

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN

TÀI LIỆU

**ĐÀO TẠO, BỒI DƯỠNG KIẾN THỨC, KỸ NĂNG THÔNG TIN,
TUYÊN TRUYỀN CHO CÁN BỘ LÀM CÔNG TÁC
THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG CƠ SỞ**

(Phần nội dung)

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

Chịu trách nhiệm xuất bản, nội dung
Giám đốc - Tổng Biên tập: TRẦN CHÍ ĐẠT

Biên tập: Nguyễn Long Biên
Nguyễn Thọ Việt
Trình bày sách: Nguyễn Văn Hùng
Sửa bản in: Nguyễn Thọ Việt
Thiết kế bìa: Trần Hồng Minh

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

Website: www.nxbthongtintruyenthong.vn; Book365.vn

Trụ sở: Tầng 6, Tòa nhà Cục Tần số Vô tuyến điện, 115 Trần Duy Hưng,
quận Cầu Giấy, TP. Hà Nội

ĐT Biên tập: 024.35772143

ĐT Phát hành: 024.35772138

E-mail: nxb.tttt@mic.gov.vn

Fax: 024.35579858

In 24.028 bản, khổ 14,5x20,5cm tại Công ty TNHH Một thành viên In Tạp chí
Cộng sản; Địa chỉ nơi in: 38 Bà Triệu, quận Hoàn Kiếm, TP. Hà Nội

Số xác nhận đăng ký xuất bản: 4927-2018/CXBIPH/4-236/TTTT

Số quyết định xuất bản: 628/QĐ-NXB TTTT ngày 31 tháng 12 năm 2018

In xong và nộp lưu chiểu quý I năm 2019

ISBN: 978-604-80-3641-6

LỜI GIỚI THIỆU

Giảm nghèo bền vững là một chủ trương lớn của Đảng, Nhà nước ta nhằm cải thiện đời sống vật chất và tinh thần của người nghèo, góp phần thu hẹp khoảng cách chênh lệch về mức sống giữa nông thôn và thành thị, giữa các vùng, các dân tộc và nhóm dân cư. Triển khai thực hiện Quyết định số 1722/QĐ-TTg ngày 02/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia Giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016-2020 trong đó có nhiệm vụ của ngành Thông tin và Truyền thông.

Một trong những mục tiêu của Dự án 4 truyền thông và giảm nghèo thuộc Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016-2020 thuộc nhiệm vụ của Bộ Thông tin và Truyền thông là “Xây dựng, củng cố hệ thống thông tin cơ sở; tăng cường nội dung thông tin tuyên truyền phục vụ nhiệm vụ chính trị của nhà nước và đáp ứng nhu cầu thông tin thiết yếu của xã hội; nâng cao khả năng tiếp cận thông tin của người dân”.

Nhằm cung cấp những thông tin, kiến thức hữu ích cho cán bộ làm công tác thông tin và truyền thông cơ sở trong việc thực hiện nhiệm vụ truyền thông và giảm nghèo về thông tin của ngành Thông tin và Truyền thông và tiếp tục duy trì, nâng cao chất lượng công tác thông tin và tuyên truyền, Bộ Thông tin và Truyền thông đã phối hợp cùng các

cơ quan, đơn vị thuộc Bộ và các chuyên gia trong Ngành biên soạn và xuất bản ***“Tài liệu đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng thông tin, tuyên truyền cho cán bộ làm công tác thông tin và truyền thông cơ sở”***.

Nội dung cuốn sách giới thiệu hoạt động thông tin cơ sở và hướng dẫn cán bộ làm công tác thông tin và truyền thông ở cơ sở một số kỹ năng cơ bản trong hoạt động thông tin, tuyên truyền: kỹ năng viết, kỹ năng lựa chọn phân tích sự kiện, vấn đề và có thể thực hiện các tin ngắn, bài phản ánh, bài viết nêu gương, người tốt việc tốt; kỹ năng tham gia tổ chức sản xuất chương trình phát thanh cơ sở.

Bộ Thông tin và Truyền thông hy vọng, cuốn sách là tài liệu có ý nghĩa thiết thực đối với cán bộ làm công tác thông tin và truyền thông ở cơ sở trong việc thực hiện các nội dung của Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững.

Trân trọng./.

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

MỤC LỤC

<i>Lời giới thiệu</i>	3
Chương 1: Một số vấn đề cơ bản về công tác thông tin cơ sở	7
1.1. Tổng quan về thông tin cơ sở	7
1.2. Các phương thức hoạt động thông tin cơ sở	10
1.3. Cơ quan quản lý nhà nước về thông tin cơ sở	14
1.4. Hoạt động quản lý nhà nước về thông tin cơ sở.....	17
1.5. Giới thiệu một số văn bản pháp luật liên quan đến lĩnh vực thông tin cơ sở	21
Chương 2: Các phương pháp viết và biên tập cho công tác thông tin, truyền thông cơ sở ...	25
2.1. Các phương pháp viết.....	25
2.2. Biên tập tin bài từ các tài liệu.....	33
2.3. Phương pháp biên tập nội dung thông tin từ bản tin và các tài liệu khác.....	34
2.4. Ứng dụng một số thể loại báo chí vào sản xuất chương trình phát thanh, truyền thanh cơ sở	38
2.5. Thực hành.....	57

Chương 3: Tổ chức sản xuất chương trình phát thanh, truyền thanh cơ sở.....	58
3.1. Một số dạng kết cấu chương trình.....	58
3.2. Viết kịch bản chương trình.....	69
3.3. Biên tập chương trình.....	70
3.4. Đọc dẫn chương trình và phát sóng.....	72
Chương 4: Kỹ năng tuyên truyền miệng	74
4.1. Khái niệm và đặc điểm của tuyên truyền miệng	74
4.2. Các hình thức tuyên truyền miệng	77
4.3 Những nguyên tắc cơ bản của tuyên truyền miệng	79
4.4. Các kỹ năng tuyên truyền miệng.....	87
4.5. Yêu cầu đối với người tuyên truyền miệng.....	94

Chương 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN

VỀ CÔNG TÁC THÔNG TIN CƠ SỞ

1.1. TỔNG QUAN VỀ THÔNG TIN CƠ SỞ

Khái niệm thông tin cơ sở

- Thực tiễn hoạt động thông tin cơ sở hiện nay cho thấy, thông tin cơ sở là một bộ phận trong công tác tuyên truyền của Đảng, Nhà nước và của cả hệ thống chính trị, có nhiệm vụ:

+ Tuyên truyền, phổ biến, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước;

+ Tuyên truyền việc thực hiện các nhiệm vụ chính trị ở xã, phường, thị trấn, cơ quan, tổ chức, đơn vị lực lượng vũ trang, doanh nghiệp, trường học, bệnh viện, viện nghiên cứu... (gọi chung là cơ quan, đơn vị cơ sở);

+ Phổ biến những thông tin, kiến thức cần thiết, giáo dục, phổ biến pháp luật đến người dân ở tổ dân phố, khu dân cư, thôn, xóm, bản, làng... thuộc xã, phường, thị trấn và cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, người lao động ở cơ quan, đơn vị cơ sở;

+ Là phương tiện chỉ đạo, điều hành trực tiếp của cấp ủy, chính quyền xã, phường, thị trấn và cấp ủy, lãnh đạo cơ quan, đơn vị cơ sở thông qua hệ thống đài truyền thanh, loa

truyền thanh nội bộ, bản tin, bảng tin điện tử, trang thông tin điện tử, mạng máy tính nội bộ (LAN)...

Hoạt động thông tin cơ sở hiện nay do nhiều ban, bộ, ngành, tổ chức chính trị - xã hội ở Trung ương, các địa phương chỉ đạo, quản lý và tổ chức thực hiện thông qua nhiều hình thức, phương thức thông tin, tuyên truyền khác nhau, như:

+ Đài truyền thanh - truyền hình huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh (cấp huyện);

+ Đài truyền thanh xã, phường, thị trấn (cấp xã);

+ Trang thông tin điện tử của Ủy ban nhân dân cấp xã; trang thông tin điện tử của các cơ quan, đơn vị cơ sở; mạng máy tính nội bộ (LAN); hộp thư điện tử; điện thoại đường dây nóng; nhắn tin thông qua thiết bị điện tử đầu cuối;

+ Bản tin của xã, phường, thị trấn, cơ quan, đơn vị cơ sở;

+ Điểm bưu điện - văn hóa xã;

+ Tủ sách pháp luật xã, phường, thị trấn, cơ quan, đơn vị cơ sở;

+ Cụm cổ động, công trình cổ động; bảng tin truyền thống, bảng tin điện tử của xã, phường, thị trấn, cơ quan, đơn vị cơ sở;

+ Hoạt động triển lãm lưu động ở cơ sở;

+ Hoạt động của đội tuyên truyền lưu động cấp huyện, đội thông tin cổ động cấp xã (được tổ chức hoạt động theo kỳ, cuộc);

+ Hoạt động của đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên ở cơ sở...

- Từ những cách tiếp cận nêu trên, có thể định nghĩa khái niệm thông tin cơ sở như sau:

Thông tin cơ sở là thông tin về đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, nhiệm vụ chính trị ở cơ sở và những thông tin, kiến thức cần thiết phổ biến đến người dân ở xã, phường, thị trấn, cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong cơ quan, đơn vị cơ sở, thông qua đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện, đài truyền thanh cấp xã, tuyên truyền cổ động trực quan, hoạt động báo cáo viên, tuyên truyền viên và các hình thức thông tin, tuyên truyền khác ở cơ sở.

Nội hàm của khái niệm về thông tin cơ sở như trên đã xác định rõ một số nội dung cơ bản sau:

(i) Đối tượng của thông tin cơ sở là người dân ở xã, phường, thị trấn và cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong các cơ quan, đơn vị cơ sở.

(ii) Phạm vi của thông tin cơ sở là ở xã, phường, thị trấn và các cơ quan, đơn vị cơ sở.

(iii) Nội dung thông tin cơ sở là đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, nhiệm vụ chính trị ở cơ sở và những thông tin, kiến thức cần thiết liên quan trực tiếp đến đời sống sinh hoạt, lao động, sản xuất, học tập của cán bộ, công chức, người lao động và các tầng lớp nhân dân.

(iv) Hình thức, phương thức chủ yếu của hoạt động thông tin cơ sở là đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện, đài truyền thanh cấp xã, tuyên truyền cổ động trực quan, báo cáo viên, tuyên truyền viên và các hình thức thông tin, tuyên truyền khác (bản tin thông tin cơ sở, tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở, bảng tin cộng đồng...).

1.2. CÁC PHƯƠNG THỨC HOẠT ĐỘNG THÔNG TIN CƠ SỞ

1.2.1. Tuyên truyền miệng

Tuyên truyền miệng là phương thức tuyên truyền lâu đời nhất được thực hành bằng lời nói trực tiếp tác động vào người nghe, nhằm mục đích nâng cao nhận thức, củng cố niềm tin và cổ vũ tích cực hành động của người nghe.

- Đặc trưng của tuyên truyền miệng:

+ Giao tiếp trực tiếp giữa chủ thể tuyên truyền và đối tượng tuyên truyền;

+ Phương tiện chủ yếu để thực hiện là lời nói;

+ Mục đích tuyên truyền được chủ thể tuyên truyền đặt ra và xác định từ trước;

+ Chủ thể tuyên truyền là đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên.

- Các thể loại tuyên truyền miệng chủ yếu bao gồm: Kể chuyện; phát biểu tại cuộc mít tinh (diễn văn); nói chuyện

thời sự; báo cáo chuyên đề; thảo luận; hỏi - đáp; giới thiệu nghị quyết, chỉ thị của cấp ủy...

1.2.2. Cổ động trực quan

Cổ động trực quan là phương thức tuyên truyền sử dụng hình ảnh, âm thanh, ánh sáng, động tác biểu diễn của người tổ chức, tác động trực tiếp đến thị giác, thính giác của đối tượng tuyên truyền nhằm cổ vũ, động viên, khích lệ tập thể, cá nhân, cộng đồng xã hội tham gia thực hiện các nhiệm vụ chính trị của đất nước, của địa phương, cơ quan, đơn vị, tham gia các phong trào thi đua yêu nước, biểu dương những nhân tố mới, điển hình tiên tiến hoặc phê phán, phản đối, lên án các hành vi sai trái, những hiện tượng tiêu cực trong đời sống xã hội v.v...

Cổ động trực quan được thể hiện dưới nhiều hình thức khác nhau, như: Pa nô, áp phích, băng rôn, cờ, phướn, khẩu hiệu, tờ rơi, tranh biếm họa, bảng tin, cụm cổ động, hoạt động của đội thông tin cổ động, đội tuyên truyền lưu động, triển lãm lưu động v.v...

1.2.3. Truyền thanh

Hệ thống truyền thanh được hình thành ở miền Bắc nước ta từ những năm 50 của thế kỷ XX. Đây là phương thức thông tin, tuyên truyền chủ yếu ở cơ sở, nhất là khu vực miền núi, vùng sâu, vùng xa, nơi có địa bàn rộng, địa hình chia cắt phức tạp, dân cư sinh sống không tập trung, nên phát

huy được tác dụng trong công tác thông tin, tuyên truyền và công tác chỉ đạo, điều hành của cấp ủy, chính quyền cơ sở.

Hệ thống truyền thanh hiện nay bao gồm: Cơ sở truyền thanh - truyền hình huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh và đài truyền thanh xã, phường, thị trấn.

Có ba phương thức truyền thanh chủ yếu:

- Truyền thanh hữu tuyến (hay còn gọi là truyền thanh có dây) là phương thức truyền dẫn tín hiệu âm thanh qua đường dây dẫn; sử dụng máy tăng âm, thiết bị thu tín hiệu âm thanh, thiết bị phụ trợ, đường dây, biến áp, loa phóng thanh lắp đặt theo cụm dân cư.

- Truyền thanh vô tuyến (hay còn gọi là truyền thanh không dây FM) là phương thức truyền dẫn tín hiệu âm thanh một chiều từ đài phát đến các cụm loa không dây trên sóng FM thông qua việc sử dụng tần số; sử dụng máy phát FM, cột, ăng ten, các thiết bị thu, phát tín hiệu âm thanh, thiết bị phụ trợ, bộ thu phát FM và hệ thống loa lắp đặt theo cụm dân cư.

- Truyền thanh ứng dụng công nghệ thông tin - viễn thông (hay còn gọi là truyền thanh IP). Một số doanh nghiệp viễn thông, truyền thông, công nghệ thông tin, như Mobifone, Viettel, Newtaco... đã nghiên cứu, chế tạo và đầu tư thử nghiệm thiết bị truyền thanh mới dùng mạng viễn thông và mạng Internet ở một số địa phương. Bước đầu đánh giá phương thức truyền thanh mới có nhiều ưu điểm hơn so với truyền thanh hữu tuyến và truyền thanh không dây FM.

1.2.4. Internet

Internet hay mạng liên tuyến được xem là một hệ thống thông tin có tầm quốc tế phủ sóng toàn cầu, có thể truy cập mạng lưới này dựa trên các máy tính liên kết với nhau. Hệ thống thông tin này hoạt động dựa trên giao thức liên mạng và các máy tính được kết nối với nhau của các cơ quan, tổ chức, đơn vị, doanh nghiệp và các cá nhân sử dụng mạng trên toàn cầu.

Internet là một phương thức hữu hiệu để truyền tải thông tin với tốc độ cực nhanh. Lượng thông tin mà Internet cung cấp gần như không giới hạn. Thông qua môi trường Internet, thông tin được cung cấp và cập nhật liên tục từng giờ, từng phút trong ngày.

Có thể nói, Internet có vai trò ngày càng quan trọng trong công tác thông tin, tuyên truyền, có phạm vi ảnh hưởng đến toàn xã hội, chi phối hầu hết các lĩnh vực của đời sống xã hội. Hiện nay, hoạt động thông tin cơ sở ở nhiều cơ quan, đơn vị, địa phương đã sử dụng những tiện ích của Internet để cung cấp thông tin, tuyên truyền, phổ biến đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, những quy định về giải quyết thủ tục hành chính đến người dân, giúp người dân có thể thuận tiện, dễ dàng hơn trong tiếp cận các thủ tục hành chính và trao đổi thông tin với các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội, doanh nghiệp, thông qua cổng/trang thông tin điện tử, hộp thư điện tử của các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp, các thiết bị kĩ thuật thông minh (điện thoại thông minh, máy tính bảng...).

1.3. CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THÔNG TIN CƠ SỞ

1.3.1. Các ban, bộ, ngành Trung ương

- Ban Tuyên giáo Trung ương là cơ quan tham mưu của Ban Chấp hành Trung ương, trực tiếp và thường xuyên là Bộ Chính trị, Ban Bí thư trong công tác xây dựng Đảng về chính trị, tư tưởng, về chủ trương, quan điểm và chính sách của Đảng trong *lĩnh vực tuyên truyền*, báo chí, xuất bản, văn hoá, văn nghệ, khoa học - công nghệ, giáo dục - đào tạo và một số lĩnh vực xã hội; đồng thời là cơ quan chuyên môn, nghiệp vụ về các lĩnh vực công tác này của Đảng.

- Bộ Thông tin và Truyền thông là cơ quan của Chính phủ, thực hiện chức năng quản lý nhà nước về báo chí; xuất bản, in, phát hành; bưu chính; viễn thông; tần số vô tuyến điện; công nghệ thông tin, điện tử; phát thanh và truyền hình, thông tin điện tử, thông tấn, thông tin đối ngoại, *thông tin cơ sở* và quản lý nhà nước các dịch vụ công trong các ngành, lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý nhà nước của bộ.

Cục Thông tin cơ sở là cơ quan của Bộ trực tiếp tham mưu giúp Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông quản lý nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật về lĩnh vực thông tin cơ sở.

- Các ban, bộ, ngành, đoàn thể khác ở Trung ương đều có bộ phận tham mưu, chỉ đạo, hướng dẫn và quản lý công tác thông tin, tuyên truyền (vụ, cục, ban, phòng) đối với ngành, lĩnh vực mà ban, bộ, ngành chỉ đạo, quản lý, như: Bộ

Tư pháp có Vụ Phổ biến, giáo dục pháp luật; Ủy ban Dân tộc có Vụ Tuyên truyền; Tổng cục Chính trị Quân đội nhân dân Việt Nam có Cục Tuyên huấn; Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh có Ban Tuyên giáo...

- Các trường đại học, cao đẳng, học viện trực thuộc các bộ, ngành Trung ương có cán bộ Phòng Công tác chính trị học sinh, sinh viên có nhiệm vụ tổ chức và quản lý các hoạt động thông tin, tuyên truyền trong học sinh, sinh viên.

1.3.2. Ở địa phương

a) Cấp tỉnh và tương đương

- Ban Tuyên giáo tỉnh ủy, thành ủy, đảng ủy khối trực thuộc trung ương là cơ quan tham mưu của cấp ủy, hướng dẫn, chỉ đạo về công tác thông tin, tuyên truyền trên địa bàn cấp tỉnh, các cơ quan, tổ chức, tập đoàn, tổng công ty nhà nước trực thuộc.

- Sở Thông tin và Truyền thông là cơ quan quản lý nhà nước về thông tin cơ sở trên địa bàn cấp tỉnh. Hiện nay, Phòng Thông tin - Báo chí - Xuất bản là đầu mối của Sở thực hiện chức năng, nhiệm vụ quản lý nhà nước về thông tin cơ sở.

- Các sở, ngành, tổ chức chính trị - xã hội cấp tỉnh, cơ bản đều có cán bộ kiêm nhiệm làm công tác thông tin, tuyên truyền thông qua các hình thức, phương tiện tuyên truyền cụ thể, như: Bản tin, cổng/trang thông tin điện tử, bảng tin điện tử, mạng nội bộ (LAN), điện thoại đường dây nóng...

