

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CỦA LÃNH ĐẠO, QUẢN LÝ BÁO CHÍ TRONG TÌNH HÌNH HIỆN NAY

TRẦN ĐĂNG TUẤN *

Thông báo 41-TB/TW và Thông báo 68-TB/TW của Bộ Chính trị đã nêu một cách toàn diện các biện pháp tăng cường lãnh đạo và quản lý báo chí trong tình hình hiện nay. Bài viết này đi vào một số nội dung, theo chúng tôi là quan trọng, khi thực hiện các chỉ đạo trên của Bộ Chính trị.

I - Các yếu tố khách quan tác động mạnh đến báo chí - truyền thông

Về các yếu tố khách quan, có ít nhất ba yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến báo chí - truyền thông nước ta trong giai đoạn hiện nay và thời gian tới:

1 - Sự phát triển và phân hóa mạnh mẽ của các nhóm lợi ích trong xã hội.

Tất cả các giai cấp, giai tầng xã hội, các bộ phận dân cư... trên đất nước ta hiện nay đều có các lợi ích chung, đó là xây dựng một nước Việt Nam hòa bình, ổn định, kinh tế phát triển mạnh, an sinh xã hội được bảo đảm, đời sống tinh thần ngày càng nâng cao. Những lợi ích chung to lớn đó là nền tảng cho sự đồng thuận xã hội, tạo nên sự vững chắc của thể chế.

Mặt khác, hạ tầng cơ sở của xã hội đã thay đổi rất nhiều, nền kinh tế nhiều thành phần đã triển khai sâu rộng. Trên cơ sở đó, cơ cấu xã hội biến đổi rất mạnh: Từ một cơ cấu khá thuần nhất, chuyển sang một cơ cấu đa dạng, phức tạp. Nhiều tầng lớp xã hội mới đã hình thành. Theo đúng quy luật, các nhóm lợi ích cũng phát triển rất nhanh.

Nhóm lợi ích có thể phân biệt theo chiều ngang theo các nhóm lợi ích của các giai cấp, giai tầng khác nhau, hoặc có thể phân biệt theo chiều dọc theo địa bàn cư trú khác nhau, ngành nghề và giới, trình độ học vấn, mức sống. Nhưng nếu chỉ có thế thì còn đơn giản. Thực tế đời sống kinh tế - xã hội là những mối tương tác qua lại đan xen giữa muôn vàn các cá thể và nhóm người, vì thế nhóm lợi ích còn theo chiều đan chéo. Ví dụ : Các nhà văn, nhạc sỹ... và các nhà nghiên cứu khoa học hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau, nhưng có thể đồng nhất về quyền lợi khi đấu tranh để có một cơ chế bảo vệ bản quyền nghiêm ngặt trong xã hội. Quan chức nhà nước và doanh nhân là hai giai tầng xã hội khác nhau, nhưng số quan chức biến chất và số doanh nhân bất chính lại có những lợi ích chung.

Đây là một nhóm lợi ích tiêu cực. Tuy nhiên trong kinh doanh có cạnh tranh gay gắt, vì thế nhóm quan chức - doanh nhân bất chính này có thể mâu thuẫn về lợi ích với nhóm quan chức - doanh nhân bất chính khác v.v..

* TS, Phó Tổng Giám đốc Đài Truyền hình Việt Nam

Phức tạp hơn nữa, các nhóm lợi ích có thể vũng bèn (như lợi ích giai cấp, lợi ích giới, lợi ích địa phương...), cũng có thể rất tạm thời, tùy theo tình huống kinh tế - xã hội cụ thể.

Việc hình thành các nhóm lợi ích khác nhau không phải là điều mới, nó là một khách quan. Vấn đề là ở khả năng phát huy, điều chỉnh và kiểm chế các nhóm lợi ích.

Nền báo chí truyền thông Việt Nam có nghĩa vụ phần đầu phục vụ cho các lợi ích chung của toàn xã hội, bảo vệ lợi ích chính đáng của các bộ phận xã hội riêng lẻ không mâu thuẫn trái ngược với lợi ích toàn cộng đồng; đồng thời chống lại các nhóm lợi ích đối lập với lợi ích chung. Khách quan mà nói, nhiệm vụ này dễ dàng hơn trong giai đoạn cơ cấu xã hội còn thuần khiết. Khi các nhóm lợi ích xã hội phát triển và phân hóa mạnh - như giai đoạn hiện nay và sắp tới - nhiệm vụ này ngày càng phức tạp gấp bội lần.

