá rộng lớn, nên hình thành các dòng báo mang tính khu vực miền Tây, miền Đông, tính địa phương để phục vụ địa phương mình.

Hiếm có nền báo chí nào phát triển nhanh chóng, vượt bậc như báo chí Mỹ - một cường quốc báo chí trên thế giới. Theo Văn phòng kiểm toán tổng số ấn bản phát hành các báo tại Hoa Kỳ (Audit Bureau of Circulations - viết tắt là ABC), trong năm 2004 trung bình số ấn bản phát hành của Nhật báo USA Today vẫn là ở vị trí đầu bảng (khoảng hơn 2,2 triệu tờ/ngày); đứng thứ 2 là Nhật báo Wall Street Journal có số phát hành là hơn 2,1 triệu tờ/ngày (kể cả số độc giả trên mạng Internet); đứng thứ 3 là Nhật báo New York Times có số phát hành khoảng hơn 1,1 triệu tờ/ngày (được coi là tờ báo hay nhất về nội dung, hình thức, văn phong...). Như tờ New York Times chẳng hạn, đầu tiên nó phục vụ cho cư dân ở đó, sau mới tăng giá thêm và phục vụ cả vùng lân cận. Vào khoảng thời gian khi tờ USA Today bắt đầu ra những số đầu, cũng là lúc người ta bắt đầu dùng máy chuyên dụng để nhận được toàn bộ bản thảo tờ báo đã lên khuôn. Nhờ phương tiện kỹ thuật đó, khi bản chính của tờ báo chuẩn bị xong ở một thành phố, họ có thể gửi ngay xuống các nơi khác để bổ sung thêm tin địa phương đó rồi in ra. Ví dụ, tờ báo Los Angeles Times trong khi giữ nguyên bản chính, in phục vụ cho vùng Los Angeles thì gửi một bản xuống quận Cam, chi nhánh báo ở quận này in thêm tin quận mình rồi phát hành, các nơi khác thuộc địa bàn của tờ báo đó đều dùng cách này.

Từ lâu rồi, người ta nhận ra rằng: báo chí Mỹ liên quan chặt chẽ với hệ thống quyền lực quản lý quốc gia theo kiểu bậc thang. Đầu tiên, Tổng thống Washington khi đọc diễn văn chia tay hết nhiệm kỳ có đề cập đến sự cấu kết giữa thế lực quân sự và tư bản công nghiệp. Sau này, Tổng thống Eisenhower khi rời chức vụ, trong diễn từ của mình cũng nhắc lại nhận xét đó. Trong suốt thế kỷ XX, người ta đã không ngần ngại nói rõ: cao hơn hai thế lực trên chính là những tài

phiệt chỉ huy và họ xuất thân từ giới luật sư, các chủ ngân hàng. Chính các chủ đầu tư tài chính, ngân hàng lớn nhất là những tài phiệt khổng lồ, đóng trụ sở chính tại Wall Street và linh hồn các tài phiệt cự phách lại là tài phiệt báo chí truyền thông. Về nhật báo, hiện nước Mỹ có hơn 3000 nhật báo nhưng thuộc quyền sở hữu của mấy công ty, chẳng hạn riêng công ty Ganet đã làm chủ vài ngàn báo cùng tạp chí. Tài phiệt truyền thông ở Mỹ phân chia nhau ngự trị tại hai miền - miền Đông: các chủ kinh doanh báo chí (gồm cả phát thanh, truyền hình) phát triển mạnh tại New York; còn miền Tây: các ông chủ lại nắm giữ ngành công nghiệp giải trí thứ bảy với kinh đô Hollywood nổi tiếng. Tại các cường quốc về phương tiện thông tin đại chúng, nhà nước thường nắm giữ một hãng thông tấn lớn, ví dụ ở Anh là Reuters, ở Pháp là AFP. Ở Mỹ tình hình có khác: một thời gian dài hãng UPI là một hãng tin tư nhân có chủ, trải qua nhiều lần mua đi bán lại, sau này cũng giải thể. Hãng AP khi mới thành lập, tổ chức theo mô hình hợp tác xã thông tin (thành viên là đại diện các báo hợp lại để bán tin ra thị trường). Ngày nay AP tổ chức khá quy mô nhưng cũng không phải hãng tin do nhà nước quản lý. Nó thường cung cấp tin thuần túy mang tính trung lập, chân phương và không thể độc quyền được vì các báo lớn có văn phòng ở khắp nơi trong ngoài nước. Họ tự kiếm tin và mua luôn bài của các báo danh tiếng như New York Times, Wall Street... khi đăng tải đều ghi rõ nguồn gốc, vì mua bài rẻ hơn thuê nhà báo viết. Như vậy ở Mỹ, vai trò hãng tin không quan trọng như ở nước khác. Bằng cách chọn đề tài, kiểu chữ, góc cạnh vấn đề, tác giả..., các báo thể hiện lập trường và khuynh hướng của mình. Dù sao, nhật báo phải qua một đêm sản xuất mới được phát hành nên ngày nay không nhanh bằng báo