- Các trường đại học, cao đẳng, trung cấp trực thuộc Ủy ban nhân dân cấp tỉnh có cán bộ Phòng Công tác chính trị học sinh, sinh viên có nhiệm vụ tổ chức và quản lý các hoạt động thông tin, tuyên truyền trong học sinh, sinh viên.

b) Cấp huyện và tương đương

- Ban Tuyên giáo huyện ủy, quận ủy, thị ủy, thành ủy, đảng ủy khối trực thuộc tỉnh là cơ quan tham mưu của cấp ủy, hướng dẫn, chỉ đạo về công tác thông tin, tuyên truyền trên địa bàn cấp huyện, các cơ quan, tổ chức, đơn vị trực thuộc.

- Phòng Văn hóa và Thông tin là cơ quan quản lý nhà nước về thông tin cơ sở trên địa bàn cấp huyện.

- Hệ thống đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện; đội tuyên truyền lưu động thuộc trung tâm văn hóa/trung tâm văn hóa, thông tin và thể thao cấp huyện; đội ngũ báo cáo viên cấp huyện là lực lượng trực tiếp triển khai các hoạt động thông tin, tuyên truyền ở cơ sở.

c) Cấp xã và tương đương

- Ban Tuyên giáo đảng ủy xã, phường, thị trấn, đảng ủy cơ quan, đơn vị cơ sở là cơ quan tham mưu của cấp ủy, tổ chức đảng trong việc hướng dẫn, chỉ đạo và tổ chức các hoạt động thông tin, tuyên truyền ở xã, phường, thị trấn, cơ quan, đơn vị cơ sở.

- Công chức văn hóa - xã hội cấp xã; công chức tư pháp - hộ tịch cấp xã; nhân viên đài truyền thanh cấp xã; nhân viên điểm bưu điện - văn hóa xã; đội ngũ báo cáo viên, cộng

tác viên dư luận xã hội; tuyên truyền viên các tổ dân phố, khu dân cư, thôn, xóm, bản, làng... là lực lượng trực tiếp triển khai các hoạt động thông tin, tuyên truyền ở cơ sở.

1.4. HOẠT ĐỘNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THÔNG TIN CƠ SỞ

1.4.1. Các hình thức thông tin cơ sở

- Đối với hoạt động truyền thanh: Liên Bộ Thông tin và Truyền thông và Bộ Nội vụ ban hành Thông tư liên tịch số 17/2010/TTLT-BTTTT-BNV ngày 27/7/2010 hướng dẫn thực hiện chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của đài phát thanh và truyền hình thuộc Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, đài truyền thanh - truyền hình thuộc Ủy ban nhân dân cấp huyện. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố ban hành quy chế quản lý hoạt động của đài truyền thanh xã, phường, thị trấn.

- Đối với hoạt động báo cáo viên: Hiện nay hoạt động của đội ngũ báo cáo viên chủ yếu do Ban Tuyên giáo Trung ương và cấp ủy các cấp quản lý. Ban Tuyên giáo Trung ương ban hành Quy chế số 518-QĐ/BTGTW ngày 10/11/2011 về quản lý hoạt động báo cáo viên của Đảng. Cấp ủy các cấp cũng ban hành quy chế quản lý hoạt động báo cáo viên của cấp mình. Đối với báo cáo viên pháp luật của ngành Tư pháp, Bộ Tư pháp ban hành Thông tư số 10/2016/TT-BTP ngày 22/7/2016 quy định về báo cáo viên pháp luật, tuyên truyền viên pháp luật.

- Đối với hoạt động của cổng/trang thông tin điện tử: Chính phủ ban hành Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng. Ngày 03/01/2018 Chính phủ đã ban hành Nghị định số 27/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 của chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng.

- Đối với hoạt động của bản tin: Thực hiện theo quy định tại Điều 9, Điều 10, Mục 2, Chương II Quy chế hoạt động thông tin cơ sở ban hành theo Quyết định số 52/2016/QĐ-TTg ngày 06/12/2016 của Thủ tướng Chính phủ và Thông tư số 48/2016/TT-BTTTT ngày 26/12/2016 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông quy định chi tiết và hướng dẫn việc cấp giấy phép hoạt động báo in và báo điện tử, xuất bản thêm ấn phẩm, mở chuyên trang của báo điện tử, xuất bản phụ trương, xuất bản bản tin, xuất bản đặc san.

- Đối với hoạt động của điểm bưu điện - văn hóa xã: Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Thông tư số 17/2013/TT-BTTTT ngày 02/8/2013 quy định về hoạt động của điểm bưu điện - văn hóa xã.

- Đối với hoạt động của tủ sách pháp luật: Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 14/2019/QĐ-TTg ngày 13/3/2019 về việc xây dựng, quản lý, khai thác tủ sách pháp luật.

- Đối với hoạt động của đội tuyên truyền lưu động: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Thông tư số

20/2014/TT-BVHTTDL quy định hoạt động của đội tuyên truyền lưu động cấp tỉnh và cấp huyện.

1.4.2. Nội dung thông tin cơ sở

Nội dung thông tin mà hệ thống thông tin cơ sở sử dụng để tổ chức thông tin, tuyên truyền đến cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, người lao động và các tầng lớp nhân dân chủ yếu từ các nguồn:

- Thông tin của các ban, bộ, ngành Trung ương chỉ đạo, định hướng tuyên truyền (chẳng hạn: Các chủ trương, chính sách, văn bản pháp luật mới; đề cương tuyên truyền, tài liệu tuyên truyền của Ban Tuyên giáo Trung ương, của Bộ Thông tin và Truyền thông...; mẫu tranh cổ động của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cung cấp).

- Thông tin của cấp ủy, chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội địa phương, lãnh đạo cơ quan, đơn vị cơ sở cung cấp (chẳng hạn: Các văn bản chỉ đạo, hướng dẫn, kế hoạch công tác; thông tin tình hình kinh tế - xã hội của địa phương; thông tin hoạt động của cấp ủy, chính quyền, lãnh đạo cơ quan, đơn vị cơ sở...).

- Thông tin của các cơ quan thông tấn, báo chí Trung ương và địa phương cung cấp (chẳng hạn: Bản tin thời sự trong nước và quốc tế của Thông tấn xã Việt Nam; các tin, bài của Báo Nhân dân, báo Quân đội nhân dân, báo của Đảng bộ tỉnh...).

- Thông tin do cán bộ làm công tác thông tin cơ sở (đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện, đài truyền thanh cấp

xã, báo cáo viên...) tác nghiệp trực tiếp tại địa bàn cơ sở khai thác, biên soạn hoặc thông tin do cộng tác viên của đài truyền thanh, cộng tác viên của bản tin cung cấp.

Những thông tin trên đều là nguồn thông tin chính thống đã được các cơ quan có trách nhiệm thẩm định hoặc cho phép công bố trên hệ thống thông tin đại chúng và thông tin cơ sở. Trên cơ sở các nguồn thông tin trên, cán bộ làm công tác thông tin cơ sở có thể sử dụng toàn bộ hoặc biên tập ngắn gọn phù hợp với thời lượng thông tin, tuyên truyền để người dân dễ hiểu, dễ nhớ, dễ vận dụng thực hiện trong cuộc sống, học tập, lao động, sản xuất, kinh doanh, thực hiện quyền và nghĩa vụ của công dân.

Hiện nay, chưa có văn bản pháp luật quy định thống nhất việc quản lý nội dung thông tin đối với các hoạt động thông tin cơ sở, mà chủ yếu vận dụng các quy định của Đảng và Nhà nước về quản lý nội dung thông tin đối với từng hoạt động thông tin, tuyên truyền cụ thể, như: Quyết định số 340-QĐ/TW ngày 03/12/2010 của Ban Bí thư Trung ương Đảng (khóa X) ban hành Quy chế cung cấp thông tin phục vụ công tác tuyên truyền miệng của Đảng; Nghị định số 09/2017/NĐ-CP ngày 09/02/2017 của Chính phủ quy định chi tiết việc phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí của các cơ quan hành chính nhà nước.

1.4.3. Thẩm định các nội dung thông tin, tuyên truyền

Việc thẩm định nội dung thông tin, tuyên truyền ở cơ sở hiện nay được thực hiện theo nguyên tắc:

- Đối với những nội dung thông tin, tuyên truyền, phổ biến theo chỉ đạo, định hướng, hướng dẫn của cấp trên thì đã được các cơ quan cung cấp thông tin thẩm định.

- Đối với những nội dung thông tin do cán bộ làm công tác thông tin cơ sở khai thác, biên tập hoặc do cộng tác viên của đài truyền thanh, cộng tác viên bản tin cung cấp, thì phải được cán bộ lãnh đạo, quản lý của đài truyền thanh, cán bộ quản lý bản tin hoặc lãnh đạo cấp ủy, chính quyền duyệt nội dung trước khi sử dụng để thông tin, tuyên truyền trên hệ thống thông tin cơ sở.

1.5. GIỚI THIỆU MỘT SỐ VĂN BẢN PHÁP LUẬT LIÊN QUAN ĐẾN LĨNH VỰC THÔNG TIN CƠ SỞ

1.5.1. Chỉ thị số 17-CT/TW ngày 15/10/2007 của Ban Bí thư Trung ương Đảng (khóa X) về tiếp tục đổi mới và nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác tuyên truyền miệng trong tình hình mới

Theo Chỉ thị số 17-CT/TW ngày 15/10/2007 của Ban Bí thư Trung ương Đảng (khóa X) về tiếp tục đổi mới và nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác tuyên truyền miệng trong tình hình mới: để đáp ứng những đòi hỏi của sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc trong thời kỳ mới, thực hiện Nghị quyết Đại hội X và Nghị quyết Trung ương 5 (khóa X) “Về công tác tư tưởng, lý luận và báo chí trước yêu cầu mới”, Ban Bí thư yêu cầu các cấp ủy đảng và mỗi cán bộ, đảng viên cần nhận thức sâu sắc vai trò, tầm quan trọng của công tác tuyên truyền miệng, phát huy cao độ các ưu thế của tuyên

truyền miệng của đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên để cùng với các kênh thông tin, tuyên truyền khác tạo ra sức mạnh tổng hợp và nâng cao hiệu quả của công tác tư tưởng;

1.5.2. Chỉ thị số 07-CT/TW ngày 05/9/2016 của Ban Bí thư Trung ương Đảng (khóa XII) về “Đẩy mạnh công tác thông tin cơ sở trong tình hình mới”

Theo Chỉ thị của Ban Bí thư Trung ương Đảng, thông tin cơ sở được hiểu là hoạt động: (i) Tuyên truyền, phổ biến đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; (ii) Tuyên truyền, phổ biến việc thực hiện nhiệm vụ chính trị ở cơ sở (xã, phường, thị trấn); (iii) Cung cấp thông tin, kiến thức cần thiết tới người dân trên địa bàn dân cư (tổ dân phố, khu dân cư, thôn, xóm, bản, làng... thuộc xã, phường, thị trấn). Như vậy, Chỉ thị số 07-CT/TW đã xác định nội dung và phạm vi của hoạt động thông tin cơ sở.

1.5.3. Nghị định số 17/2017/NĐ-CP ngày 17/02/2017 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Thông tin và Truyền thông

Nghị định số 17/2017/NĐ-CP quy định: “Bộ Thông tin và Truyền thông là cơ quan của Chính phủ, thực hiện chức năng quản lý nhà nước về báo chí; xuất bản, in, phát hành; bưu chính; viễn thông; tần số vô tuyến điện; công nghệ thông tin, điện tử; phát thanh và truyền hình, thông tin điện tử, thông tấn, thông tin đối ngoại, thông tin cơ sở và quản lý nhà nước các dịch vụ công trong các ngành, lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý nhà nước của bộ”.

Tại khoản 10, Điều 2, Nghị định số 17/2017/NĐ-CP quy định Bộ Thông tin và Truyền thông có nhiệm vụ và quyền hạn cụ thể đối với lĩnh vực thông tin cơ sở và hệ thống đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện như sau:

“a) Hướng dẫn, chỉ đạo và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch về hoạt động thông tin cơ sở;

b) Xây dựng các nội dung thông tin, tuyên truyền thuộc chức năng, nhiệm vụ của bộ và hướng dẫn tổ chức triển khai thực hiện;

c) Hướng dẫn việc xây dựng và hoạt động của hệ thống thông tin cơ sở: Đài truyền thanh cấp xã; bản tin thông tin cơ sở; tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở; thông tin trực tiếp qua báo cáo viên, tuyên truyền viên thông tin cơ sở; bảng tin công cộng và các hình thức hoạt động thông tin cơ sở khác và hệ thống đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện;

d) Tổ chức cung cấp thông tin, quản lý nội dung thông tin của hệ thống thông tin cơ sở và hệ thống đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện trên phạm vi cả nước”.

Như vậy, theo Nghị định số 17/2017/NĐ-CP của Chính phủ, thông tin cơ sở được xác định là một lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Thông tin và Truyền thông bao gồm hệ thống thông tin cơ sở (Đài truyền thanh cấp xã; bản tin thông tin cơ sở; tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở; thông tin trực tiếp qua báo cáo viên, tuyên truyền viên thông tin cơ sở; bảng tin công cộng và các

hình thức hoạt động thông tin cơ sở khác) và hệ thống đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện.

1.5.4. Quyết định số 52/2016/QĐ-TTg ngày 06/12/2016 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế quản lý hoạt động thông tin cơ sở

Quy chế quản lý hoạt động thông tin cơ sở của Thủ tướng Chính phủ quy định: Hoạt động thông tin cơ sở là hoạt động cung cấp thông tin thiết yếu theo quy định tại Điều 3 của Quy chế này đến người dân ở xã, phường, thị trấn thông qua hoạt động phát thanh, truyền thanh của Đài truyền thanh cấp xã; bản tin thông tin cơ sở; tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở; thông tin trực tiếp qua báo cáo viên, tuyên truyền viên thông tin cơ sở; bảng tin công cộng và các hình thức hoạt động thông tin cơ sở khác.

Như vậy, theo Quy chế quản lý hoạt động thông tin cơ sở của Thủ tướng Chính phủ ban hành thì đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện không là đối tượng quản lý của Quy chế này. Đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện không phải là cơ quan báo chí nhưng cũng không phải là một thiết chế thông tin ở cơ sở nên sẽ được Thủ tướng Chính phủ quy định trong một văn bản pháp luật khác.

Chương 2

CÁC PHƯƠNG PHÁP VIẾT VÀ BIÊN TẬP CHO CÔNG TÁC THÔNG TIN, TRUYỀN THÔNG CƠ SỞ

2.1. CÁC PHƯƠNG PHÁP VIẾT

2.1.1. Viết đơn giản, dễ hiểu

Sự đơn giản trong diễn đạt tạo ra sự dễ hiểu, giúp công chúng dễ dàng hiểu được thông điệp khi tiếp nhận. Thông tin trong công tác thông tin, truyền thông cơ sở cần phải hiểu được ngay lập tức. Nếu diễn đạt khó hiểu, phức tạp, công chúng sẽ mất hứng thú.

Để viết đơn giản, cần chú ý:

+ Sử dụng từ, cụm từ dễ hiểu, gần gũi, đơn nghĩa, gần gũi với vốn từ vựng giao tiếp hàng ngày. Ví dụ:

Hãy dùng từ động đất thay cho từ địa chấn vì từ động đất thông dụng hơn, dễ hiểu hơn.

Hãy viết *chất đạm* thay vì viết *protein* vì từ *chất đạm* gần gũi và dễ hiểu hơn.

+ Không nên sử dụng những từ nước ngoài, từ Hán Việt không thông dụng hay thuật ngữ chuyên ngành khó hiểu. Một từ có thể dễ hiểu với người viết nhưng lại không gần gũi và dễ hiểu với đa số người nghe.

Cũng không nên đi vòng vo, cần diễn đạt một cách trực tiếp với người nghe những thông tin cần thiết. Đừng viết: *Do sự sụt giảm về mối quan tâm của người tiêu dùng...* Hãy viết: *do người tiêu dùng ít quan tâm hơn...* Cách viết này đơn giản, dễ hiểu hơn.

+ Không sử dụng quá nhiều con số trong tác phẩm vì chúng khiến cho thông tin trở nên khó nhớ. Đối với phát thanh, một tin không được chứa nhiều hơn 3 con số, một bài không nên có nhiều hơn 5 con số. Khi sử dụng các con số thống kê thì nên làm tròn số để người nghe thấy đơn giản và dễ nhớ hơn. Ví dụ: viết “*hơn 11 triệu hai trăm ngàn lượt khách*”, đừng viết “*11.200.013 lượt khách*”.

+ Ưu tiên câu đơn. Không nên viết câu phức hợp, nhiều mệnh đề, gây khó hiểu, dễ tạo sự nhầm lẫn.

+ Ưu tiên câu chủ động.

Ví dụ, không nên viết:

Diện tích trồng cà phê đang không ngừng được mở rộng tại các tỉnh Tây Nguyên.

Nên viết:

Các tỉnh Tây Nguyên đang không ngừng mở rộng diện tích trồng cà phê.

+ Sử dụng kết cấu đơn tuyến để chuyển tải nội dung: Đó là kết cấu đi theo một mạch kể nhẹ nhàng và đơn giản. Đừng chuyển tải tình tiết đan xen quá phức tạp. Cần lựa chọn những chi tiết tiêu biểu, làm rõ cho chủ đề của tác phẩm.

Điều cần lưu ý là khi viết cần sự đơn giản, không có nghĩa là viết sơ lược, dẫn đến ý tứ nghèo nàn.

2.1.2. Viết ngắn gọn

Về câu, dạng câu ngắn gọn đã được chứng minh phù hợp với cả cách thức truyền đạt và tiếp nhận của công chúng. Để diễn đạt câu ngắn cần chú ý:

+ Nên viết mỗi câu một ý. Nếu muốn truyền đạt thêm thông tin thì hãy viết một câu đơn giản khác. Ví dụ:

Môi trường sông Thị Vải hiện đã được cải thiện đáng kể. Đây là đánh giá của Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường trong cuộc họp sáng nay.

+ Hãy cố sử dụng cách diễn đạt ngắn gọn. Tuy nhiên, nếu một bài toàn những câu ngắn thì sẽ thiếu sinh động. Hãy kết hợp câu ngắn với câu vừa và những câu hơi dài. Cách viết này sẽ góp phần tạo ra tiết tấu cho tác phẩm.

+ Hãy lược bỏ những chi tiết không chính yếu, ít có mối liên hệ với chủ đề tác phẩm. Hãy tập trung vào mạch chính của tác phẩm và huy động các chi tiết cần thiết để làm rõ chủ đề.

Về đoạn, nên tạo nhiều đoạn trong văn bản theo những điểm chính được coi là phù hợp bởi chúng góp phần tạo ra sự rõ ràng, mạch lạc của thông tin. Nếu trình bày cả tác phẩm là một hoặc hai đoạn sẽ tạo cảm giác dài lê thê và khó thể hiện bằng lời.

Việc viết câu ngắn, đoạn ngắn sẽ góp phần tạo ra sự ngắn gọn của tác phẩm. Nhìn chung, một phóng sự, bài phản

ánh thường chỉ nên dài từ 3 đến 4 phút. Một tin trung bình dài 45 giây - 1 phút. Những tác phẩm dài với nhiều tuyến nhân vật, nhiều tình huống phức hợp sẽ khiến người nghe khó hiểu, khó nhớ.