•Xã hội càng dân chủ, các quyền lợi chính đáng của các bộ phận dân cư khác nhau càng được báo chí - truyền thông phản ánh một cách sâu sát và cởi mở. Nhưng cũng trong bối cảnh đó, rất dễ xảy ra việc quá nghiêng về lợi ích của nhóm này, mà thiếu nhìn nhận mối tương quan với các nhóm lợi ích khác, nhất là tương quan với các lợi ích chung, lợi ích bao trùm của toàn xã hội. Trong các trường hợp như vậy, vấn đề không phải là đúng hay sai (vì nhóm lợi ích được quan tâm trên cũng thuộc loại lợi ích chính đáng). Vấn đề ở chỗ thiếu cái nhìn toàn diện và có tính lịch sử - cụ thể.

Mọi chuyện phức tạp hơn với báo chí - truyền thông khi phải hoạt động trong môi trường xuất hiện ngày càng nhiều các nhóm lợi ích không chính đáng, các nhóm lợi ích này mâu thuẫn hoặc có khả năng trở nên mâu thuẫn gay gắt với lợi ích chung, ta gọi chúng là những nhóm lợi ích tiêu cực. Nếu nói cho thật đầy đủ, thì cũng có nhóm lợi ích tiêu cực bền vững (bao giờ cũng tiêu cực), nhưng cũng có dạng nhóm lợi ích tiêu cực tình huống, tức là về cơ bản đó

là nhóm lợi ích bình thường, nhưng có những thời điểm sự hoạt động thái quá sẽ làm nó trở thành tiêu cực vì đối lập với các lợi ích chính đáng chung. Khi bị kiểm chế, có thể nó lại trở về khuôn khổ lợi ích bình thường, chính đáng.

Trong quan hệ với truyền thông - báo chí, các nhóm lợi ích tiêu cực có những khuynh hướng sau:

- Khuynh hướng **giành giật**: nỗ lực để có công cụ hoặc tiếng nói truyền thông của riêng mình để bảo vệ và khuếch trương quyền lợi. Ví dụ: dưới hình thức hợp tác đề sở hữu ấn phẩm, mặc dù về danh nghĩa vẫn đội tên cơ quan, đơn vị nhà nước, đoàn thể, hiệp hội. Thời gian đầu, về nội dung có thể không có gì sai lệch, nhưng về lâu dài thì lái nội dung theo hướng phục vụ lợi ích của mình.

- Khuynh hướng **xâm nhập**: nếu không đạt được mục đích theo khuynh hướng trên, thì bằng mọi khả năng có thể mà lúc này hay lúc khác lợi dụng được các cơ quan truyền thông, lái cơ quan truyền thông hoặc một số cá nhân trong cơ quan truyền thông vào việc thực hiện các "đơn đặt hàng" của mình.

Trong xã hội chúng ta, khi báo chí thuộc về các cơ quan, tổ chức đảng, nhà nước, đoàn thể xã hội... thì khả năng thực hiện khuynh hướng một là không dễ (mặc dù không hẳn là không thể). Các nhóm lợi ích tiêu cực chủ yếu vận động theo khuynh hướng hai - khuynh hướng xâm nhập.

Xuất hiện tình trạng sau: cơ quan truyền thông là đại diện của quyền lợi tích cực, nhưng luôn là đối tượng tác động của các nhóm lợi ích tiêu cực. (Xin nói rõ: Nhóm lợi ích tiêu cực, chứ không phải là lợi ích tiêu cực đơn lẻ. Vì một cá nhân, nhóm người tiêu cực đơn lẻ mua chuộc được nhà báo chỉ dẫn đến những hậu quả đơn lẻ. Nhưng nhóm lợi ích tiêu cực thì tác động thường xuyên hơn, vì vậy dẫn đến những tác hại lặp đi lặp lại). Trong bối cảnh đó, xuất hiện vùng chông lẩn về lợi ích trong hoạt động truyền thông.

