

## **8 báo Việt Nam trên mạng - từ chuyện linh tinh tới vai trò của báo chí ...**

Nguyễn Huỳnh Mai

### **Chủ đích**

Phân tích tám tờ báo trên mạng, phân loại các bài viết và từ đó phát họa vài đặc điểm của các báo để cô đọng vai trò của báo chí - vai trò đi từ các nội dung phân tích.

Nói cách khác, trình bày hiện trạng một số nguồn thông tin trên mạng qua các tờ báo công quyền bằng cách phân tích định lượng. Nhưng đồng thời động tác đo đếm xếp loại là dựa trên phân tích nội dung (analyse de contenu). Cuối cùng, từ các kết quả đó, đi tới các giả thuyết về vai trò của báo chí trên mạng dựa trên thực tiễn chứ không dựa trên văn bản hay suy luận.

### **Phương pháp**

**Chọn mẫu để khảo sát** Qua tuyên bố của giới thẩm trách, VN có **838** cơ quan báo chí, gồm các loại hình báo in, báo hình, báo nói, báo điện tử (1).

Trong chùng mục có thể, các báo được chọn trong mẫu để khảo sát là

- . những báo có nhiều người đọc
- . những báo hàng ngày và đa ngành

Dân Trí, Lao Động, Tuổi trẻ, Sài Gòn Giải phóng, Vietnam Express, Vietnam Net, Thanh niên và Một thế giới.

**Phân tích trang chủ một ngày** và đếm bài để xếp loại các bài vào **sáu ô** theo định nghĩa của khảo sát.

### **Thế nào là một ô hay mục (rubrique) của báo ?**

Các báo thường xếp bài vào các mục khác nhau. Mỗi báo có cách sắp xếp riêng Thông thường, trên các báo ở Âu Tây ta có các mục như Quốc tế, Chính trị, Kinh tế, Xã hội, chuyện linh tinh, Tòa án Pháp luật, Văn hóa, Thể thao, Thư giãn, ...

Các mục của báo giúp người đọc tìm thấy cấu trúc của tờ báo. Các báo, qua cách trình bày, cách bố cục và tầm quan trọng của các mục, thể hiện đặc thù của mình: có báo chuyên về chính trị, có báo khác thì đặt thể thao lên hàng đầu chẳng hạn (2).

Sáu mục sau đây được dùng như sáu khung để xếp vào đó các bài báo

Chuyện linh tinh  
Giải trí

Quảng cáo  
Thông tin tổng quát

Chính trị  
Phân tích bình luận

### **Mục chuyện linh tinh**

Những chuyện nhỏ, chuyện liên hệ đến một hay vài người. Dĩ nhiên những chuyện nhỏ có thể là biểu hiện của tình trạng chung. Nhưng ở đây chuyện nhỏ là những chuyện rất cá thể (3) (4) (5).

*Thông thường là cách ăn mặc của các nghệ sĩ hay người mẫu, các tai nạn giao thông hàng ngày, chuyện bán dâm, cướp giết, ...*

### **Mục quảng cáo bằng bài viết**

Dạng quảng cáo này không phải để mập mờ gây lẫn lộn mà cố tình giả mạo. Ở đây là **bài viết - quảng cáo**. Cho một món hàng, Cho một thương hiệu, Cho một nhân vật, ... Bài viết - quảng cáo mang nhiều dạng, và hình thức khác nhau. Các bài này được đăng trong các mục khác nhau Tin tức, sự kiện, báo cáo hội thảo, tấm lòng nhân ái, từ thiện, học bổng, ...

Tin tức nhưng không là tin tức. Các bài này được các chủ nhân đặt hàng, trả tiền và phải phục vụ các chủ nhân đó.

Các bảng giá quảng cáo, rõ ràng nhất là Một thế giới, cho biết, một cách không chối cãi được, mặt trái của loại bài quảng cáo này - giá có thể đến 30 triệu cho một bài, 600 từ, hiện diện 4 giờ trên trang chủ (6).

*Một hội thảo của Viện Dinh dưỡng Quốc gia về chất vi sinh và sinh tố A tài trợ bởi một hiệu thực phẩm. Một sự kiện khai trương hàng quán, đám hĩ đám tang, ... với sự hiện diện của người đẹp X hay Y, uống rượu a, b, c, hay mặc áo của nhà thiết kế tên nào đó. Đám cưới của người đẹp này hay người đẹp nọ nữa. Các bài về giáo dục trẻ để đưa tên và địa chỉ một trường mầm non, ...*

### **Mục giải trí**

Tin tức về các sinh hoạt văn hóa giải trí. Những bài viết, văn thơ, truyện, tranh,... để giải trí người đọc.

Giải trí ở các báo VN thông thường là các bài về các người đẹp, các người nổi tiếng. Vì đó không những thuộc tin tức giải trí, các hình ảnh kèm theo còn cho phép người đọc, trong

vài phút, quên đi màu xám của cuộc sống hàng ngày.

Trong khi đó, ít báo trên mạng dành chỗ cho sáng tạo văn chương thơ truyện hay hội họa âm nhạc – Tuổi trẻ là báo duy nhất, trong khảo sát, có trang sáng tác.

**Mục thông tin tổng quát** từ khí tượng tới tin tức địa phương, tuyển sinh, giá hối đoái, ...Thông tin về khoa học cũng là thông tin và thông tin này rất cần, không chỉ thông tin về giải Nobel mà còn là những vấn đề rất phổ cập như chuyện giấc ngủ, vệ sinh thực phẩm, tâm lý nhi đồng...

Ở đây, báo chí thực thi hai vai trò: vai trò thông tin và vai trò “giáo dục” quần chúng - giáo dục để biết theo nghĩa của Descartes : celui qui sait sachant vit mieux - người có tri thức, nhờ tri thức, sống tốt hơn - Ta cần thông tin để sống tốt.

Lý thuyết mà nói, ngoài vai trò giải trí, thông tin và giáo dục là hai vai trò căn bản của báo chí (7). Tức là ta chờ đợi ở sự phong phú giàu có của mục thông tin tổng quát.

**Mục chính trị** chính trị ở đây theo nghĩa quản lý cộng đồng.

*Để có thể làm việc hữu hiệu trong một xí nghiệp, nhân viên cần biết cấu trúc tổ chức sinh hoạt của xí nghiệp để có thể định hướng và góp phần của mình. Công dân nếu không có quyền tham gia vào việc quản lý quốc gia thì ít nhất phải có quyền được thông tin về đường lối quản lý này vì guồng máy quản lý được nuôi dưỡng bằng tiền thuế của dân.*

Chính trị là tin tức về quản lý quốc gia – quản lý từ lãnh thổ, ngoại giao kinh tế ... tới dân số giáo dục và y tế, những vấn đề có liên quan đến sống còn của dân tộc và an ninh hạnh phúc của mọi người.

