VAI TRÒ CỦA BÁO CHÍ TRONG VIỆC BẢO ĐẢM VÀ PHÁT HUY QUYỀN ĐƯỢC THÔNG TIN CỦA NGƯỜI DÂN Ở VIỆT NAM

ĐỖ CHÍ NGHĨA(*)

Quyền được thông tin là quyền cơ bản của con người, được hiến pháp và pháp luật bảo vệ. Trong các kênh thông tin được bảo vệ đó, thông tin báo chí đóng một vai trò không thể thay thế.

I. Chức năng thông tin của báo chí và việc bảo đảm quyền được thông tin của người dân

Chức năng thông tin là chức năng quan trọng hàng đầu của báo chí. Báo chí ra đời là nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin giao tiếp của công chúng và sự phát triển của báo chí cũng dựa trên sự gia tăng nhu cầu thông tin - giao tiếp trong xã hội. Một xã hội từ thời nguyên thuỷ cũng đã có nhu cầu thông tin, kết nối xã hội, hợp tác lao động, chống lại các mối nguy hiểm... Sự ra đời của báo chí chính là một cột mốc quan trọng đánh dấu nhu cầu thông tin - giao tiếp đã ở một mức độ nóng bỏng, cấp thiết hơn rất nhiều và khả năng đáp ứng của các phương tiện truyền tin đã đạt đến trình độ cao hơn hẳn trước đó.

Báo chí thực hiện chức năng thông tin - giao tiếp là nhằm thực hiện các chức năng khác. Mọi chức năng của báo chí đều được thực hiện thông qua con đường thông tin. Báo chí thông tin để thực hiện chức năng giáo dục, thông tin để thực hiện vai trò giám sát, quản lý xã hội, thông tin để thực hiện chức năng văn hoá, giải trí...

Thực hiện chức năng thông tin, báo chí phải bảo đảm độ chân thực, xác đáng, tính nhanh nhạy, kịp thời... Thông tin báo chí phải ngồn ngộn tính thời sự, diễn tả những điểm nóng nhất, những vấn đề nổi cộm nhất trong đời sống. Tuy vậy, mảng thứ hai của thông tin báo chí là những thông tin có tính chuyên đề, ẩn chứa tầng sâu tri thức... Điều này thể hiện rõ mục tiêu phục vụ xã hội, đáp ứng mọi nhu cầu thông tin chính đáng của công chúng.

Từ nhiệm vụ có tính chất đương nhiên đó, báo chí đã góp phần quan trọng đáp ứng quyền được thông tin của công chúng. Đây là một nội dung cơ bản được hiến pháp và pháp luật thừa nhận và được thực tiễn chứng minh một cách sinh động. Các văn bản pháp luật như Hiến pháp, Luật Báo chí, Luật Phòng chống tham nhũng... đều nêu cao vai trò

(*) TS., Phó Trưởng khoa Phát thanh - Truyền hình, Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Tổng biên tập *Thời báo Doanh nhân*.

của báo chí trong việc thực hiện chức năng thông tin cho người dân. Quy chế người phát ngôn, các quy định về cung cấp thông tin cho báo chí đang được quan tâm và hoàn thiện nhằm giúp báo chí tiếp cận thông tin nhanh, chính xác và hiệu quả nhất.

Người dân ngày càng tiếp cận tốt hơn với công nghệ thông tin hiện đại, đặc biệt là Internet, với khoảng 20 triệu người truy cập, chiếm 23,5% dân số, cao hơn mức trung bình của châu Á (18%). Với hơn 850 ấn phẩm báo in, 68 đài phát thanh, truyền hình của trung ương, cấp tỉnh và đài truyền hình kỹ thuật số mặt đất (đài truyền hình Việt Nam phủ sóng đến 85% hộ gia đình Việt Nam), 80 báo điện tử và hàng nghìn trang tin điện tử trên mạng Internet, báo chí đang là một phương tiện chủ lực trong việc đưa thông tin đến người dân và ngược lại đưa ý kiến, quan điểm, đánh giá và kiến nghị của người dân đến các cơ quan quản lý (1).