Trong hoạt động báo chí - truyền thông của ta đã xuất hiện và thường xuyên diễn ra các hiện tượng bị các nhóm lợi ích tiêu cực lợi dụng. Thuật ngữ "thương mại hóa báo chí" theo nghĩa tiêu cực chỉ hiện tượng một cơ quan báo chí muốn có lợi nhuận đưa các nội dung chỉ có tác dụng câu khách. Còn việc phục vụ cho nhóm lợi ích tiêu cực bên ngoài là hiện tượng nguy hiểm hơn nhiều, nếu xảy ra thường xuyên, nó dẫn đến sự biến chất của cơ quan báo chí - truyền thông. Hiện nay, nguy cơ này chưa cao do nền báo chí Việt Nam có sức đề kháng mạnh với các ảnh hưởng tiêu cực, do sự lãnh đạo với báo chí là chặt chẽ. Tuy nhiên, có thể dự báo rằng nền kinh tế đa thành phần càng phát triển, quá trình toàn cầu hóa diễn ra càng mạnh mẽ, thì các nỗ lực tác động và giành giật đối với các cơ quan truyền thông từ phía các nhóm lợi ích tiêu cực càng mạnh mẽ. Khi chưa đủ các thiết chế điều chỉnh chặt chẽ kinh tế thị trường thì có nhiều "khoảng đất" để các nhóm lợi ích tiêu cực hoạt động. Một ví dụ đơn giản, nhưng có thể minh chứng rất rõ điều đang đề cập, đó là thị trường chứng khoán mới vừa phát triển mạnh ở nước ta. Những nỗ lực của các nhóm lợi ích khác nhau đến thông tin về thị trường chứng khoán sẽ rất mãnh liệt, bởi thông tin thiên lệch dù chỉ một chút cũng có thể khiến cho nhóm này hưởng lợi lớn, nhóm kia thiệt hại nặng. Không phải lúc nào cũng dễ phân biệt được thông tin khách quan và thông tin thiên lệch có chủ ý về thị trường tài chính - chứng khoán. Ví dụ: Tổng công ty A có cổ phần niêm yết. Bình thường thì tổng công ty này cũng có những khuyết điểm, sai sót, thậm chí sai phạm nào đó trong kinh doanh. Nhưng về cơ bản, tổng công ty đó có tình hình kinh doanh tốt, vì thế giá cổ phiếu cao. Dưới danh nghĩa vạch ra và cố ý nhấn mạnh, thậm chí thổi phồng các khiếm khuyết, sai phạm của công ty A, một bài điều tra trên báo chí có thể gây hoảng loạn của các nhà đầu tư có cổ phiếu của nó. Và trong bối cảnh nhất định, nấp vỏ bọc thông tin chống tiêu cực, người ta có thể đánh gục một doanh

nh nghiệp về bản chất là có tình trạng tài chính lành mạnh. Các hiện tượng phao tin đồn để tiến công cổ phiếu đang xuất hiện, và từ cơ chế phao tin đồn có thể chuyển sang phương cách thông qua báo chí để làm hại đối thủ.

Ngay ở các nước tư bản, nơi có nền báo chí - truyền thông khác với chúng ta, người ta vẫn phải có những nỗ lực để ngăn chặn sự tác động của các nhóm lợi ích tiêu cực đến hoạt động của báo chí - truyền thông.

2 - *Tiềm lực thực hiện các hoạt động báo chí - truyền thông trong xã hội (ngoài khu vực các tổ chức đoàn thể chính trị xã hội và nhà nước) ngày càng lớn.*

Luật pháp Việt Nam hiện nay không cho phép có báo chí tư nhân. Nếu nhìn vào danh mục các tờ báo, các đài phát thanh, đài truyền hình thì thấy rằng không có hệ thống báo chí ngoài khu vực nhà nước. Nhưng nếu nhìn sâu hơn, sẽ thấy rằng tiềm lực thực hiện hoạt động truyền thông - báo chí ngoài khu vực nhà nước hiện rất lớn:

- Số lượng rất lớn các công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh quảng cáo - truyền thông, có nhân lực được đào tạo tốt về truyền thông. Nhiều công ty trong số đó có xu hướng xây dựng bộ phận sản xuất sản phẩm truyền thông. Kỹ năng kinh doanh quảng cáo - truyền thông không hoàn toàn giống kỹ năng báo chí - truyền thông, nhưng điểm chung cũng rất nhiều. Thực tế, khi có cơ quan báo chí - truyền thông "ủy nhiệm" cho công ty bên ngoài thực hiện "hộ" mình việc biên tập, phát hành sản phẩm báo chí, thì chỉ trong thời gian ngắn, công ty bên ngoài đã thực hiện việc đó với trình độ nghiệp vụ cao, hiệu quả kinh doanh lớn (Vụ việc ấn phẩm "Nguồn Việt" vừa qua là ví dụ). Nhiều ấn phẩm của các đơn vị kinh doanh ngoài nhà nước được thực hiện có chất lượng cao. Kể cả khi không trực tiếp làm sản phẩm truyền thông, mà chỉ làm dịch vụ quảng bá, quảng cáo, cũng có nhiều đơn bầy để điều khiển được nội dung của báo chí - truyền thông.

- Trong lĩnh vực truyền hình, nhiều đơn vị kinh doanh đã và đang xây dựng các cơ sở vật chất kỹ thuật sản xuất chương trình truyền hình, đang cạnh tranh với nhau để cung cấp sản phẩm theo đặt hàng của các đài truyền hình. Các công ty cổ phần, công ty tư nhân đang xây dựng nhiều trường quay, mua sắm thiết bị ghi hình.

- Thực tế cho thấy, khi một số doanh nghiệp được làm các hoạt động dạng báo chí- truyền thông (có thể lúc đầu theo giấy phép thì không làm các nội dung tuyên truyền chính trị - xã hội, nhưng với thời gian thực tế là làm cả các nội dung này), thì chỉ trong thời gian rất ngắn, các doanh nghiệp này đã phát triển được hệ thống truyền hình, báo điện tử mạnh, về tốc độ phát triển vượt xa các đơn vị báo chí - truyền thông do các tổ chức chính trị - xã hội, các đoàn thể và cơ quan nhà nước chủ quản.