Một điểm cần lưu ý, đơn giản không phải là đơn điệu, ngắn gọn không phải là sơ sài. Để viết ngắn gọn, cần viết chặt chẽ, cô đúc thông tin trong một lượng ngôn từ nhất định để chuyển tải lượng thông tin cần thiết, giúp cho công chúng nắm bắt được nhiều thông tin trong một khoảng thời gian ngắn.

2.1.3. Viết rõ ràng

Diễn đạt rõ ràng là một nguyên tắc viết nhằm tạo ra sự dễ hiểu, dễ tiếp nhận. Không phải lúc nào ý nghĩa của thông tin được viết ra cũng được hiểu như khi chúng được đọc lên. Vì vậy, khi viết, cần đọc to lên cho chính mình nghe để cảm nhận rõ được sự thông suốt qua các luận điểm và sự dễ hiểu qua các luận điểm.

+ Đừng sử dụng mệnh đề phức tạp giữa câu. Ví dụ:

Không nên viết:

Giá vàng tăng, giá xăng dầu tăng, những mặt hàng có nhiều ảnh hưởng nhất tới mặt bằng giá cả nói chung, giá lương thực và rau quả cũng tăng mạnh.

Nên viết:

Giá lương thực và rau quả đang tăng. Nguyên nhân là do sự tăng giá vàng và giá xăng dầu đã tác động đến mặt bằng giá cả.

+ Tránh cách viết tạo nên 2 cách hiểu. Ví dụ:

Không nên viết:

Để phòng tránh sự lây lan của bệnh, cần hạn chế tiếp xúc nơi đông người và đeo khẩu trang.

Cách viết này tạo ra 2 cách hiểu:

Thứ nhất, cần hạn chế tiếp xúc đông người và nên đeo khẩu trang.

Thứ hai, cần hạn chế tiếp xúc nơi đông người và hạn chế cả việc đeo khẩu trang.

Nên viết rõ:

Để phòng tránh sự lây lan của bệnh, cần hạn chế tiếp xúc nơi đông người và nên thường xuyên đeo khẩu trang.

Không nên viết:

Hành vi thô bạo vi phạm sức khỏe của hành khách côn đồ đó của lái xe X rất đáng lên án.

Cách viết này có thể được hiểu: hành vi côn đồ của một lái xe hoặc hành khách côn đồ.

Để rõ ràng, câu trên nên được bỏ chữ *côn đồ* vì tính từ *thô bạo* đã nói rõ tính chất của hành vi mà người lái xe thực hiện.

+ Tránh dùng nhiều tính từ. Đôi khi dùng tính từ là điều cần thiết nhưng sử dụng nhiều tính từ sẽ khiến thông tin trở nên thiếu rõ ràng, đặc biệt có những tính từ tạo ra độ mờ cho thông tin. Ví dụ: sự nỗ lực *thiết yếu*; sự giảm sút đáng buồn, thiệt hại vật chất *khổng lồ*, những tổn thất *không nhỏ*, cần

tập trung *không ngừng* nhằm đưa ra những giải pháp *cần thiết*...

+ Việc trích dẫn lời phát biểu của nhân vật trong sự kiện cần được dẫn dắt, chú thích dễ hiểu, hợp với logic tiếp nhận bằng tai nghe tức giới thiệu người phát ngôn trước rồi mới đưa trích dẫn. Không nên trích dẫn theo kiểu đưa lời của nhân chứng trước rồi giới thiệu tên, chức vụ người phát biểu sau, dễ gây nhầm lẫn cho người tiếp nhận.

2.1.4. Sử dụng văn nói khi viết cho phát thanh, truyền thanh

Khác với văn viết, văn nói gần gũi với ngôn ngữ nói chuyện, trao đổi hàng ngày. Đó là cách nói thân mật và gần gũi. Chúng ta không dùng câu dài, cách diễn đạt rườm rà, phức tạp trong khi nói mà trái lại, sử dụng ngôn từ trực tiếp, câu ngắn, từ dễ hiểu. Văn nói mang tính khẩu ngữ và ít mệnh đề phụ. Phong cách sử dụng ngôn ngữ này cũng ưu tiên quy luật ngữ nghĩa trước quy luật ngữ pháp.

Khi viết hãy nói lên thành lời những điều đang viết. Hãy nghĩ rằng mình đang nói điều đó với một người bạn. Cần chú ý đến việc thể hiện sự thân mật, sao cho khi đọc những gì bạn viết lên, dòng âm thanh trở nên gần gũi với người nghe, như “*một người nói với một người*”. Hãy nói to lên khi viết. Tránh thuyết giảng, hùng biện. Các chuyên gia phát thanh đài BBC khuyên khi viết nên tưởng tượng bạn đang nói chuyện với một người bạn, kể cho người đó nghe những thông tin bạn vừa thu thập được. Điều này giúp cách diễn đạt trở nên thân mật, gần gũi.

Ví dụ:

Thưa quý vị và các bạn! Mới đầu mùa mưa nhưng nhiều điểm trên đường Hồ Chí Minh đã liên tục xảy ra sạt lở...⁽¹⁾

Cách diễn đạt này cho chúng ta cảm nhận câu văn giống như một lời kể.

Hãy sử dụng những cách cấu âm thông dụng, gần gũi với lời ăn tiếng nói hàng ngày của công chúng để diễn tả điều cần nói.

Ví dụ:

... Điều đáng lo ngại là hiện còn hơn 200 hộ dân ở khu vực có nguy cơ sạt lở chưa được di dời đến nơi an toàn...

Trong trích dẫn trên, tác giả đã sử dụng cách diễn đạt theo ngôn ngữ nói. Tác giả sử dụng cụm từ “Điều đáng lo ngại là” thể hiện cách viết để đọc, nói trên sóng.

Khi viết cho phát thanh, truyền thanh, chúng ta cũng có thể sử dụng những từ, cụm từ chỉ có trong hoàn cảnh giao tiếp bằng lời như: *chúng tôi xin được thông tin thêm là, cũng nói thêm rằng, thêm một điều đáng lưu ý là, sẽ trình bày rõ hơn ngay sau đây, ngoài ra, còn có, được biết, cho biết, như thế, như thế này, như sau...*

Cách viết này cũng chấp nhận những từ nối, từ đệm, từ dư xuất hiện trong quá trình nói như: *rằng, thì, là, mà...*

Tuy nhiên, sử dụng văn nói không có nghĩa là chúng ta được sử dụng từ, tiếng lóng. Tính đại chúng và phù hợp với văn

⁽¹⁾ Nguồn: Đài Tiếng nói Việt Nam

cảnh của ngôn từ vẫn là một yêu cầu bắt buộc cho việc sử dụng ngôn ngữ trên truyền thông.

2.1.5. Viết hấp dẫn ngay từ đầu

Đối với các tác phẩm phát thanh, truyền thanh, câu mở đầu có vai trò đặc biệt quan trọng. Nếu như trên báo in, tít và ảnh có vai trò quyết định sự chú ý của độc giả thì ở báo phát thanh, những âm thanh của câu mở đầu có thể thu hút công chúng lắng nghe tác phẩm hoặc bỏ qua nó.

Câu mở đầu cần được viết ngắn gọn và nêu bật lên chủ đề của bài viết. Nhưng cần tránh đưa những thông tin quan trọng nhất ngay trong những chữ đầu tiên. Ví dụ: *Xăng sẽ tăng giá vào ngày mai*. Người nghe có thể không bắt được chữ đầu tiên và họ hỏi: *Cái gì tăng giá thế nhỉ. Hãy viết: Ngày mai, giá xăng lại tăng lên.*

Cũng không quên đầu tư cho lời dẫn. Lời dẫn cho tác phẩm phát thanh, truyền thanh có giá trị như sapo cho tác phẩm trên báo in. Chúng thường xuất hiện trước tác phẩm với vai trò nêu bật lên ý nghĩa, giá trị của tác phẩm, chỉ ra cho thính giả thấy tại sao câu chuyện này đáng được theo dõi. Bên cạnh vai trò kết nối các tác phẩm với nhau trong một chương trình, lời dẫn cũng thường tham gia giải thích lý do, làm rõ nguyên nhân, điều kiện thực hiện tác phẩm giúp cho tác phẩm dễ dàng đến với công chúng hơn.

2.1.6. Viết thể hiện tính thời sự nóng hổi

Phát thanh, truyền thanh có năng lực thông tin nhanh nhờ sử dụng kỹ thuật sóng điện từ cho phép truyền sóng tức

khắc, quy trình và phương tiện kỹ thuật sản xuất gọn nhẹ. Do vậy, viết cho phát thanh, truyền thanh phải quan tâm đến việc chuyển tải được sức nóng của dòng thông tin thời sự.

- Hãy chú ý những từ chỉ tính thời sự gấp gáp như: *vừa, vừa mới, tính đến giờ này, ngay lúc này, chỉ ít phút nữa, lúc này, 5 phút trước, đang, sắp...* tùy theo ngữ cảnh phù hợp.

- Hãy dùng thì hiện tại để diễn tả khi có thể. Ví dụ:

Nói cơ quan A *vừa thông báo* hoặc *thông báo* thay vì nói đã thông báo.

Nói ông X cho biết thay vì nói đã cho biết.

Nói một trận động đất *sắp xảy ra* thay vì nói *sẽ xảy ra*.

2.2. BIÊN TẬP TIN BÀI TỪ CÁC TÀI LIỆU

+ Đối với các thông báo của chính quyền địa phương, cần có hướng tuyên truyền phù hợp để các thông báo này không trở nên nhàm chán, khó tiếp nhận với bà con. Tránh đọc toàn bộ kế hoạch dài kiểu “Thông báo của UBND xã về việc triển khai kế hoạch làm đường giao thông nông thôn”.

Các đài truyền thanh cơ sở hiện đang dùng cách này tương đối nhiều, đặc biệt là các đài thôn, bản. Vào những dịp có các sự kiện chính trị quan trọng của Nhà nước, địa phương, cách này cũng được sử dụng nhiều.

Nếu cần dùng phương pháp tuyên truyền này thì đài truyền thanh cơ sở cần thông báo liên tục, nhiều lần trong ngày, nhiều ngày trong tuần. Tuy nhiên để chương trình

truyền thanh cơ sở sinh động, dễ tiếp nhận với bà con, những người làm chương trình nên cân nhắc sử dụng theo phương pháp sau đây:

+ Tóm tắt các công văn, thông báo, chỉ thị của chính quyền một cách ngắn gọn, chỉ nêu những nội dung quan trọng nhất, đáng nhớ nhất với người dân địa phương.

+ Tránh đọc toàn bộ thông báo, văn bản lên đài truyền thanh cơ sở.

+ Với những văn bản có sử dụng các từ ngữ không mang tính thông dụng thì người làm chương trình cần biên tập, rút gọn, loại bỏ bớt nếu có thể để văn bản dễ hiểu, dễ nhớ, cô đọng nhất.

2.3. PHƯƠNG PHÁP BIÊN TẬP NỘI DUNG THÔNG TIN TỪ BẢN TIN VÀ CÁC TÀI LIỆU KHÁC

Việc biên tập có hai nội dung chủ yếu sau đây:

Một là: Phân tích, biên tập nội dung văn bản cho đúng, chính xác và phù hợp.

Hai là: Biên tập kĩ thuật (bao gồm sửa lỗi chính tả, lỗi ngữ pháp, lỗi diễn đạt, dung lượng).

Quá trình biên tập để đưa một tác phẩm tới công chúng là một quá trình tổng hợp, có rất nhiều thao tác nghiệp vụ cụ thể, đặt ra nhiều yêu cầu bắt buộc, không thể tùy tiện. Nó được diễn ra với những quy trình nhất định, trong đó có các khâu liên hệ chặt chẽ, liên tục và kế tiếp nhau.

2.3.1. Biên tập nội dung

Khi tiếp cận văn bản, yêu cầu trước tiên là phải đọc kỹ bản thảo để nắm rõ nội dung, phát hiện những sai sót, những vấn đề, quan điểm cần trao đổi.

Nội dung của từng tin, bài cụ thể phải đảm bảo tuân theo những yêu cầu chung đối với các tác phẩm, đó là:

- Phải đảm bảo tính chính trị: Nội dung tin, bài không được trái với quan điểm của Đảng. Tin, bài phải góp phần xây dựng đời sống tinh thần trong sáng, phong phú, đồng thời, hình thành, phát huy và bảo vệ các giá trị văn hoá; các tiêu chuẩn đạo đức, niềm tin, thị hiếu lành mạnh đối với công chúng; giáo dục mọi người sống, làm việc theo Hiến pháp và pháp luật, kiên quyết đấu tranh để giữ vững kỷ cương, góp phần xây dựng hệ thống pháp luật ngày càng hoàn thiện, điều chỉnh kịp thời các quan hệ xã hội, thúc đẩy xã hội ngày càng phát triển.

- Phải đảm bảo tính khách quan, chân thật: Đây là yêu cầu hàng đầu tạo nên tính hấp dẫn, thuyết phục, hiệu quả của chương trình. Một tin, bài viết sai sự thật chẳng những vi phạm đạo đức nghề nghiệp, uy tín, danh dự của bản thân chương trình, mà còn gây tổn hại lớn cho toàn xã hội.

- Phải đảm bảo tính thời sự: Tin, bài phải phản ánh cái mới, nêu ra những vấn đề trong đời sống; phản ánh người thật, việc thật một cách cụ thể, trực tiếp. Phản ánh nhanh, kịp thời, không bịa đặt sẽ lôi cuốn công chúng, có ích cho xã hội.

- Phải đảm bảo tính nhân văn: Tin, bài viết ra là để phục vụ nhân dân, do vậy, khi phản ánh những sự kiện, vấn đề có ý nghĩa đối với nhân dân, cần lý giải theo quan điểm tiến bộ của nhân dân và phù hợp với tư tưởng tiên tiến của thời đại. Cách thể hiện trong tin, bài phải phù hợp với trình độ nhận thức, năng lực tiếp nhận và nhu cầu thẩm mỹ lành mạnh của công chúng. Trong bất cứ trường hợp nào, bài viết cũng không được hạ thấp danh dự, nhân phẩm của con người trước công luận, kể khi cá nhân họ có những sai phạm cần phê phán, lên án.

2.3.2. Biên tập hình thức

- Xử lý về ngôn ngữ và bố cục kết cấu

Ngôn ngữ sử dụng trong các tin, bài đòi hỏi phải trong sáng, rõ ràng, giản dị. Bố cục sáng rõ, đi theo một mạch phát triển ý.

- Biên tập, xử lý tít bài (đầu đề)

Muốn chọn tít đúng, trước hết phải nắm được nội dung thông tin cơ bản của bài viết và đặt ý chính của nó trong dạng tít rõ ràng, tập trung và ngắn gọn.

Người biên tập phải chú trọng đọc thật kỹ nội dung bài viết để xem tít bài mà tác giả chọn có phản ánh được bản chất của bài viết hay không. Nội dung chính của bài viết đã được phản ánh một cách chính xác, ngắn gọn trong tít bài hay chưa. Nếu tít bài viết không đạt được những yêu cầu trên, thì người biên tập phải rút tít lại cho bài viết.

2.3.3. Quy trình rút tít gồm

- Đọc kỹ tin, bài để tìm ra ý chính và ý đồ của tác giả định trình bày trong bài viết;

- Tìm cách biểu hiện ý chính đó chính xác và ngắn gọn trong nhiều dạng khác nhau;

- Kiểm tra lại bằng cách đọc lại bài viết một lần nữa, xem việc thể hiện ý chính trong các dạng khác nhau đó đã chính xác hay chưa;

- So sánh khả năng, phân tích cái lợi, cái hại của từng khả năng, rồi chọn tít phù hợp, đáp ứng được các chức năng của tít một cách tốt nhất.

2.3.4. Một số kĩ thuật biên tập tin bài

Biên tập tin cho bản tin phát thanh, truyền thanh, bên cạnh việc biên tập để có sự chuẩn xác về mặt nội dung, cần chú ý:

- Hãy viết lại những câu dài. Hãy tách ý thành những câu đơn, một ý.

- Hãy diễn đạt lại những từ, cụm từ phức hợp, khó hiểu, khó đọc. Sử dụng những từ, cụm từ đơn giản thay thế.

- Hãy tách những đoạn dài, nhiều ý.

- Hãy gạch đi những phần lan man, dài dòng, những thông tin kém quan trọng để nội dung ngắn gọn và rõ ràng hơn.

- Hãy xem lại câu mở đầu đã có sức hấp dẫn công chúng chưa. Nếu chưa thực sự hấp dẫn hãy viết lại. Chú ý, câu mở

đầu là yếu tố được coi như “mồi câu”. Nó quyết định công chúng có thích nghe tiếp hay không. Câu mở đầu cần nêu bật được thông tin quan trọng nhất, làm cho công chúng thấy được tin bài này đáng và cần được theo dõi. Câu mở đầu cũng nên ngắn gọn.

- Hãy thay thế những từ, cụm từ khó đọc. Chú ý: cần đọc lên thành lời cho chính mình nghe để thẩm định lại câu từ viết có phù hợp, liền mạch không. Hãy biên tập lại từ để tin dễ hiểu hơn như: *hữu quan* thành *có liên quan*, *tái khẳng định* thành *khẳng định lại*, *thỏa thuận Liên Triều* thành *thỏa thuận giữa hai miền Triều Tiên*, *tận thu* thành *thu hoạch được nhiều nhất...*

2.4. ỨNG DỤNG MỘT SỐ THỂ LOẠI BÁO CHÍ VÀO SẢN XUẤT CHƯƠNG TRÌNH PHÁT THANH, TRUYỀN THANH CƠ SỞ

2.4.1. Tin

2.4.1.1. Hiểu về tin

Tin là một thể loại cơ bản của báo chí, có nội dung phản ánh nhanh nhất, hình thức ngắn gọn nhất về các sự kiện thời sự, được thể hiện với ngôn ngữ cô đọng, trực tiếp, dễ hiểu.

Phân biệt, nhận dạng các dạng tin thường gặp:

Tin vắn: là dạng tin có dung lượng ngắn nhất so với tất cả các dạng tin. Trên sóng phát thanh, tin vắn thường có thời lượng từ 10 đến 20 giây. Dạng tin này được sử dụng nhằm

thông báo vắn tắt hoặc liệt kê những thông tin mới vừa hoặc sắp xảy ra. Tin vắn không trả lời hết các câu hỏi trong công thức 5 W + 1 H mà chỉ trả lời: What, When, Where, Who (Đây là các yếu tố thiết yếu, How và Why là yếu tố quan trọng trong tin).

Tin vắn thường sử dụng để chuyển tải những sự kiện có tầm quan trọng ở mức độ trung bình, cần phải thông báo nhưng không cần đưa sâu, đưa nhiều. Tin vắn cũng được sử dụng khi một sự kiện nóng mới xảy ra nhưng nhà báo chưa có nhiều thông tin xung quanh nó.

Tin ngắn: Có dung lượng lớn hơn tin vắn. Trên phát thanh, tin ngắn thường có thời lượng từ 20 đến 30 giây. Nó thông báo tương đối trọn vẹn về sự kiện với các chi tiết trả lời đủ các câu hỏi trong công thức 5W+H.

Tin ngắn được sử dụng cho các sự kiện có mức độ quan trọng tương đối cao.

Tin sâu: là tin mà câu hỏi How được trả lời tương đối cụ thể bên cạnh các thông tin cho các câu hỏi còn lại.

Tin sâu được sử dụng để chuyển tải những sự kiện quan trọng, có tầm ảnh hưởng mạnh mẽ đến công chúng và được công chúng đặc biệt quan tâm.