Internet, các báo Internet của truyền hình như ABC4, ABC7, CBS2, PPS, MBS... ngày càng có nhiều độc giả.

Về tin tức, ngoài nguồn mua từ hãng tin, các báo có những chuyên mục do ký giả, bình luận gia viết. Ở trang áp cuối trong ruột báo có mục bình luận (Editorials) do chính báo viết không ký tên, thể hiện quan điểm của báo về một vấn đề thời sự nóng bỏng nào đó; phần diện tích còn lại của trang có thể những bài do các chuyên gia viết dưới có ký tên, theo lập trường tả, hữu, trung..., thường bố trí cân bằng 1 tả/ 1 hữu hay 1 tả/ 1 hữu/ 1 trung... Còn bên trang đối diện là trang "Letters to Editor" đăng tải đủ loại ý kiến của bạn đọc, nhiều quan điểm để rộng đường dư luận. Cũng có tờ bố trí tiếp ngay cột bình luận là thư bạn đọc rồi dành hẳn một trang cho các chuyên gia viết, nguyên tắc chung là có phần bình luận của chính tờ báo, có ý kiến của công chúng, có phần bình luận của chuyên gia được phân bố cân đối. Ví dụ, tờ Los Angeles Times khi đăng bài bênh vực những cộng đồng thiểu số, họ hay bố trí theo tỉ lệ: 2-3 bài quan điểm trung tả đi với 2-3 bài phái hữu, hoặc 2 bài phái tả cùng 1 bài phái hữu, hoặc 3 bài theo lập trường chính đi cùng 2 bài trung tả, trung hữu... Tờ này thường đưa tin tổng hợp. Nó có đại diện thường trú ở 50 nước và nhiều cộng tác viên địa phương. Báo chí thường phát huy sở trường trong việc phân tích phải trái, đánh giá, thuyết phục, giúp người ta nghiên ngẫm... để kết luận, quyết định vấn đề gì đó. Do đó nó có tính hai chiều mạnh hơn truyền hình và phát thanh, đồng thời có vai trò to lớn, lâu dài đối với dư luận xã hội.

Về hình thức, báo Mỹ dùng khổ 8 cột hoặc 6 cột. Các báo in quảng cáo xấp xỉ 100 trang (theo quy định của cơ quan Bưu điện Liên bang, báo không được in quảng cáo vượt 70% diện tích báo), riêng báo cuối tuần thường hơn

100 trang. Số in được kiểm chứng bởi ABC. Báo phải nộp phí cho ABC, tổ chức này thông báo cho khách hàng, bạn đọc và theo dõi xem số lượng báo phát hành đi đâu, có lợi dụng trẻ em bán báo không? khả năng sản xuất báo đảm không? Theo dõi liên 6 tháng thấy hội đủ các điều kiện thì sẽ được chấp nhận là hội viên chịu sự quản lý về số liệu phát hành của ABC và đủ uy tín để tham gia cạnh tranh trong làng báo.

