

Thử phân loại lao động báo chí

● PGS, TS. NGUYỄN VĂN DŨNG

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Gần đây, giới báo chí nước ta và một số nhà nghiên cứu nước ngoài hay nhắc đến thuật ngữ báo chí chuyên nghiệp và trình độ chuyên nghiệp của báo chí Việt Nam. Vấn đề này vừa có ý nghĩa lý luận vừa ý nghĩa thực tiễn hoạt động nghề nghiệp - nhìn từ các góc độ chính trị - xã hội - nghề nghiệp. Tất nhiên, khi nói đến tính chuyên nghiệp của báo chí, không thể không bàn đến tính chuyên nghiệp của lao động báo chí, từ việc nhận diện và phân loại nó để có thể làm cơ sở cho việc phân tích hoạt động sáng tạo, lao động sáng tạo của nhà báo - loại lao động đặc thù ngày càng được dư luận xã hội quan tâm. Năm 2008, trên tạp chí *Lý luận chính trị*, chúng tôi đã nêu vấn đề *Tính chuyên nghiệp của báo chí*. Bài viết này tham góp một góc nhìn về phân loại lao động báo chí.

1. Trước hết, về khái niệm nghề nghiệp. Trong xã hội, ai cũng có nhu cầu kiếm sống, tồn tại và phát triển trên cơ sở một hoạt động lao động, một nghề nào đó. Trong điều kiện bình thường, tốt nhất là chuyên tâm vào một nghề nhất định, để học hỏi, đầu tư, sinh sống và đóng góp cho sự phát triển của xã hội. Tuy nhiên, trong kinh tế thị trường, kinh tế tri

thức và bối cảnh toàn cầu hóa, nhất là với các nước đang phát triển, khi nền kinh tế - xã hội chuyển đổi nhanh chóng từng ngày thì nghề càng không phải là cái gì cứng nhắc, cố định mà đối với mỗi người, nghề có quá trình phát sinh, phát triển và suy thoái. Trong bối cảnh ấy, người ta hay nói đến khả năng thích nghi và chuyển đổi nghề của người lao động. Điều đó phụ thuộc vào nhiều yếu tố, những điều kiện chủ quan và khách quan của nền kinh tế - xã hội cũng như khả năng thích ứng của mỗi người.

“Nghề” theo *Đại từ điển tiếng Việt*, là “công việc chuyên làm theo sự phân công của xã hội”. Nghề, theo quan niệm của đạo Phật là “duyên nợ từ kiếp trước”. “Nghề”, theo quan niệm thông thường, là duyên nợ với nghề, gắn bó với nghề, hay công việc gì, hay với ai đó. Sự gắn bó ấy, “duyên nợ” ấy là sự chấp nhận tự nguyện, thể hiện sự thiết tha gắn bó, đam mê từ chiều sâu công việc, từ bổn phận trách nhiệm xã hội và nghĩa vụ đạo đức của con người. Có duyên gắn bó với nghề, phải có nghĩa vụ “trả nợ” nghề. Quá trình “trả nợ” nghề đồng thời là quá trình thêm gắn bó duyên với nghề. Có “duyên” với nghề mà không trả được “nợ” nghề, thì duyên ấy

sẽ phai nhạt. Cái “nợ” trong nghề báo, có thể hiểu là những đòi hỏi khách quan phải đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng xã hội vì sự phát triển đất nước, từ lương tâm về bổn phận làm nghề và nghĩa vụ xã hội, về đạo đức và trách nhiệm xã hội nghề nghiệp mà nhà báo cần phải thực hiện, không được chối bỏ; mà nếu không hoàn thành thì lương tâm mình cắn rứt... Đó chính là tình yêu nhiệt thành với nghề, là sự đam mê, dấn thân của nhà báo.

Theo chúng tôi, nghề nói chung có thể được hiểu là *hoạt động lao động chính thức được pháp luật và dư luận xã hội thừa nhận, có hệ thống kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm làm cơ sở cho hoạt động lao động ấy tồn tại và phát triển.*

Từ quan niệm này, nghề nghiệp có mấy điểm chú ý sau đây: *Thứ nhất*, xã hội càng phát triển, quá trình chuyên môn hóa lao động càng cao thì càng có nhiều ngành nghề - nhiều hoạt động được pháp luật và dư luận xã hội thừa nhận; lao động được đào tạo và cấp chứng chỉ hành nghề; *Thứ hai*, có những hoạt động mà ở xã hội này không được thừa nhận, nhưng xã hội khác lại được coi là một nghề. Việc thừa nhận hay không thừa nhận này phụ thuộc

vào trình độ phát triển và hệ thống giá trị văn hóa của cộng đồng; thứ ba, đã là lao động nghề nghiệp thì người lao động cần phải được đào tạo và cấp chứng chỉ hành nghề, nếu anh ta có đủ năng lực, phẩm chất do nghề nghiệp ấy đòi hỏi. Năng lực là sự tổng hợp những thuộc tính, phẩm chất của cá nhân con người - như kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm nghề nghiệp, đáp ứng những yêu cầu của hoạt động lao động nghề và đảm bảo cho hoạt động ấy đạt được những kết quả thực tế theo chuẩn mực nghề mà xã hội yêu cầu.

