

Michel Voirol

Hướng dẫn CÁCH BIÊN TẬP



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN

HƯỚNG DẪN CÁCH BIÊN TẬP

Michel Voirol

Hướng dẫn _____
CÁCH BIÊN TẬP

(Sách tham khảo nghiệp vụ - tái bản lần thứ 4)

Người dịch: Nguyễn Văn Hào

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN
Hà Nội - 2007

LỜI NHÀ XUẤT BẢN

Đồng hành cùng cách mạng, đội ngũ báo chí nước ta ngày càng phát triển, trưởng thành. Đến nay, cả nước đã có gần 700 cơ quan thông tin đại chúng ở trung ương và các địa phương (bao gồm các tòa soạn báo, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình), với hơn 12.000 nhà báo được cấp thẻ hành nghề cùng hàng ngàn sinh viên đang theo học tại các trường, khoa, phân viện đào tạo báo chí trong cả nước.

Bằng những đóng góp quan trọng và thiết thực, hoạt động báo chí đã có vai trò xứng đáng trong công cuộc đổi mới của Đảng và Nhà nước ta, giữ vị trí xung kích trên mặt trận tư tưởng, mang sức mạnh cổ động và tuyên truyền tập thể hùng hậu trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Tuy nhiên, nếu nhìn vào các đầu sách nghiệp vụ báo chí đã xuất bản từ trước đến nay, thì quả là còn quá khiêm tốn, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của nghề báo nói riêng và nền báo chí nước nhà nói chung.

*Xuất phát từ thực tế đó, Nhà xuất bản Thông Tấn đã chủ trương xuất bản **Tủ sách Nghiệp vụ báo chí**. Một bộ sách tham khảo nghiệp vụ gồm 14 cuốn được chọn dịch, biên soạn từ những nguồn tư liệu nước ngoài (Nga, Anh, Pháp, Đức) của các tác giả có uy*

tin đã ra mắt bạn đọc lần đầu tiên vào dịp kỷ niệm lần thứ 78 Ngày báo chí Cách mạng Việt Nam (21/6/1925 – 21/6/2003).

*Là một đầu sách trong bộ sách nói trên, cuốn **“Hướng dẫn cách biên tập”** của tác giả – nhà báo người Pháp Michel Voirol đã được đọc giả quan tâm đón đọc. Nội dung cuốn sách phong phú, thiết thực. Tác giả không chỉ nêu những nguyên tắc cơ bản về mặt lý luận nghiệp vụ, mà còn truyền lại những kinh nghiệm thực tiễn trong công tác biên tập, viết báo: từ bố cục, thể hiện tin, bài, các thể loại báo chí, cho đến cách trình bày, sắp xếp, lên trang một tờ báo, hướng dẫn tỉ mỉ những kỹ năng, kể cả về kỹ hiệu sửa bài, v.v..*

Sau một năm ra mắt bạn đọc, Nhà xuất bản đã nhận được nhiều ý kiến đóng góp, đặc biệt là trong khâu dịch thuật và biên tập. Để nâng cao chất lượng ấn phẩm, cũng như tiếp thu ý kiến nhiều bạn đọc Nhà xuất bản đã cho dịch và biên tập lại cuốn sách này, hy vọng gửi đến bạn đọc một ấn phẩm hoàn thiện hơn.

*Tái bản cuốn sách, Nhà xuất bản mong tiếp tục nhận được sự góp ý, phê bình của đông đảo bạn đọc gần xa, các cơ quan thông tin báo chí, các cơ sở đào tạo nghiệp vụ... đối với cuốn sách nói riêng và **Tủ sách Nghiệp vụ báo chí** nói chung, để những ấn phẩm tái bản tiếp sau được tốt hơn.*

Xin trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc.

NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TIN

Chương I

NHỮNG NGUYÊN TẮC CHUNG

Nhà báo viết để tất cả các độc giả có thể đọc và hiểu được, chứ không phải viết cho riêng một giới độc giả am hiểu vấn đề. Ngay cả trong tạp chí chuyên ngành, không phải các độc giả đều có chung một trình độ. Điều đó càng đúng đối với các tờ nhật báo đưa những thông tin nói chung, những tạp chí phát hành rộng rãi, đài phát thanh và vô tuyến truyền hình. Vì vậy, điều quan trọng là cần phải tuân thủ một số nguyên tắc.

CÁCH VIẾT TIN

Nêu rõ ý, viết đúng văn phạm, sử dụng từ ngữ dễ hiểu, đó là những đòi hỏi của một bài viết.

Như vậy, người viết phải quan tâm trước hết đến sự rõ ràng: rõ ràng về thông tin, rõ ràng về ngôn ngữ.

Rõ ràng về thông tin

Bài báo là một thông tin: một tin tức, hoặc một dư luận. Cách tốt nhất để truyền đạt thông tin này

là phải viết cho bản thân mình hiểu được trước khi dựng nó thành bài báo. Đó là điều mà mỗi người vẫn làm hằng ngày trong cuộc sống, khi được yêu cầu thuật lại một cuộc họp hay một sự kiện mà ta chứng kiến, ví dụ như: *“Tổng thống xin từ chức, ông X và ông Y đã đệ đơn ứng cử”* hoặc *“Buổi diễn ra mất đã không thành công. Rạp vắng quá nửa và khán giả la ó ầm ĩ”*.

Dù vấn đề phức tạp như thế nào chăng nữa, điều chủ yếu cần nói vẫn có thể trình bày trong hai câu. Đó là tin vẫn khi ta chỉ được dành 10 dòng trên trang báo hay 10 giây trên sóng phát thanh, truyền hình. Tự gò mình trong hai câu trước khi viết bài báo là một phương pháp hay để xác định rõ điều ta muốn thông tin tới độc giả, thính giả và khán giả truyền hình.

Để viết tin, chủ yếu ta phải chọn lựa, sắp xếp theo mức độ quan trọng của các chi tiết, sự kiện cần thông tin và loại bỏ những chi tiết, sự kiện không quan trọng. Đó là một cách tuyệt hay để biết nên bắt đầu thông tin từ đâu khi ta còn do dự hoặc “tắc tị”. Như vậy cũng là đã đi được một phần lớn con đường dẫn ta tới chỗ đặt đầu đề và viết phần mào đầu. Sau hết, đó là một sự dẫn dắt chắc chắn cho dàn bài của một bài báo.

Một bài báo chứa đựng một thông tin chủ yếu và chỉ một mà thôi. Nếu như ta không thể diễn đạt nó bằng một số ít từ thì chính là vì ta không biết

rõ điều ta muốn truyền đạt. Hãy loại ra trường hợp ta không có điều gì để nói và im lặng là điều tốt hơn cả. Trường hợp thường gặp nhất là có quá nhiều điều để nói. Khi đó ta phải chọn từ một góc độ ưu tiên, còn những góc độ khác chỉ cần xem xét sơ qua. Đó là cách đơn giản nhất để tránh sự bế tắc, và một bài viết lung tung theo nhiều hướng. Nếu quả thực vấn đề chứa đựng nhiều thông tin chính thì tốt nhất là xử lý riêng biệt từng thông tin, bằng nhiều bài báo.

BỨC THÔNGIỆP PHẢI ĐƯỢC TIẾP NHẬN THẬT TỐT

Mỗi bài báo là một thông điệp gửi tới độc giả. Để bức thông điệp này được tiếp nhận và hiểu được thì trước hết nó phải rõ ràng (CLAIR).

Hãy dựa trên chữ này để nhớ những nguyên tắc cần tuân theo:

- C** của chữ centré (trung tâm) - ở trung tâm của mỗi bài báo có một thông tin chính, và chỉ một mà thôi.
- L** của chữ lisible (dễ đọc) - bài báo phải dễ cho tất cả mọi người hiểu được.
- A** của chữ actuel (tính thời sự) - mọi bài báo phải gắn với vấn đề thời sự hoặc với các chủ điểm.
- I** của chữ immédiat (ngay tức thì) - bài báo đi thẳng vào vấn đề ngay từ dòng đầu tiên.
- R** của chữ rigoureux (chính xác) - tin tức trong bài báo phải thật chính xác.

Rõ ràng về ngôn ngữ

Có nhiều nhà báo mới vào nghề bị ám ảnh bởi một vấn đề giả tạo, đó là văn phong. Báo chí không phải là văn học. Nhà báo trước hết là một chuyên gia về thông tin, viết những điều xảy ra trong nước và trên thế giới khiến độc giả, thính giả hay khán giả truyền hình quan tâm.

Hơn nữa, nếu anh ta có năng khiếu diễn đạt thì càng tốt – tài năng đó sẽ nhanh chóng được thừa nhận. Nhưng điều người ta đòi hỏi trước hết ở một nhà báo là, cùng với sự nhạy bén tin tức, anh ta phải có khả năng truyền đạt tin tức đó một cách ngắn gọn và dễ hiểu đối với tất cả mọi người. Vì vậy, hãy tìm cách diễn đạt một cách đơn giản và rõ ràng nhất thông tin chính của bạn. Mỗi bài báo chứa đựng một thông điệp, mỗi dòng chứa đựng một thông tin.

• **Viết đúng chính tả.** Chính tả là một thứ luật nghiêm ngặt và logic như... Luật giao thông vậy. Bản thân các từ ngữ vốn có diện mạo riêng và đã được độc giả thừa nhận từ lâu. Lỗi chính tả làm sai lệch ý nghĩa của câu chuyện. Mắc nhiều lỗi chính tả sẽ khiến người đọc nghi ngờ học lực của tác giả cũng như chất lượng của thông tin.

• **Chú ý về cú pháp.** Trong tiếng Pháp, cấu trúc thông thường (chủ ngữ – động từ – bổ ngữ) là cấu trúc dễ hiểu nhất và dễ “hấp thụ” nhất. Đôi khi thay đổi cấu trúc cũng gây được sự thích thú cần

thiết. Nhưng lạm dụng những cấu trúc bất ngờ sẽ gây khó khăn cho việc tiếp nhận thông tin.

- **Hãy viết những câu ngắn.** Kinh nghiệm đọc và nhớ cho thấy với một câu trung bình (từ 20 đến 30 từ), độc giả tiếp nhận phần nửa sau kém hơn phần trước. Quá 40 từ người đọc sẽ quên mất phần lớn câu viết. Như vậy là đủ để phê phán những câu dài tới 50, 60 từ hoặc hơn thế trong báo viết. Người ta đọc báo không giống như đọc một tác phẩm của Proust. Nếu mỗi câu, độc giả cứ phải đọc đi đọc lại mới hiểu thì phản xạ thông thường của người ta là bỏ dở. Nhưng không phải vì thế mà người đọc chấp nhận lối viết cụt lùn, mỗi câu chưa đến 10 từ mà một số nhà báo ưa dùng vì nó cũng khiến họ mệt mỏi. Nên có sự kết hợp giữa những câu rất ngắn với những câu dài hơn. Nhưng 40 từ là một giới hạn.

Dùng từ dễ hiểu

Mỗi từ không thông dụng là một trở ngại đối với độc giả, thính giả cũng như khán giả truyền hình. Nếu những trở ngại này xuất hiện thường xuyên ở mỗi câu, họ sẽ bỏ đi hoặc quay lưng lại với bài báo. Tìm cách giải thích mọi từ ngữ có thể khiến người đọc hiểu sai; sử dụng những từ thông dụng hàng ngày thay vì những từ cao siêu; giải thích những từ viết tắt chữ đầu; so sánh một con số với một độ lớn đã biết là những phản xạ sơ đẳng và không thể thiếu của nhà báo.

Sử dụng một từ đơn giản không có nghĩa là mất đi sự chính xác. Một từ kỹ thuật, một khi đã được giải thích, sẽ tránh cho ta khỏi phải dùng những từ vòng vo, na ná.

Ilây cảnh giác với những từ ngữ thời thượng. Chắc chắn bạn sẽ được giới trẻ coi là “sành điệu”, nhưng bạn cũng sẽ có nguy cơ mất đi một bộ phận độc giả.

Một nguyên tắc vàng trong mọi trường hợp đó là *không bao giờ sử dụng một từ mà chính người sử dụng không thật hiểu.*

NHỮNG NGUYÊN TẮC CHẤM CÂU

- **Dấu phẩy** được dùng ở trong một câu, để dừng lại một chút giữa những thành phần không gắn liền với nhau bằng các từ nối hoặc các liên từ. Dấu phẩy cũng dùng để tách những từ trong câu có cùng vai trò ngữ pháp và đặc biệt trong những trường hợp liệt kê.

- **Dấu chấm phẩy** để dừng lâu hơn giữa hai thành phần của câu cùng loại và tương đối dài. Dấu này khiến câu bị kéo dài, khó đọc. Do đó các nhà báo thường có xu hướng thay dấu chấm phẩy bằng dấu chấm. Tác dụng chính của dấu chấm phẩy là tách biệt những phần liệt kê khác hẳn nhau.

- **Dấu hai chấm** được sử dụng để:

- Đưa xen vào những lời nói của một nhân vật, hoặc một trích dẫn;

- Trước một sự liệt kê;
- Đưa vào một giải thích, một ví dụ và một sự mô tả;
- Trình bày một cách súc tích những kết luận, suy diễn, hay tổng hợp vấn đề nêu trước đó.

• **Dấu chấm hỏi** dùng để kết thúc các câu thể hiện một câu hỏi trực tiếp. Người ta không đặt dấu chấm hỏi sau một câu hỏi gián tiếp. Ví dụ:

“Anh ấy đã hỏi tôi rằng liệu tôi có tin điều đó không.”