2.4.1.2. Lựa chọn và khai thác đề tài cho tin

Sự kiện là sự việc quan trọng, có ý nghĩa xã hội, có khả năng tác động đến nhiều người và được nhiều người quan tâm.

Sự kiện trong tin không chỉ là kết quả, hoạt động của những hội nghị, hội họp, những cuộc vận động lớn mà còn đi vào những ngõ ngách của đời sống. Đó là việc tăng giá một mặt hàng tiêu dùng thiết yếu, là một mâu thuẫn, khó khăn trong cuộc sống của người dân ở một vùng quê, là một tín hiệu đáng lo hoặc đáng mừng đối với đời sống kinh tế, văn hóa,... Tin có thể phản ánh một sự kiện mang ý nghĩa trọng đại được tổ chức với quy mô lớn nhưng cũng có thể phản ánh một thay đổi nhỏ, tinh vi nhưng có ý nghĩa đối với đời sống xã hội. Phóng viên cần quan tâm tới những sự cố trong đời sống của người dân như thiếu nước ăn, điều kiện học hành, điều kiện nuôi trồng, phát triển kinh tế, sự an toàn...

2.4.1.3. Xác định chủ đề và góc độ đưa tin

“*Chủ đề là vấn đề chính được đặt ra trong một tác phẩm*”⁽²⁾. Chủ đề của tin phát thanh là nội dung chính, là thông điệp quan trọng nhất trong tin. Nói cách khác, chủ đề là câu tóm gọn nội dung của cả tin.

Góc độ là “*chỗ đứng để nhìn nhận, đánh giá sự vật, sự việc*”⁽³⁾. Trong tin phát thanh, góc độ thể hiện điểm nhìn, điểm xuất phát để phản ánh sự kiện. Một sự kiện có thể được phản ánh dưới nhiều góc độ. Nếu xét theo việc lựa chọn khía cạnh nội dung theo đề tài để phản ánh sự kiện, chúng ta có các góc độ kinh tế, văn hóa, an sinh, đạo đức,... Góc

⁽²⁾ Nguyễn Như Ý chủ biên (tái bản, 2008), Đại Từ điển tiếng Việt, NXB Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Trang 293.

⁽³⁾ Nguyễn Như Ý chủ biên (tái bản, 2008), Đại Từ điển tiếng Việt, NXB Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Trang 649.

độ được lựa chọn dựa trên tính chất của sự kiện, thể hiện ở những điểm mà tính chất đó bộc lộ rõ nhất, đặc sắc nhất.

Thực tế cũng đã chứng minh rằng, nếu xuất phát từ việc đặt những quyền lợi, mong muốn, nhu cầu của người dân lên hàng đầu trong việc tiếp cận và phản ánh thì tin tức trở nên giàu tính thiết thực và được công chúng đón nhận nhiệt tình.

Chủ đề cần rõ và góc độ cần hẹp. Điều này giúp cho thông tin rõ ràng và đi đúng trọng tâm. Những tin về hoạt động lễ tân thay vì chú trọng miêu tả sự chào đón, thăm hỏi xã giao, cần chú trọng đến những nét mới, những cam kết, những hợp đồng và những biến chuyển tiềm năng về mặt kinh tế, chính trị, văn hóa được thúc đẩy thông qua mối quan hệ ngoại giao đang phát triển.

2.4.1.4. Thu thập và xử lý tư liệu

Đối với thể loại tin, nhà báo cần có kỹ năng thu thập tư liệu một cách nhanh chóng và chính xác để có tin kịp thời đưa lên sóng.

Quá trình thu thập tư liệu được thực hiện dựa trên những phương pháp chính là nghiên cứu tài liệu, quan sát và phỏng vấn. Trong quá trình này, nhà báo càng thu được nhiều tư liệu càng tốt, qua đó, nhà báo có thể lựa chọn góc độ mới mẻ nhất, lựa chọn những chi tiết đặc sắc nhất để làm nổi bật chủ đề. Tuy nhiên, cần xử lý nhanh tư liệu để tin được đăng tải kịp thời, phản ánh được tính chất nóng hổi của sự kiện.

Phương pháp nghiên cứu tài liệu được nhà báo thực hiện để tìm hiểu sự kiện chủ yếu thông qua:

+ Báo chí: Nhà báo thường tìm hiểu xem các loại hình báo chí đã nói những gì có liên quan đến sự kiện mình viết tin.

+ Internet: Trên Internet có thể có các tư liệu liên quan đến sự kiện ở các cấp độ khác nhau.

+ Các văn bản giấy tờ: Đó là các thông báo, giấy mời, thông cáo, các báo cáo tổng kết,...

Phương pháp nghiên cứu văn bản thường là cơ sở đầu tiên để phóng viên tiến hành các phương pháp khác.

Phương pháp quan sát được nhà báo vận dụng trong quá trình tiếp cận trực tiếp sự kiện để có được những thông tin, chi tiết sống động, xác thực. Quan sát chính là khả năng cảm thụ hiện thực của con người nhờ vào các cơ quan cảm giác. Quan sát thường đem lại những thông tin mang tính mô tả, tường thuật. Quan sát đối với nhà báo là cảm giác thông qua các giác quan, kết hợp với sự tham gia của hoạt động tư duy như: *phân tích, tổng hợp, suy luận, phán đoán...* mà nhận biết được tính chất của sự vật, hiện tượng.

Đối với thể loại tin, phương pháp quan sát thường được vận dụng một cách nhanh chóng để thu được những thông tin ban đầu, cơ bản, chung nhất mà không cần đi quá sâu vào các chi tiết hay tình huống lắt léo, phức tạp bên trong sự kiện.

Phỏng vấn là phương pháp gặp gỡ, hỏi chuyện những người có trách nhiệm, người có liên quan hoặc nhân chứng tức các nguồn tin để tìm hiểu, khai thác thông tin về sự kiện. Nhà báo cũng có thể phỏng vấn qua điện thoại để có được

thông tin nhanh nhất. Nhờ phương pháp này, nhà báo có được những tư liệu do chính nguồn tin cung cấp. Nhà báo cũng thu được các trích dẫn để đưa vào tác phẩm tin phát thanh nhờ phương pháp này.

Các phương pháp được sử dụng linh hoạt và tương trợ cho nhau để thu thập tư liệu cho tin, đồng thời giúp nhà báo kiểm chứng thông tin trước khi phát sóng.

2.4.1.5. *Viết tin*

a) Viết câu mở đầu

Câu mở đầu là yếu tố thể hiện rõ chủ đề, tạo cách tiếp cận trực tiếp nhằm tiết kiệm thời gian đồng thời nhanh chóng gửi đến công chúng thông điệp chính, giúp họ dễ tiếp nhận. Góc độ đưa tin được xác định rõ và hẹp hơn được thể hiện ngay trong câu mở đầu. Nói cách khác, câu mở đầu cũng mở ra một lối đi, theo đó thông tin trong câu mở đầu thường giữ vai trò chủ đạo và những thông tin tiếp theo bổ trợ, làm rõ thêm. Nhà báo tùy theo việc lựa chọn góc độ, xác định chủ đề và tầm quan trọng của các chi tiết để lựa chọn, viết câu mở đầu.

b) Viết thân tin

Viết thân tin là quá trình nhà báo tập hợp, sắp xếp các chi tiết để làm rõ về sự kiện theo góc độ câu mở đầu đã nêu bật. Chi tiết trong tin nên được lựa chọn xung quanh một tâm điểm là chủ đề, phục vụ cho việc làm rõ chủ đề.

Khi viết tin về sự kiện lễ tân, hội họp, tiếp xúc cần tránh việc đưa ôm đồm các chi tiết lễ tân và theo một khuôn mẫu

có sẵn khiến cho tin “*nặng về phần lễ mà nhẹ về phần tin*”. Bên cạnh câu mở đầu, phần thân tin nên chú trọng việc nêu bật hoạt động hoặc kết quả của sự kiện.

Phần thân tin sẽ tiếp tục triển khai nội dung đã được nêu khái quát trong câu mở đầu.

Khi viết, chú ý chi tiết trong tin đi vào trả lời các câu hỏi 5W+1H ở mức độ khái quát, cơ bản nhất. Nếu như ở các thể loại khác, các câu hỏi 5W+1H được trả lời tương đối kỹ lưỡng với nhiều tình tiết liên quan trực tiếp và gián tiếp thì trong tin, các chi tiết được chọn lọc sao cho trả lời các câu hỏi này ở cấp độ khái quát.

Chú ý, cần triển khai các đoạn trong thân tin theo một mạch phát triển, thể hiện tính liên kết, liền mạch giữa các đoạn. Chúng kết nối với nhau làm sáng tỏ chủ đề. Nói cách khác, chúng tiếp nối câu mở đầu theo một lôgic dễ hiểu và rõ ràng.

c) Sử dụng lời phát biểu của nhân vật trong tin

Cần chú ý khai thác lời phát biểu của một hoặc một số nhân vật tiêu biểu trong sự kiện:

Phóng viên có thể khai thác lời nói của những nhân vật có thẩm quyền. Họ có thể là một bộ trưởng hoặc phát ngôn viên cho một tổ chức, đoàn thể... Họ cũng có thể là một người phụ trách công việc nào đó nơi diễn ra sự kiện. Do đây là nhóm người có thẩm quyền nên họ thường cung cấp những thông tin mang tính định hướng, quyết định, khái quát, tổng kết hoặc chỉ dẫn, giải thích. Lời nói của họ mang đến cho tin màu sắc trang trọng, thông tin mang tính chính thống và độ tin cậy cao.

Phóng viên cũng có thể khai thác lời nói của các chuyên gia. Họ giúp đưa ra những nhận định về một tình trạng, một biến cố, một vấn đề nào đó trong đời sống. Trong những tin về khoa học, họ xuất hiện để lý giải, trình bày những căn nguyên, diễn biến của một phát kiến mới, một thành tựu mới. Nhìn chung, lời nói của chuyên gia có độ tin cậy cao vì họ chính là những người có chuyên môn sâu, có kiến thức tiêu biểu để giải thích, phân tích, lý giải thấu đáo về sự kiện.

Phóng viên cũng cần chú ý đến lời nói của người dân bình thường. Họ là những người chứng kiến, tham dự, người trong cuộc của một sự kiện nào đó hoặc là đối tượng chịu tác động của một chính sách mới, một dự án mới... Ngoài những thông tin mang tính thuật lại, kể lại, mô tả có được từ góc nhìn của người chứng kiến - nhân chứng của sự kiện, nhóm nhân vật này còn có thể mang đến cho tin những thông tin về suy nghĩ, cảm xúc, cảm nhận,...

2.4.2. Bài phản ánh

2.4.2.1. Hiểu về bài phản ánh

Trong thực tiễn, bài phản ánh thường được dùng để phân biệt với thể loại tin với ý nghĩa bài thường có dung lượng lớn hơn tin. Đó là những bài viết đáp ứng các tiêu chí cơ bản của một tác phẩm báo chí như tính xác thực, tính thời sự và tính định hướng. Yêu cầu về tính thời sự đòi hỏi bài phản ánh phải thông tin kịp thời về những cái mới. Đó là những sự việc, sự kiện, con người, hoàn cảnh, tình huống... vừa mới xảy ra, đang xảy ra. Yêu cầu về tính xác thực đòi hỏi bài

phản ánh phải phản ánh sự kiện, vấn đề một cách chính xác, có địa điểm, có nhân chứng và thời gian, không gian cụ thể. Yêu cầu về tính định hướng đòi hỏi tác giả phải thể hiện một thái độ và lập trường rõ ràng trong bài viết. Lập trường này dựa trên cơ sở là luật pháp, đạo đức, truyền thống....

Về hình thức, bài phản ánh có đặc điểm mềm dẻo, sinh động. Căn cứ vào tính chất, mức độ, tầm quan trọng của sự kiện, vấn đề, mỗi tác giả để hình thành một kết cấu riêng cho bài viết. Do vậy, những tác phẩm thuộc dạng bài này có sự biến hoá linh hoạt để thích ứng với những sự kiện, vấn đề, nhân vật, tình huống... mà nó phản ánh.

Các dạng bài phản ánh

Bài phản ánh sự kiện

Dạng bài này bám sát sự kiện, sự việc, trả lời những câu hỏi: Chuyện gì đã xảy ra? Xảy ra như thế nào? Vì sao nó xảy ra? Diễn biến và hậu quả? v.v... Bài phản ánh sự kiện có thể đi theo một mạch kể để phản ánh sự kiện trong quá trình phát sinh, phát triển.

Bài phản ánh về quang cảnh, hiện trạng

Trong bài phản ánh này, tác giả tập trung trình bày một cách sống động về quang cảnh, hiện trạng, từ đó giúp công chúng hiểu và nhận định... Mục đích của dạng bài này là nhằm giúp công chúng hình dung một cách toàn diện về sự thật để từ đó họ tự rút ra được những kết luận cần thiết...

Bài phản ánh về tình huống, vấn đề

Bài phản ánh dạng này tập trung phản ánh những tình huống, những vấn đề nảy sinh trong đời sống. Tình huống, vấn đề đó có thể mang tính tích cực và tiêu cực. Tác giả bài phản ánh phải căn cứ vào tính chất cụ thể của nó để có hình thức thể hiện thích hợp nhất.

Bên cạnh đó, bài phản ánh tình huống, vấn đề còn chú ý phân tích tính chất tình huống, vấn đề để rút ra những kết luận hoặc lý lẽ cần thiết. Một bài phản ánh dạng này thường có kết cấu đi từ thực trạng đến giải pháp dưới dạng những đề xuất, kiến nghị. Những diễn biến, tình tiết được trình bày như những bằng chứng để thông qua đó tác giả nêu lên quan điểm riêng của mình.

Bài phản ánh về người thật, việc thật

Tác giả lựa chọn những con người với những việc làm có ý nghĩa xã hội, có tác động đến nhiều người để viết. Điểm quan trọng của dạng bài này là câu chuyện có ý nghĩa đó được kể một cách tự nhiên và chân thực.

Bài phản ánh về suy nghĩ, cảm xúc

Bài phản ánh dạng này là vừa thông tin sự thật, vừa thể hiện các nhận định của tác giả.

Hiện nay vẫn thường có nhiều bài phản ánh pha trộn giữa các dạng nêu trên do trong thực tế, các sự kiện, sự việc, tình huống, vấn đề thường gắn bó chặt chẽ với nhau, hàm chứa lẫn nhau nên việc phân biệt thành các dạng bài phản ánh như trên chỉ mang tính tương đối.

2.4.2.2. Chọn đề tài phản ánh

Bài phản ánh hướng đến những sự kiện, vấn đề có ý nghĩa xã hội, được nhiều người quan tâm, và những sự kiện, vấn đề đó cần thông tin có chiều sâu nhất định để công chúng biết và hiểu.

Người viết phải có khả năng lựa chọn những sự kiện, vấn đề tiêu biểu. Để làm được như vậy, ngoài một quan niệm sống đúng đắn, người viết còn phải có khả năng quan sát và suy nghĩ một cách tỉnh táo. Những người viết có kinh nghiệm thường chỉ viết về những điều mà chính anh ta kiểm chứng được. Trước khi bắt đầu một bài viết, tác giả nên tự đặt cho mình câu hỏi: Liệu rằng những điều được thông tin, phản ánh trong bài viết có đáp ứng được yêu cầu tuyên truyền thời sự không? Liệu rằng thính giả có quan tâm đến sự kiện, vấn đề mà bài viết mang tới cho họ không?... Đó là những câu hỏi cần thiết có thể giúp tác giả có thái độ khách quan hơn trong việc tự thẩm định tác phẩm của chính mình. Tác giả bài phản ánh muốn có được những đề tài đúng, trúng, hay còn cần phải nắm được mục đích tuyên truyền của đài trong từng thời điểm cụ thể.

2.4.2.3. Kết cấu

Bài phản ánh thường gồm: Tít, sapo/lời dẫn, phần thân bài trình bày sự việc và phân tích, lý giải vấn đề, phần kết chốt lại vấn đề.

- Tít: Khái quát nội dung của bài phản ánh trong một cấu trúc ngôn ngữ định dạng xác định, chuẩn mực, ngắn gọn

và có sức biểu cảm. Tít bài phản ánh phải được trình bày được nội dung chính của bài, đồng thời thể hiện được tính hấp dẫn của nội dung.

- Sapo/lời dẫn: Là giới thiệu chủ đề của tác phẩm thông qua những chi tiết tiêu biểu, đặc sắc, hấp dẫn nhất. Sapo/lời dẫn cần thu hút được sự chú ý của độc giả, khán thính giả và kích thích họ đọc tiếp phần còn lại.

- Phần thân bài: Là phần trình bày sự việc, kể lại hoặc phản ánh sự việc từ một góc độ nổi bật, cho phép nhìn sự việc một cách thấu đáo. Đây là phần chứa đựng những thông tin quan trọng nhất của bài báo. Khi viết, tác giả cần lưu ý đưa đầy đủ, sinh động nhất tất cả những chi tiết thông tin nhằm làm rõ vấn đề, sự kiện. Trong khi viết bài hạn chế đưa những ý kiến đánh giá chủ quan của tác giả mà nên lồng vào đó những đánh giá, nhận định của những người có trách nhiệm, những chuyên gia, nhà khoa học, người chứng kiến rõ sự kiện... để những thông tin mà bài viết cung cấp thực sự khách quan.

- Phần kết: Là phần chốt lại toàn bộ vấn đề đã thể hiện trong bài viết. Tuy theo lượng thông tin mà tác giả thu thập được, có thể đưa những ý kiến nhằm chỉ ra xu hướng vận động, những tác động tích cực hay tiêu cực của sự kiện tới cuộc sống. Phần này có thể đưa ý kiến nhận định của một vài người, thậm chí có thể của tác giả, nhưng phải đảm bảo tính thuyết phục.

2.4.2.4. Cách khai thác tài liệu, xử lý số liệu cho bài phản ánh

- Khai thác, thu thập tài liệu cho bài phản ánh chủ yếu bằng việc quan sát thực tiễn cuộc sống, kết hợp gặp gỡ và phỏng vấn các nhân vật có liên quan. Một nguồn tư liệu quan trọng nữa cho bài phản ánh là các văn bản, tài liệu có liên quan, có giá trị cung cấp thông tin nền, thông tin bối cảnh, các con số thống kê, so sánh, các thông tin bổ trợ.

- Chọn những thông tin quan trọng, hấp dẫn để xây dựng bài phản ánh, tránh ôm đồm chi tiết. Dung lượng bài phản ánh không lớn vì vậy phải chọn được những nét cơ bản để phác thảo diện mạo sự kiện, phải biết chọn lọc thông tin cốt lõi cho bài phản ánh, làm nổi bật tính chất quan trọng của sự kiện, vấn đề.

- Khi thu thập tài liệu cho bài phản ánh cần chú ý tùy loại hình báo chí để có sự chuẩn bị về phương tiện kỹ thuật, máy ghi âm, ghi hình, bút, sổ...

- Chú ý không được bỏ sót thông tin quan trọng.

2.4.2.5. Sử dụng tiếng động và âm nhạc cho bài phản ánh

Một tác phẩm phát thanh, truyền thanh hoàn chỉnh là sự hoà quyện nhuần nhuyễn của lời nói, tiếng động, âm nhạc... Một bài phản ánh hay chưa chắc đã tạo ấn tượng nếu thiếu tiếng động và âm nhạc. Vì thế, một người làm phát thanh, truyền thanh ngoài khả năng viết tốt còn cần phải biết sử dụng tiếng động và có kiến thức về âm nhạc.