- Khi có yếu tố hợp tác nước ngoài, tiềm lực sản xuất các sản phẩm báo chí - truyền thông ở khu vực ngoài nhà nước sẽ càng rất mạnh.

Trong khuôn khổ pháp luật hiện nay đối với báo chí - truyền thông, năng lực này của các doanh nghiệp hiện hướng về việc hợp tác hoặc tranh thủ các đơn vị báo chí - truyền thông đang hoạt động. Nếu nền báo chí - truyền thông nhà nước mạnh, cầm trịch tốt, thì có thể tận dụng tiềm lực mạnh này của khu vực bên ngoài phục vụ cho sự lớn mạnh của báo chí - truyền thông nhà nước, và bản thân các doanh nghiệp cũng thu được lợi ích kinh doanh. Nhưng nếu ngược lại sẽ có độ chênh giữa đầu ra và đầu vào của tiềm năng này. Trong một bối cảnh nào đó, khi tiềm năng này không bị ngăn cản pháp lý, sẽ hình thành một hệ thống báo chí truyền thông khác với hệ thống đang có, và có khả năng là nhanh chóng vượt trội hơn về quy mô, trình độ tổ chức hoạt động, nghiệp vụ, hiệu quả kinh tế so với hệ thống của khu vực công. Các hệ lụy của tình huống này rất khó đoán định.

3 - Công nghệ báo chí - truyền thông thay đổi tận gốc rễ và có thể vượt qua các phương thức quản lý báo chí - truyền thông truyền thống.

Trong giai đoạn từ trước đến nay, việc ra một tờ báo hay phát sóng chương trình phát thanh, truyền hình là việc không đơn giản về vật chất - kỹ thuật. Do vậy, nếu có lực lượng xã hội nào muốn vượt qua các quy định pháp lý cũng không thể được. Các biện pháp quản lý báo chí từ trước đến giờ chủ yếu dựa trên tiền đề là báo chí - truyền thông dạng truyền thống. Nhưng giai đoạn hiện nay về sau, công nghệ truyền thông mở ra các khả năng khiến việc sản xuất, phát hành sản phẩm truyền thông ngày càng nhanh, dễ dàng, và các phương thức quản lý hiện có không bao quát hết được.

Xin đưa ra hai ví dụ cụ thể:

- Năm 2006 nở rộ các blog trên mạng In-to-nét. Trước đó, các diễn đàn trên In-to-nét cũng đã phát triển rất mạnh. Các blog khởi nguyên chỉ là một dạng nhật ký cá nhân trên mạng, trên đó cá nhân còn có thể tự đăng tải các sáng tác của riêng mình hoặc các sản phẩm do người khác sáng tác. Tuy nhiên, những blog được đầu tư cẩn thận đã bắt đầu mang vóc dáng xã hội rõ rệt. Tác giả các blog này thu thập và kêu gọi những người đọc blog của mình tham gia thu thập các thông tin rộng rãi từ các nguồn khác. Các diễn đàn có các hình thức thuận tiện cho việc chia sẻ ý kiến, cung cấp thông tin, tranh luận... Ra blog hay diễn đàn lúc đầu là việc của cá nhân hay nhóm cá nhân, nhưng khi đã mở rộng để tiếp nhận, đăng tải thông tin từ ngoài thì nó đã thành dạng sản phẩm tập thể. Các diễn đàn hình thành đội ngũ quản trị, đội ngũ này làm nhiều việc như biên tập viên. Như vậy hình thành một thế giới truyền thông với sự tham gia của hàng triệu cá nhân. Nhiều diễn đàn có máy chủ ở nước ngoài. Việc theo dõi phát hiện các vi phạm trên diễn đàn cá nhân, blog cá nhân cực kỳ khó khăn, do số lượng quá lớn, và sự ra đời của chúng (hoặc tái sinh của chúng) không dễ kiểm soát được.

Theo quy luật, xuất hiện đầu tiên là các cá thể thông tin. Sau đó sẽ diễn ra quá trình liên kết, chọn lọc, sàng lọc tự nhiên. Có thể dự báo rằng không lâu nữa sẽ có tiến trình "nói mạng"

kiểu này, và từ hàng chục vạn các blog cá nhân và các diễn đàn mạng sẽ xuất hiện một loạt các "tờ báo mạng", mỗi tờ báo kiểu này có số lượng cộng tác viên cung cấp tin tức, ý kiến, quan điểm, đề tài... vượt gấp hàng trăm, hàng vạn lần số cộng tác viên của tờ báo lớn nhất. Tại Hàn Quốc có một diễn đàn lúc đầu chỉ có 4 người lập ra. Sau một thời gian ngắn, hiện đã có 50.000 người là "phóng viên" cho diễn đàn này. Số người làm biên tập viên để sàng lọc, khai thác thông tin của các "phóng viên" kia lên đến 80. Thậm chí, người ta đã có thuật ngữ mới là "Nhà báo công dân" để gọi các phóng viên tự nguyện kiểu như thế.

