

VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP Ở NƯỚC TA HIỆN NAY

TRƯƠNG XUÂN TRƯỜNG

1. Dẫn nhập

Hiện nay, chúng ta đang sống trong thời đại toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế về nhiều lĩnh vực kinh tế - văn hóa- xã hội. Trong thời đại này, thế giới phát triển với những bước tiến mạnh mẽ của khoa học công nghệ, của nền kinh tế tri thức và bùng nổ truyền thông. Tưởng như là cực đoan nhưng thật có lý ở lời nhận định của N.Wiener: “Truyền thông là chất xi măng của xã hội và những người làm công việc giữ cho con đường truyền thông được thông thoáng chính là những người quyết định chính của sự suy đồi hay sụp đổ của nền văn minh chúng ta”⁽¹⁾. Người ta đã thừa nhận rằng truyền thông là tiền đề cơ bản của sự phát triển văn hoá và là huyết mạch của mọi nền kinh tế. Hoạt động truyền thông với mục đích cung cấp thông tin, hình thành sự hiểu biết và thúc tỉnh sự hoạt động của con người. Với tính chất là một đặc trưng cơ bản của mỗi nền văn hoá, hoạt động truyền thông đã gắn bó với lịch sử phát triển của nhân loại theo từng nấc thang của các hình thái kinh tế – xã hội khác nhau.

Tuy nhiên trong thời đại ngày nay, vấn đề phát triển và hội nhập cũng đang là những thách thức lớn đối với nhiều quốc gia, nhất là ở các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Đây là một thực tế nhiều nan giải như phát biểu của ông J. D. Wolfensohn, nguyên chủ tịch Ngân hàng thế giới: “Việc toàn cầu hoá thương mại, tài chính và các luồng thông tin đang đẩy mạnh sự cạnh tranh, tăng nguy cơ trong nước và những cộng đồng nghèo nhất sẽ bị bỏ rơi lại đằng sau một cách nhanh chóng hơn trước đây. Trong niềm phấn chấn của chúng ta về xa lộ thông tin, chúng ta không được quên những làng xã và những khu nhà ở chuột không có điện thoại, điện năng hoặc nước sạch, hay những trường tiểu học chẳng có bút chì, giấy viết hoặc sách vở. Đối với những người nghèo, điều hứa hẹn của một thời đại thông tin- tri thức cho tất cả mọi người- có thể tỏ ra cũng xa xôi như một ngôi sao xa lắc”⁽²⁾.

Trong tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá với mục tiêu dân giàu nước

⁽¹⁾ Dẫn theo P. Breton - S. Proulx: *Bùng nổ truyền thông, sự ra đời một ý thức hệ mới*, nhà xuất bản văn hoá thông tin - Hà Nội, 1996 - trang 346.

⁽²⁾ Ngân hàng thế giới - *Báo cáo về tình hình thế giới: tri thức cho phát triển* - NXB Chính trị Quốc gia - Hà Nội - 1998 - trang 7.

mạnh, xã hội dân chủ công bằng và văn minh, đất nước đã có được những bước chuyển mình quan trọng theo hướng hội nhập quốc tế trên cơ sở chủ đạo là dựa vào sự phát huy mọi nguồn nội lực của dân tộc. Cùng với những thành quả to lớn của công cuộc đổi mới, trong thời gian qua lĩnh vực công nghệ thông tin – truyền thông ở nước ta cũng đã có những bước phát triển mạnh mẽ, từ truyền thông đại chúng đến viễn thông, tin học. Ngành truyền thông Việt Nam ngày càng thể hiện được vị trí và vai trò quan trọng trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước, hội nhập quốc tế. Chính vì vậy mà truyền thông nói chung và truyền thông đại chúng nói riêng đang đứng trước những nhiệm vụ và thách thức nặng nề hơn. “Thông tin và truyền thông đại chúng đóng vai trò ngày càng quan trọng trong xã hội hiện đại. Nhận định này cũng rất đúng với xã hội Việt Nam đang bước vào kinh tế thị trường, công nghiệp hoá và hiện đại hoá. Thông tin và các phương tiện truyền thông đại chúng đang tác động hàng ngày hàng giờ vào các tầng lớp công chúng khác nhau.”⁽³⁾.