II. Các nội dung thông tin báo chí và nhu cầu thông tin cơ bản của người dân

Việc bảo đảm quyền được thông tin của người dân thông qua báo chí được thể hiện trên các phương diện chủ yếu sau:

Thứ nhất, *báo chí thông tin về chủ trương, chính sách, các quy định về pháp luật trên mọi mặt đời sống*. Những văn bản này theo luật định người dân có toàn quyền tiếp cận và thực tế việc phổ biến pháp luật đến người dân cũng là một ưu tiên trong chính sách của chính phủ. Tuy nhiên do sự hạn chế về kinh tế - xã hội cũng như tập quán làm việc nên việc trực tiếp đưa pháp luật đến người dân của cơ quan công quyền còn nhiều rào cản. Báo chí chính là kênh hữu hiệu phổ biến pháp luật đến công chúng. Đã có những thống kê cho thấy, trên 70% các quy định mới của pháp luật đến với công chúng thông qua báo chí (6). Thực tế rất ít người có thể đọc trọn vẹn Nghị quyết của Chính phủ "Về một số giải pháp cấp bách nhằm kiềm chế tai nạn giao thông và ùn tắc giao thông" được ban hành năm 2007, nhưng khi quy định về việc bắt buộc phải đội mũ bảo hiểm khi tham gia giao thông được thông tin trên báo chí, đặc biệt là trên báo hình, thì lập tức cả chục triệu người đều hiểu và lập tức thực hiện. Đó là sức mạnh thông tin của báo chí.

Người dân còn được tiếp cận thông tin pháp luật khi nhiều văn bản luật còn ở dạng dự thảo, cần người dân tham gia đóng góp ý kiến. Việc hoàn chỉnh các văn bản này, dự kiến việc thực thi trong thực tế, những vướng mắc và bất cập... sẽ đầy đủ và thuyết phục hơn nhiều khi ngay từ đầu có sự tham gia góp ý của những người sẽ tuân thủ chúng. Nhiều bộ luật như Luật Dân sự, Luật Đất đai được Quốc hội chủ động thông qua báo chí để lấy ý kiến nhân dân đã có hiệu quả tích cực. Một số văn bản dưới luật có nhiều yếu tố bất hợp lý đã bị phản bác ngay từ khi nó mới chỉ là dự thảo nhờ sự soi rọi của báo chí và ý kiến phản bác quyết liệt của dư luận như "thuế thu nhập dành cho hộ nông dân có thu nhập cao", "thuế doanh thu dành cho hoạt động kinh doanh vận tải hành khách bằng mô tô hai bánh".

Thứ hai, báo chí thông tin cho người dân về những vụ việc tiêu cực, phanh phui những sai trái của các cá nhân vi phạm trong và ngoài bộ máy công quyền. Đây là một công việc khó khăn dù ở bất kỳ quốc gia nào, song ở Việt

Nam nỗ lực của đội ngũ báo chí là đáng ghi nhận. Vụ việc ông Đoàn Văn Vươn bị cưỡng chế đất trái pháp luật ở Tiên Lãng, Hải Phòng là một ví dụ nóng hổi. Chính việc bị hành xử thô bạo, nguy cơ bị tước đoạt tài sản đã mất bao xương máu, công sức gây dựng nên đã khiến người nông dân có bằng kỹ sư nông nghiệp này có hành vi manh động, nổ súng vào lực lượng cưỡng chế. Với cách thông tin khách quan, kiên trì, đầy quả cảm và trách nhiệm, báo chí đã giúp công chúng và các cơ quan nhà nước tiếp cận vấn đề một cách khách quan, đa diện, đầy đủ hơn. Đó là một kênh thông tin quan trọng để các chuyên gia, các vị lãnh đạo lên tiếng phân tích về các góc độ khác nhau của vụ việc và Thủ tướng Chính phủ đã chính thức kết luận những sai trái của chính quyền cơ sở ở Tiên Lãng và Hải Phòng là nguyên nhân trực tiếp đẩy ông Đoàn Văn Vươn và người thân đến chỗ phạm tội.

