

VỀ ĐẶC ĐIỂM VÀ TÍNH CHẤT CỦA GIAO TIẾP ĐẠI CHÚNG

MAI QUỲNH NAM

I

Giao tiếp đại chúng được hiểu như là sự truyền bá với số lượng lớn những nội dung giống nhau cho những cá nhân và những nhóm đông người trong xã hội, dựa vào những kỹ thuật truyền bá tập thể, gọi là media. Media là những vật truyền, những kênh phát đi các thông điệp tới công chúng.

Hoạt động giao tiếp đại chúng diễn ra như một quá trình xã hội, được thực hiện bởi các thành phần tạo nên cơ cấu của nó. Có thể tách hoạt động giao tiếp đại chúng ra thành những yếu tố sau:

- Nhà truyền thông: những người nói, nguồn cung cấp thông tin.
- Công chúng: người được cung cấp thông tin (người nhận).
- Thông điệp: là những điều người ta nói (nội dung thông tin).
- Kênh: các phương tiện kỹ thuật, nhờ đó việc truyền thông được thực hiện.

Các kênh này hình thành bằng những phương tiện kỹ thuật. Việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật để truyền bá thông tin đã chuyển giao tiếp của con người thành giao tiếp đại chúng. Sự phát triển khoa học kỹ thuật, đặc biệt của công nghệ điện tử dẫn đến hiện tượng đông đảo quần chúng, các nhóm xã hội lớn, các cộng đồng người tham gia vào dòng truyền thông đại chúng. Thông tin được truyền trên hệ thống này mang các đặc điểm sau: nó có tính công chúng, thông tin tổng hợp, có tính kịp thời và tính định kỳ.

Hoạt động giao tiếp đại chúng nhằm mục đích củng cố các quan hệ xã hội, tạo nên các liên kết xã hội. Nó có những khác biệt so với kiểu giao tiếp liên cá nhân. Sự khác nhau cơ bản giữa giao tiếp đại chúng và giao tiếp liên cá nhân được trình bày như sau:

Giao tiếp đại chúng	Giao tiếp cá nhân
1. Giao tiếp gián tiếp thực hiện bằng các phương tiện kỹ thuật.	1. Giao tiếp trực tiếp.
2. Giao tiếp của các nhóm xã hội lớn.	2. Giao tiếp chủ yếu giữa từng cá thể.
3. Thể hiện định hướng xã hội rõ ràng trong giao tiếp.	3. Có cả định hướng xã hội và định hướng cá nhân trong giao tiếp.
4. Có tính tổ chức, chịu tác động của thiết chế xã hội trong giao tiếp.	4. Có tính tổ chức lẫn tính tự phát trong giao tiếp.
5. Không có liên hệ ngược trực tiếp giữa nhà truyền thông và công chúng trong quá trình giao tiếp.	5. Có liên hệ ngược giữa những những người giao tiếp trong quá trình giao tiếp.
6. Yêu cầu tuân theo chuẩn mực chung trong giao tiếp cao.	6. Người giao tiếp có thể tự do hơn trong việc tuân thủ chuẩn mực giao tiếp.
7. Tính tập thể của nhà truyền thông thể hiện rõ nét.	7. Tính cá thể của nhà truyền thông thể hiện rõ nét.
8. Thông tin mang đến cho công chúng (đại chúng). Những người này có thể phân bố rải rác và ngẫu nhiên.	8. Thông tin mang đến cho người nhận được xác định.
9. Thông tin có tính chất định kỳ	9. Thông tin không nhất thiết có tính chất định kỳ.
v.v...	

	v.v...
--	--------

Các so sánh trên đây cho thấy những khác biệt đáng kể giữa giao tiếp đại chúng và giao tiếp liên cá nhân. Điều đó tạo nên các ưu thế cũng như các hạn chế ở hai kiểu giao tiếp này.