2. Sự phát triển của truyền thông đại chúng ở nước ta

Trong thời đại ngày nay, có thể nói không có chiều cạnh nào của sự phát triển lại không có sự gắn liền với hoạt động truyền thông, cung cấp thông tin, quảng bá tin tức. Hoạt động truyền thông chỉ có ý nghĩa khi nó kích thích được lợi ích của đối tượng tiếp nhận, thuyết phục họ về mặt nhận thức, tạo cho họ hành động chung. Từ ý nghĩa đó, người ta nhận thấy khả năng truyền bá rộng lớn của hoạt động truyền thông trong việc thực hiện các mục tiêu phát triển.

Cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật đã thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển các phương tiện truyền thông đại chúng để các kênh này trở thành một trong những bộ phận quan trọng nhất của hệ thống xã hội hiện đại. Người ta nhận rõ ý nghĩa cơ bản của nó, đối với quá trình xã hội hóa con người cũng như việc hình thành và phát triển các cộng đồng người. Nó giống như những cánh cửa để nhìn ra thế giới. Nó tạo nên sự phụ thuộc và liên kết xã hội không chỉ trong khu vực quốc gia mà cả trên phạm vi quốc tế. Có thể nói: " với tư cách là những người phân phối và trình bày tin tức, là những nhà tổ chức và khuếch đại có đạo đức, truyền thông đại chúng là thể chế trung tâm của cuộc sống hiện đại"⁽⁴⁾.

Hiện nay⁽⁵⁾, ở nước ta có 553 cơ quan báo chí với 713 ấn phẩm. Hàng năm số lượng bản báo được phát hành ở nước ta khoảng 600,000,000 bản bình quân có khoảng 7,5 bản báo/người/năm. Hệ thống phát thanh gồm hàng trăm đài phát sóng, truyền hình có bước phát triển nhanh chóng, cả nước có khoảng 10 triệu máy thu hình, với gần 85% số hộ được xem truyền hình. Tăng trưởng viễn thông cao nhất trong khu vực ASEAN với tốc độ bình quân là 32,4%/năm. Có trên 650.000 thuê bao

⁽³⁾ Trịnh Duy Luân - *Xã hội học Việt Nam: Một số định hướng tiếp tục xây dựng và phát triển* - Tạp chí Xã hội học, số 1 - 2000. Trang 15.

⁽⁴⁾ Michael Schudson- *Sức mạnh của tin tức truyền thông* - NXB Chính trị quốc gia- HN- 2003, trang 44.

⁽⁵⁾ Theo Báo Hà Nội mới, ra ngày 21 tháng 6 năm 2005.

sử dụng internet ở Việt Nam được kết nối với số người sử dụng khoảng 2,5 triệu người chiếm 3,5% dân số.

Nếu so với trước năm 1975 thì hiện nay đội ngũ nhà báo đã tăng lên gấp nhiều lần. Năm 1945, những cây bút viết báo cách mạng nước ta chỉ khoảng 100 người năm 1975 đã tăng lên 1000 người năm 2000 có hơn 9000 người và năm 2005 có hơn 120.000. Như vậy, hàng năm nhất là trong thời kỳ đổi mới đội ngũ nhà báo đã có bước phát triển mạnh mẽ.

Cả nước hiện có 1 đài truyền hình quốc gia (VTV1, VTV2, VTV3, VTV4, VTV5, hệ thống truyền hình cáp quốc gia, của ngành Thông tin & Truyền thông và các tỉnh thành); 1 Đài phát thanh quốc gia; 3 đài truyền hình khu vực ở Huế, Đà Nẵng, Cần Thơ; có 61 đài phát thanh, truyền hình cấp thành phố, tỉnh; 606 đài phát thanh, truyền thanh cấp huyện trong đó có 288 đài phát sóng FM.

Theo số liệu chưa đầy đủ: hiện nay ngành bưu điện đã phát hành 410 loại ấn phẩm báo chí, với số lượng 185 triệu bản. Như vậy, cơ quan báo chí tự phát hành hoặc thông qua các đại lý phát hành báo chí khoảng 2/3 số lượng báo chí cả nước⁽⁶⁾.

