

TÍNH CHUYÊN NGHIỆP CỦA BÁO CHÍ HIỆN ĐẠI

- Những vấn đề lý luận và thực tiễn

LÊ THU HÀ^(*)
và NHẠC PHAN LINH^(**)
tổng thuật

Trải qua hơn 80 năm hình thành và phát triển, báo chí cách mạng Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ cả về số lượng, chất lượng, loại hình. Tính đến tháng 3/2011, trong lĩnh vực báo in, cả nước có 745 cơ quan báo chí với 1.003 ấn phẩm. Phát thanh, truyền hình có 3 đài Trung ương (VTV, VTC, VOV) và các đài phát thanh - truyền hình địa phương với 200 kênh chương trình trong nước và 67 kênh nước ngoài (đang được phát trên hệ thống truyền hình trả tiền). Cả nước có 46 báo điện tử và tạp chí điện tử, 287 trang tin điện tử của các cơ quan báo chí và hàng ngàn trang tin điện tử của các cơ quan của Đảng, Nhà nước và Chính phủ, các đoàn thể, hội, hiệp hội và doanh nghiệp. Số lượng nhà báo chuyên nghiệp được cấp thẻ là gần 17.000 người. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ đó, yêu cầu nâng cao tính chuyên nghiệp, xây dựng đội ngũ các nhà báo có tâm, có tầm, đảm đương được nhiệm vụ chính trị của đất nước đang là yêu cầu bức thiết đối với tất cả các cơ quan báo chí.

Ngày 18/6 vừa qua, Hội Nhà báo Việt Nam và Học viện Báo chí - Tuyên truyền phối hợp tổ chức Hội thảo khoa học quốc gia *"Tính chuyên nghiệp của báo chí hiện đại - Những vấn đề lý luận*

và thực tiễn". Dưới đây là những nội dung chính được trình bày và thảo luận tại Hội thảo.

I. Tổng quan về tính chuyên nghiệp của báo chí

1. Để tìm ra định nghĩa tương đối chuẩn xác và thống nhất về tính chuyên nghiệp của báo chí không phải là điều dễ dàng. Nhiều ý kiến cho rằng, tính chuyên nghiệp của nhà báo thể hiện ở những phẩm chất chính trị - xã hội, đạo đức nghề nghiệp, ở phương pháp, cách thức hành nghề một cách khoa học, hiệu quả; ở sự hiểu biết sâu sắc với các mối quan hệ, cơ chế vận hành trong lĩnh vực báo chí; ở sự tinh thông, thuần thục các kỹ năng nghề nghiệp; ở khả năng sử dụng và thích nghi các loại hình phương tiện kỹ thuật hiện đại phục vụ cho hoạt động nghề nghiệp.

Nhưng, tựu chung lại, có thể nói, bốn vấn đề cơ bản để hình thành tính chuyên nghiệp trong báo chí Việt Nam, là: *thứ nhất*, người làm báo chuyên nghiệp Việt Nam không chỉ là người làm nghề báo thông thường mà trước hết cần coi trọng, nêu cao tính trách nhiệm xã hội, nghĩa vụ công dân. Rèn luyện tính chuyên nghiệp của người làm báo, trước hết là

^(*), ^(**) ThS., Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

rèn luyện tinh thần vì Tổ Quốc vì nhân dân. *Thứ hai*, chỉ có lòng say mê nghề nghiệp chân chính và tinh thần trách nhiệm xã hội cao mới có thể vươn lên thành nhà báo chuyên nghiệp. *Thứ ba*, người làm báo phải không ngừng học tập chính trị, văn hóa, ngoại ngữ, thường xuyên cập nhật kiến thức, tiếp cận và sử dụng thành thạo các kỹ thuật của nghề nghiệp và quan trọng là đắm mình trong thực tiễn. *Thứ tư*, trung thực, kỷ cương, khiêm tốn là những đức tính cần có và phải có của nhà báo chuyên nghiệp.