Ngay bây giờ, một số diễn đàn mạng thực ra đã có lượng người xem lớn hơn nhiều so với các tờ báo trung bình. So với các tạp chí thì sự vượt trội còn ghê gớm hơn.

- Tất nhiên, khó hình dung ai hay đơn vị nào không có tư cách pháp nhân, không có giấy phép, không có tiền lại có thể lập một đài phát thanh hay truyền hình phát sóng ở địa phương hay trên toàn lãnh thổ cả nước. Nhưng với sự phát triển hiện nay, điều khó tin ấy không phải là không thể. Trong hai năm gần đây, trên mạng In-to-nét đã có một hình thức truyền hình là mạng You Tube. Mạng này hình thành trên cơ sở tiếp nhận mọi hình ảnh, đoạn phim ngắn do hàng triệu người ghi lại hoặc sưu tầm được, gửi đến một máy chủ, máy chủ này phân loại các phim ngắn đó, rồi truyền đến hàng trăm triệu, hàng tỉ người xem qua In-to-nét. Không loại trừ khả năng, đây là mầm mống của một loại đài truyền hình khổng lồ, xuyên quốc gia, không cần giấy phép, hầu như không thể quản lý được theo các phương thức thông thường. Số lượng phóng viên của loại "Đài Truyền hình" mới này hầu như là vô hạn, vì các phương tiện ghi hình kỹ thuật số hiện ngày càng nhiều, ngày càng rẻ, hàng triệu người đang sử dụng chúng. Tại Việt Nam, đã có mạng chia sẻ hình ảnh tương tự đang manh nha. Thời gian đầu các tư liệu tham gia vào mạng có thể là thông tin giải trí, nhưng rồi ranh giới sẽ dần nhòa đi.

Xu hướng tích hợp truyền thông, báo chí và công nghệ thông tin sẽ làm cho quá trình ra đời của "nền truyền thông thứ hai" này diễn ra nhanh chóng. Ngay bây giờ, hầu như đã hình thành hệ thống truyền thông này (chủ yếu trên mạng In-to-nét, tụ hợp các nét của các loại hình báo viết, phát thanh và truyền hình lẫn lộn). Nó tồn tại song song với hệ thống báo chí truyền thông "chính thống". Nếu như không có các giải pháp để chủ động sử dụng, chi phối "nền truyền thông thứ hai", e rằng sẽ có lúc tác động của nó sẽ vượt cả tác động của nền truyền thông "chính thống". Khi có tình trạng tồn tại song song hai nền truyền thông trong một nước, trường hợp không có sự đồng thuận trong xã hội, các nhóm lợi ích không tìm được diễn đàn trên nền truyền thông chính thống, sẽ tìm được công cụ tại "nền truyền thông thứ hai". Xin được nhắc lại lần nữa: điều phức tạp nằm ở chỗ các phương thức quản lý cũ hầu như rất ít có hiệu quả với "nền truyền thông thứ hai".

II - Một số suy nghĩ về giải pháp

1 - Hai yêu cầu lớn đối với quản lý báo chí - truyền thông hiện nay.

- **Quản lý báo chí truyền thông cần chủ động, không nên bị ngập vào xử lý tình huống.** Nếu nhìn lại toàn bộ hoạt động báo chí - truyền thông trong những năm gần đây, có thể thấy rằng các sai sót chính trị nghiêm trọng, tức là công khai đối lập, đi ngược lại với lợi ích toàn cục, lợi ích chung, hầu như không có. Các sai sót, khuyết điểm phần nhiều là hệ quả của cái nhìn thiên lệch, không toàn diện. Theo cách nói thông thường, thì có khuyết điểm ở dạng "đúng - sai", nhưng còn nhiều hơn là dạng khuyết điểm nhìn theo khía cạnh "nên - không nên". Nguyên nhân sâu xa của các khiếm khuyết loại này trong hoạt động báo chí - truyền thông nằm trong sự thiếu hụt khả năng nhìn nhận và phản ánh đúng đắn, hài hòa các nhóm lợi ích trong xã hội, nghiêng về nhóm lợi ích này mà không thấy các lợi ích khác, nhất là

không thấy những lợi ích còn lớn hơn đối với toàn xã hội. Một số khuyết điểm có nguyên nhân do bị nhóm lợi ích tiêu cực mua chuộc. Các khuyết điểm này không nhiều, nhưng khó phát hiện, khó chứng minh, và điều đáng nói nhất là khuyết điểm loại này có thể gia tăng khi xung đột lợi ích từ nay ngày càng nhiều trong xã hội.