Chính trị khác chuyện linh tinh.

*Một Bộ trưởng đi khánh thành đường cao tốc không là một sinh hoạt chính trị. Quyết định xây bao nhiêu cây số cao tốc, báo cáo về nhu cầu hạ tầng ... là những sinh hoạt chính trị.*

**Mục phân tích bình luận.**

Một nữ ca sĩ hay người dẫn chương trình lấy chồng đại gia là một chuyện linh tinh. Nhưng hôn nhân tính toán là một phân tích bình luận. Không cho điểm ở bậc Tiểu học là một chuyện. Nhưng vấn đề chấm điểm xếp hạng, chấm điểm chế tài hay chấm điểm

đào tạo là những phân tích bình luận.

Phân tích và bình luận cần để thông tin có giá trị, để phục vụ nhu cầu của độc giả và nâng cao khả năng nhận định và phán đoán - discernement - như kiểu làm cổ cho độc giả xơi, báo chí như thế sẽ đi xa hơn cái phiến diện của sự kiện.

Phân tích và bình luận có thể thể hiện đường hướng hay cái chủ quan của tờ báo hay của phóng viên nhưng có dẫn giải, có lập luận minh chứng. Từ đó có thể giúp độc giả hiểu sâu hơn và “cấu thành” phán xét cá nhân.

*Một thí dụ : an tử và trợ tử là một vấn đề vừa đạo đức vừa xã hội và cả y khoa nữa. Bộ Y tế, giữa tháng tư đưa ra đề nghị cho vấn đề đó vào luật. Trên mười tờ báo có ba bình luận trên thanh niên trên dân trí và vnexpress. Bên cạnh đó, để so sánh, chuyện linh tinh “tỉ phú ve chai” trong tháng năm 2015 có trên 110 bài với những tình tiết éo le với những coups de théâtre - biến động - câu người đọc...*

Phân tích và bình luận là một giá trị gia tăng cho tờ báo. Phụ thêm bổ túc cho thông tin tổng quát và đi sâu hơn. Lại thực thi vai trò giúp dân tình thêm khả năng phán đoán, có chính kiến hay ý kiến về nhân sinh và vũ trụ quan ...

## **Tại sao tạo ra các ô như thế?**

. để có cùng khung xếp loại thống nhất

. sáu ô dựa theo kết quả của một lần đếm sơ khởi - comptage exploratoire - cách đây gần một năm.

Cho vào ô theo nội dung để xếp loại chứ không theo *cách phân chia hạng mục của các báo*

*Dân Trí không có mục chính trị. Lao Động cho mục giáo dục vào chung với Xã hội. Không báo nào có mục chuyện linh tinh dù chuyện linh tinh là mục phổ biến nhất .*

**Chọn ngày** : Tất cả quan sát xếp loại được thi hành vào trung và hạ tuần tháng năm 2015, nghĩa là còn tính thời sự và còn kiểm tra được. Trong khoản thời gian này không có những ngày lễ, quốc khánh hay Tết - để trừ bỏ những đặc thù liên quan đến các biến cố ấy.

.

## **Khó khăn và giới hạn**

**Việc chép bài.** Báo nào cũng có chép bài chỉ cần ghi theo hoặc là tên tác giả với nguồn.

Hoặc thêm chữ “theo tác giả X Y và nguồn” hay chỉ “nguồn...”.

Khảo cứu này không để ý đến việc sao chép bài của các báo. Bài báo, có sao chép từ các

báo khác đi nữa, là một đơn vị đếm.

**Thời điểm khác nhau** dù đã chỉ giới hạn trong cùng một tháng. Tức là khó so sánh cách khai thác của các báo trước một tin nào đó. Nhưng vẫn có thể rút ra hình ảnh chung về đường hướng hay ít nhất là diện mạo của từng tờ báo.

Đọc và đếm các bài trên **trang nhất các báo trong một ngày** là một giới hạn. Nhưng vật chất mà nói, cho một khảo sát của một người đơn độc, khó mà nói rộng hơn.

**Vấn đề thuộc trang thể thao - trang này thuộc “linh tinh”, “thông tin” “giải trí” hay “phân tích bình luận” ?**

Thể thao có thể là một chính sách giải trí. Các bài về thể thao có thể là thông tin, có thể là kinh tế, cũng có thể là chuyên linh tinh...

Vấn đề đặt ra bởi thể thao ở đây là biểu hiện của bất cứ việc xếp ô xếp mục nào. Một số bài có thể được xếp vào những mục khác nhau và cuối cùng người khảo cứu phải quyết định - theo những chi tiết về cân nặng - élément de pondération -

**Sự cập nhật.** Báo trên mạng cập nhật thường xuyên, nhất là VNNet và VNEx hay Tuổi trẻ. Có lúc đang đếm thì trang thay đổi. Khi đã đếm rồi thì không trở lại để kiểm chứng hay so sánh được. Dĩ nhiên có thể lưu trữ nhưng người nghiên cứu đã không sử dụng khả năng này.

**Thiếu tiếp cận với những công trình nghiên cứu khoa học trong nước** cho nên nhiều khi phải bằng lòng với những chú dẫn thuộc văn chương đại chúng có trên mạng. Về lý thuyết tác giả khảo sát sử dụng lý thuyết Âu Tây.

Sau cùng **khó khăn giữa chủ quan và khách quan.** Dĩ nhiên, khởi thủy từ Durkheim tới giờ các nhà xã hội học đều cố gắng xem sự kiện xã hội như một vật thể, hoàn toàn tách rời và độc lập với người nghiên cứu nhưng nghiên cứu báo chí bằng tiếng mẹ, với cả những tình cảm tâm lý của một người xa xứ, người nghiên cứu đã gặp nhiều lúc khó khăn vì có khi ham đọc hơn là khảo sát hay trái lại chán nản vì phải đọc, và đọc nhiều lần, nhiều ... chuyện linh tinh.

Tức là có lúc người nghiên cứu phải dùng bạo lực với chính mình, tự “trói chân mình vào bàn làm việc” - nói theo một thành ngữ Pháp Bỉ - để can đảm tiếp tục đọc đếm và xếp hạng những bài giống nhau, chép nhau trong đó, các kết quả sau này cho thấy, gần 40% là thuộc chuyện linh tinh.