• **Dấu chấm than** kết thúc các câu biểu thị sự ngạc nhiên, thán phục, sự an ủi và sự phẫn nộ. Nó thường được dùng với những từ cảm thán như: *Này! A!*, những hô ngữ, những mệnh lệnh mà qua đó người ta muốn nhấn mạnh như: *“Lại gần đây!”*.

Tránh lạm dụng những dấu chấm than vì nó sẽ làm giảm đi ý nghĩa mà người ta muốn thể hiện và thường chứng tỏ một sự kém cỏi không diễn đạt được ý nghĩ của mình bằng ngôn từ.

• **Dấu chấm lửng** kết thúc hoặc bỏ lửng một câu còn dở dang vì một lý do nào đó (ngập ngừng, do dự, đổi ý, xúc động, mĩa mai, ẩn ý, tiếp tục ý nghĩ một cách kín đáo...). Không bao giờ đánh quá ba dấu chấm (...), và thường người ta viết v.v., trong trường hợp này không đánh dấu chấm lửng nữa.

• **Dấu ngoặc kép** được sử dụng trong những trường hợp:

- Trích những lời dẫn và những lời nói được sử

- dụng nguyên văn trong bài báo;
- Những từ hoặc cụm từ mà tác giả không muốn chịu trách nhiệm. Ví dụ: *Theo ông ta, R là “một kẻ điên khùng”*;
 - Những từ mới, những từ hoặc cụm từ mà người ta muốn chỉ rõ đây là những từ nói lỏng, ít người biết đến, từ kỹ thuật hoặc những nghĩa ít dùng.

Một vài trường hợp đặc biệt:

* Trong một trích dẫn gồm nhiều đoạn, người ta mở ngoặc kép khi bắt đầu xuống dòng và đóng lại chỉ một lần ở đoạn cuối cùng;

* Trong một cuộc hội thoại, người ta mở ngoặc kép trước lời dẫn đầu tiên và đóng lại sau lời dẫn cuối cùng. Mỗi lần thay đổi người nói, ta xuống dòng và gạch đầu dòng;

* Trong trường hợp dẫn lời, khi tác giả muốn thêm một câu gì đó vào lời dẫn thì phải đóng ngoặc rồi sau đó mở lại. Tuy nhiên khi lời chêm vào rất ngắn như: anh ta nói, cô ta trả lời, thì chỉ cần đơn giản đặt vào giữa hai dấu phẩy;

* Để kết thúc một đoạn đối thoại đặt trong ngoặc kép được tách riêng, người ta đặt dấu câu trước khi đóng ngoặc kép. Ví dụ: Ông đã hỏi tôi: “Ngài làm gì ở đây?” Tôi đáp: “Tôi đợi ông.” Ở những trường hợp khác, dấu chấm được đặt sau ngoặc kép cuối cùng. Ví dụ: *Thế là hết những “trại hè đẹp đẽ”.*

Trên đài phát thanh và truyền hình, với những

lời dẫn ngắn, người ta nêu tên tác giả rồi đọc nhấn rõ những từ trích dẫn. Đối với một câu trích dẫn dài hơn, người ta sẽ lưu ý khi mở đầu và khi kết thúc bằng những câu: *“Tôi xin trích dẫn”* và *“Hết lời dẫn”*.

- **Dấu ngoặc đơn** tách một từ hoặc một câu không cần thiết lắm trong nghĩa chung của câu, nhưng nó cung cấp một ý nghĩa chính xác, một sự giải thích hay nhắc lại làm cho người ta hiểu hơn.

- **Dấu ngoặc vuông** là những dấu ngoặc đơn được tăng cường. Trong báo chí, người ta thường sử dụng nó để tách biệt những lời bình luận ngắn của tòa soạn sau một thông tin hoặc thư bạn đọc...

Dấu ngoặc đơn và dấu ngoặc vuông cũng được sử dụng để khoanh lại những dấu chấm lửng, trong một trích dẫn, thay cho một đoạn mà ta thấy không nên nhắc lại. Chẳng hạn: *“Không phải chúng tôi đã bỏ rơi anh ta [...], chính anh ta đã xa lánh chúng tôi.”*

- **Dấu gạch nối**, trái với những dấu ngoặc đơn (thu nhỏ vấn đề) được dùng để tôn thêm giá trị của từ hoặc của đoạn văn đặt trong các dấu này. Ví dụ: *“Suy cho cùng – tôi tin là như vậy – họ không có bất cứ bằng chứng nào”*.

Khi dấu gạch nối thứ hai rơi vào cuối câu, người ta bỏ nó đi và đánh dấu chấm. Ví dụ: *“Suy cho cùng, họ không có bất cứ bằng chứng nào – tôi tin là như vậy.”*

Dấu gạch nối đặt ở đầu dòng được sử dụng để lưu ý sự thay đổi người nói trong một đối thoại, và để đánh dấu những phần nêu trong một bảng liệt kê.

Chú ý: Dấu gạch nối không bao giờ thay thế dấu chấm.

- **Xuống dòng** đánh dấu một điểm dừng lâu hơn dấu chấm, sau khi đã phát triển một nhóm những ý tưởng hoặc thông tin. “Xuống dòng” là một phương tiện hiệu quả giúp cho độc giả lấy lại hơi và lưu ý tới những kết nối của sự phát triển bài báo.
- **Hoa thị (*) hoặc ghi chú (1)** dùng để giải thích làm rõ nghĩa hơn, thường in với khổ chữ nhỏ hơn ở dưới cột hoặc cuối bài báo. Nội dung ghi chú nhằm giúp độc giả hiểu tỉ mỉ hơn về một chi tiết trong câu, nêu rõ nguồn gốc của một trích dẫn hoặc chuyển tới những nguồn trích dẫn khác... Nên sử dụng hoa thị (*) hoặc ghi chú (1) một cách hạn chế.

LUẬT XA GẦN

Mỗi độc giả quan tâm trước hết đến những gì liên quan đến họ, diễn ra ở gần họ. Đó là điều mà trong nghề báo, người ta quan niệm, phần nào đó mang tính nghiêm túc, là "luật xa gần".

Luật xa gần biểu hiện dưới những khía cạnh khác nhau.

- **Xa, gần về thời gian.** Một thông tin có điểm chung với món cá và món xa lát, đó là càng tươi càng hấp dẫn. Tuy nhiên, trong lĩnh vực thông tin, tương lai gần thường được quan tâm hơn quá khứ gần. Còn quá khứ xa thì bị xếp cuối cùng. Vậy mà, thói quen "vào đề" thường khiến tác giả bắt đầu bài báo bằng một câu nhắc lại quá khứ xa xôi. Nhiều người đọc bài báo của bạn về hạn hán sẽ bỏ rơi bạn nếu trước tiên bạn nhồi cho họ một bản liệt kê những lần hạn hán lớn trên thế giới. Tất nhiên, sẽ có những người hài lòng khi bạn nhắc lại đợt hạn hán năm 1976 mà họ đã từng chứng kiến. Nhưng đừng quên rằng, đối với một số đông độc giả của bạn, năm 1976 đã là chuyện lịch sử cũ kỹ rồi. Hướng hồ năm 1932 hay 1894... Những yếu tố thông tin này có thể có mặt trong phần bổ sung, được đóng khung, nhắc lại những đợt hạn hán nổi tiếng trong lịch sử – nhưng tuyệt đối không được coi chúng là thông tin chính trong bài báo của bạn.

- **Xa, gần về không gian.** Một chiếc xe hơi đâm vào một cửa hàng ở góc phố. Cả phố nói về chuyện này. Nhưng ở cách xa đó năm trăm mét, tin này chẳng làm ai quan tâm.

Một tai nạn làm 5 người chết ở Perpignan sẽ được đưa ngay trên trang nhất tờ báo địa phương, sẽ là một tin ngắn có tit ở Toulouse, một tin vắn ở Paris và ở Lille, nhưng không

thành tin ở Bruxelles. Một thảm họa làm 50 người chết ở Italia sẽ là những tit lớn trên các tờ báo ở châu Âu. Nhưng 50 người chết ở Ấn Độ sẽ chỉ được đăng chục dòng. Đó chính là điều mà các nhà báo gọi là nguyên tắc: người chết/km. Sự "gần, xa" về mặt địa lý là một trong những yếu tố chính đánh giá tầm quan trọng của một tin tức.

• **Xa, gần về mặt xã hội.** Năm người chết trong một tai nạn ở Perpignan, tin này sẽ không có mặt trên tờ *Le Soir de Bruxelles* trừ phi có một nạn nhân là người Bỉ. Tin vẫn sẽ trở thành một bài báo nếu như người Bỉ này là một diễn viên kịch nổi tiếng của Nhà hát Monnaie và sẽ là một bài quan trọng đăng trên trang nhất nếu nạn nhân lại là một Thị trưởng ở Liege.

Yếu tố "gần, xa" về mặt xã hội này đã "điều chỉnh" các thông tin trong tất cả các báo. Trong một tờ báo của Pháp, tất cả những gì động chạm đến nước Pháp đều được chú ý và được xem xét mặc dù cách xa về mặt địa lý và thời gian. Kể cả sau ba ngày, thông báo về một người Pháp bị bắt cóc ở Beyrouth cũng có thể là một tin nổi bật. Cũng như vậy, một tờ báo tôn giáo đưa tất cả những gì liên quan tới tôn giáo (nhất là tôn giáo của họ), hoặc một tờ báo dành cho những người yêu thích nhạc jazz, đưa tất cả những gì liên quan đến Amstrong, cho dù đó là tin cũ...

Điều gì tương đồng với độc giả được coi là gần về mặt xã hội: quốc tịch, những mối liên hệ địa phương, khu vực, sở thích đối với một lĩnh vực đặc biệt, nghề nghiệp...

• **Xa, gần về mặt cảm xúc hoặc lợi ích con người.** Cần đặt một cái tên cho “trục” này của luật xa gần vì nó gắn liền một cách sâu sắc đến bản tính, bản năng sống của mỗi con người như cuộc sống và cái chết, sự đau khổ, sức khỏe, tình dục, ma túy, an ninh, bạo lực, dinh dưỡng, sự giàu có, hạnh phúc, ước mơ...

Một số báo khai thác những chuyên mục, đôi khi sẵn sàng về đời tư, những chuyện đổ máu hay đường tình duyên của các công chúa. Nếu không đi quá đà thì việc sử dụng đòn bẩy của luật xa gần về tình cảm để thu hút sự chú ý của độc giả và đưa họ tới chỗ suy nghĩ sâu sắc về vấn đề đã được nêu ra, là điều hoàn toàn chính đáng.

Người ta còn có thể tách ra những trục khác của luật xa gần, chẳng hạn:

• **Sự nổi tiếng.**

Nếu bạn bị cảm cúm thì có lẽ không một ai quan tâm, nhưng nếu điều đó xảy ra với Tổng thống thì đó lại là một thông tin. Ông Duran rời Saint-Tropez, đó không phải là một tin nhưng nếu là Brigitte Bardot thì ta có thể được nghe nói tới.

• **Sự hiếm lạ.**

Một con chó cắn một giám mục không phải là một tin. Một giám mục cắn một con chó thì đó lại là tin... Một số tin được truyền đi khắp thế giới không phải vì chúng quan trọng mà vì chúng kỳ quặc, phi lý. Con người vốn tò mò, thích những điều lạ và cũng thích cười.

Chương II

TRÌNH BÀY TỜ BÁO

Không một độc giả nào có thể đọc toàn bộ tờ báo. Ngày nay, để đọc tất cả các bài trong một tờ nhật báo độc giả phải mất từ ba đến tám tiếng đồng hồ. Những cuốn tạp chí lớn đòi hỏi một khoảng thời gian từ mười đến hai mươi tiếng mới đọc hết được.

Người Pháp thường dành 20 phút để đọc nhật báo, một tiếng đồng hồ cho các tờ tạp chí tin tức. Trong khoảng thời gian ngắn như vậy, độc giả chỉ có thể đọc được một phần nhỏ những gì tờ báo dành cho họ. Nhưng nếu là một tờ báo được trình bày tốt thì độc giả có thể biết được toàn bộ nội dung và lựa chọn nhanh một vài bài báo để đọc một phần hay cả bài.

SẮP XẾP SAO CHO DỄ ĐỌC

Tờ báo phải được trình bày sao cho thời gian đọc đạt được hiệu quả nhất.

Các bài báo được xếp vào những chuyên mục

(kinh tế, thể thao, văn hóa) người ta thường tìm thấy ở cùng một vị trí, với cùng một kiểu trình bày trong mỗi số. Trong một tờ nhật báo địa phương, người đọc có thể tìm thấy những tin tức trong vùng chỉ sau vài giây.

Mức độ quan trọng tương đối của các vấn đề được chỉ rõ bằng sự chọn lựa (trang nhất, tin tóm lược) và, ở bên trong chuyên mục, cỡ chữ, độ đậm nhạt, thưa dày của tít, vị trí cột báo và vị trí bài báo trên trang báo.

Bài báo phải được trình bày để thông tin nhanh, và giúp người đọc lựa chọn dễ dàng. Tất cả các bài báo phải có tít để thu hút sự chú ý, hướng dẫn về nội dung của bài báo và kích thích sự tò mò. Những bài báo dài phải có chapô¹ để thu hút độc giả bằng cách tóm tắt nội dung hoặc đưa ra một cái nhìn bao quát.

Như vậy, chỉ vài phút đọc lướt các tít tin, bài trong tờ báo, cũng như là liếc qua thực đơn trong một quán ăn, độc giả biết được tất cả những gì dành cho mình. Sau đó anh ta sẽ đặt món ăn tùy theo sự tò mò và thời gian mà anh ta có.