- Tiếng động: Tiếng động là những âm thanh của đời sống được ghi lại và phát trong các tác phẩm, chương trình

phát thanh, truyền thanh. Tiếng động khác với tiếng ồn hay tạp âm ở chỗ tiếng động được sử dụng có chủ ý làm tăng hiệu quả thông tin còn tiếng ồn hay tạp âm lại là những âm thanh không mong muốn lọt vào tác phẩm, gây cản trở quá trình tiếp nhận của thính giả.

- Âm nhạc: Bài phản ánh thường sử dụng nhạc nền, đó là những bản nhạc không lời, có chủ đề liên quan đến nội dung thông tin của tác phẩm hoặc có giai điệu phù hợp với sắc thái của thông tin. Nhạc nền có tác dụng tạo không khí, tái hiện không gian, khắc sâu thêm tâm trạng, gợi sự liên tưởng sâu sắc, bổ trợ thông tin và làm tăng thêm ý nghĩa của thông tin. Khi được sử dụng phù hợp, nhạc nền có thể tạo được những rung động thẩm mỹ sâu sắc cho người nghe.

2.4.3. Bài viết về gương người tốt việc tốt

2.4.3.1. Lựa chọn đối tượng, nhân vật

Người tốt là con người bình thường có thật trong đời sống xã hội mà trong quá trình vận động có nhận thức, hoạt động tiên tiến nổi bật, có ý nghĩa xã hội, được xã hội thừa nhận.

Việc tốt là việc làm của một hoặc nhiều người có quá trình hoặc đột khởi mang lại cho bản thân họ và xã hội những kết quả về vật chất và tinh thần tốt đẹp.

Gương điển hình tiên tiến có rất nhiều trong xã hội. Những cá nhân nhận được của rơi, tìm trả người đánh mất, những gương hiến máu hàng chục lần hoặc vận động hàng trăm lượt người tham gia hiến máu, những nông dân sản xuất

giỏi, có nhiều sáng kiến cải tạo giống, cải tiến kỹ thuật trồng trọt, chăn nuôi để tăng năng suất, làm trái vụ... Rồi các điển hình công nhân tận tụy, có sáng kiến tiết kiệm nguyên nhiên vật liệu, tăng năng suất... vẫn có ở bất kỳ nhà máy, xí nghiệp nào, các gương điển hình tận lực làm công tác xã hội, không quản gian khó, bằng nhiều cách vẫn luôn mang đến sự giúp đỡ kịp thời cho đồng bào gặp khó khăn, hoạn nạn... Đó là những người có địa chỉ xác thực, có những hành động và việc làm tiêu biểu, đủ sức thuyết phục.

Đối với đài truyền thanh cơ sở, đối tượng và nhân vật được chọn để phản ánh tốt nhất là của chính địa phương mình. Người tốt phải gắn với việc tốt. Đối tượng ấy thường gắn với các phong trào trong đời sống hoặc gắn liền với những hoạt động, những phong trào thi đua trong làng xã hay trong khu phố. Ví dụ như phong trào “Xây dựng nếp sống văn minh”; “Gia đình văn hoá”; “Hộ gia đình làm kinh tế giỏi”; “Gia đình hiếu học”... Việc khẳng định phẩm chất của đối tượng phải thông qua hành động và gắn liền với hành động. Người tốt làm việc tốt ở đâu cũng có. Họ tiêu biểu cho những mặt, những khía cạnh của đời sống. Việc nêu gương tốt của chính địa phương sẽ động viên tinh thần và tạo phong trào thi đua sôi nổi mạnh mẽ của người dân.

2.4.3.2. Kỹ năng khai thác thông tin từ nhân vật

Vì phải khắc họa đôi nét về diện mạo nhân vật nên người viết khai thác thông tin bằng việc gặp trực tiếp, không trao đổi qua điện thoại hoặc Internet. Trước khi đi gặp nhân vật người viết phải:

+ Lên kế hoạch: Người viết cần phải biết rõ mục đích viết bài, như thế sẽ tập trung câu hỏi vào chủ đề mình đã chuẩn bị trước;

+ Tìm hiểu càng nhiều càng tốt về nhân vật;

+ Hẹn gặp nhân vật: thời gian, địa điểm. Khi gặp nhân vật, người viết cần:

+ Giới thiệu về bản thân: là ai, làm việc ở đâu;

+ Tạo sự thích hợp. Ăn mặc sao cho thích hợp với nhân vật. Sử dụng ngôn ngữ, cách nói chuyện mà nhân vật cảm thấy thoải mái;

+ Hỏi những câu hỏi rõ ràng;

+ Lắng nghe các câu trả lời của nhân vật và ghi chép lại. Đừng tranh luận, đánh giá, cười hoặc tỏ ra lúng túng;

+ Khuyến khích nhân vật nói thêm;

+ Thu thập mọi chi tiết cơ bản: Tên, tuổi, nghề nghiệp địa chỉ, mối quan hệ.

2.4.3.3. Cách khắc họa chân dung nhân vật

Để khắc họa được chân dung người tốt, việc tốt, trước hết phải xây dựng được cốt chuyện đó, gồm:

- Ai? Tên tuổi? Địa chỉ?
- Câu chuyện xảy ra như thế nào?
- Hoàn cảnh ra sao?
- Cách giải quyết hay của nhân vật.
- Kết quả hoặc ý nghĩa mang lại lợi ích cho xã hội.

Con người là đối tượng chủ yếu của dạng bài người tốt việc tốt. Ở đây con người được trình bày có bản sắc, và bộc lộ tính cách thông qua hành động. Khắc họa chân dung nhân vật trong dạng bài này, người viết sử dụng phương pháp đặc tả. Đặc tả là phương pháp thể hiện quen thuộc không chỉ đối với tác phẩm báo chí mà còn đối với các tác phẩm văn học. Bị chi phối về dung lượng, thời lượng trong khi truyền thanh, truyền hình nên một bài viết về gương người tốt - việc tốt không thể trình bày toàn bộ những chi tiết liên quan đến đối tượng, nhân vật mà chỉ lựa chọn để trình bày những chi tiết tiêu biểu nhất. Bút pháp đặc tả đáp ứng được yêu cầu này. Đặc tả được sử dụng để miêu tả con người và nhấn mạnh sự việc. Người viết sử dụng ngôn ngữ của mình làm nổi bật một chi tiết cụ thể khiến cho nó gây được ấn tượng càng sâu đậm càng tốt đối với công chúng. Con người được tái hiện lên qua những nét tiêu biểu ở diện mạo, dáng vẻ bề ngoài hoặc tính cách thể hiện thông qua cử chỉ, hành vi, việc làm, lời ăn tiếng nói, hay suy nghĩ nội tâm. Sự việc (ở đây là việc tốt mà nhân vật làm được) cũng được đặc tả một cách rõ nét với các diễn biến cụ thể và chân thực.

2.4.3.4. Cách thể hiện bài người tốt việc tốt

Hiện nay, thuật ngữ “Người tốt - việc tốt” được hiểu theo ba nghĩa: Thứ nhất, dùng để chỉ một chủ đề, đề tài tuyên truyền. Thứ hai, là dùng để chỉ một trong những chuyên mục đặc biệt trên báo chí. Thứ ba, dùng để chỉ một dạng bài viết. Với tư cách là chủ đề, đề tài tuyên truyền hay chuyên mục người ta có thể phản ánh gương người tốt việc tốt thông qua

nhiều thể loại báo chí khác nhau như bài phản ánh, phóng sự chân dung. Với cách hiểu thứ ba, dạng bài người tốt việc tốt được xây dựng theo nguyên tắc chung là: người tốt phải gắn với việc tốt, việc tốt là bằng chứng cho những phẩm chất của người tốt.

Nội dung của bài người tốt việc tốt thể hiện ở hai yếu tố gắn bó chặt chẽ với nhau: Con người và sự việc.

Kết cấu của dạng bài người tốt việc tốt gồm tít và ba phần chủ yếu:

- **Tít:** Có nhiều cách thể hiện, có thể chúng ta nêu bật ý tưởng, hành động tiên tiến của nhân vật một cách khái quát. Và cũng có thể khái quát bằng lời bình của một hoặc một nhóm người hiểu biết về nhân vật. Hoặc là dùng từ hình ảnh hay phương pháp chơi chữ... Có rất nhiều phương pháp gây sự chú ý của công chúng về chân dung con người mà chúng ta sắp đặc tả.

- **Phần mở đầu:** Nêu sự việc, sự kiện hay hoàn cảnh, tình huống nổi bật và giới thiệu nhân vật chính của tác phẩm. Phần này có nhiệm vụ tạo ra bối cảnh để cho nhân vật xuất hiện. Bối cảnh phải đáp ứng được nhu cầu thời sự. Ví dụ như nhân lễ tổng kết trao phần thưởng; nhân một báo cáo điển hình; nhân dịp một cuộc gặp gỡ của tác giả và đối tượng; hay nhân được nghe câu chuyện kể của một ai đó về đối tượng...

- **Phần chính của tác phẩm:** Đặc tả nét nổi bật nhất trong tính cách hay phẩm chất của đối tượng. Đây là phần cốt lõi tạo sức hấp dẫn và gây ấn tượng cho công chúng.

Tác giả cần triệt để khai thác những chi tiết tiêu biểu nhất để phục vụ cho ý đồ bài viết của mình. Đặc biệt, đi sâu khai thác những sự việc, chi tiết thể hiện phẩm chất của đối tượng.

- **Phần kết luận:** Trong phần này tác giả nêu lên sự thẩm định, đánh giá về đối tượng, nhân vật, nếu như phần thẩm định đó chưa được lồng vào những phần trước của bài viết. Ngoài ra tác giả còn nhấn mạnh ý nghĩa chủ yếu của tác phẩm. Do vậy phần này thường ngắn gọn cô đọng, và có sức hấp dẫn bởi sự dồn nén.

Một số lưu ý khi viết dạng bài gương người tốt việc tốt:

* *Những điều cần làm:*

- Làm nổi bật những việc làm tốt của đối tượng nhân vật để công chúng biết và noi gương;

- Lựa chọn những chi tiết nổi bật nhất gây được ấn tượng với công chúng;

- Có thái độ thẩm định chính xác, khen chê rõ ràng;

- Những chi tiết, sự việc được lựa chọn phải có liên quan chặt chẽ đến đối tượng, gắn bó với phẩm chất của đối tượng.

* *Những điều cần tránh:*

- Quá chú ý miêu tả con người mà quên sự việc hành động;

- Cường điệu hoá tính cách;

- Miêu tả, thẩm định sơ sài;

- Chủ quan, áp đặt, biến nhân vật thành một hình mẫu không hồn.

2.5. THỰC HÀNH

- Bài thực hành 1: Phát hiện đề tài và thu thập tư liệu

+ Căn cứ vào đặc điểm của địa phương, phát hiện đề tài phù hợp.

+ Hướng dẫn cách thức khai thác tài liệu từ một số đề tài liên quan.

+ Chọn địa điểm mẫu để học viên đến trực tiếp hiện trường thực hành quan sát và phỏng vấn.

- Bài thực hành 2: Viết tin, bài

+ Viết tin ngắn từ các nguồn khác nhau.

+ Biên tập chùm tin, thực hành lựa chọn và cắt trích các phát biểu và tiếng động, âm nhạc.

+ Chọn đề tài, khai thác tài liệu và hoàn thiện bài phản ánh.

+ Chọn đối tượng mẫu làm người tốt việc tốt, tìm chi tiết điển hình.

Chương 3

TỔ CHỨC SẢN XUẤT CHƯƠNG TRÌNH PHÁT THANH, TRUYỀN THANH CƠ SỞ

3.1. MỘT SỐ DẠNG KẾT CẤU CHƯƠNG TRÌNH

3.1.1. Kết cấu thực hiện chương trình thời sự tổng hợp 15 phút

Chương trình thường kéo dài 15 phút, có kết cấu như sau:

- Nhạc hiệu, lời xướng.
- Các tin mới xảy ra của địa phương.
- Thông báo của chính quyền địa phương.
- Có thể có chuyên mục.
- Chào kết.

3.1.1.1. Nhạc hiệu

- Vai trò của nhạc hiệu: Là đoạn nhạc quan trọng giúp người nghe nhận diện chương trình truyền thanh của địa phương. Nhạc hiệu có tác dụng giúp người dân địa phương phân biệt được chương trình của đài truyền thanh xã với các chương trình phát thanh khác.

- Thời lượng: Nhạc hiệu khoảng 30 - 45 giây.
- Có 2 cách dùng nhạc hiệu của đài truyền thanh cơ sở:

+ Đọc lời xướng trên nền nhạc: Sử dụng nhạc dạo, sau đó đọc lời xướng, dạo nhạc thêm rồi kết thúc.

+ Không sử dụng lời xướng: Nên chọn nhạc cho nhạc hiệu là những bản nhạc quen thuộc với người dân địa phương. Ví dụ: Những làn điệu dân ca địa phương, những ca khúc nổi tiếng, những bài hát được nhiều người trong thôn, xã biết đến...

- Yêu cầu: Nhạc hiệu phải là đoạn nhạc dễ nhớ, ngắn, gây ấn tượng mạnh đến người nghe đài.

3.1.1.2. Bản tin thời sự trong chương trình

Trong phần này phát thanh viên cần trình bày các tin tức sự kiện đã được chuẩn bị trước. Tin, bài đề cập những diễn biến quan trọng, các sự kiện thời sự xảy ra tại địa phương. Nhiều đài truyền thanh cơ sở viết tin thể hiện thông báo của chính quyền.

Ví dụ: Chương trình truyền thanh cơ sở gồm có các tin:

- + Tin về các học sinh đỗ đại học.
- + Tin giao đất rừng cho người dân trong thôn quản lý, bảo vệ.
- + Tin hoàn thành chỉ tiêu gieo cấy lúa và hoa màu.
- + Tin về việc cho người dân vay vốn sản xuất.
- + Tin triển khai tiêm phòng dịch bệnh cho gia súc, gia cầm.
- + Nhà văn hóa bản nhận thêm 3 đầu sách mới.
- + Trạm y tế khám sức khỏe cho chị em trong thôn.

* Phương pháp thực hiện:

- Tìm sự kiện để viết tin:

+ Tìm qua các văn bản hành chính của chính quyền địa phương.

+ Tìm qua cách hỏi, lấy thông tin, gặp gỡ bà con trong thôn, xã.

- Lựa chọn thông tin: Nội dung thông tin phải đa dạng, phản ánh mọi mặt hoạt động tại địa phương.

+ Thông tin phải gần với người dân, tránh thực hiện theo cách lấy thông tin của đài huyện, đài tỉnh đọc lại cho bà con nghe.

+ Cần đưa những thông tin mọi người đang quan tâm.

- Thời lượng bản tin: Từ 4 - 5 phút.

- Số lượng: cần có ít nhất 05 tin. Các tin cần ngắn, khoảng 45 giây/tin - Cách thể hiện bản tin trong chương trình: cần gần gũi, thân mật như đang nói chuyện với bà con.

3.1.1.3. Chuyên mục, tiết mục

Mỗi chuyên mục có một vị trí, vai trò quan trọng trong chương trình. Do đó, việc thực hiện chuyên mục phải sinh động, hấp dẫn người nghe và đáp ứng được nhu cầu thông tin của thính giả.

Phương pháp làm chuyên mục như sau:

- Thời lượng chuyên mục: Khoảng 4 - 5 phút.

- Có thể dùng nhạc hiệu riêng cho chuyên mục: Dài tối đa 20 giây.

- Kết cấu chuyên mục:

+ Giới thiệu nội dung chuyên mục, tiết mục: Giới thiệu rõ ràng, ngắn gọn, đi thẳng vào vấn đề.

+ Phần nội dung chính: Phản ánh trực tiếp diễn biến của sự kiện, sự việc, nguyên nhân, cách giải quyết.

- Các dạng bài có thể sử dụng: Bài phản ánh hoặc phỏng vấn cán bộ lãnh đạo của địa phương.

- Về nội dung chuyên mục: Có thể xây dựng theo nhiều hướng. Tuy nhiên các chuyên mục cần bám sát những mảng thông tin thiết thực với đời sống người dân đồng thời gắn liền với mục tiêu, nhiệm vụ chính trị của đài.

- Các dạng chuyên mục:

+ Chuyên mục “Chuyện tốt quanh ta”: Nội dung nêu gương những tấm gương người tốt, việc tốt ở trong thôn, bản, xã, phường.

+ Chuyên mục “Sức khỏe đời sống”: Nêu những vấn đề liên quan đến dân số, y tế, cách phòng và điều trị những căn bệnh thường gặp.

+ Chuyên mục “Tư vấn pháp luật”: Hướng dẫn, giới thiệu cho bà con những kiến thức về pháp luật.

+ Chuyên mục “Bạn của nhà nông”: Phổ biến kiến thức, kinh nghiệm làm nông nghiệp, các kĩ thuật nông nghiệp mới được ứng dụng vào sản xuất.

+ Chuyên mục “Chuyện tốt quanh ta”: Nêu gương người tốt việc tốt đã làm được tại địa phương.

3.1.1.4. Phần thông báo một số thông tin quan trọng

- Thời lượng: 2 - 3 phút.

- Nội dung: Đưa tin về các ý kiến đề xuất, nhắc nhở về công việc, tình hình xảy ra trong ngày tại địa phương. Ví dụ: Thông tin về nguồn nước, dịch bệnh, thời hạn thu mua và giá nông sản, tổ chức các hoạt động xã hội, những nơi cần tuyển người làm...

- Cần sắp xếp thông tin và biên tập, viết lại theo các luận điểm quan trọng với văn phong phù hợp với việc đọc trên đài cho công chúng nghe.

3.1.1.5. Chào kết

Tóm tắt, nhắc lại những nội dung đã phát:

+ Tóm tắt nội dung ngắn gọn, chỉ tập trung vào những nội dung chính, nội dung quan trọng đã phát hoặc nhấn mạnh đến nội dung bà con cần ghi nhớ.

+ Thông báo, giới thiệu nội dung chương trình lần sau.

Xen kẽ giữa các phần nội dung của chương trình, có thể phát bài hát hoặc một bản nhạc. Hoặc phần bài hát có thể sắp xếp vào phần cuối của chương trình truyền thanh.

3.1.2. Kết cấu thực hiện chương trình thời sự tổng hợp 30 phút

Chương trình thường bao gồm:

- Nhạc hiệu, giới thiệu chương trình.

- Bản tin tổng hợp.

- Bài viết về vấn đề nổi bật.

- Chuyên mục, tiết mục.

- Thông tin, thông báo.

- Âm nhạc.

- Tóm tắt, nhắc lại những nội dung đã phát, có thể giới thiệu nội dung chương trình sau, chào kết.

3.1.2.1. Nhạc hiệu

Tương tự như trong chương trình thời sự 15 phút.

3.1.2.2. Bản tin

Phần bản tin trong chương trình Thời sự tổng hợp ở đài địa phương thường chia làm hai phần: Tin trong tỉnh, huyện và tin trong xã. Tuy thuộc vào tình hình thực tế mà biên tập viên lựa chọn những vấn đề, sự kiện có liên quan đến cuộc sống, lợi ích của người dân địa phương. Biên tập viên phải cân đối thời lượng thông tin giữa 2 phần. Phần này có thời lượng khoảng từ 8 đến 10 phút.

Các tin trong bản tin được chuẩn bị từ trước, nội dung của bản tin đề cập đến những vấn đề thời sự quan trọng đang diễn ra tại địa phương như: Hoạt động sản xuất nông nghiệp, hoạt động đoàn thể, mất trộm, đánh nhau, giáo dục... Bản tin phải đảm bảo sự đa dạng về đề tài, các lĩnh vực của đời sống xã hội: Chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, gia đình, đoàn thể...