Các nhà nghiên cứu thường đánh giá rằng: xã hội Mỹ đã được xây dựng ổn định, không bị các biến động như chiến tranh làm gián đoạn, nền pháp trị và các định chế đã chuẩn mực đi vào vận hành hàng trăm năm. Đó là một xã hội mở, mọi người có thể tự do tranh luận, báo chí là phương tiện, hình thức chuyên chở các ý kiến, ý tưởng. Bằng cách đó, báo chí góp phần tác động sự điều hành, quản lý xã hội. Cũng có ý kiến cụ thể hơn cho rằng: đường lối, chính sách, điều hành quản lý xã hội Mỹ là do tầng lớp "Social responsible elite" vạch ra và tổ chức thực hiện theo chỉ đạo tối cao của một nhóm tài phiệt, mà tài phiệt về truyền thông báo chí có vị trí quan trọng đặc biệt.

#### **\* Báo chí và quản lý xã hội ở Hoa Kỳ:**

Báo chí Mỹ có tác dụng quản lý xã hội ở nhiều khía cạnh, ở đây chỉ giới hạn phân tích đi sâu vào một số điểm chính.

Cũng giống như báo chí các quốc gia khác, báo chí Mỹ có vai trò thông tin quan hệ giữa Liên bang và tiểu bang và chính quyền địa phương, thông tin quốc tế về mọi mặt đời sống. Người dân có đầy đủ thông tin để tham gia quản lý xã hội: họ quyết định về việc ứng cử, bầu cử, đóng thuế, đầu tư kinh doanh... với các quyết định có khi mang tính cộng đồng, có khi mang tính cuộc sống cá nhân. Khi có thông tin đầy đủ, toàn

diện về tình hình trong và ngoài nước, nhân dân có thể chọn cho mình các thiết chế, các chính sách và biện pháp thực thi để có thể duy trì và bảo vệ những quyền cơ bản của công dân và con người. Báo chí tham gia tích cực việc kiểm tra, kiểm soát Nhà nước; biểu dương các điển hình tốt, vạch trần cái xấu trong xã hội, giáo dục nhân dân về những vấn đề ảnh hưởng đến cuộc sống của họ. Báo chí ở đây cổ vũ, biểu dương các giá trị của Mỹ; báo chí còn hình thành dư luận xã hội, góp phần đẩy lên và tổ chức các hoạt động xã hội rộng lớn như công tác từ thiện, gây các quỹ hoạt động khoa học - công nghệ... Lẽ dĩ nhiên, các nước có hoàn cảnh chính trị, kinh tế - xã hội khác nhau sẽ nhấn mạnh các vai trò trên của báo chí cũng khác nhau. Cần chú ý rằng trong thế kỷ XXI, do Internet tham gia mạnh vào truyền thông báo chí nên có những thay đổi như tốc độ tin nhanh và lan khắp thế giới - nơi nào có nối mạng là nhận được tin, nhiều lúc do cùng mở máy nên quá trình người loan tin và người nhận tin gần như đồng thời; mặt khác còn có hiện tượng những người không chuyên ngày càng tham gia đông đảo vào quá trình truyền thông. Trước đây các báo nhỏ hay dựa vào ý kiến các báo lớn, nay nhờ có Internet, có thể đăng tải, bày tỏ ý kiến của các loại báo và mọi người khắp thế giới. Những phát triển của khoa học, công nghệ mới sẽ làm cho tương tác giữa quá trình quản lý xã hội và mọi người nhanh hơn, rộng hơn, đơn giản hơn, tiện lợi hơn; mọi người chủ động hơn, có thể tham khảo thông tin đa dạng hơn, đúng địa chỉ, người dân dễ dàng đối thoại với nhân viên công quyền gián tiếp qua mạng đỡ tốn thời gian đi lại...

Dù nói đến tính độc lập, công khai, khách quan để phục vụ nhân dân, nhưng truyền thông báo chí vẫn mang tính chính trị xã hội, chịu ảnh hưởng các chính đảng. Các phương tiện thông tin đại chúng thường thể hiện