**Giá trị của phương pháp khảo sát?**

Khảo sát *8 tờ báo trên mạng* ít nhất là để xếp mục có lý luận. đồng nhất cho tám tờ báo. Để xếp mục, phân tích nội dung (analyse de contenu) được dùng như một ứng dụng của nguyên tắc “phá vỡ hiện trạng để tìm xem thực trạng ẩn bên trong”.

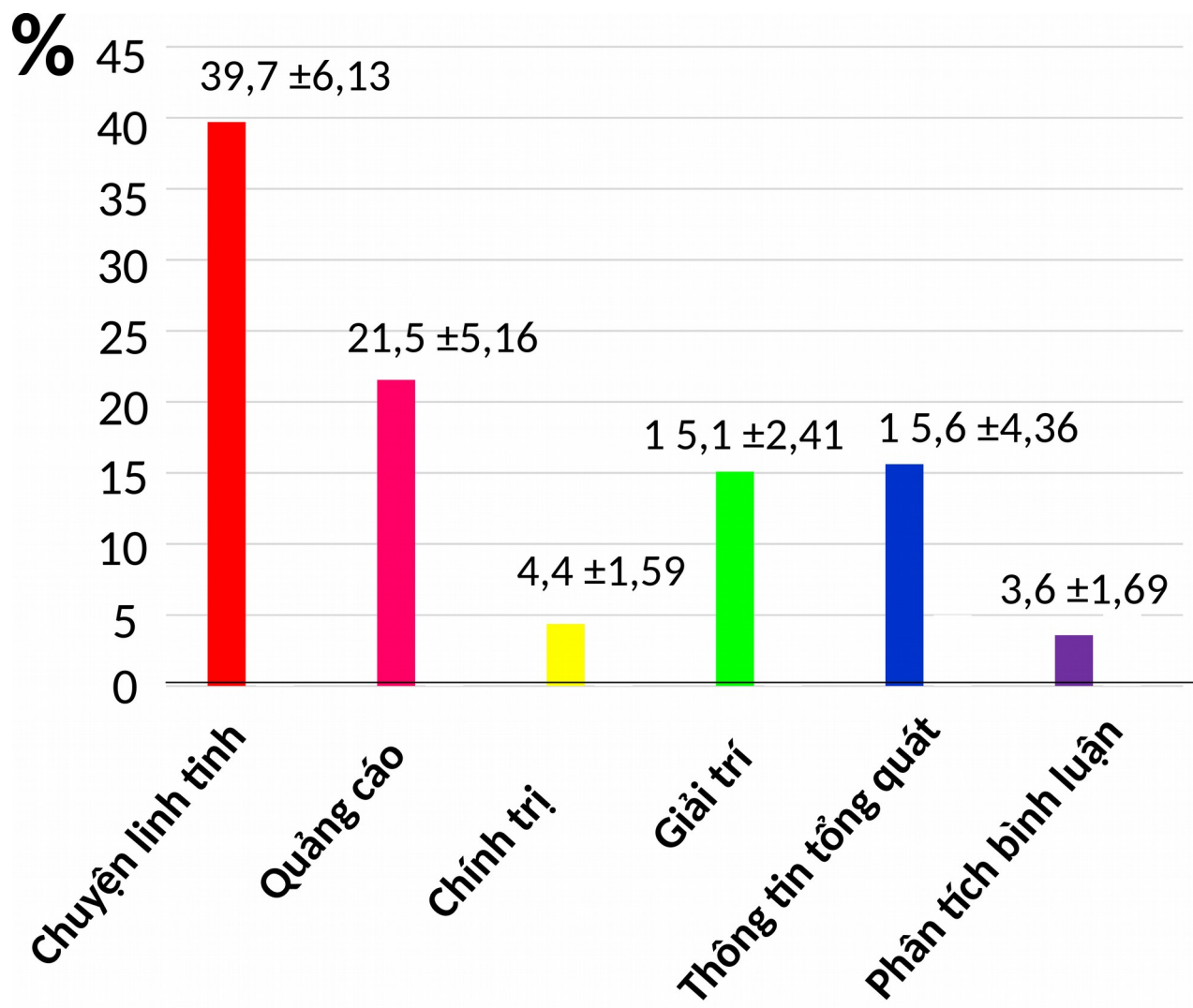
Giới hạn của khảo sát có lẽ là giới hạn của một số nghiên cứu trong đó người nghiên cứu phải chủ động liên hệ với đối tượng nghiên cứu - cái mà tiếng Pháp gọi là "implication". Dĩ nhiên là phải có sự xa cách cần thiết - la distanciation nécessaire - và nhiều khi phải tin cậy trên cái nghiêm chỉnh của người làm khoa học. Trừ phi là thực hiện một nghiên cứu khác để chứng tỏ rằng các kết quả đưa ra ở đây không có giá trị.

Cuối cùng, sự gần như đồng nhất của các kết quả cho thấy là 8 trang nhất của 8 tờ báo đã là một mẫu đủ để đi đến vài kết luận bảo vệ được.

XXXX

### Kết quả - Khai thác tổng thể các kết quả :

Phân chia số bài theo các mục, đồ thị chung cho 8 báo (%)



**Bảng 1**

Phân phối, theo tỉ lệ %, các bài báo tùy theo các mục (n)

<b>VNEx</b> (74)	44,60	13,51	4,05	17,58	18,92	1,35
<b>VNN</b> (84)	42,86	17,86	5,95	15,48	14,29	3,57
<b>MTG</b> (94)	47,87	27,66	2,13	9,57	9,57	3,19
<b>LD</b> (101)	41,58	24,75	1,98	15,84	13,86	1,98
<b>TN</b> (81)	38,27	23,46	6,17	14,81	13,58	3,70
<b>SGGP</b> (74)	31,08	17,57	4,41	14,86	24,32	6,76
<b>DT</b> (101)	30,69	27,72	4,95	15,84	15,84	4,95
<b>TT</b> (96)	40,63	19,79	5,21	16,67	14,58	3,13
Mean	39,70	21,54	4,36	15,08	15,62	3,58
SD	6,13	5,16	1,59	2,41	4,36	1,69
	<i>Chuyện linh tinh</i>	<i>Quảng cáo</i>	<i>Sinh hoạt chính trị</i>	<i>Giải trí</i>	<i>Thông tin tổng quát</i>	<i>Phân tích bình luận</i>

**Chuyện linh tinh là mẫu số chung của các báo.** Với 39,70% các bài báo trong khảo sát.

**Quảng cáo** bằng bài viết chiếm 21,54%.

Tiếp theo là **thông tin tổng quát** với 15,62% và **giải trí**, cũng gần như ngang hàng, với 15,08% số bài.