II

Quan tâm tới tính định hướng xã hội là một nội dung cơ bản trong việc phân tích hoạt động giao tiếp đại chúng. Hoạt động của các phương tiện truyền thông đại chúng thể hiện tính định hướng xã hội rõ rệt. Vì đối tượng tiếp nhận thông tin được truyền qua kênh truyền thông đại chúng không chỉ là một người hoặc một vài người, mà là nhiều người. Những người này tập hợp thành những nhóm xã hội được phản ánh trong khái niệm công chúng.

Về bản chất, mục đích của hoạt động truyền thông nói chung cũng như hoạt động truyền thông đại chúng nói riêng, đều nhằm cung cấp thông tin, hình thành sự hiểu biết và thúc tỉnh hoạt động của con người. Các phương tiện truyền thông đại chúng tỏ rõ ưu thế trong mối liên hệ ấy, đặc biệt ở tính quảng đại và tính kịp thời của thông tin. Vì vậy, tính định hướng xã hội của các phương tiện truyền thông đại chúng là một nội dung cơ bản cần được xem xét khi phân tích hoạt động giao tiếp đại chúng. Các nhà nghiên cứu nhấn mạnh vấn đề này bằng việc xem xét quan hệ giữa truyền thông đại chúng và dư luận xã hội, đồng thời chỉ ra rằng chức năng thể hiện dư luận xã hội của các phương tiện truyền thông đại chúng là một biểu hiện căn bản về tính định hướng xã hội trong hoạt động của hệ thống này¹.

Hoạt động của các phương tiện truyền thông đại chúng được tiến hành bởi các cơ quan chuyên môn, gồm ban biên tập, bộ phận vận hành kỹ thuật, bộ phận quản lý,... Các cơ quan ấy hợp thành hệ thống tổ chức truyền thông đại chúng. Các thiết chế truyền thông được hình thành nhằm thực hiện tính tổ chức của hoạt động truyền bá thông tin.

Tính tổ chức trong giao tiếp đại chúng còn thể hiện ở hoạt động tiếp nhận thông tin của công chúng. Sự liên kết xã hội của người đọc, người nghe, người xem cho thấy mối quan tâm chung của họ đối với các nội dung thông điệp được truyền tải. Lợi ích xã hội chi phối rất sâu sắc mối quan tâm của họ. Khi các thông điệp được thông báo tác động đến các nhóm công chúng lớn, cũng có nghĩa là các thông điệp đó thực hiện vai trò tổ chức xã hội thông qua hoạt động truyền bá tập thể. Việc công chúng của các phương tiện truyền thông đại chúng bày tỏ thái độ bằng cách cung cấp tin và bài trên các kênh truyền thông đại chúng hoặc sử dụng tài liệu từ báo chí tại các diễn đàn khác của họ như những lời phát biểu trong các buổi họp, hoặc dưới dạng các kiến nghị ... cho thấy rõ thêm khả năng tổ chức hành động xã hội của các phương tiện truyền thông đại chúng. Như vậy, các thiết chế truyền thông đại chúng luôn chịu sự tác động từ hai phía: thứ nhất là của pháp luật, của các cơ quan quản lý mà thiết chế truyền thông đó là công cụ; thứ hai là từ công chúng báo chí. Hiệu quả hoạt động báo chí phụ thuộc trực tiếp vào các mối liên hệ ấy.

Mối liên hệ giữa thiết chế truyền thông với công chúng phản ánh tính tập thể của kiểu giao tiếp đại chúng. Khi chuyển thông điệp đến công chúng, người hoạt động truyền

¹ Về vấn đề trên, có thể xem thêm Mai Quỳnh Nam: *Truyền thông đại chúng và dư luận xã hội*. Tạp chí *Xã hội học*, Số 1.1996.

thông không chỉ nhân danh cá nhân anh ta mà phải nhân danh nhóm mà anh ta là đại diện. Năng lực nghề nghiệp của nhà truyền thông dựa trên các phẩm chất cá thể của người đó. Năng lực này cũng phản ánh sự tuân thủ các giá trị, các chuẩn mực xã hội và sự kiểm soát xã hội của thiết chế truyền thông đối với hoạt động nghề nghiệp của nhà truyền thông. Mặt khác, hoạt động truyền thông đại chúng được hình thành bởi lao động tập thể trong mối liên hệ giữa các bộ phận tạo nên hệ thống này. Vì vậy, bản chất của hoạt động truyền thông đại chúng là lao động tập thể.