Giúp độc giả lựa chọn tin, bài để đọc một cách dễ dàng là một trong những chức năng chính của việc lên trang. Đó là công việc của thư ký tòa soạn. Nhưng người biên tập phải chuẩn bị sắp xếp bài

¹ Nguyên từ tiếng Pháp là Chapeau: phần tóm tắt hoặc bao quát nội dung bài báo (B.T).

báo của anh ta một cách kỹ lưỡng nhất. Một bài báo nêu bật được thông tin chủ yếu, viết bằng một ngôn ngữ giản dị và sáng sủa, cũng mới chỉ là một “bán thành phẩm”. Nếu được trình bày một cách khô khan, bài báo ít có cơ may thu hút được sự chú ý của độc giả.

Độc giả, khi lướt mắt trên trang báo, thường chú ý trước tiên đến những bài ngắn nhất và được trình bày rõ ràng: các tit chính, tit phụ, phần chú giải, các minh họa, phần đóng khung (box), tit mỗi đoạn. Nếu bài báo dài, họ sẽ ngại đọc trước khi nhận thấy bài báo thú vị: đó là vai trò của chapô hoặc chapô gây chú ý và trong một chừng mực nào đó, của phần nhập đề và phần kết. Tất cả những yếu tố này góp phần vào việc trình bày bài báo.

TÍT CHO CÁC BÀI BÁO

Giống như biển hiệu của một thương nhân hay biển báo giao thông, tit của bài báo có hai chức năng chính đó là thu hút sự chú ý và chuyển tải một thông điệp. Song nếu như tất cả những người làm bánh có thể chỉ cần thông báo “cửa hàng bánh mì” và các biển báo giao thông có chung một cách lưu ý về nơi gần trường học thì các tit bài báo phải luôn khác nhau, luôn luôn “mới”, cho dù là tin thời sự được nhắc lại.

Để thu hút sự chú ý, tit phải ngắn. Để giữ được ấn tượng thì tit phải độc đáo.

Tóm tắt thông tin một cách vừa cô đọng lại vừa

độc đáo trong một số từ ít nhất có thể, đó là tất cả sự khó khăn của việc đặt tít.

Tít thông báo

Mang đến cho độc giả, khán giả và thính giả phần chủ yếu của thông tin. Phần lớn các tít của tin, bài trong các tờ nhật báo, các bài báo nói và báo hình đều thuộc loại này.

Hãy so sánh ba tít có thể xuất hiện trong một tờ nhật báo địa phương:

1. TAI NẠN GÂY CHẾT NGƯỜI
2. Ở SAINT-PIERRE-DU-MONT, MỘT NGƯỜI THỢ LỘP NHÀ MUỐN TIẾP TỤC CÔNG VIỆC BẤT CHẤP CƠN GIÔNG, VÀ ĐÃ CHẾT VÌ RƠI TỪ MÁI NHÀ XUỐNG
3. MỘT NGƯỜI THỢ NGÃ TỪ MÁI NHÀ XUỐNG BỊ THIẾT MẠNG

Tít đầu tiên ngắn. Đó là ưu điểm duy nhất. Nhưng nó nhạt nhẽo và không cụ thể. Ngày nào cũng vậy, các tờ nhật báo đều đưa nhiều tin về tai nạn gây chết người. Tít này có thể đặt ở bất cứ một tin nào, vì vậy nó chưa đạt. Tít thứ hai chính xác và đầy đủ. Nó trả lời tất cả các câu hỏi mà người ta có thể đặt ra cho một thông tin: *Ở đâu? Ai? Cái gì? Như thế nào? Tại sao?* (trong nhật báo về nguyên tắc *Khi nào?* được mô tả là hôm qua). Tuy nhiên, tít này sẽ không ổn vì quá dài (gần 30 từ), người ta không thể liếc mắt một cái là có thể hiểu được. Thông tin chủ yếu - bị chìm trong những yếu tố thông tin phụ và quá dài: *"Ở Saint-Pierre-du-Mont", "một người thợ lợp nhà muốn tiếp tục công việc bất chấp cơn giông", "đã chết"* -

có thể nói một cách ngắn gọn hơn. Tít thứ ba đủ ngắn để đóng vai trò thông báo và đủ dài để đưa ra một thông tin chính. Tuy nhiên câu hỏi *Ở đâu?* bị né tránh: người ta đã lùi bước trước một cái tên quá dài của một địa danh... Hơn nữa, từ "*người thợ*" không rõ ràng: anh ta là một thợ mộc? Một thợ điện? Cuối cùng từ quan trọng nhất là "*bị chết*" lại đặt ở cuối tít.

Dưới đây là giải pháp:

Tít phụ trên: Ở Saint-Pierre-du-Mont

Tít: MỘT NGƯỜI THỢ LỘP NHÀ CHẾT

VÌ NGÃ TỪ MÁI NHÀ XUỐNG

Hãy so sánh lượng thông tin trong dòng đầu của tít nêu trên:

"*Một người thợ lợp nhà chết...*" với lượng thông tin của dòng đầu tiên của tít thứ ba: "*Một người thợ ngã từ...*".

Việc thêm vào một dòng phụ phía trên của tít cũng cho phép xác định được nơi xảy ra sự kiện mà không làm cho tít bị nặng nề.

Nếu bài báo được dành cho ba cột, tùy theo tình hình, người ta có thể thêm vào một tít phụ ở dưới:

Tít phụ dưới: Anh ta muốn tiếp tục công việc trong khi có giông

Tít phụ ở trên và ở dưới có chức năng làm cho tít của bài báo cụ thể và phong phú, đồng thời tách nó khỏi những yếu tố có thể kéo dài tít một cách không cần thiết. Sự kết hợp của ba thành phần (tít phụ trên, tít, tít phụ dưới) được gọi là bộ tít

(titraillle). Dù có sự kết hợp như thế nào chăng nữa, tít cũng phải luôn có khả năng đứng một mình. Nguyên tắc khắc khe của báo chí là mỗi ngày phải thông báo một cái mới: tít của bài báo phải tuân theo nguyên tắc này. Một sự việc diễn ra trong nhiều ngày, thậm chí nhiều tháng, đòi hỏi phải không ngừng thay đổi tít.

Khi sự việc mới xảy ra thì một vài từ đã có thể đủ:

LŨ LỤT Ở MIỀN ĐÔNG

Ngày hôm sau, không thể sử dụng lại tít này, thông tin phải phong phú hơn và cụ thể:

BA LÀNG Ở VÙNG HẠ SÔNG RHIN BỊ NGẬP NƯỚC

Sau một vài ngày, thông tin đã được nhiều người biết đến thì những từ quan trọng ban đầu sẽ đơn giản trở thành những từ xác định ở phần tít phụ trên.

Tít phụ: **Lũ lụt ở miền Đông**

Tít: **NHỮNG NGƯỜI TRỒNG TRỌT SẼ ĐƯỢC BÓI THƯỜNG**

Tít kích thích (hoặc tít – ấn tượng)

Tít kích thích ít mang tính thông tin hơn là muốn thể hiện một cách gây ấn tượng. Nó làm cho độc giả ngạc nhiên, tò mò và đôi khi gây cười. Tuy nhiên, kiểu tít này vẫn phải thể hiện một cách trung thực nội dung của bài báo.

Sau cái tít nổi tiếng “*Tôi tố cáo*” của Zola (thực ra, tít này do ông Clemenceau, chủ bút tờ *Aurore*, đặt cho bài báo của Zola), loại tít – ấn tượng từ lâu được dành cho các bài xã luận, tiểu luận, những bài

báo bày tỏ thái độ và mang tính luận chiến, cũng như cho những phóng sự dài. Ngay từ những năm 1960, loại tít này gần như hoàn toàn chiếm lĩnh các tờ tạp chí thời sự và giữ một vị trí quan trọng (đôi khi thái quá) trong các tờ nhật báo.

Ưu điểm của loại tít này là ngắn và gây ấn tượng (thường là từ ba đến năm từ). Nhược điểm của nó là ít thông tin. Chính vì vậy trong các tờ nhật báo nó luôn được kết hợp với các tít phụ (trên tít hoặc dưới tít) mang tính thông tin, và trong các tạp chí, với một chapô làm sáng tỏ tít đó.

Sự kết hợp này đặc biệt cần thiết khi tít kích thích được viết (một cách cố ý) theo kiểu mập mờ hoặc bí ẩn:

NHỮNG NGƯỜI DA ĐỎ Ở PARIS

Với tít này, người đọc chỉ có thể hiểu được nội dung của bài viết khi đọc tít phụ hoặc chapô. Hiện tất cả các báo đều rất chú trọng đến việc tìm tòi những tít hay. Được xử lý tốt, một tít có thể vừa mang tính thông tin vừa gây được hứng thú.

Một bài báo, nêu quan điểm rằng thời trang đã góp phần phục hồi sản xuất trong ngành công nghiệp mũ, có thể được đặt tít theo một cách nhằm chán:

HOẠT ĐỘNG TRỞ LẠI TRONG NGÀNH CÔNG NGHIỆP MŨ

Tít này thụ động, ít cụ thể và nó không trả lời được câu hỏi “Tại sao”. Với cùng một số lượng từ, người biên tập có thể dễ dàng tìm thấy một cái tít có nhiều thông tin và có sức biểu cảm hơn.

THỜI TRANG LÀM SỐNG LẠI NGÀNH CÔNG NGHIỆP MŨ

Nhưng với một chút tinh tế (bắt đầu bằng những từ chủ chốt “mỹ”, “công việc”), nên chuyển tit thông báo thành tit kích thích:

NGÀNH CÔNG NGHIỆP MŨ LẠI HOẠT ĐỘNG

Hay:

THỜI TRANG VỰC DÂY NGHỀ LÀM MŨ

Khi sử dụng hai tit này cần có một tit phụ có tính chất thông báo hoặc một chapô, in chữ đậm để tránh hiểu sai ý tác giả.

Ngay cả với một tờ báo nghiêm túc và trong một bài báo nghiêm túc, một chút hài hước cũng được hoan nghênh với điều kiện nó phải hoàn toàn được khống chế và đừng có bao giờ lạc lõng, phi lý.

Hãy tránh chơi chữ một cách dễ dãi, điều đã trở thành căn bệnh lây nhiễm thực sự trong báo chí từ vài năm nay. Trở lại với ví dụ ở trang 23-24 (một người thợ lợp nhà chết vì ngã từ mái xuống), trò chơi chữ ngớ ngẩn cần tránh là: **CÚ SÉT ĐÁNH**, một cái tit mà có thể một số nhà báo sẽ không ngần ngại đặt cho bài báo của họ, lấy cớ rằng tai nạn xảy ra trong một cơn giông. Với cái tit “Cú sét đánh” này, nó không chỉ gợi lên một tình huống buồn cười, khi trong thực tế lại là một thảm kịch, mà nó còn làm sai lệch thông tin vì tai nạn không phải là do cú sét gây nên. Trong mọi trường hợp, nhà báo không thể tự cho phép dàn xếp thực tế để có một cái tit “hay”...

Trước khi đưa các nhà du hành vào vũ trụ, người Mỹ đã đưa hai con khỉ vào trong quỹ đạo để nghiên cứu những phản ứng của chúng, một nhà báo đã viết tít cho sự kiện này *“Hai con khỉ sắp làm người trong vũ trụ”*. Một nhà báo khác đã đặt tên cho bức ảnh tấm thường của mình chụp một bể bơi đầy người lúc trời nóng nực: *“Bị dồn ép trong một chút nước nóng”*. Thật là một lời dẫn tời.

Cũng như tít *“Tôi tố cáo”* của Zola-Clemenceau, một vài tít lớn khác đã đi vào lịch sử. Mọi người đều cho là tướng De Gaulle đã nói trước một cuộc trưng cầu ý dân: *“Hoặc tôi hoặc sự hỗn loạn”*. Một nhầm lẫn: đó là cái tít của tờ *Combat* tóm tắt một bài phát biểu của ông ta. Một sự cô đọng thực hơn cả thực tế.

CHAPÔ

Nhằm mục đích tiết kiệm thời gian của độc giả và làm cho họ dễ lựa chọn hơn. Nói chung, nó được xuất hiện ngay ở dưới tít và đứng riêng.

Chapô thông tin tóm tắt cho độc giả những thông tin (thông điệp chủ yếu) sẽ được phát triển sau đó trong bài báo.

Chapô gây hứng thú, có thể so sánh với phần quảng cáo cho một bộ phim, nêu rõ chủ đề của bài báo và giới thiệu một vài ý tứ khiến độc giả tò mò.

Hai chức năng này có thể kết hợp với nhau một cách hoàn hảo: Chapô nêu ra một phần những

thông tin và kết thúc bằng một câu gợi trí tò mò ở độc giả, khiến độc giả muốn đọc tiếp.

Nhìn chung, người ta viết chapô khi bài báo dài từ 2 hoặc 3 trang trở lên (hơn 3000 ký tự). Độ dài của nó tỷ lệ với bài báo, khoảng 1/10. Chapô phải khái quát bài báo song không vì thế mà làm cho bài báo bị lu mờ...

Chapô chẳng qua chỉ là một phần tóm tắt hoặc bao quát nội dung bài báo – phần nào giống như tủ kính trưng bày hàng so với cả cửa hàng. Tất cả những gì viết trong chapô, ta sẽ thấy lại một cách chi tiết trong bài viết sau đó. Trong mọi trường hợp, chapô không thể được coi là đoạn đầu tiên của bài báo: đó là một phần đứng riêng, được viết sau bài báo.