Trong bối cảnh các nhóm lợi ích nảy nở nhanh chóng, đan xen phức tạp, hoạt động báo chí - truyền thông khó tránh khỏi các sai sót. Và điểm yếu nhất của quản lý báo chí thời gian qua (bên cạnh các ưu điểm lớn) là: Chạy sau tình huống, sa vào xử lý tình huống, thường xuyên phải xử lý khắc phục các tình huống không tốt đã xảy ra trong thông tin. Tất nhiên, không bao giờ có thể lường hết được các tình huống, vì vậy việc chỉ đạo để xử lý các tình huống luôn luôn là công việc cần thiết và là phần công việc hàng ngày của công tác lãnh đạo, quản lý báo chí - truyền thông. Tuy nhiên, nếu việc xử lý tình huống lấn át công việc khác trong chỉ đạo, quản lý, thì rõ ràng là có vấn đề cần suy nghĩ.

Cần nâng cao tính chủ động không chỉ trong chỉ đạo nội dung thông tin, mà cả trong quản lý nhà nước đối với báo chí - truyền thông. Quản lý nhà nước chưa theo kịp với các thay đổi trong lĩnh vực truyền thông.

- Cần đầu tư, quan tâm đúng mức hơn đến việc nhanh chóng tăng cường tiềm lực, năng lực của hệ thống báo chí truyền thông hiện có, để hệ thống này có thể đáp ứng được các thách thức trên mặt trận thông tin.

Tất nhiên, với hệ thống báo chí - truyền thông, vấn đề quan trọng nhất là phẩm chất chính trị của hệ thống đó. Do vậy, công tác định hướng và chỉ đạo nội dung là công việc hàng đầu. Mặt khác, giờ đây cần nhìn nhận hệ thống này như một ngành công nghiệp thông tin xã hội có những điểm đặc thù, nhưng cũng có những điểm chung với các ngành công nghiệp khác. Ngành công nghiệp thông tin xã hội này chỉ có tiềm lực mạnh nếu: Có nhân lực

chất lượng cao; Có nền tảng công nghệ, cơ sở vật chất kỹ thuật tốt; Có nguồn lực tài chính mạnh; Có cơ cấu hệ thống hợp lý; Được vận hành trong hành lang quản lý nhà nước rõ ràng, thuận tiện. Nếu các khía cạnh trên không đạt yêu cầu, thì điều tất yếu dẫn đến là ngành công nghiệp thông tin xã hội này không theo kịp sự phát triển nhanh của xã hội, sẽ tăng nguy cơ xuất hiện và vận hành một hệ thống truyền thông khác không hoàn toàn đi theo định hướng xã hội như hệ thống hiện có.

2 - Các cơ hội đi kèm thách thức trong quản lý hoạt động báo chí - truyền thông.

Khi nói đến những yếu tố khách quan có thể ảnh hưởng rất mạnh đến hoạt động báo chí - truyền thông, chúng ta dự báo các thách thức nảy sinh từ các yếu tố khách quan đó. Không coi thường các thách thức, cũng không nên cường điệu chúng. Quan sát sâu hơn, ta có thể thấy vào thời điểm hiện tại và trong một thời gian nữa, các thách thức này chưa hẳn đã gay gắt, vì những lý do sau:

- Hiện nay các mục tiêu: Dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh quy tụ sức mạnh của toàn dân tộc. Các thành tựu của công cuộc đổi mới đã được khẳng định. Đồng thuận xã hội lớn, lợi ích chung áp đảo, các nhóm lợi ích tiêu cực không có nhiều cơ hội, nhất là không có cơ hội công khai đối địch với lợi ích chung. Cũng chính vì vậy ít có khả năng các nhóm lợi ích tiêu cực nắm được phương tiện báo chí và không thể tác động mạnh đến công chúng, dư luận.

- Năng lực hoạt động báo chí - truyền thông trong xã hội mạnh lên là điều tốt. Nó chỉ trở thành vấn đề quan ngại nếu như chúng ta không chi phối, sử dụng các tiềm lực đó, mà để các tiềm lực đó bị lợi dụng vào các hoạt động truyền thông tiêu cực. Hiện nay, năng lực hoạt động truyền thông trong xã hội đang theo đuổi mục tiêu cộng tác với hệ thống truyền thông chính thống để đạt được lợi ích kinh doanh, chưa có biểu hiện tham gia vào các hoạt động nhằm mục đích chính trị - xã hội.

- Dù chưa thật sự chủ động, chưa đi trước được tình hình, nhưng công tác quản lý truyền thông bước đầu đã có những kinh nghiệm. Nền Báo chí - Truyền thông chính thống phát triển khá nhanh và còn có tiềm năng phát triển mạnh nếu được tạo các điều kiện tốt hơn về cơ chế hoạt động.

3 - Đề xuất một số giải pháp.

