

Báo chí chủ động, đảm bảo các vấn đề được giải thích đầy đủ cho khán giả



Đào tạo báo chí chủ động tại VTV, Hà Nội

Thông tin cho công chúng tranh luận

Đôi khi phóng viên bị lừa. Khi chuyện này xảy ra, tin tức họ sản xuất trở nên nông và hời hợt. Họ lấy thông tin sơ lược và không đào sâu thêm.

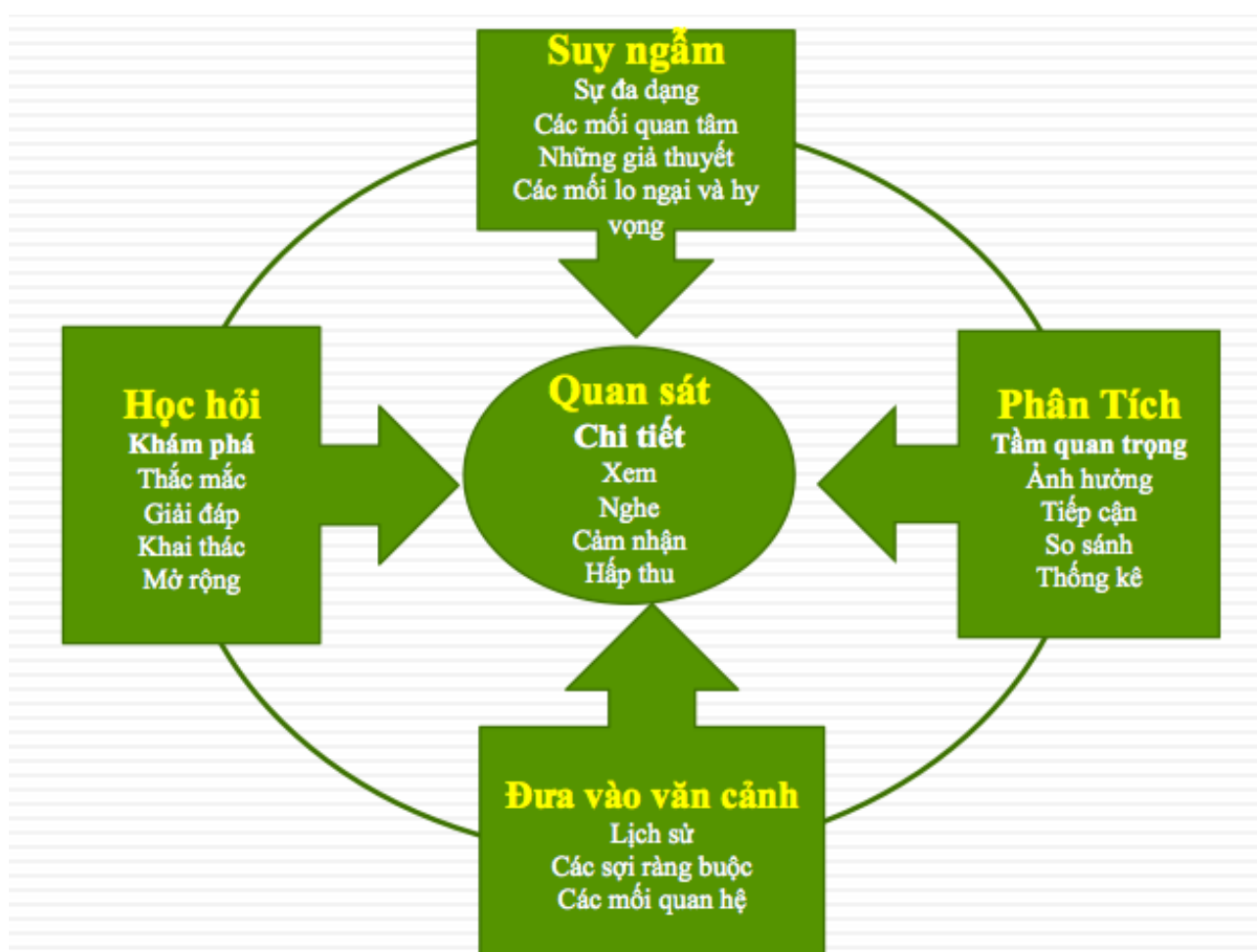
Đây là báo chí kém cỏi. Thực tế, trong một vài trường hợp, nó không còn là báo chí nữa và trở thành một quy trình sản xuất trong đó thông tin được tái xuất bản mà không có phân tích, bối cảnh hay bổ sung giá trị. Phóng viên trở thành các kênh cho các tài liệu quan hệ công chúng và tuyên truyền, không áp dụng một phương pháp đánh giá quan trọng nào về những tài liệu được xử lý.