2. Xuất phát từ những hướng tiếp cận khác nhau, tiêu chí về tính chuyên nghiệp có một số quan điểm chủ đạo sau:

Nhìn từ góc độ chủ thể của nghề báo, *trách nhiệm xã hội và nghĩa vụ công dân* là tiêu chí hàng đầu của tính chuyên nghiệp. Điều phân biệt tính nghiệp dư, ngẫu hứng với tính chuyên nghiệp của nhà báo thể hiện ở mức độ đóng góp của người làm báo cho công cuộc xây dựng và bảo vệ tổ quốc. Mỗi hoạt động nghề nghiệp, mỗi tác phẩm báo chí phải được thực hiện với ý thức trách nhiệm cao, gắn với đạo đức của người làm báo. Bên cạnh đó, *phương thức hành nghề của nhà báo* được coi là tiêu chí cơ bản cho tính chuyên nghiệp của báo chí. Để có tác phẩm trúng, đúng, hay, ngoài việc đi sâu, đi sát, tiếp cận vấn đề mang tính bao quát, mang tính lịch sử, trong thời đại tri thức, mỗi nhà báo phải thực sự trở thành một chuyên gia giỏi đối với mảng vấn đề, lĩnh vực mình phụ trách. Muốn vậy, nhà báo phải được đào tạo và tự đào tạo một cách căn bản, kỹ lưỡng, cũng như tích cực mở rộng kiến thức chuyên ngành và đa ngành. Ranh giới giữa các loại hình báo chí đang dần mờ nhạt, do vậy, các nhà báo cũng phải chuyển mình theo hướng nhà báo đa loại hình với việc khai thác và sử dụng thành thạo các thiết bị kỹ thuật làm báo hiện đại.

Nhìn từ góc độ vai trò, chức năng của báo chí, *ý nghĩa xã hội tích cực của sản phẩm báo chí* chính là căn cứ đánh giá mức độ chuyên nghiệp cao nhất. Theo hướng tiếp cận này, tính chuyên nghiệp của báo chí không phải lấy thước đo từ sự phát triển của kỹ thuật, công nghệ, mà quan trọng hơn cả vẫn là giá trị thực tiễn, tầm ảnh hưởng, tác dụng mà sản phẩm báo chí mang lại. Phương châm “viết cho ai?”, “viết để làm gì?” cần phải được các nhà báo quán triệt một cách cụ thể, rõ ràng vì mục đích chung.

3. Các nhân tố tác động đến tính chuyên nghiệp của báo chí, *trước hết* là mục đích và lý tưởng hành nghề. Nếu chỉ vì mưu sinh mà làm báo chuyên nghiệp tức là tự “hạ thấp và tầm thường hóa” nghề nghiệp. Xác định được mục đích và lý tưởng hành nghề, là kim chỉ nam cho nhận thức, thái độ và hành vi cho người làm báo. *Thứ hai*, các nguyên tắc, tiêu chí và đạo đức hành nghề, như tính khách quan – chân thật, tính nhân văn, tính dân tộc, tính chiến đấu và tính chính trị cần được nền báo chí và nhà báo xác định rõ ràng và tôn trọng trong thực tế. *Thứ ba*, lợi ích chính đáng của công chúng, dư luận xã hội và nhân dân được tôn trọng và bảo vệ. *Thứ tư*, phong cách và thái độ hành nghề của nhà báo, thể hiện trong kỹ năng tác nghiệp, luôn được công chúng và xã hội nể trọng. *Thứ năm*, báo chí cần chủ động về tài chính. Hành lang pháp lý cho kinh tế báo chí – truyền thông phát triển chưa bảo đảm.

II. Những vấn đề đặt ra về tính chuyên nghiệp của báo chí

1. Vì sao phải nâng cao tính chuyên nghiệp?

Báo chí Việt Nam đã góp phần quan trọng vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Huân chương Sao Vàng - phần thưởng cao quý nhất của Đảng và Nhà nước trao tặng cho lực lượng báo chí

nhân dịp kỷ niệm 85 năm Báo chí cách mạng Việt Nam, chính là sự ghi nhận những đóng góp to lớn đó của báo giới. Nhiều bài viết đã góp phần to lớn trong định hướng về mặt tư tưởng, chính trị cho độc giả trong những thời điểm nóng của sự kiện trong giai đoạn vừa qua. Đại đa số cán bộ, phóng viên các cơ quan báo chí có đạo đức nghề nghiệp và tinh thần trách nhiệm với công việc của mình. Họ đã thể hiện tinh thần dũng cảm, lặn lội với thực tiễn để tìm kiếm những thông tin quý giá, những sự thật, đặc biệt là chống tiêu cực đang hàng ngày hàng giờ diễn ra trong xã hội.