Thứ ba, xét về loại hình, truyền hình vẫn đang chiếm ưu thế trong việc hấp dẫn công chúng. Một cuộc khảo sát của chúng tôi ở khu vực Đồng bằng sông Hồng năm 2007 với 500 phiếu hỏi cho thấy có tới 71,8% số người dân ở các tỉnh Đồng bằng sông Hồng được hỏi cho rằng truyền hình là phương tiện thích tiếp cận nhất, trong khi con số đó ở Hà Nội là 54,3%. Ngược lại, có tới 29% người trên địa bàn Hà Nội được hỏi ý kiến cho rằng phương tiện họ thích nhất là Internet, so với 20% ở các tỉnh khác. Đặc biệt, tỷ lệ người chọn báo giấy là phương tiện thích tiếp cận nhất ở Hà Nội là 11,4%, cao gần gấp ba lần các khu vực được khảo sát còn lại thuộc Đồng bằng sông Hồng chỉ đạt 3% (6).

Nhu cầu nghe đài cả ở Hà Nội và các khu vực khác của Đồng bằng sông Hồng đều không cao, khi rất ít người coi đó là phương tiện thích tiếp cận nhất (Hà Nội: 5,2%; các khu vực khác: 5,0%). Điều này thoạt nghe có vẻ không hợp lý khi chúng ta vẫn quan niệm số người nghe đài phát thanh chủ yếu tập trung ở các vùng nông thôn. Thế nhưng, phân tích kĩ các số liệu thống kê thì rõ ràng, sự lựa chọn tối ưu của công chúng nông thôn Đồng bằng sông Hồng, một khu vực có điều kiện dân trí cao hơn nhiều vùng nông thôn khác, điều kiện kinh tế và hạ tầng cơ sở khá tốt, thì lựa chọn số một của họ vẫn là truyền hình (lên tới 70,4%). Ở nông thôn, chắc chắn số người theo dõi thông tin qua đài phát thanh vẫn rất cao, song đó vẫn không phải là lựa chọn số một của họ do tính chất hấp dẫn của hình ảnh mà truyền hình đem lại. Ngược lại, công chúng nghe đài phát thanh (cả thường xuyên và không thường xuyên) ở các đô thị lớn như Hà Nội lại không hề sụt giảm, thậm chí tỷ lệ này có phần cao hơn ở nông thôn. Lý do, quỹ thời gian của họ không thật dư dả, nhiều người tranh thủ nghe đài khi tập thể dục, khi đi trên xe ô tô... (6)

Số người coi đọc báo in là lựa chọn số một ở đô thị là 9,2%, cao gấp hơn hai lần ở nông thôn, trong khi số người coi tiếp cận Internet là kênh thông tin ưa thích nhất ở thành thị chỉ cao hơn nông thôn chưa đến 10% (29,2% so với 21,0%). Điều này cho thấy Internet đã "lấn sân" về nông thôn, đặc biệt ảnh hưởng sâu đến giới trẻ (có tới gần 40% những người sinh từ năm 1981 trở lại đây ở cả nông thôn và đô thị khi được hỏi đã coi Internet là sự lựa chọn yêu thích nhất) (6).

Sức mạnh của mạng Internet và các tờ báo mạng điện tử còn thể hiện ở chỗ thông tin nhanh, dung lượng thông tin phong phú không bị "bó" trong thời lượng hạn chế của báo hình, phát thanh, hay trang báo giấy. Đó là chưa kể, sự lan tỏa và liên kết thông tin trên mạng Internet khiến thông tin lan truyền với tốc độ chóng mặt và không bị ngăn cản bởi bất cứ yếu tố gì.