Như thảo luận ở một mô đun đào tạo trong phần này có tiêu đề “Ưu tiên nỗ lực sản xuất bằng bằng giá trị nội dung”, có nhiều cách phóng viên có thể tập trung vào những đề tài đáng quan tâm đối với khán giả của họ và đầu tư thời gian và công sức để khai thác những đề tài này một cách toàn diện.

Công cụ báo chí chủ động này sẽ giúp được. Đó là một công cụ tổ chức Media Helping Media sử dụng trong phát triển truyền thông và trong công việc chiến lược truyền thông thương mại đã nhiều năm nay. Nó được phát triển từ một ý tưởng của Giáo sư Eric Loo, một phóng viên và một giảng viên báo chí kinh nghiệm.

Báo chí chủ động

Có năm bước liên quan đến báo chí chủ động.



Bước đầu tiên, quan sát, là những gì hầu hết các phóng viên đã làm. Vấn đề ở đây là rất nhiều người chỉ dừng ở đó. Thật không hay vì có ít nhất bốn bước nữa cần làm để sản xuất ra các tác phẩm báo chí giàu thông tin cho công chúng tranh luận.

Bốn bước tiếp theo trong báo chí chủ động là học hỏi, phân tích, phản ánh và đặt vào văn cảnh.

Hãy cùng xem từng bước một kỹ hơn, bắt đầu với quan sát.

1: Quan sát

Đây là việc hầu hết các phóng viên làm hàng ngày. Họ quan sát, lắng nghe, cảm nhận và cảm thụ thông tin, sau đó tổng hợp lại để hình thành một tác phẩm thời sự.

Nhưng kể cả với bước đơn giản này nhiều khi cũng làm ầu.

Có lẽ họ đang vội hoặc bị áp lực. Có lẽ họ nghĩ rằng thông cáo báo chí hay tin thông tấn họ có hoàn toàn ổn không cần phải bỏ thêm công sức vào.

Nhưng nếu phóng viên chỉ tái sản xuất những gì họ được đưa cho, họ làm cả khán giả và cơ quan họ thất vọng. Họ có thể làm tốt hơn thế.

Kể cả với bước đầu trong mô hình báo chí chủ động này, phóng viên cần đào sâu hơn.

Nếu bạn nhận được một thông cáo báo chí hay tham dự một sự kiện có tổ chức và chỉ nghe một bài diễn văn, bạn không có một đề tài thời sự. Tất cả những gì bạn có ở giai đoạn đó là một vài tài liệu mà bạn có thể bắt đầu để xây dựng một tác phẩm thời sự.

Tự hỏi bản thân mình liệu những gì bạn nghe thấy có khớp với những gì bạn chứng kiến không? Nếu không, hãy chất vấn những người lan truyền thông tin đó và liên lạc với những người bị ảnh hưởng.

Có phải những gì bạn nghe thấy phản ánh những quan điểm của một nhóm người cụ thể nào không? Nếu vậy, những tiếng nói nào cần có thêm để hoàn thiện đề tài.

Tài liệu này có chỉ trích những người khác không? Nếu vậy, họ cần có cơ hội để đáp lại.

Những người chia sẻ thông tin với bạn có đưa ra những tuyên bố mạnh mẽ không? Nếu có, những gì họ đang nói cần phải kiểm chứng với những dữ liệu độc lập.

Việc của bạn là lắng nghe những người liên quan trong câu chuyện đang nói gì và chất vấn từng giả định một. Bạn không bao giờ được chấp nhận thông tin ngay từ đầu.

Hầu hết mọi người sẽ cố nói lên quan điểm của họ; công việc của bạn là phản ánh những quan điểm đó trong một bối cảnh rộng hơn, chứ không chỉ đơn giản là lặp lại những lời của họ một cách riêng biệt.

Thử cảm giác xem câu chuyện thực sự của những người liên quan là gì. Thường sẽ có ít nhất hai phía của mỗi câu chuyện nhưng có rất nhiều tiếng nói.