Ở nước ta, hệ thống báo chí được đặt dưới sự quản lý thống nhất của nhà nước. Nhờ đó, các tầng lớp nhân dân đều có thể tiếp nhận thông tin từ hệ thống truyền thông đại chúng. Thực tế cho thấy các phương tiện truyền thông đại chúng rất có ưu thế trong việc phổ biến các chính sách chung cho các bộ phận dân cư. Trong khi đó, ở nông thôn vai trò của các đội thông tin tuyên truyền cơ sở lại có ảnh hưởng đáng kể trong hoạt động truyền thông về các chính sách phát triển dành cho các nhóm người cụ thể. Đối với một quốc gia còn đến 80% dân số nông thôn, gắn với sản xuất nông nghiệp, thu nhập của nhân dân thấp thì không thể xem nhẹ hoạt động truyền thông trực tiếp. Ưu thế nổi bật của cơ chế truyền thông này là khả năng phổ biến thông điệp trực tiếp cho công chúng, mối liên hệ ngược diễn ra nhanh chóng, do đó các sai sót trong quá trình hiểu và hành động theo chỉ dẫn của thông điệp có thể được bổ sung kịp thời.

Sự bất bình đẳng trong khả năng tiếp nhận thông tin ở các bộ phận công chúng phản ánh các bất bình đẳng về kinh tế, văn hoá, điều kiện cư trú của họ nhất là ở bộ phận công chúng có thu nhập thấp. Vì vậy, việc khắc phục các bất bình đẳng về kinh tế là nhân tố quan trọng để tạo điều kiện cho các bộ phận dân cư nông thôn, nông nghiệp tham gia hoạt động truyền thông vì các mục tiêu phát triển.

Các phương tiện truyền thông đại chúng ở nước ta luôn bám sát các hoạt động chính trị, kinh tế, xã hội của đất nước, nhằm mục tiêu phổ biến đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước, phản ánh nguyện vọng chính đáng của các tầng lớp nhân dân góp phần tích cực vào nhiệm vụ thực hiện các mục tiêu phát triển của đất nước,

⁽⁶⁾ Theo ‘*Báo chí Việt Nam qua những con số*’- tài liệu đã dẫn

nâng cao đời sống của nhân dân, tạo ra bầu không khí dân chủ, cởi mở, góp phần quan trọng giữ vững ổn định chính trị, xã hội.

Trong đời sống kinh tế- xã hội của đất nước hiện nay, truyền thông đại chúng luôn giữ vai trò chủ đạo trong việc cung cấp thông tin, nâng cao kiến thức và nhận thức cho mọi tầng lớp nhân dân, góp phần quan trọng vào việc xây dựng và phát triển đất nước. Vai trò của truyền thông đại chúng ở nước ta hiện nay có những dấu hiệu chính được thể hiện như sau:

a. Là công cụ chính trị- tư tưởng của Đảng và Nhà nước ta, các phương tiện truyền thông đại chúng đã truyền đạt một cách nhanh chóng và đầy đủ các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước các cấp. Việc cung cấp, phổ biến thông tin rộng rãi cho cán bộ các cấp và quần chúng nhân có ý nghĩa quan trọng trong hoạt động quản lý xã hội ở cả 3 cấp độ chỉ đạo, giám sát và điều chỉnh đường lối và thực tiễn hoạt động, liên kết rộng rãi với lực lượng xã hội to lớn trong các hoạt động kinh tế xã hội.

b. Với chức năng cung cấp thông tin và nâng cao nhận thức của nhân dân, các phương tiện truyền thông đại chúng đã bám sát, phản ánh kịp thời và trung thực những sự kiện, hiện tượng kinh tế, chính trị, văn hoá và xã hội trong nước và trên thế giới. Việc nâng cao nhận thức của quảng đại quần chúng nhân dân về mọi lĩnh vực đời sống xã hội thông qua các thông điệp truyền thông, không chỉ giúp cho các thành viên xã hội tự bảo vệ được quyền sống và phát triển, hiểu được trách nhiệm và quyền lợi của mình trong cộng đồng xã hội mà còn tạo nên sự gắn kết xã hội, gắn bó với mục tiêu chung phát triển đất nước.