những lập trường quan điểm cánh tả, trung, hữu, cực tả và cực hữu. Nhiều tờ báo lớn, truyền hình phát thanh thể hiện chính sách, quan điểm của hai đảng chính trị lớn nhất là Cộng hòa và Dân chủ. Ví dụ, Tổng thống Reagon là người phái hữu nên những bài phát biểu của ông do báo chí, đài truyền hình cánh hữu đưa tin. Xu hướng hiện nay là mỗi đảng tìm cách gây ảnh hưởng đối với một số phương tiện thông tin đại chúng. Đảng Cộng hòa đầu tư vốn vào nhiều phương tiện thông tin đại chúng, nhất là truyền hình, nhưng đảng Dân chủ lại nắm được nhiều nhà báo. Tuy nhiên, dễ nhận thấy là ở Mỹ các đảng phái chính trị đều phục vụ cho quyền lợi của nước Mỹ, khi quyền lợi quốc gia cần thì hai đảng cạnh tranh đó có thể ngồi với nhau và bắt tay thống nhất. Thông thường, chính sách quản lý xã hội của mỗi đảng có khác nhau. Ví dụ, Đảng Cộng hòa thiên hữu, bảo thủ, đứng về quyền lợi của giới tư bản giàu có lâu đời; Đảng Dân chủ thiên tả, chủ trương mở rộng cho giới trung lưu phát triển, có chú ý bảo vệ quyền lợi cho các sắc tộc ít người... Ngoài các chương trình truyền hình CATV, truyền hình qua vệ tinh, chương trình dành cho trẻ em, chương trình giáo dục..., một chương trình có tính công cộng của một số đài như NBC, FOX thường diễn ra 24 giờ. Các giờ cao điểm phân bố như sau: 6 giờ sáng bắt đầu chương trình thời sự; giờ nghỉ buổi thường quảng cáo cho ô tô; 2-5 giờ chiều là chương trình dành cho các bà nội trợ; 6-7 giờ tối là thời sự; 8-9 giờ tối là chương trình hài, trò chơi đoán chữ hay giải trí khác; từ 9 giờ tối trở đi là phim truyện. Truyền hình có thể mạnh về tả thực, nên về mặt quản lý xã hội người ta chỉ đơn thuần đưa tin bằng hình ảnh để gây ấn tượng cho người dân. Ví dụ, khi tả cảnh cháy nhà, tai nạn xe cộ, truyền hình không đủ thời lượng để phân tích sâu về nguyên nhân và cũng chưa đủ dữ kiện

thông tin. Báo viết có thể cử người đến hiện trường, quan sát, nghiên cứu rồi viết bài. Tuy quá trình để đăng tải lên mặt báo tốn thời gian và không sinh động bằng truyền hình trực tiếp nhưng báo chí lại có điều kiện đi sâu tìm hiểu nguyên nhân và dự báo. Ví dụ như trường hợp trên, báo chí sẽ phân tích kỹ nguyên nhân cháy nhà, tai nạn xe cộ; dự báo những gì xảy ra; kiến nghị biện pháp đối với cơ quan quản lý...

Nhờ hoàn cảnh lịch sử, truyền thống, luật pháp, lòng mến mộ của dân chúng, khả năng độc lập về tài chính, nền dân chủ lâu đời... báo chí Mỹ có khoảng trời riêng to lớn và người ta gọi báo chí là quyền lực thứ tư không phải không có lý. Với quyền tự do dân chủ, báo chí đã tạo ra cơ chế buộc chính quyền luôn ý thức rằng họ chịu trách nhiệm trước toàn dân, khiến đảng cầm quyền luôn cảm thấy họ phải hành động với tinh thần trách nhiệm, không thể điều khiển việc nước tùy ý mình, được chửi hay chửi. Các ý kiến chính trị được tự do phổ biến rộng rãi trên phương tiện thông tin đại chúng nên người dân biết họ có quyền lựa chọn ai xứng đáng vào bộ máy điều hành xã hội chung. Ngay từ cấp cơ sở, thành phố trở lên đến cấp chính phủ Liên bang, người dân đều ý thức rõ quyền làm chủ của mình do chính mình định đoạt. Vì vậy nạn tham nhũng, quan liêu, trì trệ và các tệ nạn khác mới bị hạn chế thật hiệu quả. Và những người nắm quyền quản lý từ cấp cơ sở trở lên đều biết họ làm việc dưới sự kiểm tra, giám sát công minh của người dân, họ biết họ giống như các quản đốc xí nghiệp - luôn phải chịu sự kiểm soát đốc thúc của các chủ nhân. Do đó, quyền lợi kinh tế của chính họ thúc đẩy họ phải phục vụ quyền lợi kinh tế của người dân.