Hoạt động báo chí là một nghề, nhưng không phải nhà báo nào cũng gắn bó với nghề để thành nghiệp, gắn với nghiệp làm báo. Cuối những năm 70, nhà báo Hoàng Tùng (lúc đó là Tổng biên tập báo Nhân dân) đã nói: "Các anh chị cứ hãy ra làm nghề sau 10 năm, lúc đó mới tự xác nhận mình có phải là nhà báo không". Lúc đó anh em chúng tôi thấy 10 năm là quãng thời gian thật dài, nhưng ngẫm lại, quãng thời gian ấy chưa hẳn đủ để khẳng định bản thân với nghề nghiệp báo chí. Ở nhiều nước, người ta phân biệt nghề viết báo và làm báo. Ở những nước ấy, có hội nhà báo (cho những người viết báo) và hội của các chủ báo. Ở nước ta, sự phân biệt này chưa rõ ràng. Bởi trong xã hội ngày nay, báo chí ngày càng thể hiện rõ bản chất hoạt động truyền thông đại chúng và hoạt động chính trị - xã hội, hoạt động kinh tế - dịch vụ. Tính chất nghề, tính chuyên nghiệp của báo chí cũng phức tạp và khó định dạng.

Báo chí hiện đại đang bộc lộ dẫn hai khuynh hướng: vừa tăng

tính chuyên nghiệp, vừa giảm tính chuyên nghiệp. Tăng tính chuyên nghiệp do việc phát triển khoa học và công nghệ truyền thông ngày càng chuyên biệt, do đội ngũ làm báo, viết báo chuyên nghiệp ngày càng chuyên sâu theo lĩnh vực đề tài và theo nhóm đối tượng, do ngành kinh tế - công nghiệp truyền thông phát triển theo hướng tập đoàn xuyên quốc gia, do kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm tích lũy được, v.v.. Tóm lại là do kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm nghề nghiệp càng sâu sắc và chuyên biệt hơn. Nhưng báo chí cũng có thể giảm tính chuyên nghiệp do sự lệ thuộc vào quyền lực chính trị và kinh tế ngày càng gia tăng - nhất là trong kinh tế thị trường, theo đó, tính độc lập tương đối của báo chí suy giảm. Bởi báo chí hiện đại đang phát triển trong cuộc đấu tranh chính trị - tư tưởng diễn ra ngày càng gay gắt, phức tạp; trong điều kiện kinh tế thị trường với sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt của các tập đoàn kinh tế, các nền kinh tế, trong đó có tập đoàn báo chí - truyền thông; mặt khác lợi ích nhóm ngày càng chi phối hoạt động báo chí nhiều hơn.

Ngoài ra, báo chí cũng phát triển theo hai hướng tương chùng đối lập nhau, nhưng lại cùng tồn tại trong một thực thể: vừa đại chúng hóa vừa phi đại chúng hóa. Cùng với diện phổ quát thông tin của truyền thông đại chúng ngày càng nhanh chóng và rộng khắp là quá trình chuyên biệt hóa đối tượng tiếp nhận và thông tin len lỏi vào các nhóm nhỏ công chúng hết sức đa dạng, phong phú.

Trong bài viết bàn về tính chuyên nghiệp của báo chí, chúng

tôi có đề cập đến một số tiêu chí về tính chuyên nghiệp của báo chí, trong đó có bàn đến mục đích và lý tưởng hành nghề, ý thức tự giác về nghề cũng như tinh thần, thái độ phục vụ công chúng xã hội, về hệ thống kiến thức văn hóa nền tảng nói chung và kiến thức nghề nghiệp, về các nguyên tắc, kỹ năng và kinh nghiệm hành nghề, tác nghiệp; và cả cơ sở kinh tế bảo đảm cho nghề tồn tại, phát triển. Trong đó, lao động báo chí là nơi thể hiện, xuyên chuỗi toàn bộ những vấn đề trên đây. Tính chuyên nghiệp, sự phân công và phối hợp, chuyên môn hóa lao động trong quá trình thu thập, xử lý, chế biến và chuyển tải thông tin báo chí càng rõ rệt thì tính chuyên nghiệp của lao động báo chí càng cao. Sự phân công lao động, chuyên môn hóa và phối hợp có tính nguyên tắc giữa các loại lao động này được thể hiện rõ trong mỗi tòa soạn báo chí, có thể gọi là công nghệ sản xuất tin tức - sản phẩm báo chí của tòa soạn báo chí. Dây chuyền công nghệ sản xuất ấy bảo đảm cho cơ quan báo chí cả về tốc độ, chất lượng thu thập, xử lý, chuyển tải thông tin cũng như bảo đảm cho tôn chỉ, mục đích hoạt động của tòa soạn.