- **Tăng cường "pháp trị" trong quản lý báo chí - truyền thông.** Ở đây ý nói đến việc chỉ đạo, lãnh đạo, nắm giữ hoạt động báo chí - truyền thông thông qua các công cụ luật pháp. *Điều này hoàn toàn không có nghĩa giảm nhẹ sự chỉ đạo chính trị thường xuyên với hoạt động báo chí - truyền thông.* Các công cụ pháp lý không thể thay thế chỉ đạo chính trị, nhưng là công cụ chủ yếu, cơ bản của lãnh đạo chính trị đối với báo chí - truyền thông trong bối cảnh mở rộng dân chủ xã hội chủ nghĩa trong lĩnh vực ngôn luận. Tăng cường công cụ này cũng là tăng cường sự lãnh đạo chính trị đối với hoạt động truyền thông. Các quy định pháp lý đối với hoạt động báo chí - truyền thông càng đầy đủ, chi tiết, thì càng có tác dụng khuyến khích hoạt động hữu ích, đồng thời ngăn ngừa các sai phạm của hoạt động báo chí - truyền thông. Cả khi cần chấn chỉnh sai sót thì cũng thuận tiện và hiệu quả hơn vì đã có các quy định pháp lý cụ thể, chi tiết để vận dụng. Hoàn chỉnh các quy định luật pháp không những mang lại thuận lợi cho người quản lý, mà còn thuận lợi cho bản thân hoạt động bị quản lý, bởi có sự minh bạch trong xử lý các vấn đề của hoạt động đó. Khi đó sự chỉ đạo báo chí sẽ chủ động hơn, chủ yếu là định hướng, cung cấp thông tin, phát huy năng lực sáng tạo của báo chí. Ví dụ: nếu danh mục các bí mật nhà nước được cụ thể hóa từ sớm, và sát với thực tế, đồng thời các quy định pháp luật về quyền được thông tin, được khai thác thông tin, được nhận thông tin của báo chí thật rõ ràng... sẽ tránh được nhiều trường hợp phải xử lý các tình huống báo chí thông tin không có lợi.

Hiện nay Luật Báo chí và các văn bản pháp luật có liên quan đến hoạt động báo chí - truyền

thông, dù đã sửa đổi, bổ sung đáng kể, vẫn còn mang tính chung chung của luật khung, nhất là các điều khoản quy định các việc báo chí không được làm. Với tình hình hiện nay, rất khó thông qua luật để điều chỉnh có hiệu quả các hoạt động của báo chí - truyền thông. Ví dụ: việc thông tin không chính xác về chứng khoán có thể gây các tác hại lớn cho bộ phận này, lợi lớn cho bộ phận khác. Nhưng nếu áp dụng các chế tài của quy định pháp luật về báo chí đối với việc thông tin không chính xác thì chỉ là cải chính và có thể phạt tiền ở mức nào đó. Như vậy mất cân đối giữa khả năng vi phạm và mức độ răn đe. Có nhiều trường hợp không có quy định luật pháp nào để xử lý, kể cả quy định dưới luật. Ví dụ: việc phát triển ào ạt các dịch vụ gia tăng trên báo chí hiện nay (nhắn tin, dự đoán, dịch vụ văn hóa, giải trí...) làm nảy sinh nhiều lệch lạc, nhưng không dễ xử lý vì không có những quy định tương ứng để áp dụng. Cần cố gắng sao cho các quy định pháp luật có thể bao trùm đa số các dạng sai phạm của hoạt động báo chí - truyền thông. Trước mắt cần dồn sức để hoàn chỉnh Luật Báo chí và các luật liên quan đến báo chí - truyền thông, chuyển từ dạng luật khung sang luật chi tiết. Khi có những hiện tượng mới của báo chí thì cần có các quy định dưới luật thật sát và kịp thời.

Báo chí - truyền thông ở nước ta đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng. Vì vậy, song song với các quy định pháp luật cần xây dựng và hoàn chỉnh các quy chế lãnh đạo của các tổ chức đảng đối với hoạt động báo chí - truyền thông, chi tiết hóa các quy định và kỷ luật trong đảng đối với các sai lầm, khuyết điểm của đảng viên làm công việc báo chí - truyền thông.

- **Tăng cường thực lực của toàn bộ nền báo chí - truyền thông nói chung, đặc biệt là thực lực của các đơn vị báo chí đầu đàn, để truyền thông nhà nước nhất định đáp ứng đầy đủ nhu cầu thông tin, nhất định chi phối được dư luận.**

Có những quy luật rất khách quan. Trong thông tin không thể có khoảng chân không, mà

vận hành nguyên tắc bình thông nhau. Nếu công chúng không thỏa mãn những thông tin mà hệ thống báo chí - truyền thông hiện có cung cấp, người ta sẽ có xu hướng tìm thêm thông tin ở hệ thống truyền thông khác. Vì thế nếu nhìn nhận toàn cục thì giải pháp tốt nhất là xây dựng cho được một hệ thống báo chí - truyền thông nhà nước thật mạnh. Khi đó sẽ không còn cơ sở, hoặc ít ra là giảm thiểu lý do đòi hỏi có thêm các đơn vị báo chí truyền thông ngoài khu vực nhà nước và đoàn thể cách mạng, tổ chức nghề nghiệp.