Người biên tập chương trình có thể sưu tập các tin tức trên các tờ báo, trên mạng hoặc tại các cơ quan báo chí tại

địa phương, các tài liệu, văn bản của chính quyền địa phương có liên quan trực tiếp đến người dân địa phương để cung cấp thông tin như các vấn đề thuế, chính sách cho nông dân, xây dựng nông thôn mới, luật đất đai,...

Tùy thời lượng dành cho mà người biên tập lựa số lượng tin trong một bản tin. Thông thường tin trên phát thanh kéo dài từ 20 giây đến 1 phút tùy vào từng dạng thức tin. Với một bản tin 8 phút có số lượng là 12 đến 15 tin.

Trong bản tin có 1-2 tin có lời của các nhân chứng (lãnh đạo chính quyền, người dân,...) thường ưu tiên sử dụng và hiệu quả của những tin này khá cao. Nếu có tin chính có thể trình bày chi tiết để tạo điểm nhấn cho thông tin.

Nếu đài phát thanh cơ sở có nguồn nhân lực dồi dào nên bố trí 2 phát thanh viên: nam và nữ thể hiện bản tin để bản tin được thể hiện sinh động, hấp dẫn hơn. Việc sắp xếp các tin trong bản tin phải đảm bảo nguyên tắc hấp dẫn ngay từ ban đầu, gây được sự ngạc nhiên đối với công chúng, gây hứng thú đối với thính giả. Đồng thời, kết cấu bản tin theo thứ tự của tầm quan trọng hoặc nhóm tin theo chủ đề: chính trị, kinh tế, xã hội, văn hoá, giải trí. Tin phải mới, nóng hổi. Giữa các tin có thể có lời dẫn hoặc người biên soạn có thể sử dụng nhạc xen để phân cách các trang tin, tạo sự nghỉ ngơi tích cực cho thính giả.

3.1.2.3. Bài viết về vấn đề nổi bật

Bài thường phản ánh những vấn đề đang thu hút sự quan tâm của dư luận, phản ánh những vấn đề nổi cộm trong cuộc sống, biểu dương nhân tố mới, phê phán thói quen lạc hậu,

nhận thức lệch lạc, hoặc những vấn đề có tính chất định hướng như tập trung phát triển kinh tế, gương người tốt việc tốt... Hoặc cán bộ truyền thông viết bài định hướng theo từng thời điểm như ngày thành lập Đảng Cộng sản Việt Nam (bài xây dựng tổ chức cơ sở đảng trong sạch vững mạnh, đảng viên tham gia phát triển kinh tế, phê bình và tự phê bình đối với đảng viên...), ngày quốc tế phụ nữ 8/3, 20/10 (gương phụ nữ làm kinh tế, bình đẳng giới, bạo hành gia đình, gương phụ nữ tham gia công tác xã hội...), phỏng vấn một em học sinh đỗ đại học với điểm số cao để chia sẻ kinh nghiệm, phương pháp học tập, thúc đẩy tinh thần hiếu học trong nhân dân.

Có thể sử dụng một số thể loại như: phỏng vấn, bài phản ánh, phóng sự. Điểm nhấn này có thể được tạo ra bằng tiếng động hiện trường, sử dụng lời nhân chứng, có sự mô tả, bình luận trực tiếp của phóng viên. Với các bài viết, người biên soạn chương trình phải viết lời dẫn, lời giới thiệu để làm nổi bật nội dung, ý nghĩa thực tiễn của bài viết, tạo sự chú ý ngay từ đầu với người dân địa phương.

3.1.2.4. Chuyên mục

Phần chuyên mục cũng là phần thông tin chủ yếu của chương trình thời sự. Dung lượng dành cho phần này khá lớn, chiếm khoảng 8 - 10 phút trong thời lượng chương trình. Ở một số đài truyền thanh có nhiệm vụ chính trị lớn, ngoài chương trình thời sự, đài còn xây dựng các chương trình chuyên đề riêng. Nhưng nhìn chung, đài truyền thanh cơ sở thường xây dựng Chuyên mục trong chương trình thời sự (do nhân lực hạn chế, kinh phí, thiết bị phát thanh, nhu

cầu thông tin công chúng... nên đài không thể xây dựng các chương trình chuyên đề). Đài truyền thanh cơ sở có thể xây dựng một số phần chuyên mục sau đây:

- Chuyên mục Phổ biến kiến thức: Trang bị kiến thức, nâng cao nhận thức của người dân địa phương về các vấn đề xã hội như vệ sinh môi trường, dịch bệnh, hướng dẫn công việc đồng áng theo từng mùa vụ, tranh chấp tài sản, thuế nông nghiệp, các khoản đóng, chính sách hộ nghèo, gia đình có công, điều kiện công nhận người nhiễm chất độc da cam...

- Chuyên mục Kiến thức nông nghiệp: Trang bị kiến thức cho bà con nông dân như quy trình gieo mạ, cấy lúa; Cải tiến kỹ thuật canh tác, mô hình sản xuất rau sạch, mô hình gia đình làm kinh tế giỏi, các điển hình trong nông nghiệp, phương hướng đầu tư phát triển cây trồng vật nuôi, ngành nghề phụ trong nông nghiệp, thâm canh lúa, hoa màu, tác dụng của một số loại phân hóa học...

- Chuyên mục Chuyện trong làng ngoài xóm: Phản ánh các mối quan hệ làng xóm, chuyện hỏi cưới, quan hệ mẹ chồng nàng dâu, mâu thuẫn trong gia đình, đối thoại với nhân dân với lãnh đạo chính quyền địa phương thông qua các cuộc tiếp xúc, nói chuyện với người dân trong thôn, trong xã.

- Chuyên mục Văn nghệ - văn hoá: Đài truyền tải những hình thức sinh hoạt văn hoá, văn nghệ của bà con nông dân trên sóng như sinh hoạt thơ của các câu lạc bộ, ca nhạc quần chúng, tiết mục liên hoan văn nghệ quần chúng... do thời lượng chương trình có hạn, lại phải phân chia thời lượng cho các phần mục khác trong chương trình nên mỗi ngày đài nên

chọn một chuyên mục, phát định ky để người dân có thói quen tiếp nhận thông tin.

Việc xây dựng chuyên mục phải căn cứ vào nhu cầu người dân, thực trạng tại đài cơ sở... Chuyên mục có thể có nhạc chuyên mục riêng (không quá 20 giây), gọi là nhạc hiệu chuyên mục. Phần lớn các nội dung trong chuyên mục đều được chuẩn bị trước. Nội dung phần chuyên mục có thể là một tác phẩm báo chí như bài phản ánh, phỏng vấn, trao đổi với khách mời, nhân chứng nào đó hoặc nó được xây dựng bằng hình thức hỏi đáp, tư vấn, câu chuyện, cảm nhận, thư,...

Mỗi chuyên mục phải được giới thiệu ngắn gọn, dễ hiểu và đi ngay vào các vấn đề chính yếu và tương đối trọn vẹn về nội dung.

3.1.2.5. Thông tin, thông báo nội bộ của địa phương

Đây là phần chiếm thời lượng nhỏ nhưng lại tạo ra điểm nhấn thông tin đối với người dân. Cần tập trung nhắc nhở bà con nông dân những công việc đang dang dở, những công việc cần được triển khai trong thời gian tới như thi cử, hoặc thông tin về thời tiết có thể tác động đến hoạt động sinh hoạt và sản xuất của bà con nông dân để bà con chủ động điều chỉnh cho phù hợp... Đài còn truyền tải những thông báo mới nhất như thông báo về việc lấy nước nông nghiệp, lịch gieo cấy, lịch tiêm chủng, lĩnh tiền trợ cấp, nhập ngũ... Ngoài ra còn là những thông báo liên quan đến chủ trương, đường lối, chính sách đối với người dân như luật, nghị định, nghị quyết, công văn... để nhân dân địa phương biết và thực hiện.

3.1.2.6. Âm nhạc

Để sản xuất các chương trình phát thanh không thể thiếu yếu tố âm nhạc. Muốn làm cho chương trình sinh động, nhóm làm chương trình nên có kho âm nhạc để sẵn sàng sử dụng cho chương trình, bao gồm: Nhạc hiệu, nhạc chuyên mục, nhạc nền, nhạc xen, nhạc kết, các bài hát về địa phương, các bài hát phù hợp... Kho âm nhạc càng nhiều sẽ càng tạo điều kiện thuận lợi cho nhóm sản xuất linh hoạt sử dụng trong chương trình. Việc sử dụng ca khúc có tác dụng giải trí tích cực, tạo khoảng thời gian thư giãn để người dân tiếp nhận những thông tin tiếp theo trong chương trình. Cần chọn bài hát phù hợp với chương trình, phù hợp với truyền thống, văn hóa, tâm lý... người dân địa phương.

Chú ý:

Các đài địa phương thường sản xuất 2 loại chương trình thời sự tổng hợp: chương trình 15 và 30 phút. Tuy nhiên, các đài phát thanh cũng có thể sản xuất Chương trình thời sự đặc biệt. Đây là chương trình được sản xuất khi có sự kiện đặc biệt như Hội đồng nhân dân, bầu cử, Quốc khánh, lễ mít tinh kỷ niệm, hội làng, bão lụt, mùa vụ...

Về kết cấu, chương trình thời sự đặc biệt thường phá vỡ kết cấu của chương trình thời sự hàng ngày, phụ thuộc vào khả năng sáng tạo của nhóm làm chương trình. Chương trình thời sự đặc biệt yêu cầu phải đầu tư thời gian, công sức, kinh phí và sự huy động cao nhất cả về con người và phương tiện kỹ thuật. Thời lượng cho chương trình không cố định, kéo dài từ 30 phút đến vài tiếng đồng hồ.

Chương trình thời sự đặc biệt ngoài phần nhạc hiệu thì nội dung chính của chương trình có thể có các phần chính sau đây:

- Thông tin tư liệu: Cung cấp thông tin tư liệu cần thiết có liên quan đến sự kiện giúp cho thính giả tiếp nhận thông tin một cách đầy đủ, sâu sắc về sự kiện. Ví dụ, để chuẩn bị cho họp Hội đồng nhân dân, nhóm sản xuất chương trình có thể chuẩn bị tư liệu như ý nghĩa, mục đích họp, chương trình nghị sự, thời gian, số lượng, thành phần tham gia, sự quan tâm của người dân... Hoặc để chuẩn bị cho Hội làng, nhóm sản xuất chương trình có thể chuẩn bị tư liệu như lịch sử lễ hội, các hoạt động lễ và hội, thời gian, ý nghĩa lễ hội, giá trị văn hóa của lễ hội...

- Bài bình luận: Khẳng định tầm cỡ, ý nghĩa của sự kiện.

- Tường thuật phỏng thu đối với những sự kiện được tổ chức quy mô như Hội đồng nhân dân, Bầu cử, Lễ mít tinh, Lễ kỷ niệm... Hoặc có thể sử dụng bài phỏng vấn, ghi nhanh, phản ánh... đối với một số sự kiện như Hội làng, Bảo lụt,...

- Các ca khúc: Sử dụng một số ca khúc minh họa làm cho chương trình thêm phong phú, đa dạng và hấp dẫn. Việc sử dụng ca khúc phải phù hợp với chủ đề chương trình.

3.2. VIẾT KỊCH BẢN CHƯƠNG TRÌNH

Có thể sắp xếp kết cấu một chương trình theo cách sau đây:

Cách 1: Sắp xếp theo tầm quan trọng của sự kiện, không phân biệt đó là sự kiện thuộc phạm vi địa bàn quản lý nào

Cách 2: Sắp xếp theo thứ tự ưu tiên về mặt địa lý như: tin địa phương rồi đến tin trong tỉnh, thành và tin trong nước.

Cách 3: Sắp xếp theo nhóm vấn đề: Tin chính trị, tin kinh tế, văn hóa, an ninh quốc phòng... Trong mỗi nhóm này việc lựa chọn đưa tin nào trước phụ thuộc vào tính chất, tầm quan trọng của sự kiện đó.

Ngoài ra còn có các cách sắp xếp khác, tuy theo mục đích, nhiệm vụ, dung lượng, vị trí của bản tin mà có cách sắp xếp phù hợp. Nhìn chung, cách thức tổ chức bản tin phát thanh, truyền thanh được thực hiện dựa trên các tiêu chí: Ưu tiên tính thời sự, ưu tiên tầm quan trọng của sự kiện, đảm bảo sự hài hòa và thể hiện tính định hướng.

Tuy nhiên, dù sử dụng cách sắp xếp nào thì những người thực hiện luôn phải thực hiện bài toán lựa chọn tin tức. Lượng tin tức được chuyển về một đài phát thanh, truyền thanh trong một ngày thường rất phong phú, đa dạng. Lựa chọn thông tin, xếp tin vào các vị trí của bản tin phát thanh, truyền thanh là một công việc đòi hỏi hiểu biết, kinh nghiệm và sự nhạy cảm chính trị. Công chúng cần biết những tin tức nào là quan trọng nhất, có ý nghĩa nhất, đáng quan tâm nhất và bên cạnh đó là những tin tức cần phải biết. Khi xây dựng các bản tin phát thanh, truyền thanh, nhiệm vụ cần giải quyết là phải phản ánh được bức tranh toàn cảnh về các sự kiện tiêu biểu trong đời sống và giúp thính giả có được cái nhìn toàn diện.

3.3. BIÊN TẬP CHƯƠNG TRÌNH

3.3.1. Cấp độ biên tập tin riêng lẻ

Bên cạnh việc biên tập để có sự chuẩn xác về mặt nội dung, cần chú ý:

- Hãy viết lại những câu dài. Hãy tách ý thành những câu đơn, một ý.

- Hãy diễn đạt lại những từ, cụm từ phức hợp, khó hiểu, khó đọc. Sử dụng những từ, cụm từ đơn giản thay thế.

- Hãy tách những đoạn dài, nhiều ý thành những đoạn nhỏ hơn sao cho mỗi đoạn đảm nhiệm một nội dung xoay xung quanh chủ đề.

- Hãy gạch đi những phần lan man, dài dòng, những thông tin kém quan trọng để nội dung ngắn gọn và rõ ràng hơn.

- Hãy xem lại câu mở đầu đã có sức hấp dẫn công chúng chưa. Nếu chưa thực sự hấp dẫn hãy viết lại. Chú ý, câu mở đầu là yếu tố được coi như “mồi câu”, nó quyết định công chúng có hứng thú nghe tiếp hay không. Câu mở đầu cần nêu bật được thông tin quan trọng nhất, làm cho công chúng thấy được tin này đáng và cần được theo dõi. Câu mở đầu cũng nên ngắn gọn.

- Hãy thay thế những từ, cụm từ khó đọc. Chú ý, cần đọc lên thành lời cho chính mình nghe để thẩm định lại câu từ viết có phù hợp, liền mạch không. Hãy thay thế những từ khó hiểu bằng những từ dễ hiểu hơn. Hãy nhớ viết cho phát thanh cần sự đơn giản, dễ hiểu và rõ ràng. Những cách dùng từ này giúp cho thính giả dễ hiểu hơn khi nghe.

3.3.2. Cấp độ biên tập tổng thể bản tin

+ Hãy xem tin phản ánh sự kiện quan trọng nhất đã được đưa lên vị trí ưu tiên nhất của bản tin chưa.

+ Hãy xem trật tự của bản tin đã được sắp xếp rõ ràng và mạch lạc chưa.

+ Hãy xem các tin có tập trung vào một lĩnh vực hoặc một nhóm đề tài không, nếu có, hãy tách bỏ bớt những tin kém quan trọng hơn và đưa vào bản tin những tin thuộc các lĩnh vực, nhóm đề tài khác.

+ Hãy xem cách mở đầu các tin có trùng lặp không. Ví dụ, không nên các tin đều bắt đầu với yếu tố thời gian của sự kiện. Có nhiều cách mở đầu tin khác nhau và một bản tin nên bao hàm nhiều cách mở đầu tin để tạo sự sinh động và linh hoạt.

+ Chú ý trình bày mỗi tin một tờ giấy để tránh tiếng sột soạt của việc lật trở giấy khi trình bày. Cần đánh số cho mỗi tin theo trình tự xuất hiện của các tin. Điều này giúp cho việc thể hiện bản tin thuận lợi và dễ dàng hơn, đặc biệt đối với các bản tin được thể hiện và phát sóng đồng thời.

+ Hãy kiểm tra xem những thông tin mới nhất về các sự kiện và bổ sung vào các tin trước khi thể hiện bản tin và phát sóng. Như vậy, bản tin sẽ càng được nâng cao tính cập nhật.

3.4. ĐỌC DẪN CHƯƠNG TRÌNH VÀ PHÁT SÓNG

Để truyền thông tốt bằng lời, người nói cần:

+ Chất giọng tốt: Chất giọng bao gồm âm sắc, cường độ, độ vang..., phải được biểu hiện rõ ràng, không chói tai, không âm mũi, không bẹt âm, không hụt hơi... Chất giọng tốt đạt được 3 tiêu chí: trong, tròn, rõ. Giọng nói vừa có yếu tố bẩm sinh vừa có yếu tố rèn luyện.

+ Phát âm chính xác: Không ngọng, không lắp, không nhứ giọng...

+ Sự nhiệt thành: Một giọng nói hồ hững, thể hiện sự không quan tâm đến câu chuyện thì không thể lay động các giác quan của người nghe. Hãy thể hiện thông tin như là bạn rất quan tâm đến chúng.

+ Thể hiện tính thân thiện: Cách truyền đạt của phát thanh là cách nói chuyện với một người - một người bạn. Sự thân thiện là một yếu tố cần thiết để thính giả lắng nghe mình.

+ Tốc độ nói phù hợp: Là nói khoảng 3 âm tiết/1 giây, khoảng 180 âm tiết/1 phút. Tuy nhiên, khi thể hiện những nội dung đòi hỏi tính gấp gáp cao, tốc độ có thể là 200 âm tiết/phút, hoặc khi trình bày những thông tin đòi hỏi sự chậm rãi hơn (như trong trường hợp đọc tin cáo phó), tốc độ có thể là 150 âm tiết/phút.

+ Có phong cách: Thể hiện được tố chất riêng có của cá nhân người nói.

+ Chú ý cấu âm hợp lý: Là cách tổ chức âm thanh sao cho phù hợp với tai nghe, dễ tiếp nhận. Nên sử dụng văn nói, dùng câu chủ động, logic câu rõ ràng, nội dung, ngữ nghĩa của chuỗi âm thanh sáng tỏ.

+ Lựa chọn ngôn ngữ: Đó là ngôn ngữ đơn giản, dễ hiểu, giúp cho người nghe nhận biết thông tin ngay khi nghe.

Chương 4

KỸ NĂNG TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

4.1. KHÁI NIỆM VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

4.1.1. Tuyên truyền

- Là một hoạt động xã hội đặc biệt, nó tác động đến tâm tư tình cảm, nhận thức con người, từ đó hướng dẫn, thúc đẩy hành động con người theo nội dung, mục đích tuyên truyền.

- Là truyền bá, là giáo dục nhằm làm chuyển biến và nâng cao nhận thức, bồi dưỡng tư tưởng, tình cảm, xây dựng niềm tin, thúc đẩy hành động một cách tự giác, thực hiện thắng lợi những mục tiêu, nhiệm vụ tuyên truyền đề ra.

- Là phân tích, giải thích, nói về một chủ trương, đường lối, chính sách hoặc một nhiệm vụ cấp bách của Đảng, Nhà nước, của một ngành, một địa phương, một đoàn thể, một giới... trong từng giai đoạn, từng thời kỳ cách mạng nhất định đến quần chúng để cổ vũ và hướng dẫn hành động cách mạng của quần chúng.

4.1.2. Tuyên truyền miệng

- Tuyên truyền miệng là một hình thức đặc biệt của tuyên truyền, được tiến hành thông qua sự giao tiếp trực tiếp giữa người tuyên truyền với đối tượng tuyên truyền, chủ yếu bằng lời nói trực tiếp.