Tuy nhiên, trong một số trường hợp đặc biệt, chapô không phải là ánh phản chiếu của bài báo, mà đóng vai trò mở bài.

Chapô cập nhật thông tin. Có những yếu tố mới xuất hiện sau khi bạn đã viết bài báo: chapô cập nhật thông tin cho phép đề cập đến những thông tin này mà không động chạm tới bài báo.

Chapô giới thiệu. Được đặt trên bài báo khi bạn muốn giải thích những lý do khiến bạn viết bài báo đó hoặc giới thiệu tác giả của bài báo hay người được phỏng vấn.

Chapô nhắc lại. Khi bạn đăng một bài điều tra, phóng sự làm hai hoặc nhiều phần thì trước mỗi phần mới cần có một chapô tóm tắt nội dung của

chương trước hoặc các chương trước, giống như người ta vẫn làm với những truyện dài đăng nhiều kỳ.

CHAPÔ GÂY CHÚ Ý

Chapô gây chú ý (accroche) là một biến thể của chapô, được sử dụng tùy theo cách của từng tờ báo. Nó phân biệt với chapô bằng chữ in đậm hơn và có thể khác về vị trí. Dài hơn một tí phụ, nó có thể thay thế các tí này để vừa giải thích cho tí vừa làm chapô cho bài báo.

Nói chung, văn phong của chapô gây chú ý mạnh mẽ hơn văn phong của chapô thông thường vì mục đích của nó là gây bất ngờ, ngạc nhiên và gợi sự tò mò của độc giả.

Chapô gây chú ý đôi khi là một câu trong bài báo, hoặc một trích dẫn được trình bày nổi bật (chẳng hạn bằng cách đóng khung) giữa phần thân bài hoặc ở đầu phần tiếp theo (trên trang khác).

Ở một vài tờ báo, người ta gọi chapô gây chú ý là “chapô tách rời”, đặt dưới chapô nhắc lại, trong phần tóm lược của một số báo.

TÍT XEN GIỮA

Được cài đặt theo những khoảng cách đều nhau, tit xen giữa phần nào giống như những cửa sổ cho phép độc giả nhìn lướt qua đó thấy nội dung bài báo. Đó là một số từ trích từ bài báo và được làm nổi bật bằng kiểu cách in.

Tít xen giữa không phải lời tóm tắt các đoạn tiếp theo vì chức năng của nó thuần túy có tính chất kích thích. Nó có thể là:

- Một trích dẫn ngắn (*"Đôi khi, tôi thấy sợ"*);
- Một hình ảnh (*Cái đầu gỗ*);
- Một con số gây ấn tượng (*Bốn quả trứng trong một giây*);
- Một câu ngạn ngữ (*Con kiến và con voi*)..

Tất cả những gì cụ thể, có hình ảnh, gây ấn tượng, đều làm nên những tít xen giữa hay ngược lại, cần tránh những câu trừu tượng và những câu đặt vào chỗ nào cũng được, chẳng hạn *"Những vấn đề khó khăn"*, *"Tình hình hiện nay"*.

Tốt nhất là đặt tít xen giữa sau khi đã trình bày và đọc lại toàn bộ bài báo.

Cần tránh lặp lại cùng một câu giữa tít xen giữa và tít, giữa tít xen giữa và chú thích.

MỞ ĐẦU VÀ KẾT THÚC

Đoạn đầu và cuối của bài báo được coi như là một phần trình bày. Người ta thường có thói quen bắt đầu bài báo bằng một hoặc hai đoạn mở đầu chung chung nhưng khi đọc lại nó tỏ ra vô nghĩa. Nó chỉ có tác dụng "hâm nóng ngòi bút", nhưng làm chậm việc đi ngay vào đề. Vì vậy bỏ nó đi thì tốt hơn.

Cũng như vậy, cuối bài báo thường là một câu kết luận "kéo thêm dòng thêm chữ" (để thêm tiền nhuận bút) và hoàn toàn thừa mà ta nên bỏ.

HÃY ĐI NGAY VÀO ĐỀ!

Câu đầu tiên là câu quan trọng nhất trong bài báo của bạn. Nếu nó không làm cho người đọc ham muốn đọc sang câu thứ hai thì bài báo của bạn bị phá sản.

Bạn tìm câu mở đầu cho bài báo của bạn phải không?

- Hãy kể câu chuyện của bạn bằng ba câu ngắn.

Đó là một cách mở đầu.

- Hãy tự hỏi điều gì nổi bật trong câu chuyện của bạn.

Đó cũng là một cách mở đầu.

- Hãy viết những ý chính mà bạn muốn truyền đạt.

Một trong những ý đó là câu mở đầu của bạn.

Một nhà báo Mỹ, tác giả của một cuốn sách về nghề báo, đã nêu dẫn chứng sau đây:

"Tôi luôn thắc mắc muốn biết ở trong một chiếc hot dog (bánh mì kẹp xúc xích nóng) có gì. Bây giờ thì tôi đã biết, và tôi thấy thà không biết có lẽ tốt hơn".

Cam đoan là bạn sẽ đọc câu tiếp theo!

CÂU KẾT HAY NHẤT

Biết dừng lại cũng quan trọng gần như là biết khởi động. Bạn hãy biết rằng thời điểm đó đã đến khi ngòi bút hoặc máy chữ của bạn chuẩn bị viết câu: *"Nói tóm lại, người ta có thể kết luận rằng..."* hoặc *"Người ta có thể rút ra điều gì từ..."*. Độc giả sẽ không nhầm đâu: họ biết rằng bạn sắp sửa lặp lại câu cũ và họ sẽ bỏ rơi bạn.

Một câu kết hay phải tỏ ra hoàn toàn thích hợp và phải bắt ngờ một chút.

Nhưng câu kết đơn giản nhất chính là dấu chấm hết, khi bạn đã nói điều bạn muốn nói rồi!

Trong một bài báo ngắn có tính chất thông tin (không có chapô), câu mở đầu đơn giản nhất là thông tin chủ yếu – nó hầu như là tin vắn mà ta có thể viết nếu ta chỉ được dành cho vài dòng. Còn trong một bài dài thì thông tin chủ yếu này được nêu ngay ở phần vào đề. Để tránh một hiệu ứng lặp lại gây khó chịu, ta nên mở đầu bài báo dưới một góc hẹp, một “cận cảnh” về một điểm chi tiết gây ấn tượng để thu hút sự chú ý của độc giả và đưa họ vào vấn đề. Câu này có thể là:

- Một trích dẫn;
- Một hình ảnh độc đáo;
- Một sự so sánh;
- Một sự “minh họa”;
- Một sự khẳng định;
- Một giai thoại ngắn gọn và có ý nghĩa..

Cũng những “công thức” nêu trên hoàn toàn có thể sử dụng cho câu kết, và câu kết này phải là câu kết thúc bài báo của bạn để độc giả dừng lại chứ không phải là một kết luận mà họ có thể tự rút ra được.

Câu kết cũng tạo cơ hội mở rộng hơn các góc hẹp mà ta đã sử dụng trong bài báo, bằng cách phác họa – chỉ bằng một hoặc hai câu và không quá ham đi xa hơn nữa vào vấn đề – một khía cạnh khác của vấn đề, những câu hỏi, những giả thuyết và những triển vọng đã không được đề cập trong bài báo. Đôi khi, đó cũng là cơ hội để ta giảm nhẹ đi phần nào một thông điệp quá gay gắt.

CHÚ THÍCH

Thông thường việc chú thích ảnh được để cho một mình thư ký tòa soạn quyết định, và đôi khi một cách ngẫu hứng. Khi nhà báo tự cung cấp những ảnh minh họa cho bài báo của mình, anh ta phải gửi kèm theo bài báo tất cả những yếu tố cần thiết cho tòa soạn để biên tập một chú thích cụ thể và hấp dẫn, hoặc một chú thích do chính anh ta đề nghị.

Nên nhớ rằng ảnh minh họa và chú thích nằm ở tầm nhìn đầu tiên của bài báo. Thường là độc giả hay xem ảnh và đọc chú thích trước khi đọc bài báo. Vì vậy, chú thích phải mang những sự kiện thông tin cần thiết để độc giả hiểu được bức ảnh nói về ai, về cái gì, ở đâu, những nhân vật này là ai? Chúng ta cũng sử dụng chú thích để kích thích độc giả đọc ngay bài báo, bằng cách sử dụng cùng một kỹ thuật như đối với tit xen giữa. Thí dụ chú thích dưới chân dung một diễn giả:

Pierre Renard: “Không sao cả!”

Không sao cả về chuyện gì? Đó là điều độc giả sẽ biết khi đọc bài báo và gặp lại câu này trong đoạn viết có bối cảnh của nó. Trong mọi trường hợp, nên nhớ rằng một bức ảnh, dù đã sống động, sẽ sống động hơn nếu đăng với một chú thích, và một bức ảnh có phần tầm thường sẽ được cứu nguy bằng một chú thích hay.

Tuy nhiên, có thể không cần chú thích ảnh khi nó được kết hợp chặt chẽ với tit vì tit sẽ thay thế chú thích.

Điều gì cần thiết với chú thích một bức ảnh thì cũng cần thiết với một đồ họa, một biểu đồ, một bản đồ vốn luôn đòi hỏi phải có chú thích, dành cho những độc giả không định đọc cả bài báo. Do đó, ta có thể không ngần ngại nhắc lại trong chú thích những yếu tố thông tin được phát triển trong bài báo.

BÀI BỔ SUNG HOẶC BÀI TRONG BOX

Thường được gọi là bài trong box vì được trình bày với đường kẻ khung viền quanh, bài bổ sung là một bài ngắn (thường không đến một trang), gắn với bài chính, để làm cho bài chính thêm phong phú mà không bị nặng nề. Nó được trình bày riêng hoặc vì nó nằm ngoài góc nhìn của bài báo chính, hoặc vì nó là một phần cạnh tranh có thể kéo dài bài báo hoặc làm đứt mạch bài báo.

Ví dụ nó giới thiệu:

- Chân dung của một nhân vật trong bài báo;
- Một tư liệu;
- Những thống kê;
- Một tài liệu;
- Một cuộc phỏng vấn ngắn;
- Một phóng sự nhanh...

Đừng quên rằng với tư cách là một bài báo phụ, có thể do khung (box) bao quanh nó làm tăng thêm giá trị, bài báo phụ thường được đọc trước bài báo mà nó đi kèm, vì vậy bài báo phải độc lập và có thể hiểu được mà không cần thiết phải đọc cả bài báo chính.

Chương III

NHỮNG BÀI BÁO MANG TÍNH THÔNG TIN

Mọi bài viết được in trong một tờ báo, được một hãng thông tấn báo chí phát đi hoặc được đọc trên đài phát thanh, truyền hình đều gọi là bài báo. Tuy nhiên, từ tin vẫn thuật lại sự việc bằng một vài dòng, đến xã luận bày tỏ lập trường về một vấn đề thời sự, là cả một lô thể loại. Mặc dù, chúng không buộc phải tuân theo những niêm luật chặt chẽ như thể thơ *xonnê* hoặc *ba lát* trong thi ca, chúng vẫn có những đặc điểm phân biệt rõ rệt.

Trước hết, người ta phân biệt các bài mang tính thông tin – thuật lại những sự việc – với các bài bình luận – thiên về trình bày suy nghĩ.

Thực ra, sự phân biệt giữa hai thể loại này không rõ rệt lắm. Những bình luận có thể được gài vào trong những bài báo mang tính thông tin và ngược lại các sự việc có thể được thuật lại trong những bài bình luận, dù chỉ là để minh họa cho

phân tích hay biện hộ cho ý kiến được nêu ra.

Có một sự phân biệt khác giữa các bài báo mang tính thông tin với nhau:

- Tin vắn, tin ngắn có tí là những thể loại cơ bản mà nhà báo ngồi viết tại toà soạn dựa trên những thông tin chuyển về.

- Tường thuật, phóng sự, phỏng vấn, chân dung, điều tra là những thể loại chủ yếu mà nhà báo viết tại thực địa do chính anh ta thu thập thông tin.

CUNG CẤP THÔNG TIN

Tin nhanh thông tấn

Các tin nhanh thông tấn được biên tập và phát theo một trình tự phát triển dần, từ thông báo tin thô đến trình bày đầy đủ những tình huống của sự việc. Trình tự này phụ thuộc vào hoạt động của người đưa tin tại thực địa: người này phải thông báo ngay lập tức sự kiện xảy ra khi vừa được biết, rồi bổ sung tiếp những thông tin mà anh ta nắm được.

Tại tòa soạn, các biên tập viên xử lý lại các thông tin và nếu có thể, xâu chuỗi các tin tức phát về thành những bài báo hoàn chỉnh.

Dưới đây là thí dụ về trình tự thông báo một tin tức đặc biệt quan trọng, theo những ưu tiên do Hãng Thông tấn Pháp AFP áp dụng.

- **Tin cấp báo** (ưu tiên 1): thông báo đầu tiên bằng rất ít từ, có nguồn tin kèm theo, về một sự

kiện đặc biệt quan trọng.

Ví dụ:

DAMAS - HAFEZ AL-ASSAD TỪ TRẦN

(ĐÀI TRUYỀN HÌNH XYRI).

• **Tin khẩn** (ưu tiên 2, đôi khi là ưu tiên 1): đưa một thông tin rất quan trọng, dưới 30 từ, nhưng không phải để giải thích mà là để phát triển tin cấp báo.