Về lý thuyết, nền báo chí Mỹ gắn với tự do và trách nhiệm. Báo chí cung cấp cho các cử tri những thông tin mà họ cần có để chọn ra những

lãnh đạo tài giỏi, xứng đáng. Thực tế, có nhiều chính phủ đã sử dụng phương tiện thông tin đại chúng do nhà nước kiểm soát để đưa ra một hệ thống sự kiện bị xuyên tạc. Họ có thể ép buộc các hãng thông tin tư nhân phải xuất bản hay không xuất bản các tin tức quan trọng. Trong xã hội dân chủ, báo chí tự do sẽ đảm bảo chính phủ đại diện cho công dân và công dân có thể buộc chính phủ phải chịu trách nhiệm trước quyết định của mình.

Có nhiều dẫn chứng về báo chí tham gia vào quá trình kiểm soát điều hành chính phủ, có khi kiện lại cả chính phủ để bảo vệ quyền kiểm tra, kiểm soát. Nhiều lần chính phủ đã tìm cách nhằm hạn chế bớt quyền hạn báo chí, nhưng không thành công. Ví dụ, vụ "Pentagon papers" xảy ra vào năm 1971: chính quyền Nixon đã yêu cầu tòa ra lệnh buộc tờ New York Times, Washington Post không đăng các tài liệu mật liên quan đến chiến tranh Việt Nam và tờ New York Times đã theo vụ kiện chính phủ. Tòa án Tối cao đã phán quyết rằng chính phủ đã không thực hiện trách nhiệm to lớn mà Hiến pháp quy định vì chính phủ đã không chứng minh được rằng các ấn phẩm đó có thể gây ra các tổn hại trực tiếp, ngay tức thì và không thể bù đắp đối với lợi ích quốc gia. Tòa án cho rằng chính nhà nước phải biện minh cho mỗi ý đồ không cho báo chí được xuất bản, chứ báo chí không phải giải thích tại sao mình cần được phép xuất bản. Năm 1972, báo chí Mỹ đã phanh phui vụ Watergate khiến Tổng thống Nixon phải từ chức. Tháng 5/2004, báo chí Mỹ lại lên tiếng phản đối vụ các binh sĩ Mỹ ngược đãi tù nhân ở nhà tù Abu Graib (Iraq), khiến Tổng thống G. Bush phải đứng ra xin lỗi. Giữa tháng 6/2004, báo chí Mỹ đã vạch rõ những thiếu sót về đạo đức, lối sống sa đọa của ông Jack Ryan, ứng cử viên Thượng nghị sỹ của Đảng Cộng hòa ở Illinois làm ông này bị loại khỏi danh sách.

Tại Mỹ, nhiều khi những tờ báo nhỏ lại có vai trò khởi xướng đối với hoạt động quản lý xã hội, thậm chí tham gia trực tiếp vào một số công việc cụ thể. Đầu những năm 1990, tờ Wichita Eagle ở Kansas City kết hợp với khoa Báo chí trường Đại học New York chủ trương tăng cường vai trò báo chí vì cộng đồng, khuyến khích các nhà báo trở thành “bà đỡ của ý thức công dân”. Tờ Wichita Eagle đã kêu gọi công chúng tích cực cùng nhà nước giải quyết các vấn đề như trường học xuống cấp, tệ nạn xã hội nảy sinh, khó khăn trong việc kết hợp đi làm với dành thời gian giáo dục con cái... Báo đã cung cấp tên, địa chỉ các tổ chức phụ trách các vấn đề trên rồi mời bạn đọc viết thư, gọi điện liên hệ cho tòa soạn biết kiến nghị, sáng kiến; báo cũng nêu gương những cá nhân, tổ chức tham gia hiệu quả công tác này và phân tích các bài học kinh nghiệm. Tờ báo còn tổ chức các cuộc gặp gỡ cho các công dân muốn tham gia hành động để họp bàn thống nhất các biện pháp khả thi giải quyết tốt các vấn đề mà cộng đồng đặt ra.