Hai mục còn lại, **chính trị và phân tích bình luận** mỗi mục chiếm không tới 5% số bài viết (4,36% và 3,58%).

Ngoài các con số trên, bảng 1 cho các kết quả của từng báo.

Nhưng thật ra, trước nhất, khuynh hướng chung của các báo giống nhau. Thứ đến, khó mà so sánh các trang báo mạng khác nhau, có thể thời sự ảnh hưởng đến số bài các mục của từng thời điểm khảo sát.

Khó mà nói rằng SGGP ít chuyện linh tinh hơn các báo khác hay nhiều phân tích bình luận mặc dù các kết quả có vẻ cách biệt.

:

## **Đi vào chi tiết nội dung**

### **Các báo trên mạng và chuyện linh tinh**

Chuyện linh tinh vừa dễ hiểu vừa câu người đọc

Sở dĩ người đọc bị lôi cuốn vì họ không cần hiểu biết trước đó. Chuyện linh tinh cụ thể, gần với cuộc sống, cứ y như người đọc có thể “nhập vai” vào các nhân vật của các chuyện ấy.

Marc Lits, còn tóm tắt thêm rằng đó là những chuyện có liên hệ đến đời sống của mỗi một trong chúng ta, chuyện tình yêu đôi lứa, những bi kịch gia đình, những tai nạn thường nhật, ... Ta có thể chia sẻ những hỉ nộ ái ố như chính ta sống trong hoàn cảnh.

Chuyện linh tinh là những bi kịch của cuộc đời, nhiều khi gần hay xa có liên quan tới cái chết - những tai nạn xe cộ, những động đất, sự tử vong của những sản phụ và những trẻ con. Bất cứ ai cũng có thể nói điều đó có thể xảy đến cho mình và mọi người đọc chuyện, không chỉ vì sự tò mò bệnh hoạn (4).

*Một cách ngắn gọn, các nhà xã hội học bảo rằng những chuyện linh tinh là những chuyện không chứa đựng các khái niệm trừu tượng. Ai cũng thể hiểu được tức khắc, một cách dễ dàng không cần vốn trí thức uyên bác (6).*



Đồng thời, chuyện linh tinh chiếm chỗ, làm người đọc quên những chuyện khác, quan trọng hơn (8).

Trên các báo ở Pháp, les faits divers hay chuyện linh tinh có tăng, và tăng đến 73% trong khoảng 10 gần đây (2002-2012) nhưng hiện phần này chỉ chiếm vị trí thứ sáu, sau những vấn đề xã hội, quốc tế, kinh tế, giáo dục và văn hóa.

Trong các bản tin thời sự truyền hình, chuyện lặt vặt chiếm từ 5% đến 9% thời lượng (9).

Chuyện tầm phào với những thù dật thêm kịch tính, cho những án mạng chẳng hạn, có thể góp phần làm ...đẹp các lịch chuẩn. Khía cạnh này sẽ được bàn đến sau.

Chỉ có cái là chuyện nhỏ lại câu người đọc,

Đồng thời, chuyện linh tinh có thể đóng vai chất keo liên kết dân tình và thực thi vai trò xã hội hóa độc giả.

## **Quảng cáo**

Quảng cáo là một phần của báo chí. Ở trời Âu, các báo đa phần cũng là cơ quan truyền thông của các nhóm lợi ích. Chỉ khác hai điều.

. Ở VN, dân ta còn tin ở báo chí, theo cái kiểu mà dân Âu Tây nói cách đây nửa thế kỷ C'est écrit dans la gazette. Kiểu tin tưởng ấy còn hiện hành bên ta.

. Điều thứ nhì, tăng độ của quảng cáo. Qua các kết quả của khảo sát, quảng cáo đứng hạng nhì hay hạng ba trên tổng số các bài viết.

*Ở châu Âu, cũng có những báo toàn quảng cáo, phát không không phải mua.. Nhưng không trá hình dưới dạng báo thông tin. Trên các báo thông tin, một bài quảng cáo phải được báo trước cho độc giả bằng dòng chữ "bài viết quảng cáo" publi-reportage*

*. Học sinh, từ bậc tiểu học, đã được trang bị vốn liếng về hiểu biết môi trường, trong đó có môi trường báo chí và quảng cáo để có thể miễn nhiễm.*

*Luật nghề nghiệp báo chí ở Bỉ định rằng không được xướng các hiệu khi chi tiết này không cần thiết để độc giả hiểu bài viết (10).*

**Thông tin tổng quát và giải trí** chiếm khoảng 15%, mỗi mục, trên các trang báo của khảo sát. Tức là hai vai trò thông tin và giải trí của các báo chỉ là một phần ba so với tổng số các bài. Có thể về diện tích, mục giải trí “rộng” hơn vì mục này được minh họa với rất nhiều hình ảnh

### **Mục phân tích và bình luận**

Trên Vnexpress thì có những bài thuộc “góc nhìn” tuy không phải “góc nhìn” nào cũng bình luận và phân tích vì có những “góc nhìn” chỉ là kể chuyện.

Báo Thanh niên có “chào buổi sáng”, một loại thư của ban biên tập. Đôi khi “chào buổi sáng” đưa ra vài bình luận chính trị xã hội.

Ở Lao động, bài ngắn hơn, hóm hỉnh hơn “ nói hay đừng”

Một thế giới có mục “chuyện hàng ngày”, viết bởi một số trí thức có uy tín.

Hiếm, nhưng có. Nếu cần thì độc giả vẫn có thể tiếp cận được vài phân tích bình luận.

### **Nhận xét tổng quát về kỹ thuật thường dùng của các bài báo trong khảo sát**

#### **. nhiều hình ảnh,**

Hình ảnh các người đẹp. Hiện diện trên tất cả các báo của khảo sát. Câu người đọc, hơn thế nữa, hình ảnh các người đẹp có thể được đăng theo yêu cầu của quản lý những người đẹp này để giữ độ nổi tiếng “hâm nóng” như tiếng các báo vẫn dùng – tức là những quảng cáo trá hình. Hình ảnh đẹp câu views hay câu click. Nhất là khi có cả một bộ ảnh.