Ví dụ:

DAMAS - TỔNG THỐNG XYRI HAFEZ AL-ASSAD ĐÃ TỪ TRẦN SÁNG THỨ BẢY (ĐÀI TRUYỀN HÌNH XYRI).

• **Tin nhanh** (ưu tiên 2): một tin phát nhanh, dưới 80 từ, nhưng không phải để giải thích mà là để phát triển một tin khẩn như trong trường hợp dưới đây.

Ví dụ:

XYRI - ASSAD TỪ TRẦN, TIN NHANH

TỔNG THỐNG XYRI ASSAD ĐÃ TỪ TRẦN (ĐÀI TRUYỀN HÌNH XYRI).

DAMAS, 10-6 (AFP) - ĐÀI TRUYỀN HÌNH CHÍNH THỨC CỦA XYRI THÔNG BÁO TỔNG THỐNG XYRI HAFEZ AL-ASSAD ĐÃ TỪ TRẦN SÁNG THỨ BẢY, THỌ 69 TUỔI.

• **Tin kết** (ưu tiên 4): một bài hoàn chỉnh cho biết tình huống cuối cùng của một sự kiện bằng cách đúc kết lại tất cả những thông tin đã phát trước đó. Có thể viết nhiều tin kết liên tiếp về một sự kiện lớn, như trường hợp sau đây:

Ví dụ:

mh/swo

XYRI-ASSAD-TỪ TRẦN, TIN KẾT

TỔNG THỐNG ASSAD TỪ TRẦN

DAMAS, 10-6 (AFP). ĐÀI TRUYỀN HÌNH CHÍNH THỨC CỦA XYRI THÔNG BÁO TỔNG THỐNG XYRI HAFEZ

AL-ASSAD ĐÃ TỪ TRẦN SÁNG THỨ BẢY, THỌ 69 TUỔI.

THEO PHÁT THANH VIÊN ĐÀI TRUYỀN HÌNH XYRI
“TỔNG THỐNG ASSAD ĐÃ QUA ĐỜI SÁNG NAY (THỨ
BẢY) SAU HƠN NỬA THẾ KỶ ĐẤU TRANH VÌ SỰ NGHIỆP
CỦA NGƯỜI ARẬP ĐỂ BẢO VỆ PHẨM GIÁ VÀ CÁC
QUYỀN CỦA HỌ”.

mh/swo/tp

XYRI – ASSAD – TỪ TRẦN, TIN KẾT 2

TỔNG THỐNG ASSAD TỪ TRẦN

DAMAS, 10-6 (AFP) – ĐÀI TRUYỀN HÌNH CHÍNH
THỨC CỦA XYRI THÔNG BÁO TỔNG THỐNG XYRI
HAFAZ AL-ASSAD ĐÃ TỪ TRẦN SÁNG THỨ BẢY, THỌ
69 TUỔI.

THEO PHÁT THANH VIÊN ĐÀI TRUYỀN HÌNH XYRI,
“TỔNG THỐNG ASSAD ĐÃ QUA ĐỜI SÁNG NAY (THỨ
BẢY) SAU HƠN NỬA THẾ KỶ ĐẤU TRANH VÌ SỰ NGHIỆP
CỦA NGƯỜI ARẬP ĐỂ BẢO VỆ PHẨM GIÁ VÀ CÁC
QUYỀN CỦA HỌ”.

SINH NGÀY 6-10-1930 TẠI QERDAHA, MỘT LÀNG
DUYÊN HẢI MIỀN BẮC XYRI, ÔNG ASSAD ĐÃ NĂM VẬN
MỆNH CỦA XYRI TỪ NĂM 1971.

HAJEZ AL-ASSAD ĐÃ CHẾT, BẢY NGÀY SAU MỘT
CUỘC HỌP BỘ CHỈ HUY KHU VỰC CỦA ĐẢNG BAAS DO
ÔNG LÃNH ĐẠO TỪ NĂM 1970 ĐÃ QUYẾT ĐỊNH ĐƯA
BACHAR, CON TRAI ÔNG, VÀO CẤP LÃNH ĐẠO CAO
CỦA ĐẢNG.

mh/tp

XYRI – ASSAD – TỪ TRẦN, TIN KẾT 3

TỔNG THỐNG ASSAD TỪ TRẦN

DAMAS, 10-6 (AFP) – ĐÀI TRUYỀN HÌNH CHÍNH
THỨC CỦA XYRI THÔNG BÁO TỔNG THỐNG XYRI
HAFAZ AL-ASSAD, MỘT TRONG SỐ NHỮNG NHÀ LÃNH
ĐẠO LỚN NHẤT CỦA THẾ GIỚI ARẬP, ĐÃ QUA ĐỜI
SÁNG THỨ BẢY, THỌ 69 TUỔI.

ĐỒNG THỜI, QUỐC HỘI XYRI HỌP VÀO THỨ BẢY SẼ SỬA ĐỔI HIẾN PHÁP NHẪM CHO PHÉP BẦU BACHAR AL-ASSAD, CON TRAI CỦA VỊ TỔNG THỐNG ĐÃ QUÁ CỐ, VÀO CHỨC TỔNG THỐNG. CHỦ TỊCH QUỐC HỘI ABDEL KADER KADDOURA CHO BIẾT NHƯ VẬY.

THEO PHÁT THANH VIÊN ĐÀI TRUYỀN HÌNH XYRI “TỔNG THỐNG ASSAD ĐÃ QUA ĐỜI SÁNG NAY (THỨ BẢY) SAU HƠN NỬA THẾ KỶ ĐẤU TRANH VÌ SỰ NGHIỆP CỦA NGƯỜI ARẬP ĐỂ BẢO VỆ PHẨM GIÁ VÀ CÁC QUYỀN CỦA HỌ”.

HAFEZ AL-ASSAD ĐÃ CHẾT, BẦY NGÀY SAU MỘT CUỘC HỌP BỘ CHỈ HUY KHU VỰC CỦA ĐẢNG BASS DO ÔNG LÃNH ĐẠO TỪ NĂM 1970 ĐÃ QUYẾT ĐỊNH ĐƯA CON TRAI ÔNG LÀ BACHAR, 38 TUỔI VÀO CẤP LÃNH ĐẠO CAO CỦA ĐẢNG.

NGUỒN TIN Y TẾ Ở DAMAS ĐÃ KHẲNG ĐỊNH RẰNG HAFEZ AL-ASSAD CHẾT VÀO LÚC GẦN BUỔI TRƯA DO TRUY TIM. VỀ PHẦN MÌNH, MỘT CHUYÊN GIA VỀ CÁC VẤN ĐỀ XYRI CHO BIẾT RÕ HAFEZ AL-ASSAD MẮC BỆNH TIỂU ĐƯỜNG GIAI ĐOẠN CUỐI KHIẾN ÔNG NHÌN VÀ ĐI LẠI KHÓ KHĂN.

Ở TÊHÊRAN, ĐẠI SỨ XYRI TẠI IRAN AHMAD AL-HASSAN NÓI TỔNG THỐNG XYRI CHẾT VÌ ĐỨT MẠCH MÁU NÃO.

CHỦ TỊCH QUỐC HỘI XYRI ĐÃ THÔNG BÁO TRƯỚC QUỐC HỘI TIN TỔNG THỐNG XYRI QUA ĐỜI VÀ ĐÁNH GIÁ ÔNG LÀ “MỘT CHÍNH KHÁCH KIỆT XUẤT HIỆN THÂN CHO NHỮNG HY VỌNG, SỰ ĐAU KHỔ VÀ LÒNG DỪNG CẢM CỦA DÂN TỘC”.

CHỦ TỊCH QUỐC HỘI XYRI TIN CHẮC RẰNG NHÂN DÂN SẼ VƯỢT QUA ĐƯỢC NỖI ĐAU MẤT MẤT NÀY “VỚI SỰ DỪNG CẢM VÀ KHÔN NGOAN (...) ĐỂ CÓ THỂ ĐƯƠNG ĐẦU VỚI NHỮNG NGUY HIỂM” VÀ HỨA SẼ “TIẾP TỤC CON ĐƯỜNG DO ASSAD VẠCH RA ĐỂ ĐẢM BẢO THẮNG

LỢI CHO NHÂN DÂN CHÚNG TA”.

TẠI LIBÂNG, NƠI XYRI TUNG LÀ CƯỜNG QUỐC THỐNG TRỊ TRƯỚC ĐÂY, ĐÀI TRUYỀN HÌNH CHÍNH THỨC VÀ CÁC ĐÀI TƯ NHÂN ĐÃ NGỪNG PHÁT CHƯƠNG TRÌNH NGÀY THỨ BẢY CỦA HỌ ĐỂ TRUYỀN TRỰC TIẾP BÀI BÌNH LUẬN CỦA ĐÀI TRUYỀN HÌNH XYRI THÔNG BÁO VỀ CÁI CHẾT CỦA TỔNG THỐNG XYRI.

TIẾP ĐÓ, CÁC ĐÀI NÀY ĐÃ HỦY CÁC CHƯƠNG TRÌNH THƯỜNG LỆ ĐỂ PHÁT NHỮNG BÀI TỤNG KINH CORAN HOẶC NHẠC TANG LỄ CỔ ĐIỂN.

SINH NGÀY 6-10-1930 TẠI QERDAHA, TRONG MỘT GIA ĐÌNH THUỘC SẮC TỘC ALAOUI TE VÀ THEO GIÁO PHÁI SIIT CHIẾM THIỂU SỐ, ASSAD ĐÃ NẮM VẬN MỆNH CỦA XYRI TỪ NĂM 1971.

ÔNG LÊN CẨM QUYỀN NHỜ MỘT CÚ ĐẢO CHÍNH NGÀY 13-11-1970 VÀ ĐƯỢC BẦU LÀM TỔNG THỐNG NƯỚC CỘNG HÒA BẰNG CUỘC BỎ PHIẾU PHỔ THÔNG NGÀY 22-3-1971, TRỞ THÀNH VỊ NGUYÊN THỦ QUỐC GIA ĐẦU TIÊN NGƯỜI ALAOUI TE.

ĐƯỢC BẦU LẠI VÀO CÁC NĂM 1978, 1985 VÀ 1991, ĐÃ TỬ LÂU ÔNG BỊ WASHINGTON NGHI NGỜ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN CHỦ NGHĨA KHỦNG BỐ VÀ ỦNG HỘ IRAN TRONG CUỘC CHIẾN TRANH IRAN-IRÁC.

• **Bài tổng hợp** (ưu tiên 4): tập hợp tất cả những khía cạnh của cùng một sự kiện. Có thể được cập nhật hóa một hay nhiều lần liên tiếp.

Tin vắn: không còn chỉ là để lấp chỗ trống

Tin vắn là một thông tin ngắn về một sự việc. Nó trả lời bằng một số từ tối thiểu các câu hỏi: Ai? Cái gì? Khi nào? Ở đâu?

- Và có thể trả lời các câu hỏi: Như thế nào? Tại sao?

- Tin vẫn không có tí;
- Những từ đầu tiên – làm chức năng của tí – phải được lựa chọn cân nhắc và có ý nghĩa.

MỘT SỰ VIỆC CÓ THỂ ĐƯA TIN BẰNG CÁC THỂ LOẠI KHÁC NHAU

Một bức tranh của danh họa Rembrandt ở bảo tàng thành phố bị đánh cắp. Ta có thể đưa tin sự việc này theo nhiều cách:

- Một tin vắn: chỉ thông báo vụ mất cắp trong ba hoặc bốn dòng;

- Một bài tường thuật: với những tuyên bố của thanh tra cảnh sát;

- Một bài phóng sự: tình trạng nhà bảo tàng sau vụ mất cắp, chỗ để trống, người gác cửa, những người ở quanh đó, các khách đến thăm bảo tàng...;

- Một bài phỏng vấn: với người quản lý bảo tàng;

- Một bài điều tra: bằng cách nào tên trộm đã có thể lấy đi bức tranh? Cách bố trí an ninh ra sao! Liệu có cần thay đổi? Làm thế nào để tránh bị mất cắp? Bảo tàng có đảm bảo an ninh không?...

- Những từ đầu tiên được lưu ý bằng cách in chữ đậm, chữ nghiêng hoặc chữ in hoa;

- Tin vắn được đánh dấu ở đầu tin bằng một ký hiệu: một gạch đầu dòng đơn giản hoặc (người ta có xu hướng thích dùng hơn) một “con rệp” (●□■○...);

- Tin vắn không dài quá năm hoặc sáu dòng, chỉ giới hạn trong một đoạn.

Một ví dụ về tin vắn tồi:

Trong đại hội hằng năm, họp ngày 27-11, Hội những người bạn của thiên nhiên Moutier đã đặc biệt thảo luận những biện pháp cần có sau khi khu trại của họ ở dèo Fourches bị thiêu hủy. Họ đã quyết định xây dựng lại trại này trong vòng hai năm tới.

Những từ đầu tiên không “đắt” (nhiều tin vẫn có thể bắt đầu cùng một cách như vậy). Thông tin chính và mới lại bị để ở cuối câu.

Tin này nên được viết lại như sau:

- ***Khu trại ở dèo Fourches sẽ được xây dựng lại trong vòng hai năm tới, theo quyết định của Hội những người bạn của thiên nhiên Moutier, trong đại hội họp ngày 27-11. Trại này đã bị thiêu hủy do một vụ cháy xảy ra hồi tháng 8 vừa qua.***

Một số tờ báo thường nêu rõ nguồn tin ở cuối thông tin, kể cả đối với tin vắn (hãng tin, thông cáo, thông tin viên).