Phân tích quá trình hoạt động sản xuất của các tòa soạn, trên cơ sở tham khảo ý kiến của nhiều đồng nghiệp, lao động báo chí có thể được hiểu là hoạt động thu thập, xử lý, chế biến, sản xuất và chuyển tải thông tin cho công chúng xã hội theo các kênh khác nhau (bao gồm báo in và các sản phẩm in ấn, phát thanh, truyền hình và báo mạng điện tử). Ở nước ta, trên phạm vi vĩ mô, lao động báo chí còn có thể bao gồm

các hoạt động quản lý nhà nước nhằm bảo đảm môi trường pháp lý cho hoạt động báo chí.

2. Về phân loại lao động báo chí. Hiện nay có nhiều cách phân loại khác nhau đối với lao động báo chí và trên thực tế khó có thể có sự thống nhất về phân loại lao động báo chí.

Nếu căn cứ vào *loại hình phương tiện truyền thông*, có thể phân chia thành lao động báo in và các sản phẩm in ấn; lao động báo chí phát thanh, lao động báo chí truyền hình (vì trong phát thanh, truyền hình không phải chương trình, sản phẩm nào cũng được coi là sản phẩm báo chí), lao động báo mạng điện tử. Tính chất và đặc trưng các loại lao động này có nhiều điểm chung (vì đều là lao động thu thập, xử lý, chế biến và chuyển tải thông tin thời sự), nhưng cũng có nhiều đặc điểm khu biệt do đặc trưng loại hình, do phương tiện và phương thức sáng tạo, do đặc thù tiếp nhận của công chúng xã hội đối với mỗi kênh truyền thông... Chẳng hạn, đối với lao động báo chí truyền hình loại lao động đòi hỏi năng lực tư duy hình ảnh, cũng như lao động báo chí phát thanh thì năng lực khai thác, sử dụng các chất liệu lời nói, tiếng động và âm nhạc, được chú trọng hơn.

Căn cứ vào *tính chất thời sự của sản phẩm* báo chí, có thể phân chia thành lao động báo ngày, báo tuần, báo tháng (có thể tương ứng là thời sự, chuyên đề... trong các loại hình báo chí khác). Căn cứ vào các công việc cụ thể, sẽ có cách phân loại chi tiết hơn, nhất là trong phát thanh, truyền hình sẽ có rất nhiều nghề khác nhau. Lại có ý kiến phân chia

thành lao động tổ chức quản lý, lao động giao tiếp xã hội, lao động sáng tạo tác phẩm. Luật Báo chí và văn bản hướng dẫn thi hành luật đề cập đến ba chủ thể hoạt động báo chí là người đứng đầu cơ quan chủ quản cơ quan báo chí, người đứng đầu cơ quan báo chí và nhà báo; trong tòa soạn, có các chức danh như phóng viên, biên tập viên, bình luận viên, người hiệu đính...

Nhưng dù chức danh nào thì chất “nghề” của họ là phát hiện, thu thập, xử lý các sự kiện và vấn đề thời sự thành thông tin bổ ích và thú vị cho công chúng, nhóm đối tượng tiếp nhận. Bởi vì “điều người công dân quan tâm không phải là sự kiện, mà là thông tin, tức những sự kiện ở dạng truyền thông đã thông qua lao động của người làm báo”. Tức là không thể có thông tin hấp dẫn nếu không có lao động của nhà báo. Mỗi sự kiện đều có tiềm năng thông tin; tiềm năng ấy có được khơi thức hay không là phụ thuộc vào bàn tay chuyên nghiệp của nhà báo. Tuy nhiên, trong dây chuyền sản xuất tin tức, “bàn tay” ấy được thể hiện ở mỗi công đoạn khác nhau. Phân loại lao động báo chí góp phần nhận diện các loại “bàn tay” ấy.

Mỗi cách phân loại đều có những khía cạnh hợp lý của nó. Chúng tôi cho rằng, việc phân loại cần giúp ích cho việc nhận diện chức năng, nhiệm vụ của mỗi loại công việc, chức danh và sản phẩm sáng tạo của nhà báo. Trên cơ sở ấy, mỗi chức danh trong từng “khu vực” sáng tạo nhận diện rõ hơn những phần công việc và hiệu quả cần đạt được.

Tiếp cận theo *tính chất công*

việc và sản phẩm lao động sáng tạo trong quá trình sản xuất sản phẩm báo chí, là cách tiếp cận có thể tham khảo trong phân loại lao động báo chí. Theo đó, trong điều kiện của nước ta, hoạt động báo chí có thể phân thành 4 loại lao động sau đây: lao động tổ chức, quản lý; lao động biên tập; lao động tác giả; lao động kinh doanh - dịch vụ. Mỗi loại lao động này vừa có tính chất lao động khác nhau, vừa có thành phẩm hay bán thành phẩm làm căn cứ đánh giá.