Tuy nhiên, trong thời đại thông tin và hội nhập quốc tế hiện nay, báo chí nước ta bộc lộ rõ những hạn chế, bất cập, non kém: vẫn còn hiện tượng “thông tin thiếu trung thực, thiếu chính xác, không đúng sự thật, thiếu toàn diện, thiếu cân nhắc sự lợi hại, đưa đậm các mặt trái, mặt yếu kém, các vụ án và các tệ nạn xã hội trên trang nhất”; “thông tin dễ dãi, xa rời tôn chỉ mục đích, bình luận một chiều, lên án thái quá, thậm chí quy chụp”, coi nhẹ chức năng chính trị, tư tưởng của báo chí cách mạng, gây tổn hại nghiêm trọng tới lòng tin của nhân dân đối với các cơ quan báo chí; “khuyh hướng tư nhân hóa, thương mại hóa báo chí, tư nhân núp bóng để ra báo, kinh doanh báo chí có xu hướng gia tăng”;...

Những hạn chế, yếu kém trên đây của báo chí xuất phát từ nhiều nguyên nhân, nhưng quan trọng nhất là do báo chí của chúng ta còn thiếu tính chuyên nghiệp – một yêu cầu rất quan trọng đối với nền báo chí trong xã hội hiện đại. Sự thiếu chuyên nghiệp của báo chí, bộc lộ ở nhiều phương diện, nhiều cấp độ của hệ thống báo chí nước ta: từ việc bố trí lãnh đạo, quản lý báo chí, tuyển chọn và sử dụng người làm báo; xây dựng mô hình các cơ quan báo chí; đào tạo, bồi dưỡng

nguồn nhân lực, đến việc sở hữu và ứng dụng các phương tiện kỹ thuật, công nghệ thông tin hiện đại.

2. Những vấn đề đặt ra đối với nhà báo

- Về đội ngũ phóng viên, biên tập viên, cán bộ nhân viên tòa soạn, một số ý kiến đồng quan điểm: *lười đọc, lười tư duy, lười va chạm thực tiễn* đang là “căn bệnh” phổ biến trong không ít nhà báo hôm nay. Do đó, nguy cơ tụt hậu là một nỗi sợ thường trực mà chính bản thân các nhà báo đều cảm nhận được. Nguy cơ tụt hậu của người làm báo hiện nay thể hiện ở nhiều khía cạnh. Đó là *tụt hậu so với mặt bằng tri thức* của công chúng. Sản phẩm báo chí luôn có mục đích của người tạo ra nó nhưng tính định hướng của sản phẩm đó chỉ có giá trị nếu nó được lập luận, phân tích một cách sâu sắc, thuyết phục độc giả. Điều này đòi hỏi nhà báo phải có cả kỹ năng nghiệp vụ tốt và kiến thức xã hội sâu rộng; Đó là *tụt hậu về bản lĩnh chính trị, bản lĩnh nghiệp vụ* - tuy âm thầm nhưng lại vô cùng nguy hiểm mà đôi khi các nhà báo không nhận ra, không tự thừa nhận. Trong thời buổi kinh tế thị trường, việc thể hiện bản lĩnh chính trị trong một sản phẩm báo chí đã khó, việc biến nó thành phương châm, lý tưởng để theo đuổi và thực hành nghề lại càng khó khăn hơn.

Nhiều bài báo, nhà báo xác định tiêu chí quan trọng nhất để thu hút độc giả là tính giật gân. Điều này, mặc dù, xuất phát từ thị hiếu của công chúng nhưng rõ ràng đang ngày càng lấn át và làm băng hoại bản lĩnh chính trị và nghiệp vụ của các nhà báo. Bản lĩnh nghiệp vụ còn thể hiện ở mức độ trung thực trong việc phản ánh, đưa tin; thể hiện ở sự dũng cảm dám dấn thân vào những chủ đề gai góc, mang tính thời sự; thể hiện ở tinh thần đấu tranh cho lẽ phải, vì lẽ phải, bảo vệ lẽ phải. Đối với một nền báo

chí chuyên nghiệp hiện đại, những yếu tố đó luôn là điều kiện cơ bản.