III. Những vấn đề đặt ra trong việc bảo đảm quyền được thông tin của người dân thông qua báo chí

Để bảo đảm quyền được thông tin của người dân thông qua báo chí, hoạt động báo chí cũng cần được sự hỗ trợ của các cơ quan nhà nước, giảm bớt những rào cản không cần thiết. Qua khảo sát của chúng tôi, trong tác nghiệp, nắm bắt thông tin, hiện còn đang nổi lên một số khó khăn, hạn chế sau:

Một là, cơ chế người phát ngôn và cách vận dụng cơ chế này còn chưa thống nhất ở nhiều cơ quan đơn vị. Quyết định số 77/2007/QĐ – TTg về "Quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí" được Thủ tướng Chính phủ ban hành giữa năm 2007. Tuy nhiên, một số cơ quan chưa cử người phát ngôn hoặc có cử nhưng trong nhiều trường hợp người phát ngôn không kịp thời cập nhật thông tin hoặc không nắm rõ thông tin để cung cấp một cách cụ thể, chuẩn xác. Thực tế, khi Chính phủ quy định về người phát ngôn, có nghĩa là giúp báo chí có một nguồn tiếp cận chính thức, minh bạch, tránh những thông tin ngoài lề, đồn thổi, gây dư luận không tốt. Nếu thực hiện đúng tinh thần này, thì quyền tiếp cận thông tin của người dân thông qua báo chí sẽ thêm thuận lợi nhờ sự chính xác, chính thống, cũng như mức độ phong phú của thông tin. Tuy nhiên, ở không ít cơ quan công quyền, cơ chế người phát ngôn đã được vận dụng để "né tránh" báo chí vì "người phát ngôn" không chỉ phát ngôn mà còn bận rất nhiều việc chuyên môn khác nên tìm gặp không dễ. Các cá nhân có trách nhiệm khác thì vin vào cơ chế này để từ chối trả lời báo chí vì đó là "việc của người phát ngôn". Cần phải hiểu và làm rõ người phát ngôn là đại diện chính thức của bộ, ngành, cơ quan công quyền, có trách nhiệm nêu quan điểm chính thức của cơ quan, bộ, ngành đó với báo chí về những vấn đề có liên quan. Nếu người phát ngôn vì lý do gì đó không thể tiếp xúc được thì phải có người đại diện khác tạm thay thế để giữ mối liên hệ với báo chí thường xuyên. Nâng cao trách nhiệm, ý thức chính trị của cán bộ công quyền khi trả lời báo chí là cần thiết, song không nên tạo ra "cái cớ" để cán bộ công quyền chối bỏ trách nhiệm trả lời báo chí bởi bất cứ một xã hội văn minh nào, việc công chức, cán bộ đối diện với áp lực giám sát của dư luận xã hội vẫn luôn là điều cần thiết.

Hai là, cơ chế "tài liệu đóng dấu mật" được sử dụng khá nhiều, khá tràn lan, cản trở việc tiếp cận thông tin và định hướng dư luận xã hội của nhà báo. Về vấn đề này, nguyên Tổng Thanh tra Chính phủ Trần Văn Truyền cũng đã phải thừa nhận, "còn có những cơ quan đóng dấu mật sai quy định". Ông đưa ví dụ: "Ngay như công việc của thanh tra, luật quy định phải công khai kết luận thanh tra nhưng trong văn bản đó thường hay đóng dấu mật. Việc này phải uốn nắn trong quá trình điều hành, nhưng nhìn chung quy định diện mật của chúng ta hiện còn rộng. Theo

ông, "*chỉ những vấn đề liên quan đến an ninh quốc gia mới gọi là mật, còn lại từ chủ trương, chính sách pháp luật hay những quy định thủ tục hành chính sẽ công khai minh bạch*". Ông khẳng định: "*Báo chí có quyền phê bình sự thiếu thiện chí của một số cơ quan và phải làm sao để họ biết không muốn cũng phải làm bởi đây là trách nhiệm*" (2).