Tờ Dayton Daily News ở bang Ohio đã đứng ra tìm cách giải quyết vấn đề bạo lực của tuổi trẻ. Trong vài năm, báo đã tổ chức hơn 400 hội nghị bàn tròn do chuyên gia chủ trì với sự tham gia của các hộ gia đình, phân chia thành từng nhóm 3-6 người. Kết quả là họ đã lập được dự án: “Định hướng phát triển cho thanh thiếu niên có vấn đề trong giai đoạn hỗn loạn”, từ đó thiết lập một hệ thống bắt rẽ từ cơ sở trở lên gồm những phụ huynh nhiệt tình, có khả năng tư vấn, giáo dục, có tác dụng dẫn dắt, hỗ trợ kịp thời giới trẻ, giải quyết được những vấn đề cụ thể của giới trẻ để giúp đỡ họ phát triển lành mạnh.

Như vậy, báo chí Mỹ đã góp phần tích cực việc giáo dục công chúng, giúp họ hiểu biết những vấn đề xã hội phức tạp hiện nay, thúc đẩy họ tham

dự vào các công việc cụ thể, sát sườn của cộng đồng.

Nền kinh tế thị trường tự do, cạnh tranh khốc liệt với nhiều áp lực, cởi mở, hiệu quả, có mối quan hệ tích cực, chặt chẽ với nền báo chí tự do, trách nhiệm. Báo chí thúc đẩy sự trao đổi những thực tiễn kinh doanh thành công, tạo ra các đối tác thương mại và có thể làm cho các nền kinh tế ngày càng phát triển hiệu quả, bền vững bằng cách phổ biến, khuyến khích công nghệ mới, tiên tiến, hữu ích, an toàn. Cũng chính sự đưa tin công khai, cởi mở, minh bạch sẽ góp phần tạo môi trường tốt, thu hút sự tin cậy, ủng hộ của các nhà đầu tư ở cả trong và ngoài nước.

Tuy phương tiện thông tin đại chúng Mỹ có nhiều thành tựu nhưng cũng có những hạn chế nhất định:

Do chạy theo lợi nhuận, nên có nhiều ấn phẩm báo chí, truyền hình, truyền thanh và cả trên Internet... mang nội dung kích thích bạo lực, tình dục có hại. Một số phim ảnh cho nhân vật nói năng tục tĩu, chửi thề.

Báo chí có lúc xâm phạm vào bí mật riêng tư của cá nhân, đưa cả tin về bí mật quốc gia, khai thác thông tin về mặt trái xã hội thái quá, nhưng hầu như viết rất ít về cái sai, cái chưa được của chính bản thân mình.

Vì duy trì các chiến dịch quảng cáo mạnh mẽ cho chủ nghĩa tiêu thụ, nên truyền thông báo chí Mỹ làm cho tâm lý tiêu thụ trở thành tâm lý phổ biến trong xã hội. Hậu quả là làm cho nhiều người bị lệ thuộc đến mức nô lệ vào hàng hóa, họ cho rằng ở Mỹ, thước đo giá trị con người là tiền, ai không có nhà cửa, đồ dùng hảo hạng, ô tô đẹp thì vẫn chỉ là hạng người hèn kém trong xã hội.

Phương tiện thông tin đại chúng góp phần tạo ra một “nền văn hóa đại chúng” phục vụ những người suốt ngày đi làm như “máy kiếm tiền”, tối



về chỉ biết ôm tivi xem, tiếp xúc với xã hội chủ yếu qua chiếc tivi. Nhiều người bị rơi vào tình trạng nhàm chán, bị cảm giác trống rỗng về tinh thần luôn ám ảnh.

Vì quyền lợi của các tập đoàn tư bản lớn, có những lúc báo chí bị thế lực của đồng tiền buộc im tiếng. Đó là trường hợp năm 2000, nhà báo Tom Brokaw ghi băng phỏng vấn người làm thí nghiệm sản xuất thuốc lá có thể bị nghiện, liền đưa cho Truyền hình NBC chuẩn bị phát. Lập tức các tập đoàn tư bản sản xuất thuốc lá bỏ tiền mua gần hết cổ phần của NBC, thế là Hội đồng quản trị mới của Đài gặt bài của Tom một cách nhẹ nhàng, hợp thức.