Các tin vắn lâu nay bị dùng để lấp chỗ trống, giờ đây được dự kiến trong các makét và tập hợp lại dưới một đề mục (“tin vắn”, “tin vắn kinh tế”...). Khi đó người ta nói đến một chùm tin vắn. Đôi khi tin vắn cũng được sắp xếp tiếp sau một bài báo mà nó có mối liên hệ nào đó.

Tin ngắn: không có bình luận

Tin ngắn, giống như tin vắn ở chỗ là một thông tin ngắn gọn không có bình luận, nhưng nó có một tầm quan trọng và do đó được đặt tít riêng. Tin thường dài khoảng một cột báo và có thể được phát triển dài hơn một chút.

Trong khi tin vẫn nói chung chỉ trả lời các câu hỏi: Ai? Cái gì? Ở đâu? thì tin ngắn trả lời chi tiết hơn các câu hỏi: Như thế nào? và Tại sao? Do đó tin có thể dài trung bình vài ba đoạn, tuy nhiên hiếm khi dài quá hai mươi dòng.

Ví dụ:

Một người bán đồ kim hoàn ở Lyon bị giết trong một vụ cướp

Ông Raymond Jacquemier 60 tuổi, thợ kim hoàn ở Lyon, đã bị hai tên cướp trẻ tuổi bắn chết tối qua ngay trước khi ông đóng cửa hàng.

Ông Jacquemier lúc đó đang ở trong cửa hàng cùng

với vợ và cậu con trai 10 tuổi thì hai tên cướp, một nam, một nữ, khoảng 25 tuổi xông vào và ông đã tìm cách sử dụng vũ khí để chống lại chúng.

Khi ông đặt tay vào khẩu súng cỡ nhỏ giấu trong ngăn kéo thì bị một viên đạn bắn vào đầu và chết ngay.

Hai tên cướp đã trốn thoát.

Thường thì tin ngắn là một tin thông tấn được các báo đăng lại mà không thay đổi cấu trúc của nó. Nhưng phần lớn các báo đều viết lại tít và rất nhiều báo viết lại theo giọng văn của “bản báo”, nhưng giữ nguyên tính chất thông tin chặt chẽ.

Cũng như đối với các tin vắn, hiện nay người ta có xu hướng tập hợp các tin ngắn vào riêng một cột báo và còn gọi đó là chùm tin, được trình bày một cách hài hòa.

Biên soạn thông tin:

một sự đúc kết lại hoàn toàn

Biên soạn là viết lại các thông tin nhận được riêng lẻ thành một bài duy nhất. Những tin tức đó có thể đến từ cùng một nguồn (một hãng thông tấn) hoặc từ nhiều nguồn (các hãng thông tấn, các thông tín viên, các thông cáo...).

Cách biên soạn đơn giản nhất và thông thường nhất là ráp lại toàn bộ và trong một thể nhất quán, một chùm tin hoặc các bộ phận tin viết về cùng một sự kiện thời sự.

Cách biên soạn này thường được gọi là “lắp ráp”. Nói chung nó được tiến hành bằng những cú... kéo cắt để chỉ giữ lại những đoạn tin được cho là cần thiết, thích hợp với thông điệp cần truyền đạt và với khối lượng dành cho tin. Khi đó, nhà báo chỉ viết những câu chuyển tiếp cần thiết để đảm bảo tính đồng nhất của bài báo.

Biên soạn nói đúng ra là một sự xào xáo, viết lại hoàn toàn những thông tin có nguồn gốc khác nhau, chồng chéo nhau và đôi khi trái ngược nhau về một số điểm. Công việc này đòi hỏi một thái độ rất nghiêm túc, nhất là trong việc trích dẫn chính xác các nguồn tin.

Cho dù được biên soạn theo văn phong riêng hoặc văn phong của “bản báo”, tin viết lại này vẫn phải giữ nguyên tính chất thông tin và “trung lập”. Không kèm theo bất cứ lời bình luận nào, bất cứ

phán xét riêng nào khiến cho người đọc nghi ngờ toàn bộ những thông tin trong bài báo.

Nếu cần có một bình luận, nó sẽ được viết thành một bài báo riêng biệt và có ký tên. Nếu là lời bình ngắn nó có thể được trình bày trong dấu ngoặc vuông, ở cuối tin và trước lời bình cần ghi rõ LTS (Lời tòa soạn).

Một tin ngắn cũng có thể là một tin biên soạn rồi. Tuy nhiên, nói chung các tin biên soạn phức tạp và do đó dài hơn những tin ngắn: từ 20 đến 100 dòng, tùy theo mức độ quan trọng của đề tài. Nếu việc xử lý đầy đủ đòi hỏi phải hơn 100 dòng thì tốt nhất là hãy biên soạn thành hai hoặc nhiều bài, dưới những góc độ khác nhau, tạo ra bài phụ, và đóng khung. Cách xử lý một đề tài bằng nhiều bài báo được gọi là sự xé lẻ.

Nguồn

Việc xử lý một tin biên soạn phức tạp về một sự kiện quan trọng diễn ra cùng với thời gian mà người ta viết, khi không có mặt tại hiện trường là công việc hằng ngày đối với nhà báo. Công việc này đòi hỏi những phản xạ nhanh, một sự tập trung chú ý cao độ và một thái độ hết sức nghiêm túc.

• **Ai nói cái gì?** Một tai nạn đường sắt, một vụ bắt giữ con tin, vụ sát hại một nhân vật nổi tiếng, một cuộc đảo chính... đều có thể là đề tài cho những cơn mưa thông tin đôi khi trái ngược nhau và thường là phiến diện. Các nhà báo thông tấn là

những người chuyên nghiệp thận trọng và biết cân nhắc từng câu chữ. Khi có thể, họ sẽ nêu cụ thể nguồn tin:

“Ông P... đã tuyên bố...”, “Theo ông Tổng thư ký Hội...”. Khi không thể nêu tên người cung cấp thông tin, họ sẽ lưu ý mức độ đáng tin cậy của thông tin bằng một ngôn ngữ riêng cần được giải mã. Từ cách viết “Theo nguồn tin có thẩm quyền” đến “Theo những lời đồn đại” là cả một chuỗi dài những công thức viết mà sau đây là một số cách chủ yếu theo cấp độ chính thức và tin cậy giảm dần:

Theo nguồn tin chính thức...

Tin do người phát ngôn của một cơ quan nhà nước hay tổ chức tư nhân công bố chính thức.

Theo nguồn tin có thẩm quyền...

Tin do một quan chức chính thức phát ra, nhưng cơ quan mà ông ta đại diện không muốn (hoặc chưa muốn) công bố chính thức... tuy nhiên lại muốn tiết lộ.

Một cách không chính thức

Theo nguồn tin thân cận với...

Tin phát ra từ một hay nhiều quan chức không muốn tiết lộ danh tính, nhưng muốn thông tin lan truyền và họ có thể phủ nhận nếu tin đó không gây được tác động như dự tính.

Tin trong đám cộng sự của...

Tin trong các giới có liên quan...

Theo nguồn rất thạo tin...

Tin phát ra từ những người

Theo nguồn tin chắc chắn...

Theo nguồn thạo tin...

Theo nguồn tin thông thạo...

Theo nguồn nói chung thạo tin...

Trong các giới ngoại giao, chính trị, kinh tế, v.v..

Các nhà quan sát...

Phần lớn các nhà quan sát...

Nhiều nhà quan sát...

Một số nhà quan sát...

Theo các bằng chứng khớp nhau...

Theo một số nhân chứng...

rất thân cận với nguồn tin... nếu không muốn nói là chính nguồn tin đó. Công thức này thường được sử dụng để đưa những tin nhận được do sự thân tín.

Tin nhận được từ những người cung cấp tin có tư cách để thông báo. Nhà báo lưu ý mức độ tin cậy mà anh ta dành cho họ.

Khi đó là dư luận chung hoặc áp đảo trong các giới vừa nêu. Để giới hạn hơn nữa, nhà báo có thể viết “trong một số giới...” và bổ sung một vài chi tiết cụ thể cho phép người đọc xác định được phần nào danh tính của nguồn tin.

Trong các tin tức ở nước ngoài, thì 9 phần 10 các nhà “quan sát” này là nhà ngoại giao hoặc... những đồng nghiệp.

Nhà báo đã nhận được một số thông tin ít nhiều đáng tin cậy bên cạnh các nhân chứng trực tiếp.

*Theo một nhân chứng...
Những người dân nói là
đã nhìn thấy... (nghe
thấy..., khẳng định
rằng...)*

*Theo các hành khách
đến từ...*

Ở N... có tin đồn...

Theo những lời đồn đại...

Đó là những thông tin đã qua người thứ hai thường là trái ngược với các nguồn khác và phải tiếp nhận với sự thận trọng.

Bạn có thể tin tưởng vào các tin hiệu này mà các nhà báo thông tấn gửi tới các đồng nghiệp - những người sử dụng tin nhanh của họ. Không cần một lời bình luận rõ ràng nào, cũng bằng việc lựa chọn các động từ họ thường lưu ý độ tin cậy...hay nghi ngờ mà họ dành cho một thông tin. Hãy so sánh: “Ngài Bộ trưởng đã tuyên bố...” – “Ngài Bộ trưởng đã khẳng định...” – “Ngài Bộ trưởng đã tin là có thể khẳng định rằng...” – “Ngài Bộ trưởng đã hy vọng rằng...”. Với những người biết đọc, thông điệp thật rõ ràng.

NHỮNG BỐ CỤC KHÁC NHAU

Bố cục của một bài báo luôn được xây dựng xung quanh thông tin chính. Tuy nhiên người ta có thể đề xuất một loại hình sơ lược như sau:

- **Bố cục theo thứ tự thời gian** trình bày các sự việc theo diễn biến của chúng. Tuy xét về nhiều mặt, cách này dễ dàng nhất nhưng ít được sử dụng vì sự kiện thường đã được biết đến qua đài phát thanh hoặc truyền hình. Cho dù chapô hoặc câu vào đề hay đã tạo nên hiệu quả thông tin ngay từ đầu, việc thuật lại một câu chuyện mà người ta đã biết nội dung chủ yếu sẽ có nguy cơ khiến độc giả mất hứng thú. Tuy nhiên, người ta có thể sử dụng những ưu thế của bố cục theo thứ tự thời gian cho những sự kiện xảy ra đúng vào lúc sắp sửa đóng trang báo hoặc đóng bản tin.

- **Bố cục “flash back”** (hoặc quay trở lại) bắt đầu bằng sự việc xảy ra mới nhất hoặc những khả năng xảy ra của sự kiện rồi dần dần quay lại xuất xứ. Với phương pháp này, độc giả có cảm giác được đọc một thông tin cập nhật hơn và được nhắc lại xuất xứ để ghi nhớ. Kỹ thuật này đặc biệt thích hợp đối với các sự kiện mà hậu quả quan trọng hơn diễn biến. Chẳng hạn như một hoạt động chính trị lớn, cái chết của một nhân vật hàng đầu. Trong trường hợp này, sau khi quay lại xuất xứ và các sự kiện đã xảy ra, bố cục “flash back” kết thúc bằng sự kiện gần nhất đã được biết.

- **Bố cục theo “hình chóp ngược”** rất hay gặp trong các tin thông tấn. Các yếu tố thông tin được sắp xếp theo trình tự

giảm dần về mức độ quan trọng, sao cho các đoạn cuối có thể cắt bỏ khi cần thiết. Ngược lại, với phương pháp này, người ta luôn có thể thay một đoạn này bằng một đoạn khác hoặc thêm vào những đoạn mới khi có thêm những chi tiết mới mà không cần thay đổi toàn bộ bố cục. Tuy nhiên, hình thức biên soạn này có điều bất tiện là phần nào rời rạc, nhất là khi không được một người giàu kinh nghiệm xử lý. Mặc dù vậy nó tỏ ra là bố cục thích hợp nhất với các nhu cầu thông tin.

- **Bố cục theo kiểu “đồng hồ cát”,** là một biến thể của dạng bố cục trên và khác nhau ở chỗ về cuối bài người ta mới tung ra những thông tin quan trọng hơn để giữ sự chú ý của độc giả tập trung vào những hình ảnh, sự kiện gây ấn tượng.

- **Phải luôn thận trọng.** Trong những phút, những giờ tiếp theo sau một sự kiện gây chấn động, hàng ngàn người ba hoa và mặc dù không biết gì nhưng vẫn cứ giải thích, bình luận, thêu dệt và bịa đặt. Khi một thảm họa xảy ra, số người chết thay đổi từng giờ và theo từng nguồn tin. Trong một cuộc nổi dậy hoặc cuộc cách mạng, những lời đồn đại diên rồ nhất lại làm cho người ta có thể tin được. Để đối phó với tình trạng bất ổn định và không thể nắm bắt được này, vào giờ chuẩn bị đóng trang báo thì cần phải bình tĩnh, có khả năng phán đoán và trước hết là phải rất thận trọng. Đặc biệt đối với báo viết sẽ được đọc trong nhiều giờ nếu không muốn nói là nhiều ngày. Trong bối cảnh này,

nhà báo chỉ nên điểm lại các yếu tố thông tin mới nhất và nghiêm túc nhất..., đồng thời nêu rõ các nguồn tin và những mâu thuẫn. Tránh đưa ra kết luận và càng tránh dự đoán tình hình. Một vệ tinh chưa bao giờ được coi là tới quỹ đạo khi còn chưa nhận được thông báo chính thức.