Hình ảnh nhiều khi rất thừa – hiện trường của một sự kiện tai nạn nào đó thường chỉ có hình của công an và các xe ngổn ngang hay của đám đông tụ họp. Chưa nói tới vấn đề đạo đức, không tôn trọng cái riêng tư của cá nhân, đưa hình ảnh của tang thương hay bạo lực, ...các hình ảnh này lại đều hao hao giống nhau.

Các trường hợp khác thì dùng kho ảnh trên mạng, thông thường chỉ để nguồn là “ảnh internet”, tức là vấn đề bản quyền không rõ ràng.

Dĩ nhiên, có nhiều hình thì dễ đọc hơn, bất cứ nhà ngôn ngữ nào cũng đồng ý với điều này.

#### **. ngôn từ cụ thể**

Tiếng Việt giàu, giàu nhất là kho tàng văn học với những từ ngữ súc tích và bóng bẩy. Ngữ vựng đó ít thấy trên mạng. Ngôn từ, nhất là qua các tựa bài rất cụ thể, loại ngôn ngữ nói và đầy cảm tính.

Những thí dụ ?

*Ngã ngựa với thủ phạm không ngờ gây bệnh tim mạch*

*Em gái siêu mẫu của cô Kim khoe eo nhỏ xíu tại Cannes  
Choáng với những khẩu hiệu, băng rôn "khó đỡ" trên phố  
Mất mạng vì tắm kênh sau bữa nhậu  
Chết lặng vì những câu nói "xát muối" của mẹ chồng*

Những cách dùng chữ cụ thể và đầy cảm tính này không làm giàu vốn ngữ vựng cho độc giả (11) lại vinh danh cho những bản năng sơ khai (12).

### **. kể chuyện - story telling**

Phải kể chuyện bằng tất cả mọi giá để biện minh cho bất cứ chủ đề nào, có những chuyện thật – muốn được nhiều giúp đỡ những trường hợp cơ nhỡ (mục tắm lòng nhân ái của Dân trí chẳng hạn) , có những chuyện ngây ngô để đề cao nhân vật X hay Y, có những chuyện xem thường cả việc cần bảo vệ sự riêng tư cá nhân của người trong cuộc, ...

Wikipedia định nghĩa story telling là cách kể chuyện, dựng lên một chuyện. Từ việc cho các con học hè tới chuyện Bộ trưởng giáo dục kể về kỷ niệm hồi xưa của ông, thời ông đi học, trước học trò. Kể chuyện như thế lôi cuốn người đọc vì có dàn cảnh, có kịch tính nên dễ hiểu hơn và nhất là dễ nhập vai vào câu chuyện hơn (13 ).

Các hoa hậu người đẹp thì, trừ vài trường hợp riêng lẻ, thường là những cô bé lọ lem trước khi đăng quang. Đó là những chuyện đẹp, hấp dẫn các cô thôn nữ trong các túp lều tranh cho các cô có thể mơ mộng và có thể chấp nhận những khó khăn hiện tại. Cái kiểu “một ngày nào đó, ông hoàng tử của tôi sẽ đến ...”

Mà bắt đầu là chuyện những người nổi tiếng. Ở đây, các tình tiết rất cổ điển trong thứ tự đẹp, gợi cảm sexy nhiều tiền, xe sang hàng hiệu tình yêu với ngôn ngữ cụ thể và đầy cảm tính.

Các thủ phạm của các án mạng lớn cũng được báo chí “đối xử” ... đồng hàng. Nguyễn Văn Luyện cách đây vài năm và Nguyễn Hải Dương trong vụ thảm sát ở Bình Phước đầu tháng bảy đều là chủ đề của nhiều bài báo với những tình tiết éo le (tâm sự trước khi giết người yêu cũ, dỗ em bé ngủ trước khi rời hiện trường,...)

### **. trường hợp của một số trang khoa học hay “khoa học linh tinh”**

Khoa học có thể là thông tin mà cũng có thể là chuyện vặt vãnh, hay chuyện để câu khách nhất là khi khoa học là những chuyện dịch từ dailymail, mens health, daily mirror, ... mà thông thường là chuyện giới tính hay chuyện phòng the. Tức là mượn danh nghĩa khoa học để “câu” độc giả.

*Vài tựa bài tạo chú ý :  
. Thông minh và vòng ngực*

- . *Chuyện hai trẻ sinh đôi có hai cha khác nhau*
- . *Máy đọc các giấc mơ*
- . *Khả năng chuyện ấy của người lớn tuổi*

### . **đưa chuyện những người nổi tiếng** (14)(15) (16)

Hầu như trên mọi báo, ngày nào cũng có chuyện của ca sĩ này hay diễn viên kia: phỏng vấn, hình ảnh, bàn luận về sắc đẹp, trang phục, những chi tiết về đời tư của họ, gia đình con cái họ và nhiều khi cả nhân sinh quan hay vũ trụ quan của họ... cứ thể như người nổi tiếng là những mẫu mực mà cả xã hội phải theo. Những người giàu có và vài khoa học gia cũng thành người nổi tiếng trên mặt báo.

Chuyện người nổi tiếng mê hoặc và lôi cuốn người đọc

Nhất là khi các báo cố tình nhấn mạnh nguồn gốc nghèo khổ của một vài nhân vật nổi tiếng - một loại chuyện thần tiên, sự đổi đời của công chúa lọ lem - Những chuyện như thế cho phép độc giả nằm mơ ngay giữa ban ngày! Một số người còn có thể nhập vai, tự đặt mình vào vị trí của người nổi tiếng đã có thời thơ ấu khó khăn và xem sự thành công của nhân vật ấy như ... một sự thắng cuộc trên định mệnh của chính bản thân.

Chuyện người nổi tiếng đáp được:

- . Nhu cầu nghe kể chuyện
- . Nhu cầu có thần thánh và anh hùng

Sau cùng, chuyện người nổi tiếng thành câu chuyện đầu môi hoàn thành vai trò xã hội hóa người đọc. Như những chuyện linh tinh.

.

.

### **Bàn về vai trò và chức năng của báo chí** (17)

*Các tác giả thường bàn về ba vai trò của báo chí: thông tin, giáo dục và giải trí.*

**Thông tin** có nghĩa là mang tới độc giả những tin tức lớn nhỏ - xin nhấn mạnh đến hai chữ lớn và nhỏ - về tình hình chính trị, kinh tế, xã hội, văn hóa ở trong nước và thế giới (=chuyện lớn). Đồng thời đưa tin về những chuyện linh tinh hay những sinh hoạt thể thao chỉ có liên quan đến vài cá nhân hay nhóm nhỏ, hoặc có tính vùng miền hơn.