Và không bao giờ đưa ngay những thông tin bạn được cung cấp, luôn sử dụng những từ ngữ phù hợp như ‘tuyên bố’, ‘cho là’ và ‘nói’.

Đến đây những nội dung trên khá thẳng thắn, bây giờ hãy cùng xem bước tiếp theo, học hỏi.

2: Học hỏi

Đây là lúc bạn cần xử lý những gì bạn nghe thấy cho có nghĩa. Việc này sẽ bao gồm nghiên cứu sự chính xác của thông tin được chia sẻ.

Bạn cần phải kiểm tra mọi thứ. Nếu bạn có bất kể nghi ngờ nào, bạn cần phải tìm cách làm rõ. Bạn không bao giờ được dùng lại những gì bạn không hiểu hay không thể xác nhận hay kiểm chứng.

Nếu vấn đề không rõ rệt, bạn cần tìm khía cạnh mới để giúp mọi người hiểu những sự kiện cũ và hiện tại.

Quá trình học hỏi nghĩa là bạn duy trì đầu óc cởi mở và cố tìm những cách mới để khám phá vấn đề bạn đang thực hiện.

Lập ra một danh sách các điểm bạn không hiểu và xem lại từng điểm một cho đến khi bạn hoàn toàn hiểu rõ và có thể giải thích kể cả đó là một trường hợp phức tạp hay một tình huống trong kế hoạch và ngôn ngữ thẳng thắn.

Khi bạn làm, bạn sẽ khám phá ra những khía cạnh mới và bạn sẽ lưu tâm thấy những khoảng trống thông tin bạn cần phải lấp đầy trước khi phát sóng hay xuất bản thông tin.

Tại giai đoạn này bạn sẽ có ba yếu tố trong câu chuyện của mình. 1) Những gì bạn nghe kể, 2) Những gì bạn quan sát được và 3) Những gì bạn tìm ra.

Bây giờ bạn có thể chuyển sang bước tiếp theo, đó là phân tích những gì bạn có.

3: Phân tích

Một cách đơn giản để làm việc này là lập ra một danh sách những gì bạn có. Việc này sẽ bao gồm những gì bạn được nghe kể, những gì bạn quan sát được và những gì bạn tìm ra.

Bạn cần liệt kê tất cả những yếu tố quan trọng của một câu chuyện và sau đó đánh giá những ảnh hưởng có thể xảy ra trong cuộc sống của những người liên quan và những người sẽ bị ảnh hưởng gián tiếp bởi những sự kiện mà bạn đang thực hiện đưa tin.

Bạn cũng nên tính toán tầm ảnh hưởng của câu chuyện xét về khía cạnh nó sẽ ảnh hưởng bao nhiêu người. Có thể có nhiều người đáng hơn dự kiến khi phóng sự được tung ra.

Và khi bạn mở rộng tài liệu bạn có trong câu chuyện, bạn cần ngồi lại và phản ánh về những gì bạn đã tìm thấy.

Bây giờ bạn có 1) Những gì bạn nghe kể, 2) Những gì bạn quan sát được và 3) Những gì bạn chất lọc được thông qua phân tích bằng chứng bạn phát hiện ra.

4: Phản ánh

Đây là lúc có thể nên tham khảo với một ai đó. Có thể là cấp trên, có thể là người tổ chức sản xuất hay là một đồng nghiệp. Ai không quan trọng. Bạn chỉ cần ai giúp bạn đánh giá những gì bạn đã tìm ra.

Trong quá trình này bạn cần đảm bảo rằng bạn đã có tất cả những tiếng nói và quan điểm quan trọng.

Bạn cần phải kiểm tra tất cả những giả định, đặc biệt là của chính bạn.

Trên hết, bạn cần đảm bảo bạn áp dụng sự liêm chính, khách quan, không thiên vị, công bằng và chính xác trong việc thu thập thông tin.

Có thể là câu chuyện bạn nghĩ bạn có được đã thay đổi.

Có thể là tiêu đề rất hay bạn định giật làm tí không còn dùng được nữa.

Có thể là câu chuyện hơi yếu và cần phải bỏ hoặc có thể đó là đề tài hay nhất toà soạn có trong năm và sẽ nhận được giải thưởng.

Bạn sẽ không thể tự mình đánh giá, tham khảo với đồng nghiệp rất quan trọng nếu bạn chuẩn bị đạt được kết luận chính xác liệu đó có thực sự là một đề tài hay không.

Bây giờ bạn có thể bắt đầu bổ sung văn cảnh cho tác phẩm.