- Tuyên truyền miệng là một hình thức tuyên truyền mà người nói trực tiếp nói với người nghe về một nội dung nào đó nhằm nâng cao nhận thức, niềm tin, ý thức cho người nghe và kích thích người nghe hành động theo mục đích của người tuyên truyền.

4.1.3. Đặc điểm tuyên truyền miệng

- Là sự giao tiếp trực tiếp để cung cấp, trao đổi thông tin nên sử dụng được mọi ưu thế của giao tiếp trực tiếp. Có thể giải thích được những vấn đề mà vì một lý do nào đó không thể đưa công khai trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Tuyên truyền miệng qua hình thức đối thoại giữa người nói với người nghe, là một hình thức tuyên truyền dân chủ nhất, thực hiện được chức năng thông tin cả 2 chiều, không mang tính áp đặt.

- Tuyên truyền miệng có thể sử dụng triệt để nhất ưu thế của ngôn ngữ nói và “kênh” phi ngôn ngữ.

- Tuyên truyền miệng có điều kiện và nhiều khả năng tiến hành một cách thường xuyên và rộng rãi ở nhiều nơi, trong các điều kiện khác nhau. Báo cáo viên có khả năng thích nghi với các điều kiện và hoàn cảnh cụ thể để tiến hành nhiệm vụ tuyên truyền được giao.

- Tuyên truyền miệng có thể tiến hành trong mọi hoàn cảnh, mọi điều kiện, mọi lúc mọi nơi.

- Tuyên truyền miệng đáp ứng được yêu cầu của mọi đối tượng. Người nghe có rất nhiều yêu cầu đòi hỏi người nói cần tìm hiểu để có cách lý giải và thuyết phục. Tuyên

truyền miệng là quá trình người nói nói trực tiếp với người nghe và người nghe có thể trực tiếp chất vấn người nói về những suy nghĩ của họ. Do vậy đây là quá trình trao đổi qua lại, giúp cho người nói hiểu được người nghe và có khả năng giải đáp, đáp ứng nhu cầu thông tin nhiều lĩnh vực và uốn nắn những suy nghĩ chưa chuẩn của quần chúng.

- Tuyên truyền miệng có sức truyền cảm cao và có tác dụng mạnh mẽ khiến người nghe hành động. Khác với báo chí phim ảnh, tuy cũng có sức thuyết phục nhưng tuyên truyền miệng có sức truyền cảm, cổ vũ mạnh hơn vì nó được tiến hành trực tiếp giữa người nói và người nghe bằng nội dung, nghệ thuật nói và tâm hồn của người nói.

- Tuyên truyền miệng có khả năng gắn với thực tế sinh động của cuộc sống, có thể biểu dương và phê phán cái hay, cái đẹp, cái chưa đúng của người nghe một cách trực tiếp.

- Phải chuẩn bị tốt và suy nghĩ chín chắn trước khi nói. Khi tuyên truyền dù cẩn thận đến mấy cũng có thể còn có sự nhầm lẫn, sơ hở, thiếu chính xác. Cho nên người nói phải chuẩn bị nghiêm túc, kỹ lưỡng, phải suy nghĩ rồi mới nói, đừng nói rồi mới suy nghĩ để tránh sự hiểu lầm đáng tiếc.

4.1.4. Hiệu quả tuyên truyền miệng

- Nhằm tác động đến tâm tư tình cảm, nhận thức... từ đó hình thành niềm tin, ý chí, thúc đẩy hành động cách mạng của quần chúng nhân dân.

- Nhằm trang bị kiến thức mới (khoa học, chính trị, xã hội, kinh tế...) xây dựng niềm tin khoa học, định hướng hành động cách mạng cho người dân.

- Đấu tranh tư tưởng với những luận điệu sai trái, bảo vệ chân lý, bình luận, dự báo tình hình tương lai, xây dựng tình cảm, niềm tin cho quần chúng.

Những hạn chế của tuyên truyền miệng:

+ Lời nói có tính tuyến tính, chỉ đi một chiều, không quay trở lại. Vì vậy, người nói cần thận trọng, người nghe cần chú ý nếu không, không lấy lại được lời đã nói và không nghe được lời báo cáo viên đã nói.

+ Phạm vi về không gian có giới hạn, do khả năng phát ra của lời nói trực tiếp (dù đã có phương tiện khuếch đại) và khả năng tập hợp một số đông tại một địa điểm và thời điểm nhất định.

+ Dễ chịu tác động của các yếu tố ngoại cảnh do tập trung đông người và ở các địa điểm khác nhau.

4.2. CÁC HÌNH THỨC TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

Có rất nhiều hình thức tuyên truyền miệng cụ thể khác nhau tùy thuộc vào từng hoàn cảnh. Có thể khái quát một số hình thức sau:

- Báo cáo: Gồm có các hình thức truyền đạt chỉ thị, nghị quyết của Đảng, của đoàn thể quần chúng, giải thích chế độ chính sách của Nhà nước...

- Lời phát biểu: Là nói lên, nêu lên ý kiến, quan niệm, tình cảm của mình về một vấn đề nào đó, vì lời phát biểu rất đa dạng cho nên cần xác định thêm phát biểu ở đâu, lúc nào, nói điều gì...?

+ Hội nghị: Là cuộc họp có tổ chức, có nhiều người dự để bàn về công việc nào đó.

+ Hội thảo: Là cuộc họp rộng rãi thành phần để bày tỏ, trao đổi ý kiến về một vấn đề.

+ Tọa đàm: Là họp mặt trao đổi ý kiến cùng nhau về một vấn đề (phạm vi hẹp hơn hội thảo).

+ Mạn đàm: Là họp mặt trao đổi ý kiến về một vấn đề dưới hình thức nói chuyện thân mật.

- Thông tin thời sự: Là truyền tin, là báo cho nhau để biết những sự việc ít nhiều quan trọng về một lĩnh vực nào đó thường là xã hội - chính trị xảy ra trong thời gian gần nhất và đang được nhiều người quan tâm (những vấn đề nóng hổi).

- Kể chuyện: Là diễn tả lại từ đầu đến cuối cho người khác biết những điều mắt thấy tai nghe về một câu chuyện, một sự việc nào đó, qua sự việc này ta lồng vào các nội dung giáo dục đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước cho đối tượng.

- Thuyết trình: Là nói ra một cách rõ ràng một vấn đề trước nhiều người (rõ ràng từ nội dung, bố cục, phương pháp... để thuyết phục người nghe tin tưởng hoàn toàn vào những điều mình nói).

- Hùng biện: dùng lập luận chặt chẽ, để trình bày, bảo vệ thuyết phục người nghe về quan điểm của mình đối với một vấn đề nhất định (quan điểm về một vấn đề mới, quan điểm mới, cách nhìn mới về một vấn đề đã cũ...).

- Trình giảng: Là diễn giải rõ ràng, tường tận, đầy đủ về một đề tài nào đó cho số đông người nghe (có khoảng thời

gian nhất định), các phương tiện minh họa, các tài liệu chứng minh... người nghe phải ghi chép lại mới hiểu hết được.

4.3. NHỮNG NGUYÊN TẮC CƠ BẢN CỦA TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

Tuyên truyền miệng không chỉ là một khoa học mà còn là một nghệ thuật - nghệ thuật nói chuyện trước công chúng. Để có thể trở thành người nói giỏi, nói hay, người báo cáo viên, tuyên truyền viên không chỉ nắm vững cơ sở khoa học của hoạt động tuyên truyền miệng mà còn phải biết sử dụng những kỹ năng, kỹ xảo, nghiệp vụ chuẩn bị bài nói trước người nghe. Để chuẩn bị cho một bài nói, thường phải trả lời cho các câu hỏi: Nói để làm gì? Nói về vấn đề gì? Nói ở đâu, vào thời gian nào? Nói cho ai nghe? Lấy tài liệu nào, ở đâu để nói? Bố cục bài nói như thế nào?...

4.3.1. Xác định mục đích của bài nói

Mục đích chung của công tác tuyên truyền là nâng cao nhận thức, hình thành niềm tin và cổ vũ hành động người nghe. Mục đích của bài nói bao giờ cũng cần đạt được 3 yêu cầu là:

- Nâng cao nhận thức;
- Xây dựng, củng cố niềm tin;
- Cổ vũ đi tới hành động.

Tùy theo mỗi nội dung và yêu cầu của đối tượng để xử lý mối quan hệ của 3 yêu cầu đó.

- Xác định chủ đề bài nói: Chủ đề bài nói cần đáp ứng yêu cầu cơ bản: thoả mãn nhu cầu người nghe (tính thời sự, tính thiết thực, có thông tin mới), trong thời gian cho phép. Để xác định chủ đề bài nói, cần căn cứ vào 3 yếu tố sau:

+ Yêu cầu tư tưởng của cấp uỷ theo chương trình kế hoạch;

+ Yêu cầu của đối tượng tuyên truyền thông qua cơ quan, tổ chức “đặt hàng”;

+ Dựa vào kinh nghiệm và hiểu biết của báo cáo viên về đặc điểm đối tượng.

4.3.2. Tìm hiểu đặc điểm người nghe (đối tượng)

Muốn cho bài nói thành công, người cán bộ đoàn, báo cáo viên, tuyên truyền viên phải đặt câu hỏi: nói cho ai nghe? “ai” ở đây chính là đối tượng mà cán bộ tuyên truyền tác động đến. Phải nắm vững đối tượng mà cán bộ tuyên truyền tác động đến.

+ Phải nghiên cứu đặc điểm về mặt xã hội: giai cấp, dân tộc, nghề nghiệp, học vấn, giới tính, tuổi tác... của người nghe.

+ Nghiên cứu các đặc điểm về tư tưởng và tâm lý - xã hội: quan điểm, chính kiến, động cơ, khuôn mẫu tư duy, tâm trạng, trạng thái thể chất... của họ.

+ Nghiên cứu về nhu cầu, thị hiếu thông tin: thái độ của người nghe đối với nguồn thông tin và nội dung thông tin; con đường, cách thoả mãn thông tin của đối tượng. Trên cơ sở đó mà lựa chọn nội dung, cách thức tuyên truyền cho

phù hợp. Có như vậy mới đem lại hiệu quả cao cho bài nói chuyện.

- Tìm hiểu đối tượng có thể dựa trên 3 cách:

+ Tìm hiểu qua tổ chức, cá nhân người đến “đặt hàng”, yêu cầu nói;

+ Tìm hiểu qua những báo cáo viên đã trình bày một lần với đối tượng đó;

+ Quan sát tại chỗ khi tiếp xúc với đối tượng, từ đó có sự điều chỉnh phù hợp.

- Về không gian, thời gian diễn ra buổi nói chuyện:

+ Không gian diễn ra buổi nói chuyện đây là một vấn đề người tuyên truyền phải quan tâm bởi nó có ảnh hưởng đến hiệu quả tuyên truyền. Có thể có những trường hợp sau đây:

- Nói trong phòng họp với vài ba chục người nghe;
- Nói trong hội trường rộng;
- Nói ở ngoài trời.

Ngoài ra, cách bài trí trong phòng họp, trong hội trường, các yếu tố ngoại cảnh khác cũng tác động đến tâm lý người nghe. Báo cáo viên cần hỏi trước người “đặt hàng” để có thể chủ động nắm được những thông tin cơ bản về không gian buổi nói chuyện. Ví dụ, hỏi người mới nói về: nói ở đâu, khoảng bao nhiêu người nghe, có micrô không, có bảng không... Ngoài ra, khi bước vào hội trường, khi Ban Tổ chức còn chuẩn bị và giới thiệu, báo cáo viên cần tranh thủ quan sát để có sự điều chỉnh kịp thời.

+ Thời gian diễn ra buổi nói chuyện: Buổi nói chuyện diễn ra vào sáng, chiều hay tối cũng tạo nên những thuận lợi hoặc khó khăn cho việc nhận thông tin của người nghe. Thông thường vào buổi sáng người nghe tỉnh táo, tiếp thu thông tin tốt hơn; đầu giờ chiều người nghe thường mệt mỏi, buổi tối hay bị phân tán... Trong mỗi hoàn cảnh đòi hỏi người tuyên truyền phải quan tâm đến việc sắp xếp nội dung bài nói và phương pháp diễn đạt sinh động để phát huy hoặc khắc phục trạng thái tinh thần, tâm lý trên của đối tượng.

4.3.3. Thu thập, nghiên cứu và xử lý tài liệu

Trong điều kiện bùng nổ thông tin toàn cầu hiện nay, bất cứ một lĩnh vực nào cũng có rất nhiều tài liệu. Vấn đề đặt ra với người tuyên truyền là thu thập, nghiên cứu, xử lý tài liệu thế nào cho hợp lý. Yêu cầu đặt ra là: tài liệu phải phục vụ chủ đề bài nói một cách sát hợp nhất. Quá trình nghiên cứu tài liệu là quá trình biến tri thức trong tài liệu thành nhận thức của người tuyên truyền để truyền đạt lại cho người nghe.

Đọc và nghiên cứu tài liệu:

- Đọc tài liệu: Đầu tiên đọc lướt qua mục lục, lời chú, trên cơ sở đó hình thành nội dung, kết cấu bài nói. Sau đó đọc kỹ, có phân tích, đánh giá, suy nghĩ. Có thể đọc cả tài liệu phản diện để hiểu, phê phán, nâng cao tính chiến đấu cho bài nói.

- Ghi chép: Ghi tóm tắt những điều đã đọc được. Có thể ghi chú thêm lời bình luận ra lề, hoặc bổ sung những ý kiến của mình khi ngôn ngữ của tài liệu quá cô đọng hoặc quá

trừu tượng. Khi cần giữ lại ý kiến của tác giả một cách hoàn chỉnh có thể trích nguyên văn (ghi rõ tên tác giả, tác phẩm, nơi xuất bản, lần xuất bản, số trang).

Đối với người báo cáo viên, nên có các túi hồ sơ phân loại theo vấn đề (kinh tế, chính trị, đối ngoại...) theo dõi đối tượng nghiên cứu (như về Trung Quốc, Nga, Mỹ...). Mỗi khi có thông tin gì về các nội dung đó, cần cắt, dán để vào trong túi, để khi có yêu cầu thì lấy ra đọc lại và xử lý.

Xây dựng đề cương bài nói chính là dàn bài chi tiết thể hiện mục đích, yêu cầu và những nội dung cơ bản của bài nói, là quá trình sắp xếp trên văn bản để người báo cáo viên căn cứ vào đó trình bày những vấn đề định nói một cách đầy đủ, theo một trình tự hợp lý, nhằm đạt hiệu quả cao nhất đồng thời là chương trình hoạt động của báo cáo viên trong một buổi thuyết trình. Đề cương không được quá sơ sài, không làm rõ những nội dung và lý lẽ cần trình bày, nhưng cũng không biến đề cương thành một bài viết sẵn để đọc. Mỗi đối tượng cụ thể nên có một đề cương bài nói phù hợp.

Cấu trúc đề cương bài nói thường có 3 phần, mỗi phần có chức năng riêng.

a) Phần mở đầu:

Yêu cầu chung của phần mở đầu gồm 3 mục tiêu cụ thể là:

- Giới thiệu và làm quen;
- Thông báo nội dung trình bày;
- Thông báo thời gian và phương thức tiến hành.

Đây là phần nhập đề, là bước tiếp xúc đầu tiên với người nghe, do đó báo cáo viên phải mở đầu sao cho hấp dẫn, kích thích hứng thú của người nghe và làm rõ chủ đề của bài nói. Lời mở đầu cần tự nhiên, ngắn gọn. Để thực hiện yêu cầu trên, có hai cách vào đề là vào đề trực tiếp và vào đề gián tiếp:

- Mở đầu trực tiếp là giới thiệu trực tiếp chủ đề nội dung bài nói. Hình thức này thường được thực hiện với đối tượng quen, thời gian ngắn.

- Mở đầu gián tiếp là đưa ra một luận đề nào đó (gần với chủ đề bài nói) rồi dẫn dắt người nghe đến vấn đề báo cáo viên định nói. Cách vào đề gián tiếp có tác dụng kích thích và làm tăng dần sự chú ý của người nghe, nhưng khi thực hiện cần tránh sa đà, lạc nội dung.

Trong bài chuẩn bị, sau khi xác định rõ cách vào đề, cần chuẩn bị nội dung của cách vào đề đó, chú ý phải ngắn, gọn.

b) Phần chính (nội dung bài nói)

Đây là phần quan trọng nhất của bài nói, giải quyết vấn đề mà báo cáo viên đặt ra theo một trình tự nhất định. Về nguyên tắc bài nói có thể đề cập đến mọi vấn đề của đời sống xã hội. Từ những vấn đề kinh tế, chính trị, văn hóa đến vấn đề khoa học, kỹ thuật, an ninh, quốc phòng, đối ngoại...; Từ những vấn đề lý luận, quan điểm, đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước, của đoàn đến các sự kiện đã và đang diễn ra trong đời sống xã hội... Nhưng để tạo khả năng thu hút sự chú ý của người nghe, đạt mục đích tuyên truyền đặt

ra, khi lựa chọn nội dung bài nói cần chọn những vấn đề mang các tác dụng sau:

Một là, phải cung cấp cho người nghe những thông tin mới. Cái mới của nội dung tạo khả năng thu hút sự chú ý của người nghe, gây được lòng tin cho công chúng, thuyết phục những người có quan điểm khác hoặc trái với quan điểm cần thuyết phục. Trong tuyên truyền miệng, cái mới không chỉ được hiểu là cái chưa hề được đối tượng biết đến mà còn là một phương pháp tiếp cận mới, cách trình bày mới, độc đáo, một nhận định, đánh giá mới về cái đã biết. Cái mới cũng có thể là một kinh nghiệm được tích lũy, một sự kiện, một hiện tượng phát sinh xung quanh những vấn đề đã được thông tin trước đây cho người nghe.

Hai là, phải đáp ứng một cách cao nhất yêu cầu thông tin của một loại công chúng cụ thể. Nội dung bài nói do mục đích của công tác giáo dục chính trị tư tưởng và nhu cầu thỏa mãn thông tin của đối tượng quy định. Nhu cầu của thông tin xuất hiện do nhu cầu của hoạt động nhận thức (nghe để biết hoặc nghe để biết và để làm). Hoạt động thực tiễn của công chúng rất đa dạng, nhu cầu thông tin cũng đa dạng. Không thể chọn một nội dung nói cho nhiều đối tượng khác nhau. Nội dung bao giờ cũng hướng tới một đối tượng, một nhóm người nghe cụ thể. Trong trường hợp công chúng chưa xuất hiện nhu cầu thông tin về vấn đề quan trọng nào đó, mà vấn đề đó lại được đặt ra do yêu cầu giáo dục chính trị tư tưởng thì cần chủ động hướng dẫn, khơi gợi, kích thích sự quan tâm ở họ. Chỉ khi nào ở người nghe xuất hiện nhu cầu thông tin, đòi hỏi được đáp ứng thì khi đó ở họ mới có tâm thế, thái độ sẵn sàng tiếp nhận thông tin, có những hành động nhằm

thỏa mãn nhu cầu đó (tìm tài liệu để đọc, đến hội trường để nghe nói chuyện và chú ý lắng nghe...). Việc phân loại đối tượng người nghe, nắm vững nhu cầu thông tin, biết kích thích và thường xuyên đáp ứng yêu cầu thông tin của đối tượng, vừa là yêu cầu, vừa là điều kiện đảm bảo sự thành công của bài nói.