Mang thông tin đến độc giả có nghĩa là giải thích, phân tích và bình luận để độc giả có thể tinh tường - tinh tường như một quyền và cũng là bổn phận của bất cứ công dân nào, thành viên của xã hội - biết để sống trong cộng đồng và để có thể đi bầu chẳng hạn.

**Vai trò thứ nhì là vai trò “giáo dục”.** Chữ giáo dục được để trong ngoặc kép vì ở đây giáo

dục không có nghĩa của trường lớp mà theo nghĩa “truyền bá những kiến thức cập nhật, những dữ kiện giải thích tại sao thế giới và xã hội ta đang sống thay đổi” .

Ngoài ra, một số bài báo còn đóng **vai trò giải trí**, những trang tiểu thuyết, ô chữ, trò chơi, ...Đọc báo buổi sáng để thoải mái một chút trước khi bắt đầu một ngày làm việc hay để bớt căng thẳng, buổi tối, sau một ngày nặng nhọc.

Nhưng nói cho cùng, mỗi báo, hay đúng ra tác giả của mỗi bài báo có thể lên tiếng ủng hộ hay phản đối chính quyền, đóng vai trò phản biện, gieo ảnh hưởng tới quần chúng và có thể trong chừng mực nào đó, định hướng quan điểm hay lựa chọn trong các cuộc bầu cử.

Đúng ra, báo chí còn có những vai trò và chức năng khác, những chức năng sâu xa hơn, thiết thực hơn.

Là một gạch nối giữa xã hội - xã hội trong nghĩa hệ thống - và người đọc, báo chí **xã hội hóa người đọc**, mang đến cho người đọc những **mẫu mực cho hành động cho lối suy nghĩ, những giá trị đạo đức cần phải tôn trọng, ...**

Vai trò này có ảnh hưởng rộng hơn vai trò giáo dục đã bàn đến ở trên vì tác dụng ngầm, tác dụng vô ý thức mà kết quả hết sức bền vững.

Mẫu người phụ nữ, nhuộm tóc, thời trang, cách dùng chữ, ... là những “tiêu chuẩn hóa” mà báo chí hiện rất thành công đối với giới trẻ chẳng hạn. Giới trẻ vốn có nhu cầu bắt chước. Vai trò này các nhà xã hội học gọi là vai trò xã hội hóa - socialisation -

Cuối cùng, trên thị trường, **vai trò kinh tế của báo chí** không nhỏ: báo chí thường là cơ quan hay công cụ của tiếp thị quảng cáo, những hoạt động công tác liên hệ với công chúng với người tiêu dùng. Liên hệ giữa kinh tế và báo chí phức tạp hơn thế vì báo chí sống đa phần là nhờ kinh tế, được tài trợ bởi lĩnh vực tài chính, kinh tế.

## **Có những vai trò mà các báo Việt nam trên mạng hoàn thành tốt**

Vai trò kết nối giữa người với người trong một xã hội tạo mẫu số chung, một mẫu số rất cần làm cơ sở cho tương thân tương trợ và ý thức định nghĩa cá nhân như thành viên của một tập thể.

Chuyện của Ngọc Trinh, chuyện linh tinh thật nhưng có thể đóng vai “miếng trầu bắt đầu câu chuyện”. Thay vì nói trời mưa hay trời nắng, ta có thể bàn về bộ ảnh mới của Ngọc Trinh...

*Một số từ ngữ như tạo dáng, hot girl, gợi cảm, ... thành ngữ vụng thường ngày của một số người - ở đây ta không bàn dưới khía cạnh luân lý mà chỉ nói dưới khía cạnh "chất keo xã hội".*

Vai trò giải trí các báo cũng hoàn thành tốt. Quảng cáo và giải trí, tức là khoảng phân nửa các bài báo, phục vụ cho vai trò này. Trong một chừng mực nào đó, những chuyện linh tinh cũng phục vụ cho vai trò giải trí (5) (7) (17).

Vai trò đưa mẫu sinh hoạt ý kiến và chính kiến đồng thuận với Bộ trưởng X hay Y buồn man mác vì tín nhiệm thấp, hay ông Z đang đàn chống tham nhũng ... chẳng hạn.

Vai trò phục vụ cho cuộc sống hàng ngày - các tin về dịch vụ, chương trình thi tốt nghiệp phổ thông, các quảng cáo, ... các báo hoàn tất tốt vai trò này. Quảng cáo có i nhất là khía cạnh tích cực ấy.

## **Các vai trò khác?**

Vai trò phản biện - Các báo không hay rất ít gợi ý thảo luận về ý tưởng. Nhất là về chính kiến. Ít tin tức bàn luận về chính trị. Trong chừng mực đó báo chí làm tăng, nơi độc giả, khả năng chấp nhận ý thức hệ hiện hành - tiếng Pháp gọi là idéologie dominante -

Vai trò phát triển tri thức và khám phá tìm tòi có lẽ chưa được chú ý đúng mức, kể cả đối với báo Dân Trí, vốn là cơ quan của Hội Khuyến học.

Trong bối cảnh hội nhập, thông tin thế giới cũng rất cần. Hiện có lẽ các báo thực sự chú tâm đến những "chuyện nhỏ", ngày tình nhân, ngày phụ nữ, ... Còn những "vấn đề lớn" như trong sạch, tự do báo chí, việc làm của trẻ em hay giá trị sống của người già, nhân quyền nói chung, ... ít được đề cập.

Vai trò quảng bá khoa học chính hiệu – để đối nghĩa với khoa học giả hiệu – Khoa học được giải thích giản dị – vulgarisation – rất cần để ...”nâng cao dân trí” bốn chữ này được để trong dấu ngoặc vì chúng hay bị lạm dụng. Khiêm tốn hơn, ta có thể nói “để dân tình sống tốt hơn” với một cái đầu biết và biết suy nghĩ - Quảng bá khoa học rất là cần thiết. Hiện, qua khảo sát này, vai trò đó, các báo trên mạng chưa hoàn thành tốt.

## **Những giả thuyết giải thích ?**

### **Chính sách báo chí tập trung và những cấm địa**

Vấn đề thiếu tự do báo chí, bảng xếp hạng của reporter sans frontière đã nhiều năm cho thấy vị trí của Việt Nam (18).

Thứ hạng về tự do báo chí không là chủ đề ở đây. Hiện trạng – vì có những cấm địa nên một trong những giả thuyết có thể là với những giới hạn rất khắt khe, đặt dụng võ của báo chí thành chật hẹp. Những chuyện linh tinh không đụng chạm đến những vấn đề “nhạy cảm” nên các phóng viên khai thác tối đa những tin này.