c. Nguồn thông tin được chuyển tải trên các phương tiện truyền thông đại chúng là kịp thời, đa dạng và toàn diện; nhờ đó giúp cho công chúng tiếp nhận có được sự sàng lọc và lựa chọn thông tin bổ ích và chính xác, có được sự nhận diện tổng thể và đúng đắn. Trong thời đại bùng nổ truyền thông, các phương tiện truyền thông là rất đa dạng như báo chí, đài phát thanh, truyền hình, internet... Phương thức truyền thông của các loại hình tiếp nhận đọc, nghe, nhìn đó lại được truyền tải bằng nhiều thể loại báo chí khác nhau như: tin, phóng sự, ghi chép, tranh ảnh, văn học- nghệ thuật, trao đổi- toạ đàm, phỏng vấn, xã luận, bài điều tra- nghiên cứu... Điều đó tạo nên sự hấp dẫn và đa dạng cho các thông điệp được truyền tải. Truyền thông đại chúng vì vậy đang trở thành món ăn tinh thần không thể nào thay thế trong đời sống xã hội hiện nay.

d. Hoạt động truyền thông đại chúng được tiến hành bằng các quá trình cung cấp thông tin có vai trò như một kênh chủ yếu để hình thành và thể hiện dư luận xã hội trước những vấn đề đặt ra trong quá trình phát triển. Dưới tác động của hoạt động truyền thông, các chức năng của dư luận xã hội có ảnh hưởng mạnh mẽ đối với hoạt động tổ chức và quản lý xã hội, nhằm điều chỉnh các lệch lạc xã hội trên

các lĩnh vực của đời sống xã hội. Theo Mai Quỳnh Nam, truyền thông đại chúng ở nước ta đã thể hiện được xu hướng hình thành dư luận xã hội ở các khía cạnh sau⁽⁷⁾: Giúp cho việc tăng cường và phát triển dân chủ hoá các mặt của đời sống xã hội; Tổ chức và động viên nhân dân tham gia vào hoạt động quản lý xã hội; Thông tin cho nhân dân về tình trạng của dư luận xã hội trên các vấn đề đang tạo nên mối quan tâm chung của toàn thể xã hội, nhất là các vấn đề có tính cấp bách; Tác động lên các thiết chế xã hội và đề xuất các phương án hành động; Hình thành dư luận xã hội về một vấn đề nào đó, nhằm thúc đẩy hoặc hạn chế sự phát triển của thực tế đó; Xây dựng lòng tin, thế giới quan và ý thức quần chúng; Điều chỉnh hành vi của các cá nhân trong xã hội, làm tăng cường tính tích cực chính trị - xã hội của quần chúng.

Trong thực tế qua các phương tiện truyền thông đại chúng đã giúp cho việc hình thành những dư luận xã hội tích cực, giữ gìn những đạo lý nhân văn truyền thống, làm hoà giải các mâu thuẫn cộng đồng, là chất gắn kết cộng đồng quan trọng để hướng tới cuộc sống tốt đẹp hơn trên cơ sở những lợi ích chung hiện hữu và gần gũi.

3. Những hạn chế của truyền thông đại chúng ở nước ta

Như đã đề cập, "Các phương tiện truyền thông hiện đại vừa là kết quả vừa là nguyên nhân của sự thay đổi xã hội và văn hoá. Xác định quy trình tác động xã hội của các mê- dia với tính chất là một cơ chế "dắt dẫn" chặt chẽ xem chừng không thoả đáng. Nếu nội dung thông điệp của truyền thông tác động đến cấu trúc xã hội, thì đồng thời nó cũng chịu sự tác động của cấu trúc xã hội"⁽⁸⁾. Nói như vậy có nghĩa là những hạn chế, những bất cập của các phương tiện truyền thông đại chúng ở nước ta hiện nay, ngoài yếu tố chủ quan của chính các phương tiện truyền thông hiện có thì chính có căn nguyên từ những tồn tại xã hội cụ thể. Một số nghiên cứu gần đây đã chỉ ra rằng, hoạt động của các phương tiện truyền thông đại chúng ở nước ta hiện nay đang có những hạn chế và bất cập cần có giải pháp khắc phục trước mắt. (xem Mai Quỳnh Nam- 2002,2003; Trương Xuân Trường- 2002,2005; Tạ Ngọc Tấn- 2004).