Ba là, bài nói phải mang tính thời sự, tính cấp thiết, phản ánh những vấn đề nóng bỏng của cuộc sống. Giá trị và sức lôi cuốn người nghe, ý nghĩa chỉ đạo tư tưởng và hành động của nội dung bài nói do thời điểm đưa tin, thời điểm tổ chức buổi nói chuyện quyết định.

Bốn là, bài nói phải đảm bảo tính tư tưởng. Khác với bài diễn thuyết của các nhà hùng biện, bài nói của báo cáo viên có mục đích tư tưởng rất rõ rệt. Mục đích ấy do chức năng, nhiệm vụ và hoạt động đặc thù của công tác tuyên truyền miệng quy định. Bằng lời nói, nghệ thuật sử dụng ngôn từ, nội dung tuyên truyền miệng dù theo chủ đề nào, cũng đặt ra không chỉ mục đích thông tin mà quan trọng hơn là mục đích tác động về mặt tư tưởng (hình thành niềm tin, cổ vũ con người). Cho nên, nội dung bài nói không chỉ đạt yêu cầu cung cấp thông tin đa dạng, nhiều chiều, hấp dẫn mà quan trọng hơn là đạt tới yêu cầu định hướng thông tin, định hướng tư tưởng về các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, về các sự kiện chính trị trọng đại trong nước và trên thế giới, về chủ trương, chương trình công tác của đoàn, từ đó chủ động giải thích cho công chúng nhận thức đúng hơn, sâu hơn, thuyết phục công chúng có niềm tin và hành động tích cực.

Năm là, đề cương bài nói cần bố cục rõ ràng, kết cấu chặt chẽ, lôgic, có trọng tâm, trọng điểm phù hợp với quá trình nhận thức, thể hiện cả phương pháp trình bày với từng vấn đề, quan điểm được nêu ra.

Sáu là, đề cương bài nói phải thể hiện được cả hai yêu cầu: nêu luận điểm và các thông tin, tư liệu làm ví dụ chứng minh luận điểm đó. Trong mỗi phần cần nêu lên các luận điểm (nhận định) chủ yếu. Sau mỗi luận điểm, nhận định phải đưa ra được một số ví dụ, số liệu chứng minh cho luận điểm đó.

c) Phần kết luận

Đây là phần tổng kết bài nói, củng cố nhận thức người nghe và cổ vũ hành động. Yêu cầu chung của phần kết luận là: tóm tắt, nhấn mạnh nội dung, cổ vũ hành động, tạo mối giao lưu, tình cảm giữa người nói và người nghe. Phần này cũng cần ngắn gọn, tránh dài dòng. Đề cương bài nói nên viết trên giấy một mặt. Chữ viết rõ ràng để có thể đọc những đoạn khi cần thiết. Viết xong cần đọc, kiểm tra kỹ. Quá trình chuẩn bị bài nói là quá trình xác định chủ đề, mục đích, yêu cầu bài nói, thu thập, tích lũy tài liệu, hình thành đề cương, lựa chọn phương pháp, đồng thời là quá trình ghi nhớ để sẵn sàng cho bước tiếp theo: Trình bày bài nói. Do đó, chuẩn bị tốt là đảm bảo 50% thành công của bài nói. Phần còn lại phụ thuộc vào phương pháp trình bày.

4.4. CÁC KỸ NĂNG TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

Phương pháp tuyên truyền miệng là khoa học về sự giao tiếp trực tiếp giữa người nói và người nghe. Do vậy, kỹ năng

trình bày bài nói có ý nghĩa quyết định đến kết quả nội dung tuyên truyền miệng của báo cáo viên.

4.4.1. Chuẩn bị

a) Tâm lý

Tuyên truyền miệng là một hình thức tuyên truyền thông qua giao tiếp trực tiếp giữa người tuyên truyền với đối tượng tuyên truyền. Vì vậy, sự vận dụng khoa học về tâm lý đóng vai trò hết sức quan trọng. Người báo cáo viên chẳng những phải chuẩn bị tốt tâm lý của mình để tác động vào nhận thức, tư tưởng, tình cảm của đối tượng tuyên truyền mà còn phải chuẩn bị tốt tâm thế cho người nghe, để họ sẵn sàng đón nhận, tiếp thu và hành động sau khi được tuyên truyền.

- Báo cáo viên phải tìm hiểu, nắm bắt nhu cầu thông tin của người nghe để có phương thức và nội dung tuyên truyền phù hợp, làm cho nhu cầu thông tin phù hợp với định hướng thông tin của người tuyên truyền.

- Trình độ nhận thức của người nghe, sự hiểu biết khác nhau sẽ tạo ra tâm thế khác nhau khi tiếp thu cũng như khi thực hiện mục đích tuyên truyền.

- Môi trường khách quan (môi trường vật lý, môi trường tâm lý) cũng là một yếu tố tạo ra tâm thế của đối tượng tuyên truyền.

- Tâm thế của người được tuyên truyền thường có các dạng tâm thế chủ động và tâm thế bị động (muốn nghe và phải nghe); tâm thế phủ định và tâm thế khẳng định (không nhất trí và nhất trí). Các loại tâm thế trên ảnh hưởng lớn đến kết quả tiếp nhận nội dung tuyên truyền. Người tuyên truyền

khi nắm được các trạng thái tâm lý đó sẽ có biện pháp để tác động có hiệu quả.

* Các nhiệm vụ tâm lý đặt ra đối với người tuyên truyền: Để nội dung tuyên truyền có tác dụng sâu sắc đến đối tượng tuyên truyền, báo cáo viên cần giải quyết tốt những yêu cầu tâm lý sau:

- Thiết lập sự giao lưu, tạo ra mối quan hệ đồng cảm giữa báo cáo viên với người nghe: Đó là sự tin cậy lẫn nhau, cùng quan tâm đến vấn đề sẽ đề cập.

- Tổng hợp các đặc điểm của từng đối tượng thông qua trao đổi với cấp uỷ và đơn vị, cơ quan nơi báo cáo viên thuyết trình để nắm bắt các mặt chủ yếu như: Thành phần, trình độ học vấn, nghề nghiệp, tuổi tác, dân tộc, tôn giáo..., từ đó nắm được những đặc điểm tâm lý của họ.

- Xác định đúng hình thức và phương pháp kích thích nhu cầu nhận thức của người nghe. Để làm được điều này, báo cáo viên phải nắm được nhu cầu người nghe và đem đến cho họ những nội dung thông tin mới, cách tiếp cận và phân tích những vấn đề mới.

- Nắm chắc nội dung, đối tượng: Cùng với tình cảm, sự hưng phấn, sự nhiệt tình của báo cáo viên có ảnh hưởng trực tiếp tới tình cảm và tư duy của đối tượng tuyên truyền. Khi thuyết trình, cần vận dụng linh hoạt các hình thức, phương pháp mang tính sáng tạo, phù hợp với thực tiễn đời sống xã hội. Báo cáo viên phải có những phẩm chất như: tính lý luận cao, tính nguyên tắc, tính thuyết phục, có kiến thức và vốn sống phong phú, gần gũi và tôn trọng người nghe... Khi

tuyên truyền cần chủ động vận dụng các phương pháp như: sử dụng các phương tiện trực quan, nêu câu hỏi, dẫn các dữ liệu, mẩu chuyện sinh động, dùng những câu ngắn gọn, thành ngữ. Cần sử dụng ngôn ngữ trong sáng, tế nhị, đa dạng về nhịp điệu, ngữ điệu... tránh đều đều, đơn điệu, cứng nhắc.

b) Giao tiếp và đối thoại trong tuyên truyền miệng

- Trong hoạt động tuyên truyền miệng, ngôn ngữ nói là công cụ chủ yếu của người tuyên truyền, được sử dụng dưới hai hình thức: độc thoại và đối thoại.

Ngôn ngữ độc thoại là ngôn ngữ một người nói cho một hoặc nhiều người khác nghe. Báo cáo viên phải có ngôn ngữ trong sáng, chính xác, dễ hiểu và có khả năng truyền cảm.

Ngôn ngữ đối thoại là ngôn ngữ dùng để trao đổi thông tin giữa báo cáo viên với một hoặc nhiều người. Ngôn ngữ đối thoại có tính chất tình huống, liên quan chặt chẽ đến hoàn cảnh đối thoại, câu thường rút gọn, có sự hỗ trợ của giao tiếp phi ngôn ngữ.

- Trong tuyên truyền miệng, rèn luyện kỹ năng sử dụng từ có vai trò quan trọng. Nguyên tắc cơ bản dùng từ đúng âm thanh, đúng ý nghĩa, nếu không sẽ làm người nghe hiểu sai nội dung. Nói là để người khác hiểu đúng ý định của mình. Cho nên, nói vội vàng, dùng từ sai hoặc dùng từ “có sẵn” sáo mòn... sẽ không có tác dụng, thậm chí có thể làm cho người nghe khó chịu, hoặc không hiểu.

- Đối thoại trong tuyên truyền miệng là quá trình trao đổi thông tin giữa báo cáo viên với người nghe, nhằm thực

hiện dân chủ trong tuyên truyền, tăng cường thông tin hai chiều, hạn chế việc thông tin áp đặt, một chiều. Trong đối thoại, báo cáo viên vừa là người nói, vừa là người nghe, người cung cấp thông tin. Do vậy, báo cáo viên vừa biết nói tốt, vừa phải biết gợi mở, nêu vấn đề để người nghe nói đúng những vấn đề quan tâm. Để đạt được yêu cầu này, quá trình đối thoại nên mang tính chất trao đổi, tạo bầu không khí tin tưởng, gần gũi và chân thành. Trong quá trình đối thoại cần cố gắng tìm hiểu thông tin về một số đặc điểm của người đối thoại. Khi cần có thể tạo không khí tranh luận để bổ sung, củng cố nội dung tuyên truyền.

- Trong tuyên truyền miệng, cần vận dụng một số phương pháp dạy học để thực hiện thuyết trình một cách có hệ thống đảm bảo tính khoa học, tính giáo dục, tính thực tiễn của nội dung tuyên truyền. Đó là các phương pháp nêu vấn đề, đặt câu hỏi và trả lời, giả định, phản đề, thuận đề, sử dụng bảng biểu... Trong điều kiện thuận lợi có thể sử dụng các giáo cụ trực quan, phim ảnh, đèn chiếu và vi tính hóa hoạt động tuyên truyền.

4.4.2. Thể hiện bài nói

Những nội dung cơ bản của quá trình trình bày bài nói: Sau khi chuẩn bị đề cương bài nói bằng ngôn ngữ viết làm cơ sở cho quá trình thực hiện tuyên truyền miệng, quá trình trình bày bài nói là quá trình thực hiện đề cương và có tính chất quyết định đến sự thành công của toàn bộ hoạt động tuyên truyền miệng.

Ngôn ngữ, văn phong bài nói:

- Ngôn ngữ vừa là tiền đề vừa là kết quả của quá trình phát triển xã hội. Nếu nói con người đã tạo ra ngôn ngữ thì chính ngôn ngữ đã gián tiếp tạo ra con người. Ngôn ngữ là hình thức thể hiện của tư duy, giữ vai trò quan trọng trong việc hình thành ý thức.

- Ngôn ngữ là phương tiện chủ yếu của báo cáo viên, là yếu tố cực kỳ quan trọng để thực hiện và nâng cao chất lượng bài nói. Người báo cáo viên phải có ngôn ngữ phong phú để trình bày chính xác những khái niệm, sự vật, hiện tượng và những quan điểm, quan niệm, sự kiện... Trong tuyên truyền miệng, tiêu chuẩn cơ bản của lời nói tốt bao gồm: tính chính xác, tính đúng đắn và tính thẩm mỹ.

Sử dụng tư liệu thực tế: Sử dụng tư liệu thực tế trong bài nói thể hiện tính thống nhất giữa lý luận và thực tiễn, làm tăng tính cụ thể trong nội dung tuyên truyền, làm cho bài nói thêm sinh động, hấp dẫn và thuyết phục người nghe. Tư liệu thực tế được dùng để chứng minh, làm rõ một luận điểm đó trong bài nói.

- Tư liệu thực tế phải đảm bảo tính chính xác, chân thực khách quan, phù hợp với đề tài, đặc điểm, trình độ người nghe và đặc biệt báo cáo viên phải sử dụng một cách nhuần nhuyễn, đúng lúc, đúng chỗ.

- Tài liệu thực tế chỉ có sức thuyết phục khi nó gần gũi, dễ hiểu, chính xác, rõ ràng, đã được kiểm nghiệm hoặc thực hiện trong thực tế cuộc sống, phù hợp với nhận thức, những chuẩn mực và thang bậc giá trị chung của toàn xã hội.

- Khi sử dụng tư liệu, dẫn chứng thực tế để minh họa trong bài nói, báo cáo viên cần bám sát đề cương, đồng thời linh hoạt, tránh vận dụng cứng nhắc, gượng ép. Điều cần chú ý là không sử dụng tư liệu lặp đi, lặp lại trong một bài nói, hoặc ở những đơn vị, đối tượng mà mình thường báo cáo.

Sử dụng kênh phi ngôn ngữ:

- Ưu thế đặc trưng của tuyên truyền miệng là người tuyên truyền có thể sử dụng kênh phi ngôn ngữ trong hoạt động tuyên truyền. Nếu biết sử dụng tốt, kênh phi ngôn ngữ không chỉ là sự bổ sung mà còn làm nhân lên hiệu quả của sự tuyên truyền.

- Kênh phi ngôn ngữ là các hoạt động không dùng ngôn ngữ lời nói của người tuyên truyền trong buổi tuyên truyền. Đó là tư thế, cử chỉ, ánh mắt, nụ cười, thái độ, hành vi khi tiến hành tuyên truyền.

- Yêu cầu của kênh phi ngôn ngữ là phải tự nhiên, hợp lý, gắn với nội dung và hợp lý với từng loại đối tượng, bối cảnh tuyên truyền. Báo cáo viên cần tránh “biểu diễn”, “diễn kịch” khi tuyên truyền, làm cho tác dụng tuyên truyền hạn chế, thậm chí phản cảm. Việc kể chuyện vui gây hưng phấn, làm cho buổi nói chuyện đỡ căng thẳng là cần thiết, nhưng tránh “cù” một cách gượng gạo, tếu táo, thô thiển...

4.4.3. Kết thúc bài nói

Tóm tắt ngắn gọn những nội dung quan trọng của bài nói hoặc nhấn mạnh những nội dung mà người nghe cần ghi nhớ.

4.5. YÊU CẦU ĐỐI VỚI NGƯỜI TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

- Tốc độ nói:

Tốc độ nói không quá nhanh hay quá chậm. Nếu nói nhanh quá, người nghe phải tiếp nhận một lượng thông tin lớn trong một thời gian ngắn, họ sẽ không hiểu. Ngược lại, nói chậm quá sẽ khiến cho người nghe có thể cảm thấy buồn ngủ. Vậy nên, người tuyên truyền miệng khi nói phải quan sát phản ứng của người nghe để điều chỉnh cho hợp lý.

Tuy nhiên, có những từ khó, ý khó và những từ cần được nhấn mạnh thì phải được nói thật chậm, thật rõ, thật mạnh để cho người nghe nhận ra. Đôi khi có những câu khó, ta phải nói chậm hẳn cả câu. Những câu chứa đựng ý sâu sắc nếu nói nhanh sẽ không gây được ấn tượng với người nghe.

- Nhịp điệu nói:

Trong khi nói, người tuyên truyền miệng thấy câu hay đoạn nào quan trọng thì nên nhấn mạnh, đoạn nào thì cần phải hạ thấp giọng. Điều này sẽ giúp người nghe dễ dàng hình dung và bắt ý hơn.

- Âm lượng:

Nếu âm lượng nói cứ đều đều sẽ khiến người nghe nhàm chán, sao chẳng nghe dù vấn đề có quan trọng đến đâu. Nên giọng nói phải đủ nghe, trong khi nói lúc trầm lúc bổng theo ngữ điệu tự nhiên. Có như vậy, bài tuyên truyền miệng mới có sức hấp dẫn.

- Sử dụng khoảng dừng:

Tạm dừng để chính bạn và thính giả có một chút thời gian để suy nghĩ và nghiền ngẫm, để lắng đọng thông tin và

thu hút người nghe tập trung. Không nên trình bày vội vã và để rồi người nghe cũng như chính người tuyên truyền miệng có cảm giác hết hơi mệt lử.

- Ngôn ngữ cơ thể

Phải chú ý giao tiếp qua ánh mắt với khán giả để tăng sự tin cậy, tăng sự thích thú, tập trung nơi khán giả, và người tuyên truyền miệng cũng có thể nhận ra được sự phản hồi ngầm từ khán giả đối với bài nói của mình. Nếu số lượng khán giả đông, hãy nhìn lướt một lượt, còn nếu bạn không thấy thoải mái khi nhìn thẳng vào mắt thính giả thì hãy nhìn vào vị trí khác trên khuôn mặt, có thể là mũi.

Thường xuyên nhìn khán giả sẽ giúp họ cảm thấy đang giao tiếp với bạn. Hãy dừng lại vài giây nhìn một người nào đó trước khi đưa ánh mắt đến một người khác. Nếu thời gian giao tiếp qua ánh mắt kéo dài hơn từ 3-5 giây, người nghe sẽ cảm thấy không thoải mái. Khi khán giả không nhìn bạn nữa, đó sẽ là dấu hiệu đầu tiên cho biết họ không còn lắng nghe bạn.

Về *nét mặt*, cần giữ nét mặt thân thiện, cởi mở. Hãy thường xuyên mỉm cười một cách tự nhiên. Kể cả khi bạn căng thẳng, nhờ nụ cười tươi tắn mà khán giả cũng sẽ đánh giá cao thái độ tích cực của bạn, và bạn sẽ cảm thấy thư giãn hơn. Đừng để quá nghiêm nghị hay cứng nhắc từ đầu đến cuối. Hãy dùng nét mặt để thể hiện sự quan tâm, lòng nhiệt tình, sự thấu cảm và sự hiểu biết của bạn. Những biểu hiện thích hợp sẽ giúp bạn trở nên đáng tin cậy hơn đối với người

nghe. Hãy chân thành và tự nhiên để nhiệt huyết trong bạn được lan tỏa.

Về điệu bộ, hãy giữ điệu bộ, cử chỉ trong khi nói một cách tự nhiên, đừng quá máy móc, tránh những cử chỉ lặp lại. Người phát biểu nên tránh những cử chỉ có thể bị xem là mất lịch sự hoặc gây khó chịu về mặt văn hóa như chỉ tay vào mặt người nghe, dùng tay ra hiệu, đặc biệt là đừng đút tay vào túi quần khi nói. Nên dùng tay để nhấn mạnh các điểm chính và thu hút sự chú ý nơi khán giả.

Về tư thế, hãy đứng thẳng với tư thế chân rộng bằng vai, đầu gối xuôi một cách tự nhiên khi bạn không đi lại trong phòng. Tư thế đứng này sẽ giúp bạn trông tự tin, thư giãn và thu hút. Bạn nên tỏ ra thoải mái và không lúng túng, hãy luyện tập vài lần để có được cảm giác đó.

Về chuyển động, hãy tỏ ra thật sinh động khi thuyết trình. Đừng đi lang thang hay làm điều gì kỳ quặc như chạy nhảy, lắc người, đi nhanh hoặc những hành động gây ra sự xao lãng không cần thiết.

Nên sử dụng tốc độ nói phù hợp, phát âm rõ, biểu lộ cảm xúc hợp lí với những điều bạn trình bày. Luôn giữ mối liên hệ với người nghe. Hãy cố gắng nói đủ lớn để người ngồi xa nhất cũng có thể nghe thấy. Thường xuyên thay đổi âm điệu của bạn và giữ mạch nói tự nhiên.