Lao động tổ chức, quản lý, bao gồm tổ chức - quản lý vĩ mô và tổ chức quản lý vi mô. Ở cấp vĩ mô, lao động tổ chức - quản lý bao gồm việc tham gia xây dựng, ban hành hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, xây dựng môi trường pháp lý cho nền báo chí hoạt động nhịp nhàng, hiệu quả phục vụ mục đích chính trị và sự phát triển kinh tế - xã hội bền vững. Nội dung của loại lao động này, một mặt, đã được cụ thể hóa bởi 10 nội dung “quản lý nhà nước về báo chí”; mặt khác, nó được thể hiện trong thực tiễn hoạt động hàng ngày, nhất là thông qua xử lý các vụ việc liên quan đến hoạt động báo chí.

Lao động tổ chức, quản lý vi mô là lao động tổ chức, quản lý tòa soạn cơ quan báo chí. Tổ chức - quản lý ở cấp vi mô, cán bộ quản lý bảo đảm cho sản phẩm báo chí (số báo, chương trình phát thanh, truyền hình...) theo đúng tôn chỉ, mục đích đã xác định, thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của công chúng xã hội và yêu cầu công tác tư tưởng đang đặt ra. Tức là thỏa mãn được yêu cầu từ “bên trên” và đáp ứng được nhu cầu từ “bên dưới”. Người đứng đầu cơ quan

báo chí (tổng biên tập) lãnh đạo và quản lý cơ quan báo chí về mọi mặt, bảo đảm thực hiện đúng tôn chỉ, mục đích của sản phẩm báo chí, chịu trách nhiệm trước người đứng đầu cơ quan chủ quản, trước pháp luật và dư luận xã hội về chất lượng sản phẩm báo chí, về mọi hoạt động của cơ quan báo chí do mình phụ trách. Giúp việc cho người đứng đầu cơ quan báo chí - tổng biên tập (hay giám đốc - đối với đài phát thanh, truyền hình), có các phó tổng biên tập (hoặc các phó giám đốc).

Về cơ bản, hoạt động lao động này cần giải quyết hai loại quan hệ sau đây. Thứ nhất, thiết lập, củng cố và mở rộng các quan hệ đối ngoại (với cấp trên, với các cơ quan tổ chức đồng cấp, với công chúng...) bảo đảm cho các mối quan hệ của cơ quan báo chí nhanh chóng xác lập, củng cố và nâng cao vai trò, vị thế xã hội của mình. Thứ hai, quan hệ đối nội - thiết lập, duy trì, tổ chức các đầu mối, các bộ phận công việc bảo đảm phát huy tối đa năng lực của tập thể tòa soạn cơ quan báo chí trong quá trình thu thập, xử lý, chế biến và chuyển tải thông tin đến công chúng kịp thời và hiệu quả nhất. Trên thực tế, vai trò, vị thế xã hội của cơ quan báo chí phụ thuộc vào uy tín và năng lực nghề nghiệp của tổng biên tập; mặt khác, sản phẩm báo chí thể hiện rõ diện mạo văn hóa, nhân cách và phẩm chất nghề nghiệp, bản lĩnh chính trị của người đứng đầu cơ quan báo chí. Trong kinh tế thị trường, lao động tổ chức quản lý cơ quan báo chí còn bao gồm quản trị tòa soạn báo chí như quản trị doanh nghiệp. Tính chất và mức độ quản trị doanh

nh nghiệp phụ thuộc vào tính chất và loại hình cơ quan báo chí. Với mô hình cơ quan báo chí là đơn vị sự nghiệp có thu, hoạt động trong điều kiện kinh tế thị trường, tổng biên tập có thể như là giám đốc doanh nghiệp quản trị và tổ chức sản xuất sản phẩm tinh thần đặc thù.

Phẩm chất và năng lực của tổng biên tập trước hết thể hiện ở chỗ thiết lập các đầu mối, chọn người đứng đầu các đầu mối, trên cơ sở ấy hình thành các mối quan hệ công việc xác định rõ ràng trách nhiệm, quyền hạn, nghĩa vụ của mỗi khâu trong quá trình sản xuất các sản phẩm báo chí để có thể phát huy tối đa nguồn lực tòa soạn. Từ kinh nghiệm thực tiễn hoạt động báo chí, có thể khẳng định rằng, muốn có sản phẩm báo chí hay, hấp dẫn công chúng xã hội thì nhất thiết phải có đội ngũ nhà báo tâm huyết và giỏi nghề; nhưng khi có một đội ngũ nhà báo tâm huyết và giỏi nghề chưa chắc đã có sản phẩm báo chí như mong đợi. Bởi điều đó phụ thuộc vào người đứng đầu cơ quan báo chí. Người đứng đầu cơ quan báo chí - tổng biên tập (hay giám đốc), không chỉ là người có phẩm chất chính trị, phẩm chất đạo đức, mà trước hết phải là người có nghề và tâm huyết với nghề. Bởi vì, làm báo là làm chính trị bằng nghề nghiệp báo chí. Đã có thực tế là, cấp ủy cử một ủy viên thường vụ về làm người đứng đầu cơ quan báo chí. Sau vài năm dưới sự "cầm quân" của ủy viên thường vụ thành ủy này, dù các công việc hành chính trong cơ quan trôi chảy, nhưng chất lượng chương trình không nâng lên, doanh thu quảng cáo sụt giảm nhanh chóng,