### 3. Kết luận

Báo chí truyền thông Mỹ và quản lý xã hội có quan hệ hữu cơ với nhau. Từ trường hợp nước Mỹ, có thể rút ra một số bài học đối với các nước khác nhằm tăng cường vai trò của báo chí đối với quản lý xã hội (dĩ nhiên phương thức, lộ trình của mỗi nước sẽ khác nhau tùy thuộc vào hoàn cảnh chính trị, kinh tế, truyền thống văn hóa, luật pháp cụ thể của từng nước) như sau:

Xây dựng xã hội pháp trị vững mạnh, gắn với nền dân chủ thực sự cùng phát triển với nền báo chí có năng lực, giàu bản lĩnh, tâm huyết, quyết tâm phục vụ công chúng và xã hội dân chủ ngày càng văn minh, tiến bộ, nhân bản.

Để nền báo chí có vai trò nói trên, có thể tác động tích cực đối với việc quản lý xã hội, cần phải:

-Liên tục, chú trọng giáo dục, đào tạo, nâng cao chất lượng nghề nghiệp báo chí.

-Phát triển việc kinh doanh quản lý lĩnh vực truyền thông đại chúng để đảm bảo đời sống đội ngũ làm nghề báo, kinh doanh có lãi, nhằm đầu tư tái mở rộng sản xuất, mua sắm trang thiết bị - kỹ thuật, công nghệ hiện đại. Khi công nghiệp báo chí vững mạnh,

sẽ có điều kiện tốt hoàn thành sứ mệnh của mình, sẽ độc lập tương đối và có thể cùng đa số công chúng tham gia kiểm soát được các khu vực quyền lực khác trong xã hội, góp phần phát triển xã hội dân chủ, lành mạnh.

-Xây dựng, kiện toàn Luật bảo vệ nghề nghiệp báo chí nhằm tăng chức năng giám sát chính phủ của báo chí, giữ cho nền dân chủ không bị xâm phạm, báo chí được an tâm phục vụ cộng đồng trong một hành lang pháp luật công minh, rõ ràng và bản thân báo chí cũng dễ ý thức được quyền và nghĩa vụ, trách nhiệm của mình.

-Xây dựng, phát triển vững mạnh các hội nghề nghiệp về báo chí để họ có tổ chức sinh hoạt nghề nghiệp, có tiếng nói riêng như các hội nghề nghiệp khác ■

#### Tài liệu tham khảo:

1. Randolph G. Adams and Frederick Ungar, *The Gateway to American history* (New York: Publishing Co., 1960).
2. Edward Channing, *The United States of America (1765- 1865)*, (London: The Macmillan Company, 1897).
3. Edwin C. Kozwenc, *The Making of American Society* (Boston: Allyn & Bacon, Inc., 1972).
4. Charles A. Beard & Mary R. Beard, *Basic History of the US* (New York: Pongleday, Doran & Company, 1944).
5. Alastair Buchan, *The USA* (New York: Oxford University Press, 1963).
6. George Rodman, *Phương tiện thông tin đại chúng Issues* (Kendall/ Hunt Publishing Company copyright 1993).
7. George L. Bird & Frederic E. Merwin, *The Press and Society* (New York: Prentice- Hall, Inc., 1955; first published 1951).
8. Paul Starr, *The Creation Of The Media: Political Origins of Modern Communications* (New York: Basic Books, 2004).
9. Le Thanh Binh, "Glimpses on the American Contemporary Press", *Americas Today Review*, no. 4 (Hanoi 1997).
10. Le Thanh Binh, "Some general Remarks on the Characteristics and Tendency of the American Press", *Americas Today Review*, no. 5 (Hanoi 1997).
11. Le Thanh Binh, "Main Trends of the American Culture and Its Influences on Socio- Economic Life", *Americas Today Review*, no. 2 (Hanoi 1998).
12. Le Thanh Binh, *Management and development for Journalism- Publication* (Hanoi: National Political Publishing House, 2004), 115- 144.