Như trên đã nói, các phương tiện truyền thông đại chúng thu hút công chúng vào dòng truyền thông để thực hiện hoạt động giao tiếp đại chúng. Công chúng báo chí là một tập hợp xã hội rộng lớn, thậm chí ở họ có thể không có mối liên hệ nào, nhưng đặc tính giao tiếp của số đông cho thấy tính chất tập thể của kiểu giao tiếp đại chúng. Tính chất ấy trong kiểu giao tiếp này tạo nên các tương tác xã hội giữa nguồn phát và người nhận. Do đó, M.Weber đã chỉ ra rằng: truyền thông như là phương tiện của tương tác xã hội làm sáng tỏ các ý nghĩa mang tính chủ quan của một bên là hành động xã hội và bên kia, là định hướng xã hội.

III

Hoạt động giao tiếp đại chúng được tăng cường trong xu thế toàn cầu hóa. Toàn cầu hóa dẫn đến các biến đổi căn bản tại các quốc gia và trên phạm vi quốc tế. Toàn cầu hóa thúc đẩy sự hội nhập kinh tế, xã hội, chính trị và văn hóa. Truyền thông đại chúng được xem là tác nhân quan trọng có vai trò tiên phong trong quá trình này. Thông qua giao tiếp đại chúng, các quốc gia, các dân tộc hiểu nhau hơn, vì thế, liên kết xã hội được tăng cường. Nhờ hoạt động cung cấp thông tin, thị trường được mở rộng, sự phát triển quan hệ kinh tế sẽ tác động đến các khu vực khác trong tổ chức xã hội ở các quốc gia, các khu vực.

Hội nhập xã hội và liên kết xã hội thông qua giao tiếp đại chúng là một tất yếu khách quan trong xã hội hiện đại. Sự trưởng thành vượt bậc của hệ thống xa lộ thông tin tại các quốc gia và trên phạm vi quốc tế tạo nên cơ sở kỹ thuật thúc đẩy quá trình này. Độ mở của các kênh truyền thông đại chúng một mặt, tạo điều kiện cho công chúng tham gia đông đảo vào dòng truyền thông. Mặt khác, tình hình ấy cũng đặt ra yêu cầu kiểm soát các kênh truyền thông đại chúng chặt chẽ hơn, nhằm duy trì các nguyên tắc cơ bản của hoạt động truyền thông đại chúng cho phù hợp với lợi ích của các quốc gia, đảm bảo sự tiến bộ xã hội và liên kết xã hội trên phạm vi quốc tế.

Trong xu thế toàn cầu hóa, những biến đổi văn hóa dưới tác động của các phương tiện truyền thông đại chúng đã diễn ra ở những bộ phận công chúng, nhất là đối với công chúng thanh niên đô thị. Văn hóa đại chúng có ảnh hưởng tốt đối với các bộ phận công chúng khi nó phù hợp với chiều hướng tích cực của hội nhập văn hóa. Nó cũng góp phần khắc phục thái độ vị chủng văn hóa vốn có ở một số người.

Trong một thời gian dài, người ta đồng ý với quan điểm của M. Weber, khi ông cho rằng: tiếp biến văn hóa tiến triển không ngừng trên qui mô toàn cầu sẽ dẫn đến sự toàn cầu hóa tích hợp kỹ thuật và kinh tế. Giao tiếp đại chúng là con đường phổ biến dẫn đến tiếp biến văn hóa. Nhân tố văn hóa trong giao tiếp đại chúng trở thành tác nhân quan trọng tạo nên sự biến đổi đối với các lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có kỹ thuật và kinh tế.