sau 4 năm khoản nợ nần tự dung chồng lên hàng chục tỷ đồng... Nhưng sau khi thay người đứng đầu cơ quan báo chí này, công việc đầu vào đấy, chương trình hay hơn, doanh thu quảng cáo tăng nhanh. Lại có vị tổng biên tập chủ yếu quan tâm đến doanh thu quảng cáo và tài trợ, sẵn sàng sa thải phóng viên với nhận xét "em viết tốt, số nào cũng có bài hay, nhất là phóng sự; nhưng hai năm nay lại không kéo về cho tòa soạn hợp đồng quảng cáo hay khoản tài trợ nào", nên đành chấm dứt hợp đồng.

Thực tiễn cũng minh chứng rằng, vai trò, vị thế - sức mạnh xã hội của cơ quan báo chí - kể cả đối với cơ quan chủ quản và dư luận xã hội, phụ thuộc không nhỏ vào năng lực thiết lập, duy trì và củng cố các mối quan hệ cũng như khả năng phát huy nguồn lực lao động sáng tạo bên trong tòa soạn của tổng biên tập.

Lao động báo chí là loại hình lao động đặc thù; vừa mang tính chất chính trị - tư tưởng, vừa mang tính khoa học, tính sáng tạo liên tục; đòi hỏi tính sáng tạo mới mẻ, khác lạ. Vì sản phẩm báo chí trước hết là sản phẩm văn hóa, tác động vào đời sống tinh thần, tư tưởng, tình cảm hàng triệu con người, trên cơ sở ấy góp phần cung cấp thông tin, kiến thức, hướng dẫn tư tưởng và hành vi, chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm, giáo dục đạo đức, lối sống, hình thành niềm tin và hệ giá trị cho con người và cộng đồng xã hội. Con người có thể chịu đựng sự đơn điệu về đời sống vật chất do khó khăn thiếu thốn, nhưng rất khó chấp nhận sự đơn điệu trong đời sống tinh thần, hay sản phẩm

văn hóa chất lượng thấp.

Lao động biên tập, thực tế không ít người chỉ coi đó là hoạt động sửa chữa tin, bài, biên tập kịch bản... của biên tập viên hay cán bộ quản lý phòng, ban chuyên môn nghiệp vụ của tòa soạn - lao động tham gia hoàn thiện, nâng cấp tác phẩm báo chí trước khi lên trang in hay phát sóng. Trên thực tế, lao động biên tập cần phải thực hiện nhiều khâu công việc khác nữa, thậm chí quan trọng hơn nhiều lần. Ví dụ, xây dựng kế hoạch thông tin - truyền thông (bao gồm kế hoạch dài hạn, ngắn hạn và đột xuất); thiết lập và duy trì các mối quan hệ với phóng viên, cộng tác viên và các đối tác của tòa soạn (thông qua các đơn vị chuyên môn nghiệp vụ của tòa soạn báo chí); xây dựng chủ đề thông tin của trang báo, số báo hay chương trình phát thanh, truyền hình; xử lý các sự kiện đột xuất, thậm chí những “khủng hoảng” thời sự - mà trong hoạt động báo chí thì những sự kiện này gần như “com bữa”. Như vậy, sửa chữa tin bài, tham gia hoàn thiện tác phẩm báo chí chỉ là một trong nhiều công việc của lao động biên tập. Lao động biên tập chính là lao động tham mưu, lực lượng phối hợp, người gác cổng của tổng biên tập. Sản phẩm của lao động biên tập, chủ yếu là trang báo, số báo hay chương trình phát thanh, truyền hình. Tức là sản phẩm tổng hợp có thể xã hội hóa, khác với lao động phóng viên là tác phẩm báo chí đơn lẻ. Các tác phẩm báo chí đơn lẻ này cần được lao động biên tập xử lý, liên kết, tổ chức thành sản phẩm hoàn chỉnh để có thể xuất bản, phát sóng. Với báo mạng điện tử, sau

khí biên tập viên hoàn thiện và bảo đảm chất lượng tác phẩm, chuyển đến thư ký tòa soạn và đưa lên lần lượt từng sản phẩm đơn lẻ. Công việc của phóng viên, biên tập viên, thư ký tòa soạn và mối quan hệ giữa chúng trong tòa soạn báo mạng điện tử phụ thuộc vào sự phân quyền của tổng biên tập; sự phân quyền này được thể hiện trong thiết kế web.