- *Tính không đồng đều về phổ cập truyền thông đại chúng*

Số liệu thống kê năm 2005 cho thấy, hiện nay có đến 70% số lượng báo phát hành chỉ tập trung ở khu vực thành phố và thị xã, trong khi hơn 70% dân số của đất nước lại sống ở khu vực nông thôn thì chỉ có khoảng 30% tia ra các loại báo được phát hành tại địa bàn này. Nhiều vùng nông thôn vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn thực sự đối thông tin từ các phương tiện truyền thông đại chúng. Theo kết quả của Hội thảo khoa học "Giải pháp phát triển miền Tây Nghệ An" tháng 6-2008, tại 10 huyện miền núi kém phát triển này có tới hơn 10% số xã chưa được phủ sóng phát thanh-

⁽⁷⁾ Mai Quỳnh Nam, *Truyền thông đại chúng và dư luận xã hội*, Tạp chí Xã hội học, số 1(53), Hà Nội, 1996, trang 7.

⁽⁸⁾ Philippe Breton & Serge Proulx -Tài liệu đã dẫn- NXB Văn hoá- Thông tin- HN, 1996, trang 204.

truyền hình. Cần nhận thức rằng thiếu thông tin trong thời đại phát triển kinh tế, hội nhập quốc tế là một yếu tố trầm trọng, làm giảm sút cơ hội phát triển. Do vậy việc khắc phục tình trạng thiếu thông tin ở nông thôn vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn cũng là một nhiệm vụ quan trọng của công cuộc xoá đói giảm nghèo hiện nay. Những năm gần đây Nhà nước đã đầu tư kinh phí cho một số tờ báo nhằm ra số chuyên đề cung cấp cho độc giả miền núi, vùng sâu, vùng xa. Tuy nhiên thực tế khảo sát đã cho thấy, nhu cầu thông tin và thực trạng nghèo đói thông tin báo chí tại các địa bàn kể trên trước mắt còn khó có thể đáp ứng⁽⁹⁾.

- ***Xu hướng thương mại hoá***

Có lẽ đây là xu hướng khá rõ rệt của hoạt động báo chí trong thời kỳ đổi mới, mà rõ nhất là trong khoảng hơn một thập niên vừa qua. Nét chung nhất để nhận diện xu hướng này là những cố gắng tăng tia-ra tờ báo, lôi kéo quảng cáo, gia tăng thời lượng quảng cáo ở những chương trình phát sóng đặc biệt, những thời điểm ra báo đặc biệt... Xu hướng thương mại hoá còn được thể hiện ở chỗ việc săn lùng các nguồn tin có ý nghĩa giật gân, câu khách, đăng tải các thông tin nhạy cảm gây tò mò như khai thác loại thông tin về đời sống riêng tư, những thông tin khiêu dâm, vụ án ly kỳ, mê tín dị đoan... Người ta cũng đã nói nhiều về những ảnh hưởng tiêu cực của báo chí theo xu hướng thương mại hoá, tuy nhiên tác hại đến đâu và như thế nào vẫn là một câu hỏi còn bỏ ngỏ. Đây là căn bệnh không chỉ riêng cho báo chí nước ta mà là chung cho giới truyền thông trên thế giới. Báo chí trong nền kinh tế thị trường hướng tới lợi nhuận kinh tế như một tiêu chí phát triển của tờ báo không phải là sai trái và không đáng ngạc nhiên. Tuy nhiên điều đáng phê phán là định hướng lợi nhuận kinh tế một cách cực đoan, theo đó làm rối loạn thông tin, hạ thấp đạo đức văn hoá truyền thống dân tộc, làm sai lệch thông tin về đường lối chủ trương đúng đắn của Đảng và Nhà nước trong sự nghiệp đổi mới đất nước. Đây là một thực tế cần được nhìn nhận sâu sắc và sớm được xử lý.