Nhiều chuyên gia cũng băn khoăn vì "*tình trạng đóng dấu 'mật' tràn lan trên tài liệu của các cơ quan để tránh bị báo chí khai thác, khiến phóng viên tác nghiệp gặp rất nhiều khó khăn*" (3). Đấy là chưa kể việc nhà báo vi phạm Luật Báo chí thì bị xử lý, còn các cơ quan khác vi phạm thì chưa thấy xử lý. Sự mất công bằng này cũng là một trở ngại không nhỏ khi báo chí đang cố gắng vươn lên đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng.

Bản chất của hoạt động báo chí là thu thập, xử lý và truyền tải thông tin. Báo chí định hướng dư luận xã hội trên cơ sở thông tin về những sự kiện, vấn đề xảy ra trong đời sống xã hội. Chỉ có nắm bắt đầy đủ, toàn diện, kịp thời những thông tin mới mẻ, nóng bỏng của đời sống, đủ sức giải đáp những hoài nghi, thắc mắc, băn khoăn của dư luận, báo chí mới có thể làm tốt việc định hướng dư luận xã hội. Cho nên, việc lạm dụng dấu "mật" vào các văn bản pháp quy, các tài liệu thông thường của cơ quan tổ chức nhà nước, đã cản trở báo chí tiếp cận đầy đủ hơn thông tin và ở góc độ nào đó cũng đã làm hẹp đi khả năng định hướng dư luận xã hội.

Không nên hiểu vai trò lãnh đạo của Đảng với báo chí trong định hướng dư luận xã hội chỉ "khuôn" lại trong những chủ trương, chỉ đạo với các cơ quan báo chí. Với tư cách là lực lượng chính trị lãnh đạo cả xã hội, Đảng có vai trò rộng lớn và bao quát trong việc chỉ ra những nhược điểm, bất cập của các thiết chế khác và chỉ đạo khắc phục. Với những quy định chưa hợp lý, cản trở quá trình tiếp cận, khai thác và định hướng thông tin của báo chí, Đảng cần có những giải pháp tháo gỡ kịp thời.

Đề cập đến việc tạo điều kiện cho báo chí tiếp cận thông tin, PGS., TS. Tô Huy Rứa, Ủy viên Bộ Chính trị, Bí thư Trung ương Đảng cũng đã nêu rõ nhiệm vụ của các cơ quan chức năng. Đó là: *Đổi mới việc cung cấp thông tin cho báo chí; quy định rõ cơ chế, trách nhiệm của các cơ quan, đơn vị nhà nước trong việc cung cấp thông tin cho báo chí và xã hội, trách nhiệm, quyền hạn của người phát ngôn của các cơ quan, tổ chức để tăng cường và chủ động hơn nữa trong việc cung cấp thông tin cho báo chí* (7).

Rõ ràng việc chia sẻ trách nhiệm định hướng dư luận xã hội của báo chí, giúp báo chí làm tốt hơn vai trò nhiệm vụ thông tin của mình đã được Đảng quan tâm chỉ đạo, giải quyết. Song để biến nó thành hiệu quả thực tế, cần quyết tâm cao độ và bền bỉ hơn nữa, để tháo gỡ từng bước những vướng mắc đặt ra trong quá trình nhà báo tiếp cận nguồn thông tin và định hướng dư luận xã hội.

Ba là, hệ thống báo chí chưa đủ mạnh, chưa đủ nguồn lực để cung cấp đầy đủ, kịp thời nhu cầu thông tin của nhân dân. Muốn báo chí làm tốt vai trò thông tin, bảo đảm quyền được thông tin của người dân thì điều đầu tiên, báo

chí phải tạo được tác động, ảnh hưởng sâu rộng trong đời sống xã hội.