Những người tiến hành một loại hay tất cả các loại công việc trên đây gọi là biên tập viên. Có biên tập viên, biên tập viên chính và biên tập viên cao cấp. Ở các tòa soạn báo chí phương Tây, biên tập viên chính có vai trò đặc biệt quan trọng trong quy trình sản xuất sản phẩm báo chí. Tác phẩm báo chí đã “qua tay” biên tập viên chính thì tổng biên tập hoàn toàn yên tâm cả về chất lượng chính trị, chất lượng văn hóa, ngôn ngữ và thông tin. Ở nước ta, vai trò của biên tập viên chính chưa được xác định rõ ràng, tuy tiêu chuẩn chức danh đã có quy định, mà tùy thuộc vào vị trí công việc và thường gắn với chức vụ đảm nhiệm trong tòa soạn. Như vậy, lao động biên tập bao gồm cả biên tập, trình bày, dàn dựng... không chỉ được thực hiện bởi các biên tập viên, mà còn các chức danh khác, như thư ký tòa soạn...

Còn nhớ, đầu tháng 11.2007, báo chí và dư luận xã hội quan tâm, lo âu đến bệnh tiêu chảy đang lan rộng. Lúc đó cư dân mạng truyền tin cho nhau dịch tả đang bùng phát, nhưng tại sao nhà chức trách không thông báo dịch tả để nhân dân phòng tránh quyết liệt hơn. Thực tế là, bệnh tiêu chảy do vậy khuẩn tả, nhưng chưa đến mức thông báo dịch tả. Số báo ra

ngày 02.11, Tuổi trẻ TP Hồ Chí Minh đăng tin Bộ Y tế họp báo về bệnh tiêu chảy cấp; đồng thời bên cạnh có hộp dữ liệu thông tin công bố phác đồ điều trị bệnh tả. Chỉ một động thái chuyên nghiệp ấy của ban biên tập, duy nhất Tuổi trẻ lúc đó đã cảnh báo với công chúng xã hội về dịch tả bằng kỹ năng xử lý thông tin sự kiện, không cần bình luận có hay không có dịch tả.

Lao động tác giả là loại lao động của phân đông những người trong tòa soạn báo chí, những người trực tiếp sáng tạo nên tác phẩm báo chí và chịu trách nhiệm trước tổng biên tập, trước pháp luật và dư luận xã hội về tác phẩm của mình. Đó là loại lao động thu thập, xử lý thông tin, dữ liệu và trực tiếp sáng tạo ra tác phẩm báo chí (bao gồm tin, bài, ảnh...). Những người tiến hành loại lao động này một cách thường xuyên và chủ yếu, gọi là phóng viên; ngoài ra, tiến hành lao động này còn có các cộng tác viên, thông tin viên hay bất kỳ ai có nhu cầu và điều kiện tham gia. Trong quy trình sản xuất sản phẩm báo chí, lao động tác giả được coi là khâu có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, thể hiện rõ rệt nhất năng khiếu và tài năng sáng tạo, dấu ấn cá nhân và phong cách của nhà báo. Khi nói đến đội ngũ nhà báo, thì công chúng và dư luận xã hội chủ yếu nói đến những người này - các phóng viên, các tác giả, mà không phải ai cũng thấy được “bóng dáng” của người biên tập - loại lao động ẩn danh.

Lao động tác giả, có thể nói là quy trình sáng tạo tác phẩm của phóng viên. Quy trình đó bao gồm nắm bắt tình hình, phát hiện

chủ đề và đề tài, tiếp cận, thu thập và xử lý thông tin, dữ liệu, viết và theo dõi phản hồi. Nếu cho rằng nhà báo cần có năng khiếu báo chí, thì phóng viên thể hiện năng khiếu ngay từ khâu nắm bắt tình hình đời sống, theo sát mạch đi, nhịp thở của cuộc sống và phát hiện nguồn tin. Trong thời gian ngắn nhất, anh ta có thể phát hiện được sự kiện và vấn đề thông tin, và biết được ngay với sự kiện và vấn đề thông tin ấy những “người bên trên” muốn gì và những “người bên dưới” mong đợi gì. Tức là ý đồ chỉ đạo của tổng biên tập và nhu cầu, mong đợi của công chúng xã hội đối với sự kiện và vấn đề đang chuẩn bị thông tin. Trên cơ sở ấy, anh ta lựa chọn góc độ cho bài viết, khai thác thông tin, dữ liệu...; đồng thời xác định mức độ, liều lượng thông tin phù hợp, bảo đảm ý đồ thông tin của tòa soạn và mong đợi của công chúng và dư luận xã hội.

Căn cứ chủ yếu đánh giá lao động tác giả là chất lượng tác phẩm báo chí. Tác phẩm báo chí về cơ bản, cần thỏa mãn các tiêu chí về chất lượng thông tin và tính hấp dẫn của nó. Đó là sự kiện, vấn đề thông tin trong tác phẩm được công chúng đón đợi, liên quan mật thiết đến nhu cầu và lợi ích của cộng đồng. Tức là sự kiện và vấn đề thông tin nóng, “hót” trong dư luận xã hội được tòa soạn quan tâm, muốn thông qua đó để thu hút công chúng và hướng dẫn dư luận xã hội. Mặt khác, chất liệu của tác phẩm báo chí được cấu thành bởi những chi tiết, số liệu thực tế, sinh động có sức thu hút và tạo dựng niềm tin cho công chúng; thứ nữa, cách thức trình bày, diễn đạt, ngôn ngữ giọng

điệu phù hợp, có sức cuốn hút...