Ngày 9 - 5 - 1927, tờ báo *La Presse* đã kể lại một cách chi tiết chuyến bay thử thành công đến New York của hai phi công Pháp Nungesser và Coli trong khi họ mới bị rơi xuống Đại Tây Dương. Sáu mươi năm năm sau, trong các tòa soạn người ta vẫn còn nhắc tới điều đó. Chuyện này cũng xảy ra với tờ *Người Paris* năm 1986 khi thông báo sớm trước một tháng tin ông Marcel Dassault qua đời.

Tin vắn, tin ngắn, tin biên soạn là công việc của các nhà báo tại phòng biên tập mà ngôn ngữ báo chí hiện đại gọi là “desk”: họ xử lý những tin tức nhận được từ bên ngoài. Trong 6 thể loại được trình bày sau đây gồm: tường thuật, phóng sự, phỏng vấn, chân dung, điều tra, tin ngoài lề, nhà báo phải tự mình đi săn tin tận gốc và viết bài dựa theo những ghi chép của mình. Cần phải biết rõ những đặc tính của 6 thể loại này vì nhiều đồng nghiệp của chúng ta vẫn còn chưa phân biệt rõ.

Tường thuật: sự làm chứng

Tường thuật chiếm một phần lớn công việc của các nhà báo “tại chỗ”, tức là các thông tin viên và phóng viên địa phương, cũng như chiếm một phần

quan trọng công việc của các nhà báo ở các tờ nhật báo, báo nói và báo hình. Đó là một thể loại hoàn toàn có tính chất thông tin nhằm cung cấp cho độc giả, thính giả hoặc khán giả những thông tin chủ yếu của sự kiện mà họ quan tâm.

Tường thuật không phải là một biên bản ghi lại tất cả các sự việc theo trình tự thời gian không cần lựa chọn. Đây là công việc dựng lại những thông tin được lựa chọn thích hợp với thông điệp chủ yếu mà nhà báo muốn truyền đạt.

Giống như phóng sự, tường thuật đòi hỏi nhà báo phải có mặt tại chỗ. Nhưng, ngược lại với bài phóng sự mang tính riêng tư và chủ quan, bài tường thuật phải được viết làm sao cho thật khách quan. Một chiếc máy ảnh, bản thân nó trung lập và khách quan, nhưng cách sử dụng nó lại không như vậy. Dù muốn hay không, cách lựa chọn các sự việc để đưa tin (hoặc để loại bỏ), tầm quan trọng dành cho sự việc cũng như cách thông báo sự việc đó đều phụ thuộc vào nhân cách của người chứng kiến. Do vậy, một nhà báo chí ít cũng phải là một nhân chứng trung thực.

Đòi hỏi đầu tiên của tường thuật là chỉ đưa các sự việc mà thôi, tất cả những sự việc mà nhà báo nhận thấy là quan trọng, mới mẻ và thú vị đối với công chúng của mình, đồng thời cố gắng kiềm chế đừng đưa ra những ý kiến và cảm tưởng của cá nhân mình. Cái quyền lựa chọn và phổ biến các tin

tức đã là khá lớn rồi nên ta đừng thêm vào đó sự lạm dụng quyền lực như cố ý bóp méo hoặc giấu giếm tin tức.

Đó là chưa nói đến một “căn bệnh” của báo chí là luôn pha trộn bình luận với thông tin.

Trong tường thuật, nhà báo nêu sự việc và để độc giả phán xét. Sự có mặt của họ ở hiện trường chỉ được cảm nhận thông qua sự làm chứng chính xác. Nhưng không vì thế mà bài tường thuật sẽ khô khan và nhạt nhẽo. Nó phải đặc biệt sống động với những trích dẫn chính xác và ngắn gọn theo lối trực tiếp.

Bài tường thuật rất có thể được chế thêm một số những gia vị mà nhà báo ưa thích: phác họa một nhân vật, một giai thoại, một đoạn tả cảnh ngắn... Tuy nhiên nhà báo phải giữ khoảng cách với đối tượng, và không bày tỏ những phản ứng của cá nhân mình. Đường ranh giới – đôi khi mập mờ – giữa tường thuật và phóng sự chính là ở chỗ này.

Phóng sự: một bức tranh sinh động

Mục đích của bài phóng sự là làm cho độc giả nhìn thấy, nghe thấy và cảm nhận được điều mà bản thân nhà báo đã nhìn thấy nghe thấy và cảm nhận thấy. Người ta sẽ chọn thể loại này khi thông tin có tính chất một “bức tranh” sống động, muôn hình muôn dạng.

Cùng một đề tài có thể được viết dưới dạng tường thuật hoặc dưới dạng phóng sự. Chẳng hạn

một trận đấu bóng đá.

- Một bài tường thuật sẽ kể lại một cách khách quan và cụ thể những diễn biến chính của trận đấu: *“Ở phút 13, tiền vệ trái Robert lừa qua Bernard và tạt bóng vào trung lộ cho Paul sút vô lê ghi bàn”*. Những phản ứng của khán giả sẽ chỉ được mô tả ngắn gọn: *“Các cổ động viên Boordeaux hò reo cổ vũ Paul”*.

- Một bài phóng sự sẽ kể về chi tiết của bản thân trận đấu ít hơn mà nói về bối cảnh nhiều hơn. Theo cảm nhận của phóng viên, những gì diễn ra trước và sau trận đấu, trên khán đài hoặc trong phòng thay quần áo cũng quan trọng hoặc còn quan trọng hơn những diễn biến của chính trận đấu. Một khán giả cuồng nhiệt cũng có thể được dành cho nhiều dòng báo như một cầu thủ ngôi sao...

Người viết phóng sự là một nhà báo truyền những cảm xúc của mình cho người khác. Anh ta là người đại diện của những độc giả vắng mặt, và họ sẽ cảm nhận được sự kiện qua những dòng chữ của anh ta. Do vậy, anh ta phải là một máy thu đặc biệt nhạy, đặc biệt tích cực và tinh tế.

Viết phóng sự đòi hỏi phải có “tài năng” như người ta vẫn nói. Những tài năng đó phải dựa vào một kỹ xảo và kỹ xảo này dựa trên sự thu thập phong phú tất cả những gì tạo nên cuộc sống:

- Những nhân vật điển hình có tên, có tuổi, một khuôn mặt, một thái độ, một cách ăn nói...;

- **Những câu nói** được thuật lại theo cách trực tiếp, những cuộc đối thoại;
- **Những cảnh tượng** sống động, những giai thoại;
- **Những màu sắc, mùi vị, tiếng động**;
- **Một bối cảnh** được mô tả bằng vài nét cụ thể.

Tất cả những yếu tố đó đều cần thiết để viết một phóng sự. Nhưng một bài phóng sự hay không thể là sự tập hợp và sắp xếp lại một cách thô thiển tất cả những yếu tố nêu trên.

Trước khi viết, nhà báo phải tự hỏi mình muốn truyền đạt cho độc giả cảm xúc (thông điệp chủ yếu) nào? Trong các thông tin mà mình nhận được thì những thông tin nào thích hợp với việc truyền đạt cảm xúc này?

Vậy là, nhà báo phải lựa chọn những ghi chép có ích và loại bỏ những ghi chép khác. Sau đó tập hợp chúng lại, “dàn dựng”, đồng thời bám chặt lấy các sự việc. Chỉ đến đây mới cần đến sự hỗ trợ của “tài năng”.

Một bài phóng sự sẽ hay hoặc rất hay tùy theo ngòi bút của tác giả, nhưng nó sẽ không bao giờ là tồi nếu ta tập hợp được những vật liệu cần thiết.

Viết một bài phóng sự ít nhiều đều có một phần chủ quan của tác giả trong đó. Hai nhà báo được cử đến cùng một địa điểm để viết cùng một sự kiện sẽ không có những ghi chép và cảm xúc giống nhau. Sẽ càng là như vậy khi họ không đứng cùng một chỗ, sự kiện lại phức tạp, cảnh tượng rộng lớn và

nhân vật lạ thì nhiều...

Một nguyên tắc vàng đối với nhà báo vẫn phải là *sự nghiêm túc trong thông tin*. Khi viết phóng sự, nhà báo chỉ được phép truyền cảm xúc của mình qua các sự việc được lựa chọn, và chỉ qua các sự việc mà thôi, không bình luận lộ liễu - những sự việc mà anh ta là nhân chứng hoặc được biết qua các nguồn tin.

Ngụy tạo thông tin đó là một lỗi nghề nghiệp. Còn như một bài phóng sự “định hướng thông tin”, trong đó nhà báo cố ý bỏ qua những sự việc quan trọng thì lại không thuộc về nghề báo.

NHÌN MÀ KHÔNG THẤY

Có những người sinh ra để không trở thành nhà báo. Ở giữa biển mà họ không tìm thấy nước. Bạn cử họ đến viết phóng sự trong một nhà máy, họ trở về với một bản ghi tóm tắt báo cáo tài chính và một danh mục thiết bị máy móc. Giả sử họ đã sống ở Paris vào ngày 14 - 7 - 1789, có lẽ họ sẽ đưa cho bạn một bài báo về những ngôi làng thơ mộng ở ngoại ô.

Nói phóng đại chăng? Thì đây là hai ví dụ có thực.

Một buổi tối mùa đông, một phóng viên ảnh lái xe trở về từ một thành phố bên cạnh. Bước vào tòa soạn với vẻ phấn khích, anh ta nói: *"Ngày, khi tôi qua P... tháp chuông của nhà thờ đang cháy. Nó bị cháy trụ! Một cảnh tượng tuyệt vời! Tất cả sáng rực!"*. Và cậu đã chụp được các bức ảnh chứ? Một đồng nghiệp của anh ta hỏi vậy. *"Ồ không, tôi đã không nghĩ"*

đến chuyện đó!".

Một nhà báo có mặt ở Ápganixtan vào ngày 28-4-1978. Dưới đầu đề *"Từ những chiếc xe ca khổ Ápganixtan đến những chiếc xe buýt Pakixtan"* là một bài báo dài trong đó anh ta viết tràng giang đại hải về những chiếc xe ca tồi tàn và về sự cư trú của những người Ápganixtan... Có lúc, anh ta lưu ý là có nhìn thấy *"những đoàn xe chở quân và xe bọc thép chạy trên đường, các đơn vị bộ binh đi trên những cánh đồng hướng về phía Kabul"*. Nhưng không vì thế mà anh ta dừng lại để tìm hiểu xem điều đó có ý nghĩa gì. Phải 10 ngày sau, anh ta mới đưa tin về cuộc đảo chính đẩy Ápganixtan vào một cuộc chiến tranh kéo dài 10 năm, bỏ lỡ một thông tin đặc sắc như vậy.

Phỏng vấn

Sẽ là lạm dụng nếu gọi bất cứ câu trả lời nào nhận được là "phỏng vấn". Một tuyên bố – dù là dành riêng cho người hỏi – ghi vội trên bậc thềm một công sở hoặc ở đích một cuộc đua, không phải là một bài phỏng vấn.

Cũng như vậy, một cuộc gặp trong đó một nhà báo đề nghị một nhà chuyên môn giải thích cho anh ta, chẳng hạn, một vấn đề kỹ thuật, không phải là một cuộc phỏng vấn mà là một cuộc trò chuyện để tìm hiểu.

Phỏng vấn là một phương pháp điều tra nhằm nhận được những thông tin (hoặc những ý kiến) mới lạ của một người đồng ý cho công bố những ý kiến của mình.

Giống như điều tra, bài phỏng vấn được thực hiện dựa trên những câu hỏi do nhà báo (hoặc công chúng) đặt ra về một vấn đề nào đó. Nhưng ở đây các câu hỏi được dành cho một người nắm được những lời giải đáp và ý kiến của ông ta được công chúng quan tâm. Một bài phỏng vấn hay phải đưa được người được phỏng vấn đi tới chỗ nói ra những điều mà ông ta chưa bao giờ nói tới, hoặc lúc đầu ông ta không sẵn sàng tiết lộ.

Một người chấp nhận phỏng vấn có nghĩa là ngầm chấp nhận để nhà báo đặt ra tất cả các câu hỏi mà ông ta cho là tốt về các đề tài được xác định theo thỏa thuận chung và những câu trả lời của ông ta sẽ được công bố. Đó chính là lý do nữa để tránh mọi sự lẫn lộn giữa “phỏng vấn” và “trò chuyện”. Người ta có thể chấp nhận trò chuyện với bạn nhưng từ chối một cuộc phỏng vấn của bạn. Trong một cuộc trò chuyện “thông thường”, nhà báo phải hỏi rõ liệu anh ta có thể trích dẫn ý kiến nào của người đối thoại. Ngược lại, trong một cuộc phỏng vấn, chính người được phỏng vấn phải nói rõ những ý kiến nào của họ không được công bố. Khi đó, họ sẽ yêu cầu bạn tắt máy ghi âm và bạn phải tôn trọng ý muốn của họ.

Do đó, cần phải cho biết cụ thể ngay từ đầu tính chất của cuộc gặp mà nhà báo yêu cầu. Đôi khi, nhà báo phải bằng lòng chấp nhận một cuộc trò chuyện (mà nội dung có thể hoàn toàn được giữ kín) còn tốt hơn là cố năn nỉ xin phỏng vấn để rồi bị người ta

đóng sập cửa ngay trước mũi. Vả lại, thường thì người đối thoại đồng ý chuyển từ trò chuyện sang phỏng vấn, nếu nhà báo biết tạo nên những mối quan hệ đáng tin cậy.