- ***Sự lệch chuẩn và tệ nạn báo chí***

Sự lệch chuẩn và tệ nạn báo chí là những khía cạnh có liên quan chứ không phải gắn liền với xu hướng thương mại hoá trong hoạt động báo chí. Nó có thể có căn nguyên lợi nhuận, nhưng không chỉ có thế. Nói rõ hơn là sự lệch chuẩn và tệ nạn báo chí là nói tới khía cạnh đạo đức của hoạt động báo chí, là hiện tượng suy đồi, sa đoạ của một bộ phận phóng viên báo chí trong hoạt động tác nghiệp của mình. Với mục đích không trong sáng, thiếu lành mạnh, các nhà báo này đã chế tác những thông điệp sai lệch có chủ ý, gây hậu quả lớn cho xã hội. Thậm chí như dư luận có khi đã đề cập đâu đó rằng đã tồn tại những băng nhóm "đen" trong hoạt động báo chí. Đã có khá nhiều dẫn chứng về những tệ nạn báo chí trong thời gian qua. Những bài báo

⁽⁹⁾ Trương Xuân Trường và cộng sự, *Đánh giá hiệu quả số chuyên đề "DS, GD & TE" của Báo GD & XH dành cho vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn*, Viện Xã hội học và UBQG Dân số, Gia đình & Trẻ em, năm 2007.

thuộc xu hướng lệch chuẩn và tệ nạn báo chí gây tác hại to lớn về nhiều mặt trong đời sống xã hội. Riêng một bài báo về quả vải Lục Ngạn, cách đây ba năm đã khiến cho hàng vạn gia đình nông dân gần như mất trắng một mùa thu hoạch. Những bài báo ca ngợi những dự án lãng phí, những cá nhân tham nhũng, tiêu cực...ngoài gây những thiệt hại to lớn về kinh tế là làm mất lòng tin của nhân dân đối với Đảng và Nhà nước. Mặc dù hiện tượng này, xu hướng này chưa phải là nghiêm trọng, nhưng dấu thế thì tác hại của nó cũng đã rất đáng kể và cần được giải quyết triệt để.

- **Quản lý và định hướng báo chí**

Hoạt động báo chí ở nước ta có thuận lợi cơ bản là đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng, vì vậy định hướng chung là thống nhất và có sự đồng thuận cao. Tuy nhiên ở từng cơ quan báo chí cụ thể hoạt động quản lý và định hướng tác nghiệp là còn nhiều bất cập và không thống nhất. Đó là sự không rành mạch giữa cơ quan chủ quản và cơ quan báo chí, giữa hoạt động quản lý và hoạt động nghề nghiệp. Sự không rõ ràng, chồng chéo trong hoạt động báo chí giữa các loại báo, báo trung ương, báo ngành, báo địa phương... cũng còn nhiều vấn đề cần thảo luận. Có lẽ xu hướng hình thành các tập đoàn báo chí như được đề cập vừa qua cũng là một trong những hướng nhằm tháo gỡ vấn đề.

4. Con đường của truyền thông đại chúng thời kỳ hội nhập

Làm thế nào để có thể tháo gỡ những hạn chế, những bất cập trong hoạt động báo chí hiện nay? Làm thế nào để thúc đẩy hoạt động truyền thông đối với việc xây dựng xã hội lành mạnh là những câu hỏi còn nhiều nan giải trong điều kiện cụ thể ở nước ta hiện nay. Vấn đề không nằm ở những khẩu hiệu hay những định hướng chung chung. Giải quyết vấn đề này còn nằm trong nhiều thực thể xã hội. Phải chăng là ở nước ta có quá nhiều cơ quan báo chí nhưng chưa có một tờ báo nào có tia ra trên vài trăm vạn? Có thể đã đến lúc chưa cần có sự cạnh tranh lành mạnh trong hoạt động báo chí? Vẫn chưa thể tránh được cách nhìn còn chung chung nhưng vẫn cần chú trọng hơn đến chất lượng thông điệp, cần hướng tới nhiều hơn nữa các tầng lớp công chúng rộng rãi; và quan trọng nữa là cần lựa chọn, đào tạo để có được một đội ngũ những người hoạt động báo chí có đủ năng lực, trình độ và đạo đức nghề nghiệp. Để hướng tới một nền báo chí phát triển, chúng tôi cho rằng gợi ý của tác giả Michael Schudson về bảy mục tiêu mà hoạt động truyền thông cần đạt tới⁽¹⁰⁾ là rất đáng chú ý, đó là:

1. Truyền thông báo chí nên cung cấp cho công dân những thông tin đầy đủ và công bằng, nhờ đó họ mới có thể đưa ra những quyết định đúng đắn thể hiện quyền công dân.
2. Truyền thông báo chí nên cung cấp một khuôn khổ chặt chẽ để giúp công dân

⁽¹⁰⁾ Michael Schudson- Tài liệu đã dẫn- NXB Chính trị quốc gia- HN- 2003, trang 55-56.

có một cái nhìn tổng thể về thế giới chính trị phức tạp. Họ nên phân tích và giải thích chính trị học theo hướng sao cho công dân có thể hiểu và hành động được.

3. Truyền thông nên đóng vai trò làm người chuyển tải chung cho các quan điểm của các nhóm người khác nhau trong xã hội.

4. Truyền thông báo chí nên cung cấp số lượng và chất lượng tin tức mà mọi người muốn; tức là thị trường phải là tiêu chí sản xuất tin.

5. Truyền thông nên đại diện cho công chúng và nói lên tiếng nói của công chúng cũng như nói về lợi ích của công chúng để chính quyền biết đến.

6. Truyền thông báo chí nên khơi dậy sự cảm thông và hiểu biết sâu sắc, để công dân trên quy mô lớn có thể đánh giá đúng tình hình cuộc sống con người trên thế giới, và nhờ vậy những tầng lớp tinh hoa có thể biết và hiểu thực trạng cuộc sống con người, đặc biệt là những người bình thường, và học cách cảm thông với họ.

7. Truyền thông báo chí nên cung cấp một diễn đàn đối thoại giữa những công dân, nó không chỉ thông tin về việc ra những quyết định dân chủ, mà phải là một quá trình, một thành tố trong đó.

Nhìn chung, những luận điểm đã nêu của tác giả Michael Schudson là khá tích cực và tiến bộ, phản ánh đúng những đặt trưng bản chất của truyền thông đại chúng. Thông tin đầy đủ và công bằng đã đang và tiếp tục là mục tiêu cao cả của hoạt động truyền thông. Thông tin không đầy đủ cũng đồng nghĩa với không có thông tin (cũng tương tự như “một nửa sự thật là sự lừa dối”), và đặt biệt là sự không bình đẳng về sự tiếp cận và tiếp nhận thông tin. Trong thực tế trên thế giới cũng như ở nước ta, có những nhóm dân cư không có điều kiện tiếp cận và tiếp nhận thông tin báo chí, cụ thể là các nhóm dân cư vùng sâu, vùng cao, vùng xa; các nhóm người nghèo, phụ nữ, người gặp khó khăn, rui ro...Làm sao để mọi nhóm dân cư trong xã hội có điều kiện tiếp cận thông tin đầy đủ và bình đẳng vẫn đang là một thách thức lớn đối với hoạt động truyền thông hiện nay.

Một đặc trưng quan trọng của truyền thông đại chúng là hướng tới một quảng đại công chúng rộng rãi, vì vậy nó luôn gắn với yếu tố nhanh nhạy và dễ hiểu, việc phổ biến các văn bản pháp luật, các chủ trương chính sách, các hoạt động có tính chất chính trị có thể đến được với mọi tầng lớp công dân khi các phương tiện truyền thông đại chúng đạt được những yêu cầu cơ bản này.