"Chiến lược Phát triển thông tin đến năm 2010" do Chính phủ đề ra đã nêu rất chi tiết, cụ thể những mục tiêu về mở rộng hệ thống các phương tiện thông tin, trong đó trọng tâm là các phương tiện báo chí như "về báo in, đến năm 2010: phấn đấu tăng sản lượng báo xuất bản hàng năm lên 900 triệu bản báo/năm; mức hưởng thụ bình quân lên 10 bản/người/năm; giảm tỷ lệ mất cân đối trong phát hành báo chí giữa khu vực thành phố, thị xã và vùng nông thôn, vùng miền núi, vùng sâu, vùng xa xuống mức 60%/40%" (5, tr.15); "về phát thanh, truyền hình, "đến năm 2010 hoàn thành cơ bản việc phổ cập các phương tiện phát thanh, truyền hình đến mỗi gia đình" (5, tr.16); "nâng cao chất lượng chương trình truyền hình, bảo đảm tự sản xuất được 80% chương trình, khai thác các nguồn khác 20%" (5, tr.18); "phát triển báo điện tử, trang tin điện tử trên Internet có chất lượng thông tin cao, hình thức sinh động, truy nhập nhanh để phục vụ tốt công chúng trong nước và ở nước ngoài. Phấn đấu đến năm 2010, tất cả các cơ quan báo chí Việt Nam đều thiết lập được Website riêng của mình" (5, tr.19).

Như vậy, việc đẩy mạnh đầu tư phát triển hệ thống thông tin báo chí về số lượng đã được khẳng định trong Chiến lược của Chính phủ. Đó là cơ sở quan trọng, là nền tảng để báo chí vươn lên làm tốt nhiệm vụ bảo đảm quyền được thông tin của người dân. Tuy vậy, bên cạnh việc tăng về "lượng" thì yêu cầu bức thiết vẫn là nâng cao về "chất". Ngoài việc tăng số lượng phát hành báo in, tăng phạm vi phủ sóng và thời lượng phát thanh truyền hình, một yếu tố quan trọng và không thể thiếu chính là nâng cao chất lượng, tăng tính hấp dẫn của các loại hình báo chí với công chúng. Trong thời đại bùng nổ thông tin, công chúng có quyền lựa chọn những sản phẩm phù hợp với mình. Nếu báo chí thiếu sức cạnh tranh, không tạo được sự thu hút công chúng, thì dù số lượng bản in có tăng, thời lượng phát sóng có nhiều đến đâu thì hiệu quả tác động cũng rất thấp và không đạt mục tiêu đề ra. Mặt khác, tác động xã hội của báo chí là rất lớn, do đó, nếu người đưa tin không có sự cân nhắc, suy xét thấu đáo về hiệu quả, hệ quả của bài báo thì sức ảnh hưởng của nó đến đời sống xã hội có thể vượt xa tầm kiểm soát, tốn nhiều công phu sửa chữa, khắc phục hậu quả thông tin hơn. Điều đó đòi hỏi nỗ lực tự thân của đội ngũ báo chí cũng như cơ chế xử lý thông tin của các cơ quan báo chí, tránh những vấn đề phức tạp nảy sinh khiến quyền được thông tin của người dân bị hạn chế (4, 7)(*).

(*) Đồng chí Trương Tấn Sang, Uỷ viên Bộ Chính trị, Nguyên Thường trực Ban Bí thư đã nhấn mạnh về yêu cầu nâng cao "tính hấp dẫn", "tính thuyết phục" của báo chí: *Đối với những cơ quan báo chí còn chưa hấp dẫn, chưa thu hút đông đảo người đọc, thì có giải pháp đổi mới, cải tiến cả nội dung và hình thức, nâng cao tính hấp dẫn, tính thuyết phục*". Ý nghĩa của việc nâng cao tính hấp dẫn là rất lớn vì *"bằng cách như vậy, sẽ nâng cao chất lượng chung của cả hệ thống, tạo ra sức mạnh tổng hợp của báo chí cả nước, luôn giữ vững trận địa tư tưởng trong bối cảnh nước ta đang hội nhập ngày càng sâu vào nền kinh tế quốc tế và sự bùng nổ thông tin trên thế giới*" (4).
PGS., TS. Tô Huy Rứa lại nhấn mạnh yêu cầu nâng cao "tính chiến đấu", sự "vững vàng và sắc sảo" trong phân tích, nhận định và hướng dẫn dư luận: "*Nâng cao hơn nữa chất lượng ngôn luận trên báo chí, làm cho báo chí vững vàng và sắc sảo hơn trong việc biểu hiện, phân tích, nhận định, hướng dẫn nhận thức, dư luận xã hội trước những sự kiện lớn trong nước cũng như trên thế*