Một cuộc phỏng vấn nên được thực hiện tay đôi. Nếu người phỏng vấn phải đối mặt với ba người được phỏng vấn, hoặc nếu người được phỏng vấn bị ba nhà báo quấy rầy thì mối tương quan không cân xứng. Như vậy sẽ không tạo được bầu không khí tự nhiên và tin cậy.

Phỏng vấn đòi hỏi về thời gian. Trước khi bắt đầu một cuộc phỏng vấn, điều không thể thiếu là phải thỏa thuận được với người đối thoại một khoảng thời gian tối thiểu, và không thể dưới 45 phút.

Phỏng vấn đòi hỏi phải có sự chuẩn bị. Nhà báo càng ít hiểu về vấn đề bao nhiêu thì càng ít nhận được thông tin mới lạ bấy nhiêu. Trong trường hợp dở nhất, anh ta sẽ chỉ còn đóng vai trò là chiếc máy ghi âm và người được phỏng vấn sẽ nói điều gì họ muốn nói chứ không phải điều gì nhà báo muốn biết.

Phỏng vấn không phải là một cuộc tranh luận, bàn cãi. Nhà báo ở đó để đặt câu hỏi chứ không phải để đưa ra ý kiến cá nhân. Những câu hỏi này sẽ được anh ta chuẩn bị trước bằng cách viết ra giấy, điều đó sẽ giúp anh ta luôn làm chủ được cuộc phỏng vấn.

Tuy nhiên không vì thế mà anh ta bị gò bó: nếu người được hỏi bất ngờ dành cho bạn một sự “cởi mở”

ngoài mong đợi thì bạn đừng bỏ lỡ cơ hội mở rộng vấn đề ngay tức thì với những câu hỏi ứng khẩu.

NHỮNG CÂU HỎI NGỐC NGHỊCH

Câu hỏi đầu tiên được đặt ra trong một chương trình của Đài TF1 về sự lão hóa của não bộ: *"Phải chăng sự lão hóa là điều không thể tránh được?"*

Với một cựu võ sĩ quyền Anh bị mù do chơi môn thể thao này, một người phỏng vấn đã đặt câu hỏi ngớ ngẩn như sau: *"Điều anh mong muốn nhất là gì? Trông thấy mẹ hay lại nhìn được?"*

Một nhà báo đã hỏi Jimmy Connors sau một trận đấu kéo dài 4 giờ: *"Jimmy, anh có mệt không?"*, cũng ngớ ngẩn như nhà báo đã kể trên và rất xứng đáng nhận câu trả lời của nhà vô địch: *"Hỏi vợ vấn"*. Cuối cùng, một điều khó có thể tin được đó là một phóng viên hình như đã hỏi vợ Tổng thống Abraham Lincoln vừa bị một phần tử cuồng tín người miền Nam tên là John Wilkers Booth sát hại ngay giữa nhà hát: *"Ngoài điều đó ra, phu nhân nghĩ gì về vở diễn?"*.

Lựa chọn

Đừng rụt rè. Nếu người đối thoại của bạn đã chấp nhận phỏng vấn, đó chính là vì ông ta muốn bày tỏ. Nếu ông ta từ chối trả lời một câu hỏi (theo đề tài đã lựa chọn), nếu ông ta trả lời không đúng trọng tâm hay tìm cách lẩn tránh thì hãy đặt lại câu hỏi của bạn theo cách khác, lịch sự nhưng kiên quyết, nếu ông ta vẫn né tránh thì điều đó sẽ càng có ý nghĩa.

Đương nhiên một bài phỏng vấn sẽ không lặp lại nguyên văn tất cả những gì đã nói, trừ phi đó là một chương trình trực tiếp trên đài phát thanh hoặc truyền hình.

Ít khi người ta có thể chịu đựng được một cuộc phỏng vấn trong vòng một giờ. Trong báo viết, bài phỏng vấn có thể chiếm đầy hai trang của một tờ nhật báo. Cũng như bài phóng sự, phỏng vấn là một sự lựa chọn và viết lại những câu trả lời của người được phỏng vấn.

Trước khi biên tập bài phỏng vấn (hoặc dàn dựng trên phương tiện nghe nhìn) nhà báo sẽ tự hỏi “đâu là thông tin chính” theo góc độ lựa chọn và theo độc giả mà anh ta gửi tới. Vì vậy, anh ta phải lựa chọn những câu trả lời “hữu ích” và có ý nghĩa. Bản thân những câu trả lời này sẽ được thu gọn, lược bỏ những câu thừa, những câu nhắc lại không cần thiết và những câu vòng vo vô ích. Trong báo viết, người ta không cấm nhà báo diễn đạt lại rõ ràng điều mà người được phỏng vấn đã nói một cách mập mờ...

Tuy nhiên, cần chú ý giữ lại những nét đặc trưng trong lời nói của người đối thoại với bạn: đừng để họ nói như đọc sách. Hãy giữ lại phong cách nói độc đáo, một từ cảm thán, thậm chí một tật nói (chẳng hạn “phải không?”, “tôi nhận thấy...”).

Sau khi đọc bài phỏng vấn mình, người đã đối thoại với nhà báo có thể công nhận rằng: “Không hẳn như tôi đã nói nhưng đúng là điều tôi muốn nói”.

Chân dung: một phóng sự về một nhân vật

Thể loại chân dung rất ít được sử dụng trong báo chí. Người ta chỉ dành nó cho những nhân vật nổi tiếng, vào những dịp trọng đại. Nên sử dụng thể loại này một cách thường xuyên hơn và mở rộng tới những nhân vật ít được biết đến hơn. Đây là một thể loại báo chí hết sức “có giá” được độc giả rất thích đọc. Một bài chân dung hay phải để lại cho độc giả ấn tượng, hoặc là họ biết rõ hơn về nhân vật thường vẫn được nói tới, hoặc là họ phát hiện ra một nhân vật thú vị mà họ chưa biết đến.

Giống như một bài phỏng vấn, một bài chân dung hay luôn có đôi chút tiết lộ, mặc dù - và đây là nguyên tắc - ta phải tránh can thiệp vào đời sống rất riêng tư của nhân vật.

Bài báo phải mô tả được toàn bộ chân dung của nhân vật bằng cách tập hợp lại những yếu tố thông tin thường là tản mạn. Một bài chân dung hay phải nêu bật được những nét đặc trưng của nhân vật: hình dáng, thái độ, ngôn ngữ, thói quen, môi trường sống, điều họ làm, điều họ nghĩ, những dự định và những tham vọng của họ...

Một bài chân dung khác xa với một bản tiểu sử khô khan và phải là một cái gì đó sinh động, độc đáo. Điều này đòi hỏi nhà báo phải gặp gỡ nhân vật, nắm được trước những thông tin về nhân vật bằng cách tham khảo những bài viết về nhân vật đã được đăng và hỏi những người quen biết nhân vật.

Nhân vật phải hiện diện ngay từ câu vào đề và trong mỗi đoạn của bài báo. Câu chuyện phải được

điểm tuyệt bằng những câu dẫn, những tình tiết mới, những nét tiêu biểu. Trong cuộc sống của mỗi người luôn có điều gì đó thú vị, thậm chí khác thường... và nhà báo có bốn phận phải phát hiện ra điều đó.

Điều tra: một sự chứng minh

Bài phóng sự nêu ra, bài điều tra giải đáp.

Đối tượng của phóng sự là một thực trạng. Còn đối tượng của điều tra là một vấn đề.

Có sự điều tra ngay từ khi nhà báo định giải đáp một vấn đề bằng cách đi tìm những câu trả lời tận gốc.

Một bài điều tra có thể chỉ cần một tiếng đồng hồ và ba cú điện thoại – hoặc ba tháng làm việc cật lực.

Trong hoạt động của một nhà báo viết bài điều tra, các câu hỏi được đặt đi đặt lại có tới chục lần mỗi ngày, mỗi khi xảy ra một sự việc có tính thời sự dù lớn hay nhỏ.

Thí dụ: Một vụ cướp có vũ khí vừa xảy ra trong một trạm bưu điện. Nhà báo có thể chỉ cần sử dụng những thông báo của cảnh sát: đó sẽ là một bài tường thuật. Bằng cách đến tận nơi gây án để viết phóng sự, anh ta sẽ phát hiện ra rằng đây là vụ cướp thứ hai ở trạm bưu điện này trong vòng 6 tháng. Bài phóng sự trở thành bài điều tra: các biện pháp an ninh có được thực hiện sau khi đã xảy ra vụ cướp đầu tiên không? Nếu không, tại sao? Nếu có, tại sao không hiệu quả? Có những vụ cướp khác tại các trạm bưu điện khác hay không? An

nình ở đây có được đảm bảo như ở các ngân hàng không? Cứ gỡ dần từng vướng mắc như vậy, người viết điều tra có thể nêu lên một vấn đề thực sự được công chúng quan tâm, bằng cách tiết lộ những thông tin mới lạ.

Việc tiến hành điều tra giống hệt như các bước trong nghiên cứu khoa học, người ta có thể chia làm 5 giai đoạn:

- **Đặt câu hỏi rõ ràng** về một vấn đề thực sự (đó là hướng điều tra);
- **Rà soát lại vấn đề** (tư liệu);
- **Đặt ra các giả thuyết**, không gạt bỏ bất cứ giả thuyết nào theo cảm tính;
- **Xác minh các giả thuyết** trên thực địa bằng cách điều tra tận gốc;
- **Di đến một kết luận.**

Một bài điều tra đúng với tên gọi của nó không thể coi nhẹ bất cứ bước nào, đặc biệt là bước 4. Song, thực tế có nhiều bài gọi là “điều tra” nhưng thực chất chỉ là sự tập hợp những tư liệu về một đề tài. Những bài khác chỉ là sự biện luận không được xác minh thực tế. Lại có những bài khác nữa chỉ là những sự chứng minh thiên về một kết luận đã được quyết định trước.

Bắt đầu một bài điều tra, nhà báo phải biết mình cần tìm kiếm điều gì chứ không phải mình muốn chứng minh điều gì. Giả thuyết hoặc các giả thuyết, cần thiết để bắt đầu việc tìm kiếm, của anh ta phải luôn luôn được đối chiếu với các sự việc.

Một cuộc điều tra được tiến hành nghiêm túc rất có thể đi tới một kết luận không ngờ. Trong mọi trường hợp, cho dù suy nghĩ ban đầu là đúng, quá trình xác minh trên thực địa sẽ giúp ta nắm được những thông tin để trình bày rõ ràng, chính xác hơn những suy nghĩ đó.

Cũng như các bài báo khác, bài điều tra phải bám lấy thông tin chủ yếu, và ở đây là kết luận điều tra. Chính thông điệp này sẽ quyết định bố cục của bài báo.

- Về thực chất, bố cục này giống bố cục của một chứng minh khoa học: vấn đề → giả thuyết → xác minh → kết luận.

Người ta cũng gặp lại cấu trúc này dưới những dạng khác nhau:

Tình hình → nguyên nhân → những giải pháp khả dĩ → những giải pháp dự kiến.

Xung đột → những lý lẽ của người này → những lý lẽ của người khác → các sự việc → ý kiến của các nhà chuyên môn → ai có lý.

Tuy nhiên, trong điều tra báo chí, cấu trúc này, nếu như nó tồn tại, cũng không dễ nhận ra vì nó được ẩn giấu dưới mọi kiểu viết.

Một bài điều tra không phải là một bản tường trình khô khan và trừu tượng, mà dày đặc những trích dẫn, những bằng chứng, những điều nhìn thấy để chứng minh. Bài điều tra không chỉ cần tới tất cả những năng lực nghiệp vụ của nhà báo mà còn

cần tới sự hỗ trợ của tất cả các thể loại báo chí, như phóng sự, phỏng vấn, chân dung... thậm chí tòa soạn có thể đăng xã luận đi kèm một bài điều tra quan trọng. Như vậy, có thể nói rằng điều tra là thể loại của các thể loại.

PHÍA SAU TẤM MẶT NÀ

Nếu như ta thừa nhận định đề cho thấy rằng mọi con người đều đáng kính trọng và có điều gì đó đáng để ca ngợi, thì tài năng của nhà báo chính là phát hiện và giúp độc giả phát hiện ra điều ẩn giấu sau nhân vật thường ngày.

Thật vậy, phía sau một ông chủ sự nhà bưu điện có thể là một chiến sĩ của những năm 1970¹, một người đã từng tham gia các “sự kiện tháng 5-1968”², hoặc một nhà sưu tập bướm rất thông thái. Và nếu như phía sau vị ẩn sĩ chần cù kia lại là một nhà vật lý, phía sau người thu thuế là một nhà thơ và phía sau nhà thơ là một nhà kinh doanh? Người lái xe buýt có thể là một vận động viên leo núi, người thư ký của Tòa thị chính có thể là một nhà khảo cổ, và cô thư ký bé nhỏ có thể đang làm luận văn thạc sĩ triết học. Quả là bất ngờ phải không?

^{1,2} Đây là những thời điểm xảy ra những sự kiện thông tin quan trọng đối với người dân Pháp (B.T).

Tin ngoài lề

Là một thông tin ngắn – chừng một cột báo – có tính chất ly kỳ, tiết lộ những điều bí ẩn của một nhân vật nổi tiếng (trong các lĩnh vực chính trị, sân khấu, thể thao). Đối với tin ngoài lề, câu kết rất quan trọng. Nó hứa hẹn một thông tin mới tiết lộ, một điều phi lý, mâu thuẫn, bất ngờ. Còn đầu đề tin phải ngắn, gói gọn trong một từ nhưng hấp dẫn.

Văn phong trong tin ngoài lề phải dữ dội, cay độc, chua chát, câu văn ngắn và pha chút châm chọc.