- Sự thương mại hóa báo chí theo hướng tiêu cực đang ngày càng gia tăng. Không ít các nhà báo đưa tin, viết bài, sản xuất chương trình theo giấy mời, hợp đồng quảng cáo, tài trợ nên sản phẩm mất tính khách quan, trung thực. Tin, bài được đăng, phát đơn thuần như một mặt hàng, thiếu sự đầu tư chuyên môn, thiếu sự kiểm duyệt chặt chẽ tạo ra thứ thông tin quảng cáo nhồi nhét, đôi khi trở thành những thứ “*lẩu thập cẩm*” mà bất cứ ai có tiền đều có thể biến nhà báo thành người “nấu” theo yêu cầu. Đường như, những người làm báo như vậy chỉ đơn thuần như một nghề để kiếm sống.

III. Xu hướng phát triển của báo chí chuyên nghiệp

1. Sự bùng nổ của Internet đã tác động mạnh mẽ đến đời sống xã hội của con người, ảnh hưởng sâu sắc đến sự phát triển của báo chí thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Sự *tích hợp truyền thông trên Internet* đã tạo ra nhu cầu mới trong xu hướng tiếp nhận thông tin của công chúng.

Trong tương lai, các đặc điểm tương tác trên báo mạng điện tử sẽ được tập trung khai thác vừa nhằm giữ chân các độc giả trung thành vừa kéo theo sự quan tâm của các độc giả mới. Các yếu tố như siêu liên kết, công cụ tìm kiếm... trong các trang báo, tờ báo sẽ được tăng thêm để tạo sự liên kết, di chuyển bên trong giữa các khối tin tức và tăng khả năng tương tác của tờ báo. Các nhà báo sẽ coi việc trả lời thông điệp của độc giả là thói quen hàng ngày, độc giả cũng cảm thấy hào hứng hơn trong việc phản hồi và cung cấp thông tin. Tờ báo lúc này không đơn thuần làm nhiệm vụ cung cấp thông tin mà còn tạo điều kiện giúp độc giả chủ động trong việc tận hưởng thông tin, chú ý nhiều hơn đến việc kéo độc giả vào những hành vi mang tính cộng tác,

tham gia phản hồi và tái phản hồi thông tin một cách tích cực.

Hiện nay hầu hết các tờ báo mạng điện tử của Việt Nam đều là những tờ báo đưa thông tin tổng hợp, đề cập đến tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội. Trong tương lai, sự ra đời của các tờ báo chuyên ngành, khai thác chuyên sâu một lĩnh vực, phục vụ cho một đối tượng bạn đọc ở một ngành nghề nhất định sẽ có thể là hướng đi mới. Hiện tại báo in đã có rất nhiều những tờ báo dạng này nhưng thường là các tạp chí hoặc các tờ báo xuất bản thưa kỳ. Thông tin chuyên sâu và được cập nhật hàng ngày đang còn là thị trường bỏ ngỏ của báo mạng điện tử Việt Nam.

2. “*Mỗi công dân là một nhà báo*”^(*).

Báo chí công dân (Citizen Journalism) – khái niệm về báo chí mới sinh ra trong kỷ nguyên Internet, đang trở thành trào lưu mạnh mẽ trên toàn thế giới. Đại diện chính cho báo chí công dân chính là những tờ báo mạng, trang tin tức và cộng đồng web-blog khổng lồ.

Với sự phổ biến của các phương tiện kỹ thuật số, việc truyền dữ liệu - hình ảnh, âm thanh và video ngày càng đơn giản, các nhà báo công dân hoàn toàn có thể phát huy năng lực của mình. Báo chí công dân biến mọi điểm yếu của báo in truyền thống là tốc độ, “đất” đăng tin, nguồn tin và phản hồi của độc giả trở thành những thế mạnh của mình dựa vào sức mạnh công nghệ.