5: Đặt vào văn cảnh

Đây là lúc bạn cần đưa những thông tin giúp khán giả hiểu tầm quan trọng của sự kiện tin tức bạn đang thực hiện.

Cái chết của 10 người sau trận lũ thật bi thảm nhưng nếu con số tử vong là 1000 trong năm trước thì thông tin đó cần được bổ sung vào để đặt sự kiện mới nhất vào văn cảnh.

Con số tử vong sẽ là rất thương tâm đối với cộng đồng dân cư đị phương, những người mất đi người thân và láng giềng và có lẽ cả nhà cửa của họ nhưng bạn cần biết liệu những lời cảnh báo có được đưa ra trong quá khứ không và tại sao chúng không được chú ý.

Vì vậy bạn cần phải tìm kiếm tình hình trước đó. Chuyện này đã từng xảy ra bao giờ chưa? Khi nào? Hậu quả là gì?

Bạn cũng cần so sánh địa phương, khu vực, quốc gia và quốc tế khi cần thiết. Có thể là bằng việc nhìn vấn đề rộng hơn, bạn có thể tìm ra một câu chuyện lớn hơn rất nhiều.

Có phải hợp đồng xây dựng đập thủy điện đầy tranh cãi dưới hạ lưu sông có liên quan gì đến tình hình lũ lụt không?

Kiểm tra tư liệu, khám phá nguồn gốc của câu chuyện, tiếp tục tìm kiếm sâu hơn để có được căn nguyên của vấn đề.

Tất cả đều là một phần của quá trình tìm hiểu tại sao một đề tài lại quan trọng và đưa nó vào văn cảnh để bạn có thể đẩy mạnh hiểu biết của khán giả.

Bạn cần tìm hiểu xem nó đứng ở đâu trong một bức tranh lớn hơn. Bạn cần khám phá những mối quan hệ giữa đề tài bạn đang làm và những sự kiện trước đó.

Tìm ra mối liên quan chính trị và kinh tế trong câu chuyện sẽ là khá đặc biệt. Có lẽ có nghi vấn về việc tham nhũng và những chuyện khuất tất ở đây.

Phát triển đề tài

Chúng ta sẽ thảo luận sâu hơn về những ý tưởng này và có thể thực hiện chúng như thế nào, trong mô đun đào tạo có tiêu đề “phát triển đề tài, đảm bảo các khía cạnh được đưa toàn diện nhằm thông tin cho công chúng tranh luận”.

Trong mô đun đó, chúng ta lấy đề tài lũ lụt ở Việt Nam và áp dụng hai công cụ trong phần này – công cụ báo chí chủ động và phát triển đề tài – để khai thác tối đa thông tin từ một sự kiện nhằm phục vụ cho khán giả.

Đây là vì bạn làm việc thay mặt cho khán giả. Họ không ở vị trí nói chuyện với những người nắm quyền và có ảnh hưởng nhưng bạn thì có.

Bạn làm việc thay mặt họ và để làm việc một cách tử tế, bạn cần phải chuyên nghiệp trong cách bạn xử lý thông tin bạn chia sẻ với khán giả.

Thêm việc

Nếu sau khi đọc phần này bạn nghĩ rằng bạn và các phóng viên không có thời gian để làm những việc trên, hãy xem xét nên làm ít đề tài hơn sẽ tốt hơn.

Có một số mẹo về việc làm thế nào để ưu tiên đề tài trong một trong những mô đun đào tạo ở phần này có tiêu đề “Ưu tiên nỗ lực sản xuất bằng sơ đồ giá trị báo chí”.

Nhưng nhớ rằng, việc của bạn là thông tin cho công chúng tranh luận. Bạn làm việc này bằng cách đào bới những nơi những người khác ngại làm, bằng việc giám sát những người điều hành, bằng việc những người nắm quyền giữ trách nhiệm, soi sáng vào những nơi tăm tối.

Tất cả những hành động này là một phần của báo chí chủ động và nếu bạn không kiểm tra những thông tin bạn được cung cấp, bạn đã không làm tròn trách nhiệm của một người phóng viên và chỉ cung cấp một bản in cho những thông tin PR và tuyên truyền.

Lưu ý: Khái niệm cho mô đun đào tạo này được phát triển từ một ý tưởng của giáo sư Eric Loo, một phóng viên và một giảng viên báo chí kinh nghiệm.