Bốn là, báo chí chưa được hỗ trợ cần thiết để điều tra, nắm bắt nhu cầu thông tin của công chúng một cách chính xác, thuyết phục, từ đó có chiến lược và cách thức tổ chức thông tin phù hợp. Lý do cho điều này thì có nhiều, song chung quy lại là do điều kiện tài chính eo hẹp (hiện mới có 10 cơ quan báo chí trên tổng số hơn 600 tờ báo tự hạch toán, cân đối được tài chính), và thói quen đón thông tin "từ trên xuống" hơn là tìm hiểu nhu cầu và mong mỏi thực tế từ công chúng (6).

Điều cần thiết, trước hết, là phải có những trung tâm chuyên nghiên cứu về công chúng và dư luận xã hội phục vụ hoạt động báo chí, và chỉ những trung tâm chuyên biệt, chỉ làm một nhiệm vụ đặc thù như vậy mới có thể đi sâu, phân tích các dữ liệu cần thiết phục vụ cho nắm bắt nhu cầu công chúng trong hoạt động báo chí. Các cơ quan báo chí lớn cần phải có bộ phận "nghiên cứu công chúng và dư luận xã hội". Bộ phận này có thể nằm trong Ban bạn đọc (Bạn nghe đài/xem truyền hình) hoặc tách riêng, song dứt khoát không làm việc theo lối thụ động chỉ chăm chăm chờ công chúng gửi thư về góp ý, tổ hợp lại rồi... để đấy. Việc nghiên cứu, nắm bắt nhu cầu công chúng và dư luận xã hội phải được tiến hành chủ động hơn, thường xuyên hơn, khi nảy sinh những vấn đề gây tranh cãi, băn khoăn (ví dụ như trường hợp vụ PCI, Dự án khai thác bô-xít ở Tây Nguyên hay đơn giản hơn là một scandal dạng "Nhật ký Vàng Anh"...). Một cơ quan báo chí dù lớn đến đâu cũng không chắc tự đứng ra tổ chức một cuộc điều tra dư luận xã hội quy mô, nhưng bộ phận chuyên biệt của cơ quan đó phải đủ sức đứng ra lập kế hoạch, xác định rõ mục tiêu và "đặt hàng" với các trung tâm nghiên cứu dư luận xã hội về nội dung cần nắm bắt và tìm hiểu. Tuyệt đối tránh những cuộc điều tra dư luận xã hội rầm rộ, phô trương mà thiếu thực chất, những cuộc điều tra nhằm chứng minh những luận điểm và mục tiêu sẵn có thay vì tìm chân lý từ nhận thức và thái độ thực sự của công chúng và dư luận xã hội.

Như vậy, các cuộc điều tra nhu cầu thông tin của công chúng phục vụ hoạt động báo chí sẽ được tổ chức theo hai hướng:

Thứ nhất, là các cuộc điều tra do các cơ quan chức năng của Đảng và Nhà nước tiến hành định kỳ theo chủ đề, nhằm giúp báo chí nắm bắt nhu cầu thông tin của công chúng trong từng giai đoạn. Những thông số này sẽ là tài sản chung, là một dạng "mã nguồn mở" để các cơ quan báo chí sử dụng phục vụ việc lập kế hoạch thông tin và định hướng phát triển của mình. Tuy nhiên, để những thông số trên thực sự có hiệu quả, trước khi tiến hành điều tra, cơ quan chức năng có thể trưng cầu ý kiến các cơ quan báo chí về nhu cầu thông tin cụ thể cần nắm bắt thông qua các cuộc điều tra.