Nhà báo công dân cũng mang lại xu hướng tham gia tích cực, nhiều chiều vào mạng lưới thông tin, phản biện xã hội trên các loại hình báo chí. Công chúng không chỉ đóng vai trò là người tiếp nhận

(*) Xem thêm tại: <http://phimanh.net/>;

<http://www.vnntv.vn/>; <http://www3.tuoiitre.com.vn/Media/%23/Documents%20and%20Settings/User/Local%20Settings/Temp/www3.tuoiitre.c>;
[http://www.vtc.com.vn/...](http://www.vtc.com.vn/)

sản phẩm báo chí mà còn có thể tham gia vào quá trình sản xuất thông tin. Sự tham gia ngày càng chủ động của công chúng đồng thời sẽ đặt ra thách thức cao hơn đối với các cơ quan báo chí trong việc quản lý truyền thông và nâng cao chất lượng loại hình báo chí.

3. Xu hướng tiếp nhận các loại hình truyền thông mới của công chúng. Thực tế, ở Việt Nam, việc đọc báo trên mạng đã bắt đầu ảnh hưởng đến thói quen xem tin tức hàng ngày của nhiều người dân. Sự phát triển của các dịch vụ nội dung trên nền 3G, các nhà mạng và các cơ quan báo chí như *Thanh Niên*, *Dân Trí*, *VietNamNet*, *VNExpress*... lần lượt cho ra mắt các phiên bản website dành riêng cho điện thoại di động.

Đồng thời, một loại hình truyền thông mới bắt đầu du nhập vào Việt Nam, chưa phổ biến song lại thực sự hấp dẫn giới trẻ. Đó là sách điện tử *ebook reader*. Công chúng ưa chuộng *ebook reader* bởi nhiều tiện ích cùng mẫu mã đẹp mắt và màn hình rộng. Các mạng xã hội như Facebook, Twitter, YouTube, blog và website cá nhân... cũng hàng ngày tấn công ồ ạt vào thị trường truyền thông. Những nguồn tin không chính thống từ những mạng này thậm chí có thể còn có sức lan tỏa và hiệu ứng mạnh liệt hơn nguồn tin chính thống từ báo chí.

Xu hướng độc giả giảm mua báo in có thể nhận thấy khá rõ theo độ tuổi. Các độc giả càng trẻ thì càng ít tiếp cận báo in, chủ yếu truy cập và lấy thông tin từ Internet. Thực tế trên đòi hỏi các loại hình báo chí truyền thống phải nâng cao tính chuyên nghiệp để tồn tại và phát triển.

4. Vấn đề tập đoàn báo chí được đưa ra bàn luận trên báo chí Việt Nam từ khoảng giữa năm 2004. Việc xây dựng các tập đoàn báo chí là cần thiết, bởi đó là yêu cầu khách quan của một nền báo

chí phát triển dựa trên nền tảng của một nền kinh tế thị trường phát triển, công nghiệp và hiện đại. Tuy nhiên báo chí nước ta là báo chí của Đảng, là công cụ chính trị - tư tưởng của Đảng và Nhà nước xã hội chủ nghĩa, là món ăn tinh thần của nhân dân, do vậy tập đoàn báo chí cũng phải hướng theo mục tiêu phấn đấu đó.

Thời điểm hiện nay, báo chí Việt Nam thực tế đang mạnh mẽ hình thành các tập đoàn báo chí. Để có thể có những tập đoàn báo chí truyền thông hùng mạnh, các cơ quan quản lý cần sớm nghiên cứu, xây dựng những mô hình, cơ chế cụ thể về tập đoàn báo chí, cho phép báo chí có thể đa dạng hoạt động để làm kinh tế theo đúng quy định pháp luật. Điều này đồng nghĩa giúp các báo được tự chủ về tài chính, phát huy khả năng sáng tạo trong việc tạo nguồn thu, thoát khỏi cơ chế “xin - cho”. Từ đó sẽ nâng cao chất lượng thông tin, vừa thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị, vừa nâng cao đời sống cán bộ, phóng viên.

IV. Giải pháp nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp của báo chí Việt Nam hiện nay

Nhìn chung, các tham luận đều thống nhất để nâng cao tính chuyên nghiệp của nền báo chí cần sự phối hợp đồng bộ giữa các khâu, các bộ phận một cách linh hoạt. Tuy nhiên, vấn đề đầu tiên vẫn là con người. Nâng cao tính chuyên nghiệp của nền báo chí trước hết là nâng cao tính chuyên nghiệp của nhà báo. Bởi vậy, hai khâu *đào tạo* và *quản lý* là hết sức quan trọng.