Lao động kinh doanh - dịch vụ. Có thể nói rằng, nhà báo là người sáng tạo ra tác phẩm, làm nên các sản phẩm thông tin. Để tác phẩm ấy đến được với công chúng xã hội là cả một quá trình lao động của nhiều công đoạn với nhiều loại lao động khác nhau. Lao động kỹ thuật - công nghệ, lao động mỹ thuật trình bày, lao động chế bản in ấn, phát hành, truyền dẫn phát sóng... Với báo chí truyền hình, tính chất lao động của các nghề trong quá trình sản xuất chương trình còn phong phú và phức tạp hơn nhiều. Mặt khác, để bảo đảm cho sản phẩm báo chí chiếm lĩnh thị trường và thu hút quảng cáo, triển khai các hoạt động kinh tế - dịch vụ, quảng bá thương hiệu, marketing... lại cần có lao động dịch vụ đa dạng, mà những loại hình lao động này hiện chưa có sơ sở đào tạo báo chí nào có thể đáp ứng được. Trong tòa soạn báo chí hiện đại, đòi hỏi số lượng và chất lượng lao động kỹ thuật - dịch vụ ngày càng tăng, trong đó các kỹ sư tin học - công nghệ thông tin truyền thông, nhân sự cho quan hệ công chúng, phát hành, quảng cáo, marketing... chiếm vị trí quan trọng. Bởi vì khi cơ quan báo chí cần hạch toán thu chi bảo đảm có lãi, các khoản thu “đầu vào” không chỉ có từ nguồn bán sản phẩm thông tin. Do đó, nguồn nhân lực cho hoạt động kinh tế - dịch vụ truyền thông cần được tính toán, cân đối phù hợp với mô hình phát triển của tòa soạn báo chí nhìn từ góc độ kinh tế báo chí - truyền thông. Chẳng hạn, ở các nước phương Tây, cơ quan báo chí được coi là thu nhập cân đối khi nguồn thu từ quảng

cáo chiếm tỷ trọng trên dưới 50% doanh thu; thậm chí có những cơ quan doanh thu quảng cáo chiếm tới hơn 70%. Ở nước ta, phần lớn cơ quan báo chí nhận được nguồn kinh phí bao cấp của nhà nước - vì cơ quan báo chí cũng là cơ quan nhà nước; nhưng các nguồn thu khác có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Chẳng hạn, cơ quan báo in muốn thu hút được nhiều khách hàng quảng cáo, cần phải tính toán tới ít nhất hai yếu tố: một là sản phẩm hướng vào nhóm đối tượng nào, và hai là, số lượng - chỉ số phát hành được bao nhiêu. Muốn tăng chỉ số phát hành, không chỉ vai trò của phóng viên, biên tập viên, mà quan trọng không kém là bộ phận làm công tác marketing, phát hành theo dõi, nắm bắt thị trường và công chúng thật cụ thể, sát sao.

Bốn loại lao động trên đây, mỗi loại có vị trí, vai trò đặc thù riêng; mặt khác giữa chúng có mối quan hệ chặt chẽ, gắn bó hữu cơ, hỗ trợ và làm tiền đề cho nhau. Nhưng lao động tổ chức, quản lý (vĩ mô và vi mô) có ý nghĩa quyết định chất lượng và hiệu quả của các loại lao động khác trong quá trình sản xuất sản phẩm báo chí truyền thông.

3. Cách phân loại lao động báo chí có ý nghĩa nhiều mặt, trong đó có phương thức tuyển chọn và sử dụng nguồn nhân lực trong mỗi cơ quan báo chí. Chẳng hạn, cán bộ quản lý tòa soạn (tổng biên tập, phó tổng biên tập) trước hết nên là những người trưởng thành từ biên tập viên giàu kinh nghiệm; và biên tập viên tối ưu là người đã trải nghiệm thành công qua chức danh phóng viên. Nói như vậy không có nghĩa là biên

tập viên có trình độ cao hơn phóng viên, mà mỗi ngày, mỗi chức danh trong tòa soạn đòi hỏi những yêu cầu và phẩm chất nghề nghiệp cụ thể, có những khác biệt đáng kể. Nhưng sự trải nghiệm từ phóng viên cho phép biên tập viên có những tố chất và nghề nghiệp nền tảng vững vàng, thuyết phục trong quá trình thực hiện chức năng của mình. Tuy nhiên, không phải phóng viên giỏi nào cũng có thể trở thành biên tập viên tốt. Điều đó còn phụ thuộc vào những tố chất cá nhân, như khả năng bao quát, quán xuyến và tầm nhìn trên cả bề rộng và chiều sâu vào lĩnh vực đề tài, tính kiên trì và tỉ mỉ, khả năng tổ chức và động viên mạng lưới trong phạm vi phụ trách... Đối với biên tập viên tạp chí, nếu không viết bài mà chỉ làm nhiệm vụ đặt bài cộng tác viên,... thì việc đặt bài cũng khó đạt hiệu quả như mong đợi, sửa chữa biên tập cũng khó đạt tới chiều sâu chất lượng. Bởi vì số báo, số tạp chí hay chương trình phát thanh, truyền hình không phải là con số cộng của các tác phẩm đơn lẻ, mà là sản phẩm của một ý tưởng, một chủ đề rõ ràng với nỗ lực tổ chức và khai thác lực lượng bên trong và bên ngoài tòa soạn. Nếu như phóng viên cần phải có ý tưởng cho bài viết, thì biên tập viên cũng cần hơn thế cho trang báo, số báo hay chương trình phát thanh, truyền hình. Mặt khác, các chức danh trong tòa soạn cũng cần hiểu biết công việc của nhau, cần sự phối hợp và chia sẻ, cần sự tôn trọng và giúp đỡ lẫn nhau như một nhóm làm việc chuyên nghiệp với sự tương tác bình đẳng thông qua đầu mối công việc. Trong êkip sản xuất chương trình hay tác phẩm