Luật Báo chí cũng đưa nhiệm vụ phục vụ các cơ quan của Đảng lên hàng đầu (19).

Báo chí cũng nằm trong **lô gích của các cơ quan tài trợ** ? Tiền bạc là vấn đề chính của sinh tồn. Tất cả các báo đều được tài trợ từ công quỹ. Nói theo tiếng Pháp thì đó là các services publics – dịch vụ công - , xài tiền của dân. Tức là phải phục vụ quyền lợi của dân. Tức là phải hoàn thành ít nhất là ba bốn phận căn bản. Thông tin, giáo dục và giải trí. Nhưng làm sao phục vụ quyền lợi của dân khi người tài trợ trực tiếp là cơ quan công quyền? Nhà báo tự kiểm duyệt, bị kiểm duyệt, ...Bản thể của báo chí đã là cơ quan ngôn luận của một công quyền, trung thành với cơ quan công quyền là một bốn phận.

Nguồn tài trợ thứ nhì là quảng cáo. Viết bài cho người trả tiền là theo một lô gích dễ hiểu, **lô gích của thị trường**.

Ngoài ra, **chiều theo thị hiếu cũng là một cần thiết cho sống còn**. Các thị hiếu thuộc bản năng con người câu được nhiều khách. Nhà báo, trong khung cảnh xã hội thực dụng, cần tiền nên cần viết những bài đúng theo thị hiếu. Các tổng biên tập thì cần người đọc để có nhiều quảng cáo và vòng tròn khép lại.

## **Những vấn đề còn lại**

Là một nghiên cứu sơ khởi, chúng tôi không đưa ra những khẳng định. Cần đào sâu hơn nhất là cần kết hợp phân tích nội dung với những phương thức khảo sát khác như phỏng vấn các Tổng biên tập, các nhà báo và nghiên cứu cộng đồng độc giả của các báo. Những phương thức này thật khó mà thực hiện từ xa.

Từ khảo sát này, nổi bậc hai vấn đề còn lại:

### **Vấn đề triết lý nghề nghiệp báo chí?**

Thỉnh thoảng cũng có những tiếng nói bàn luận về đạo đức cần có của người phóng viên

Trước tiên, có lẽ phải nói đến là bài của TS. Hà Huy Phượng (*Phó trưởng Khoa Báo chí, Học viện Báo chí và Tuyên truyền*) (20)

Ông đã nói đến sáu điều mà bất cứ nhà báo nào cũng cần nằm lòng. Từ vấn đề phải tiếp cận trung thành sự kiện, không sao chép, bịa đặt thông tin, hư cấu chi tiết, *không* lạm dụng những chi tiết “hot”, giật gân, câu khách, phải xem trọng giá trị nhân văn, chân thực, không vì lợi ích cá nhân, nhóm hoặc vì mục đích thương mại mà coi nhẹ các chức năng, nguyên tắc hoạt động của báo chí, ... đến điều cuối cùng, phải theo dõi, nắm bắt và xử lý thông tin phản hồi.

Một bài khác, với tựa đề Nghĩ về chuyện cầm bút và bồi bút, phê bình nặng nề hơn:

*“...Điều này chỉ chứng minh rằng báo chí nhà nước vốn quen ca ngợi của Việt Nam hiện tại đã trở nên trơ trẽn và không còn khả năng căn bản nhất của báo chí là ghi chép thực tại, nhìn nhận và đánh giá thực tại bằng một cách nào đó khách quan nhất.” (21)*

Nói cho cùng, Trường Cao đẳng Báo chí của Paris hiện hữu từ 1899. So với trường này, Khoa Báo chí Việt Nam còn trẻ, còn cần thời gian để hoàn thiện.

### **Vấn đề sở hữu trí tuệ ?**



Chẳng những chép lại, đăng lại bài báo của đồng nghiệp, các báo lại thường biên tập lại, đặt tựa và tiểu tựa cho các bài sao chép nên cuối cùng, “tam sao thất bản”, khó tìm nguồn gốc khởi thủy khả dĩ giúp người đọc định hướng.

*VNN có nhiều bài của mục Khoa học dịch từ DailyMail. Khi Dân Trí mang về trang mình chỉ ghi “theo VNN”. Bỏ quên nguồn DailyMail tức là chính thống hóa vì xóa mất nguồn gốc tabloide của những bài ấy.*

Việt Nam đã ký tham gia Công ước Berne từ ngày 26.10.2004 và đáng lý ra phải tránh việc sao chép các bài báo, phải tôn trọng bản quyền (22).

XXXX

## **Kết luận nào cho hiện trạng báo chí trên mạng?**

### **Khả năng chính thống hóa các lệch chuẩn ?**

Lệch chuẩn dịch từ chữ *déviance* của tiếng Pháp. Thế nào là lệch chuẩn và tại sao báo chí lại có khả năng chính thống hóa các lệch chuẩn ?

Ở vi mô thì những tệ nạn như hút sách, uống rượu, cướp, hiếp, bạo lực giữa người với người, dù là trong gia đình (bố ghê đánh con đến chấn thương sọ não) hay ở trường học (đâm chết bạn học ở dưới chân cầu thang trong trường), ...

Trên vĩ mô thì tham nhũng, lạm dụng quyền lực, lợi ích nhóm và nhất là vi phạm nhân quyền, sự kỳ thị chủng tộc hay kỳ thị xã hội, ....

là những thí dụ của lệch chuẩn

Nhưng khái niệm chuẩn và lệch chuẩn thay đổi tùy thời, tùy xã hội, tùy sự “dung túng” của xã hội trước những hành vi hay thái độ khác với “lễ thường” - chữ lễ thường được để trong dấu ngoặc kép vì thường hay bất thường, một lần nữa cũng tùy thuộc tần số xuất hiện, tùy thuộc lĩnh vực, ..(23)

Dĩ nhiên, báo chí có khuynh hướng phản ảnh những sự kiện nổi bật, những sự kiện tiêu cực. Kể cả những lệch chuẩn.

Nhưng về lâu về dài, báo chí, vô hình chung, làm «bình thường hóa» những cái tiêu cực vì tiêu cực thành đa phần, thành thường nhật, thành cơm bữa và nếu mỗi ngày đều thấy trên mặt báo thì một lúc nào đó cái bất thường thành bình thường, thành luật, thành lệ...