1. Đổi mới đào tạo nguồn nhân lực truyền thông

Có thể nói, đào tạo là khâu đột phá đầu tiên để nâng cao tính chuyên nghiệp cho nền báo chí.

Trong những năm tới, cần hướng đến tập trung bồi dưỡng đội ngũ nhà báo giỏi, nâng cao các kỹ năng hoạt động báo chí.

Đối với phóng viên, biên tập viên, cán bộ, cần phải khuyến khích, tạo điều kiện để đi vào chuyên sâu: tiếp tục cho đi học tập nghiên cứu về thể loại báo chí sở trường hoặc công tác được phụ trách; tổ chức trao đổi kinh nghiệm; khen thưởng kịp thời; có đãi ngộ xứng đáng về lương; giúp đỡ khắc phục các khó khăn trong công tác và cuộc sống; tạo điều kiện cho các nhà báo có triển vọng đi học tập tại nước ngoài...

Việc đổi mới phương pháp giảng dạy ở các cơ sở đào tạo báo chí cần được tăng cường hơn nữa. Muốn có chất lượng đào tạo tốt, trước hết phải có đội ngũ giảng viên giỏi (bao gồm cả các nhà báo tham gia giảng dạy). Song hiệu quả đạt được trong giảng dạy không giống nhau ở mỗi giảng viên. Và việc tiếp nhận tri thức ở mỗi sinh viên cũng khác nhau. Bởi vậy, cả thầy và trò, cả nhà trường và những người làm nghề báo nói chung cần quan tâm đổi mới công nghệ đào tạo để đạt được hiệu quả tốt hơn.

2. Đổi mới công tác lãnh đạo, quản lý báo chí

Một là, các cơ quan có thẩm quyền, các cơ quan báo chí phải có quy định, giám sát chặt chẽ đối với cán bộ, phóng viên trong cả chuyên môn cũng như đạo đức nghề nghiệp. Chúng ta biểu dương kịp thời những nhà báo có thành tích, cống hiến nhưng đồng thời xử lý nghiêm khắc đối với những trường hợp vi phạm pháp luật. Bên cạnh đó, thường xuyên bám sát, cảnh báo những khuynh hướng tiêu cực gia tăng, như thương mại hoá báo chí, chạy theo lối làm báo giật gân,...

Hai là, phải có sự bố trí cán bộ hợp lý, đúng năng lực, phát huy được những thế mạnh của người làm báo. Đặc biệt, việc chọn lựa Tổng biên tập phải có

những qui định chặt chẽ. Đó phải là người vừa có phẩm chất tốt, một chiến sĩ cách mạng kiên trung, có năng lực chuyên môn giỏi, một cán bộ lãnh đạo và quản lý tài năng.

Ba là, hoàn thiện Luật Báo chí, xây dựng các cơ chế phù hợp để tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ quan báo chí, cán bộ, phóng viên, thúc đẩy, nâng cao năng lực hoạt động. Đặc biệt là tạo điều kiện thuận lợi cho nhà báo hành nghề chính đáng. Chúng ta phải đảm bảo sự an toàn cho họ, không bị cản trở, hành hung khi đang tác nghiệp để người làm báo có thể hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình. Quy hoạch lại báo chí, hình thành những tập đoàn báo chí mạnh với nhiều loại hình báo chí...

THAM LUẬN TRÌNH BÀY TẠI HỘI THẢO

1. Hữu Thọ: Mấy ý kiến về tính chuyên nghiệp của nhà báo.
2. Phan Quang: Suy nghĩ về tính chuyên nghiệp của báo chí.
3. Bùi Sỹ Hoa: Tính chuyên nghiệp trong đạo đức báo chí trước những thách thức của kỷ nguyên số.
4. Vũ Ngọc Minh: Tính chuyên nghiệp trong tổ chức hoạt động của Đài Phát thanh - Truyền hình Hà Nội, những giải pháp nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp để phát triển trong thời kỳ mới.
5. Văn Công Toàn: Tính chuyên nghiệp của biên tập viên báo hình hiện đại – những vấn đề rút ra từ truyền hình thực tiễn.
6. Vũ Huyền: Ảnh báo chí Việt Nam: thực trạng và những vấn đề lý luận.
7. Đinh Thị Thúy Hằng: Bàn về tính chuyên nghiệp trong báo chí hiện đại.