Thứ hai, là các cuộc điều tra theo yêu cầu cụ thể của từng cơ quan báo chí, căn cứ nhu cầu và mong muốn phát triển của mình. Một hoặc nhiều cơ quan báo chí có thể liên kết "đặt hàng" các cơ quan nghiên cứu thực hiện các cuộc điều tra chuyên biệt. Thực tế, rất ít cơ quan báo chí làm được việc này, ngoại trừ các

---

giới, thực sự nâng cao tính chiến đấu, chủ động phê phán những luận điệu phản động, những luận điệu chống phá của các thế lực thù địch" (7).

đài phát thanh, truyền hình, hãng thông tấn lớn. Tuy nhiên, nếu cơ quan báo chí phối hợp tốt với các cơ quan khác, tận dụng nguồn vốn dự án, hoặc chủ động coi đây là chi phí cần thiết để "phát triển thị trường" trong điều kiện cạnh tranh thông tin, bài toán này có thể sẽ có lời giải hợp lý.

Đáp ứng nhu cầu thông tin của người dân là một nhiệm vụ quan trọng của báo chí. Tuy nhiên, trong thực tế hoạt động báo chí, cũng như sự biến động của các yếu tố kinh tế-xã hội hiện nay đang đặt ra nhiều vấn đề cần giải quyết để nâng cao vai trò định hướng. Đó là, cơ chế chính sách còn bất hợp lý, điều kiện tác nghiệp, trang thiết bị của một số cơ quan báo chí khó khăn, xu hướng thương mại hóa, chạy theo thị hiếu bạn đọc bằng mọi giá lấn lướt. Bên cạnh đó, không ít cơ quan báo chí yên tâm với cái ô "bao cấp", thông tin "sạch sẽ", tránh va chạm nên hiệu quả đáp ứng thông tin không cao. Ngoài ra, còn một loạt yếu tố chủ quan như trình độ cán bộ báo chí chưa đồng đều, khả năng phối hợp liên thông giữa các cơ quan trên mặt trận thông tin - tư tưởng còn hạn chế.

Để nâng cao hiệu quả thông tin đáp ứng nhu cầu của công chúng, cần quan tâm giải quyết những bất cập cả bên trong và bên ngoài, tạo sự chủ động cho nhà báo và các cơ quan báo chí tác nghiệp. Một mặt, cần nâng cao việc nắm bắt và nghiên cứu nhu cầu thông tin của công chúng của các viện, các cơ quan chuyên ngành, giúp báo chí có cơ sở xây dựng chiến dịch và chiến lược thông tin hợp lý. Mặt khác, cơ quan báo chí cần xây dựng chiến lược thông tin dài hơi, bám sát tôn chỉ, mục đích, bám sát đối tượng, tránh chồng chéo, lấn sân, thông tin hời hợt, phiến diện, phản tác dụng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hội thảo "Báo chí, Truyền thông với Quyền con người" do Ngân hàng Thế giới tổ chức. Hà Nội: 2012.
2. Không thể chống tham nhũng nếu không có báo chí. Báo *Tuổi trẻ*, ngày 29/11/2008.
3. Bảo đảm quyền được biết của người dân. Báo *Tuổi trẻ*, ngày 20/02/2009.
4. "Hội nghị cán bộ toàn quốc sơ kết hai năm thực hiện Thông báo số 162-TB/TW của Bộ Chính trị (khóa IX) về công tác lãnh đạo, quản lý báo chí, tuyên truyền về các vấn đề, sự kiện lớn của đất nước" do Ban Bí thư Trung ương Đảng tổ chức. Quảng Ninh: 2007.
5. Chiến lược phát triển thông tin đến năm 2020. *http://vanban.moit.gov.vn/chienluoc/index.asp?tieuchi=2&ma=14*
6. Đỗ Chí Nghĩa. Vai trò của báo chí trong định hướng dư luận xã hội. Luận án Tiến sĩ chuyên ngành Báo chí học. Hà Nội, 2009.
7. Tô Huy Rứa. Phấn đấu để báo chí nước ta phát triển đúng định hướng, mạnh mẽ, vững chắc trong thời gian tới. *Tạp chí Cộng sản* điện tử, ngày 15/1/2007.