Mặt khác, như đã bàn ở trên trang “Chuyện linh tinh lời cuốn đọc giả?”, những chuyện linh tinh, tầm phào với những tiêu đề thêm kịch tính, cho những ấn mạng chẳng hạn, còn có thể góp phần làm đẹp chuyện lệch chuẩn.

## **Lệch chuẩn sẽ có khả năng được chấp nhận, ưu ái hơn và từ từ thành chuẩn?**

xxxx

### **Chú dẫn**

(1) <http://www.baogiaothong.vn/bo-truong-tttt-it-co-nuoc-nao-nhieu-co-quan-bao-chi-nhu-vn-d103608.html>

(2) Cognat Chr. & Viailly Fr. (chủ biên), Les rubriques du journalisme. Décrypter, organiser et traiter l’actualité. NXB Presses Universitaires de Grenoble, 2012.

(3) <http://motthegioi.vn/docs/bao-gia.pdf>

(4) Barthes R., Structure du fait divers (1964) in Essais critiques. NXB Seuil, 1991, tr. 188-196.

(5) Lits M., Le fait divers: un genre strictement francophone ?, in *Semen - Revue de sémiologie linguistique des textes et discours* [Online], 13|2001, Online since 10 February 2007, connection on 27 May 2015. URL: <http://semen.revues.org/2628>

(6) Péquignot B., Le fait divers : limite de la sociologie ?.NXB *Utinam*, 1996.

(7) Albert P., La presse française. Paris, La Documentation française, 2008, tr. 27-32.

và

Balle F., *Médias et Sociétés - Edition-Presses-Cinéma-Radio-Télévision-Internet* - Montchrestien - 15e éd. - 2011.

(8) Bourdieu P. : "Les faits divers font diversion." dẫn bởi (9) dưới đây. Nguyên thủy câu này trích từ Bourdieu P., Sur la télévision. NXB Liber-Raisons d'agir, 1996.

(9) [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2013/06/17/en-dix-ans-le-nombre-de-faits-divers-dans-les-jt-a-augmente-de-73\\_3431764\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2013/06/17/en-dix-ans-le-nombre-de-faits-divers-dans-les-jt-a-augmente-de-73_3431764_3236.html)

<http://www.agoravox.fr/actualites/medias/article/progression-des-faits-divers-en-10-148897>

(10) <http://www.deontologiejournalistique.be/telechargements/Directive%20publicite%20journalisme%20approuvee%20definitive.pdf>

(11) Về ngôn từ đơn giản và ngôn từ phức tạp có thể dẫn **Basil Bernstein**, 1971, trong "Class, codes and control" theo đó,

Ngữ vựng phức tạp (code élaboré) bao gồm những từ trừu tượng, những khái niệm, những điển tích mà người "phàm phu tục tử" không có khả năng dùng, tuy là họ có thể hiểu.

Ngữ vựng đơn giản (code restreint) chỉ có những từ cụ thể, dùng hàng ngày, liên hệ mật thiết tới vật chất, không có khả năng diễn đạt những khái niệm trừu tượng.

(12) <http://vanhoanghean.com.vn/van-hoa-va-doi-song27/cuoc-song-quanh-ta46/cai-%C2%ABcam-tinh%C2%BB-trong-cach-viet-cua-vai-to-bao-tren-mang>

(13) <http://en.wikipedia.org/wiki/Storytelling>

(14) Dakhlija J., Mythologie de la peopolisation. NXB Le Cavalier bleu, 2010.

(15) Spies V., Télévision, presse people. Les marchands de bonheur. NXB De Boeck, 2008.  
hay

(16) một bài tiếng Việt: <http://dantri.com.vn/khoa-hoc/chuyen-nguoi-noi-tieng-duoi-goc-nhin-xa-hoi-hoc-726163.htm>

(17) Balle F., *Médias et Sociétés - Edition-Presses-Cinéma-Radio-Télévision-Internet* - Montchrestien - 15e éd. - 2011.

(18) <http://index.rsf.org/#!/index-details/VNM>

(19) Điều 1 của Luật Báo chí số 29-LCT/HĐNN8 của Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam thông qua ngày 28/12/1989 qui định rằng *báo chí là cơ quan ngôn luận của các tổ chức của Đảng, cơ quan Nhà nước, tổ chức xã hội (dưới đây gọi chung là tổ chức) ; là diễn đàn của nhân dân.*

Nhưng kinh nghiệm của một nhà báo lão thành cho thấy nhiệm vụ của báo chí, trước tiên, là phục vụ Đảng:

<http://www.vanhoanghean.com.vn/van-hoa-va-doi-song27/khach-moi-cua-tap-chi45/kho-nhat-trong-nghe-bao-la-giu-duoc-ban-linh-tro-chuyen-voi-nha-bao-tran-hong-co>

Báo chí tư nhân? Xin mời xem (BBC ngày 10.07.2015):

[http://www.bbc.com/vietnamese/forum/2015/07/150710\\_nguyenminhthuyet\\_baochi\\_tunhan](http://www.bbc.com/vietnamese/forum/2015/07/150710_nguyenminhthuyet_baochi_tunhan)

(20) <http://daotao.vtv.vn/dao-duc-cua-nha-bao-trong-quy-trinh-sang-tao-tac-pham-bao-chi/>

(21) <http://www.rfvietnam.com/node/2566>

(22) Nguyễn Huỳnh Mai, Đạo văn và vấn đề sở hữu trí tuệ. Văn Hóa Nghệ An, 278, 10.10.2014, tr. 9-10.

Một phiên bản ngắn gọn có thể đọc được ở đây:

<http://dantri.com.vn/dien-dan/ban-ve-dao-van-va-van-de-so-huu-tri-tue-981871.htm>

hay một bài khác về các loại sách ... có hại:

<http://vanhoanghean.com.vn/chuyen-muc-goc-nhin-van-hoa/nhung-goc-nhin-van-hoa/cac-loai-sach-%E2%80%A6-co-hai>

Để so sánh, đạo đức nhà báo ở Bỉ được ghi thành “luật”

<http://www.codededeontologiejournalistique.be/>

Ba phần, 15 chương ... trung thực, tôn trọng sự thật, chỉ viết những gì đã kiểm chứng, độc lập, bảo vệ quyền con người, ... Các vấn đề như đạo văn, quảng cáo, nguồn của thông tin, ... là chủ đề của những chương quan trọng.

(23) Nguyễn Huỳnh Mai, Loạn kỷ cương và lệch chuẩn xã hội. Văn Hóa Nghệ An, 267, phát hành ngày 25.04.2014, tr. 6-9.