Một xã hội thực sự lành mạnh phải là xã hội dân chủ, xã hội công dân; vì vậy truyền thông đại chúng luôn phải hướng về quảng đại các tầng lớp quần chúng nhân dân; phải phản ánh được tâm tư nguyện vọng của quần chúng nhân dân, đại diện cho lợi ích của họ, là cơ sở định hướng dư luận xã hội lành mạnh trong cộng đồng xã hội. Đó cũng là mục tiêu cơ bản trong chiến lược phát triển đất nước của Đảng ta.

Trong điều kiện nước ta, những quan điểm đã nêu của tác giả Michael

Schudson cũng có những điểm chưa thích hợp, chưa thoả đáng, cần được luận giải thêm. Định hướng phát triển đất nước ta là xây dựng một xã hội lành mạnh theo định hướng xã hội chủ nghĩa, dưới sự lãnh đạo của Đảng. Vì vậy báo chí trước hết là cơ quan ngôn luận của Đảng, hoạt động vì các mục tiêu mà Đảng đã đề ra, trong đó có mục tiêu quan trọng về việc xây dựng một xã hội lành mạnh. Mặt khác, để đạt được một sự đồng thuận xã hội cao nhằm huy động mọi nguồn lực xã hội xây dựng đất nước, báo chí phải là cầu nối quan trọng trong quan hệ, cũng như cuộc đối thoại giữa Đảng, Nhà nước và nhân dân. Có lẽ đó là những vấn đề cốt lõi của hoạt động truyền thông đại chúng ở nước ta hiện nay.

Tài liệu tham khảo

1. *ĐCSVN*- Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X.- NXB CTQG, HN. 2006.
2. *P.Breton và S.Proulx*. Bùng nổ truyền thông. NXB Văn hoá - thông tin, Hà Nội. 1996.
3. Báo chí - những điểm nhìn lý luận và thực tiễn. Khoa Báo chí, Phân viện báo chí và Tuyên truyền, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh. Nxb Văn hóa thông tin 2001
4. Báo chí những vấn đề lý luận và thực tiễn. Tập IV, V, VI. Nxb Đại học quốc gia Hà Nội. 2004 -2005.
5. *V.V. Vorosilop*. Nghiệp vụ báo chí lý luận và thực tiễn. Nxb Thông tấn 2004.
6. *E.P.Prokhorop*. Cơ sở lý luận của báo chí (Tập 1, 2). Nxb Thông tấn 2004.
7. *Claudia Mast*. Truyền thông đại chúng - Những kiến thức cơ bản. Nxb Thông tấn 2004.
8. *Michael Schudson*- Sức mạnh của tin tức truyền thông - NXB Chính trị quốc gia- HN- 2003
9. *Trịnh Duy Luân* (2000), "Xã hội học Việt Nam: Một số định hướng tiếp tục xây dựng và phát triển", Tạp chí Xã hội học, số1-2000.
10. *Nguyễn Khắc Viện*. Marketing Xã hội hay truyền thông giao tiếp. Nxb Thế giới 1994.
11. *Tô Duy Hợp*- Gợi ý lý luận về xã hội lành mạnh- Tư liệu đề tài cấp Bộ, viện XHH, 2006
12. *Tạ Ngọc Tấn*. Truyền thông đại chúng. Nxb Chính trị Quốc gia 2001.
13. *Mai Quỳnh Nam*. Số 1. 1995 Tạp chí Xã hội học. Dư luận xã hội mấy vấn đề lý luận và phương pháp nghiên cứu
14. *Mai Quỳnh Nam*. Số 1.1996. Tạp chí Xã hội học. Truyền thông đại chúng và dư luận xã hội
15. *Trương Xuân Trường*. Mấy vấn đề lý luận và thực tiễn trong nghiên cứu truyền thông dân số ở nước ta hiện nay, tạp chí Xã hội học, số 1 (81), 2003.
16. *Trương Xuân Trường và cộng sự*. Vai trò của báo chí trong hoạt động phúc lợi xã hội ở nước ta hiện nay, tư liệu Viện Xã hội học, HN, 2005.
17. *Trương Xuân Trường và cộng sự*. Đánh giá hiệu quả số chuyên đề "DS,GĐ&TE" của Báo GD&XH dành cho vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn; Viện Xã hội học và UBQG Dân số, Gia đình & Trẻ em, năm 2007.