Có thể thấy dù có các tiến bộ to lớn của báo chí - truyền thông ở nước ta thời gian qua, các đơn vị báo chí hiện nay vẫn có những thiếu hụt rất lớn. Nhiều đơn vị báo chí thiếu đội ngũ nhà báo giỏi và có bản lĩnh, cơ sở vật chất - kỹ thuật và công nghệ có khi yếu kém. Cơ chế tài chính của các đơn vị báo chí hiện không đồng nhất, có nhiều bất hợp lý. Đa số các đơn vị báo chí yếu về tài chính, nhất là báo chí địa phương. Hệ thống báo chí có cơ cấu chưa hẳn hợp lý, có lĩnh vực như phát thanh - truyền hình khá công kênh, phân tán.

Chúng ta luôn có một số cơ quan báo chí - truyền thông tầm quốc gia có vị thế chủ chốt. Nhưng vị thế mới chỉ là một yếu tố thuận lợi, thực lực mới là quyết định. Cần xây dựng các đơn vị này thực sự mạnh về thực lực. Trong toàn bộ hệ thống báo chí - truyền thông, các đơn vị giữ vị thế đầu tàu, có vai trò là người chi phối dư luận xã hội, giữ nhịp cho cả hệ thống. Cần phải nhìn nhận thực tế hiện nay chưa đạt được yêu cầu đó.

Cần xây dựng một số tập đoàn báo chí - truyền thông nhà nước mạnh. Mạnh cả về con người, cả về kinh tế, kỹ thuật. Các tập đoàn mạnh này sẽ đáp ứng phần cơ bản nhu cầu chính đáng về thông tin của xã hội. Tránh hoặc giảm thiểu nhu cầu có hệ thống báo chí "khác". Hiện nay có lo ngại về việc nếu các đơn vị báo chí lớn chuyển sang cơ chế tập đoàn, có nguy cơ bị sa vào mục đích lợi nhuận, sao lãng nội dung. Nguy cơ này có thật, nhưng nếu có đội ngũ cán bộ lãnh đạo vững và cơ chế quản lý

chặt chẽ thì hoàn toàn có thể xử lý được mối quan hệ giữa kinh tế báo chí và tôn chỉ của cơ quan báo chí. Nếu các đơn vị hàng đầu này không mạnh về tài chính, nhân lực, kỹ thuật, tất yếu sẽ dẫn đến sa sút về thực lực, không theo kịp với nhu cầu xã hội. Khi đó có nguy cơ bị mất bạn đọc, mất khán giả, mất công chúng. Nguy cơ này lớn hơn nhiều so với nguy cơ lệch hướng vì quá coi trọng lợi ích kinh tế.

- Hệ thống báo chí truyền thông phải sử dụng để chi phối, chi phối để sử dụng các năng lực hoạt động truyền thông ngoài khu vực nhà nước.

Như trên đã nói, hiện nay năng lực hoạt động báo chí - truyền thông trong xã hội đã và đang tích lũy ngày càng nhiều, đòi hỏi "đầu ra". Rất cần giải tỏa năng lực đó thông qua việc các đơn vị truyền thông nhà nước sử dụng các năng lực bên ngoài phục vụ cho công việc của mình. Có thể có những quan hệ hợp tác, đặt hàng trong khâu thực hiện sản phẩm. Hiện nay, mục đích chủ yếu của các đơn vị ngoài quốc doanh trong lĩnh vực truyền thông là lợi nhuận. Nhưng trong hoạt động cụ thể họ vẫn có thể gây sức ép để nội dung sản phẩm mà họ hợp tác với đơn vị nhà nước để làm sẽ phù hợp với nhu cầu lợi nhuận của họ. Do đó cần phải có sự chọn lọc, phải có tính nguyên tắc cao khi hợp tác. Điều này phụ thuộc vào người lãnh đạo đơn vị báo chí - truyền thông nhà nước.

Với các dạng truyền thông trên mạng, thái độ duy nhất đúng là can dự vào để định hướng, lãnh đạo, nhưng không được mất chủ động trong quan hệ hợp tác.

Tóm lại, các yếu tố khách quan sẽ tác động mạnh đến tình hình báo chí - truyền thông (và công tác lãnh đạo, quản lý lĩnh vực này) trong thời gian tới, không thể nói đó là các yếu tố thuận hay không thuận. Nếu để các yếu tố này diễn ra một cách tự nhiên, thì sẽ xuất hiện nhiều bừa bộn, khó khăn trong quản lý báo chí - truyền thông. Nhưng nếu chủ động thì sẽ khai thác được nhiều thuận lợi từ bản thân các yếu tố khách quan đó. □