truyền hình, phát thanh, biên tập viên giữ vai trò chủ đạo, khâu nối, chỉ huy, bao quát toàn bộ công việc, thậm chí lo cả khâu hậu cần cho anh em trong nhóm. Với sự hỗ trợ của phương tiện kỹ thuật - công nghệ số, êkip làm truyền hình ngày càng gọn nhẹ, tinh giản hơn. Nhưng việc đào tạo phóng viên, biên tập viên truyền hình với tư cách là kíp trưởng - người chỉ huy nhóm sản xuất chương trình đang là vấn đề cần quan tâm, thậm chí quan trọng và cần kíp hơn cả đào tạo MC (người dẫn chương trình) truyền hình - vấn đề đang được các công ty truyền thông - PR (quan hệ công chúng) quan tâm khai thác.

Vấn đề phân loại lao động báo chí cũng đặt ra cho các cơ sở đào tạo trong việc đào tạo theo chức danh và loại hình lao động trong quá trình sản xuất sản phẩm thông tin báo chí. Ngày nay, cùng với đào tạo cơ bản ban đầu (bảo đảm trình độ cử nhân cho người chuẩn bị bước vào nghề), việc đào tạo lại và đào tạo theo chức danh, theo loại hình lao động, theo lĩnh vực đề tài và theo nhóm công chúng - đối tượng đang là đòi hỏi lớn của đời sống báo chí. Bởi lâu nay, các cơ sở đào tạo chỉ mới đáp ứng phần nào đào tạo ban đầu, còn hầu như bỏ trống đào tạo lại, đào tạo theo chức danh, theo lĩnh vực đề tài và theo nhóm công chúng - đối tượng. Hội Nhà báo Việt Nam cũng đã mở một số lớp theo hướng này, nhưng cũng chỉ như muối bỏ biển. Đó là những bất cập lớn mà không để gì khỏa lấp trong một vài năm.

Muốn giải quyết vấn đề này, cần có sự chuẩn bị kỹ lưỡng, trước hết là trong tư duy và nỗ lực thống

nhất nhận thức, thống nhất điều kiện tập trung khai thác cho hoạt động đào tạo nguồn nhân lực chuyên môn hóa cao, đáp ứng hầu hết các khâu công việc chính yếu trong quá trình sản xuất sản phẩm báo chí - truyền thông. Trước hết bắt đầu từ nghiên cứu khoa học - thực tiễn để tổng kết kinh nghiệm và hội tụ kiến thức - kỹ năng, xây dựng chương trình và các chỉ số đánh giá, chuẩn bị giáo trình, bài giảng, tổ chức đội ngũ giảng viên, chuẩn bị cơ sở vật chất - kỹ thuật cho dạy và học....

Góp phần vào quá trình chuyên nghiệp hóa và tăng tính chuyên nghiệp của hoạt động báo chí, các cơ sở đào tạo cần phải đào tạo chuyên sâu và các công đoạn, các loại hình lao động báo chí, can thiệp sâu vào hệ thống các kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp của nhà báo để vừa cung cấp thông tin, kiến thức, vừa tạo diễn đàn chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm hành nghề, tác nghiệp, góp phần tích cực hơn nữa vào quá trình đào tạo và tự đào tạo đội ngũ báo chí chuyên nghiệp của nước ta □

1,4. Tạp chí Lý luận Chính trị (Học viện Chính trị-Hành chính quốc gia Hồ Chí Minh), số 6.2008.

2. Nguyễn Như Ý (chủ biên), Nxb Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh, 2008.

3. Hoàng Tùng, bài giảng tại lớp Báo chí khóa 2, trường Tuyên huấn TW.

5. *Cơ sở lý luận báo chí* (Tạ Ngọc Tấn chủ biên), Nxb Văn hóa - Thông tin; H.1992.

6. Dẫn theo *Nghề làm báo* của Philippe Gailard, tr.12; Nxb Thông tấn, H. 2007.

7. Ý kiến phản hồi của một sinh viên sau khi ra trường 4 năm.