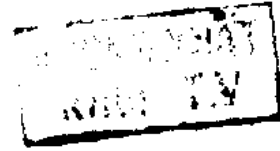


HỌC-VIÊN QUỐC-GIA HÀNH-CHÁNH

Luận-văn Tốt-nghiệp

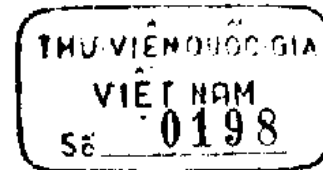


LA 37/60

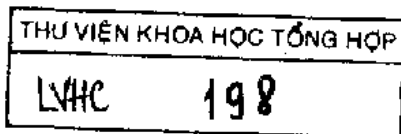
# **BẢO-CHÍ VIỆT-NAM**

## **NHÌN DƯỚI**

### **KHÍA-CẠNH KINH-TẾ**



GIÁO SƯ HƯỚNG DẪN  
*Tạ-văn-Tài*  
TIẾN-SĨ XÃ-HỘI-HỌC



SINH-VIÊN SOẠN THẢO  
*Nguyễn-xuân-Tuấn*  
ĐỐC-SỰ KHÓA XVI  
1968 - 1971

CHÂN-THÀNH CẢM-TẠ

GIÁO-SƯ TẠ - VĂN - TÀI

đã hướng-dẫn và giúp-đỡ tôi trong việc  
hoàn-thành Luận-Văn này.

• HỌC VIỆN QUỐC-GIA HÀN-CHÁNH

không tam-thành cũng không phản-đối những ý-  
kiến phát-hiểu trong Luận-văn. Những ý-kiến đó  
do tác-giả hoàn-toàn chịu trách-chiệm ».

# MỤC LỤC

## DẪN - NHẬP

Trang 1

Hiền-họa đích-thực của đê-tử-quyền :  
luật-pháp, chính-quyền hay tài-phiệt ?

## PHẦN THỨ NHẤT

Báo-Chí Việt-Nam và các thế-lực.

<b>CHƯƠNG I</b> - Báo-chí Việt-Nam và tài-phiệt.	4
<b>MỤC A</b> - Giai đoạn chưa có sự can-thiệp của tư-bản	-nt-
(I) báo tranh-đấu chính-trị	5
(II) báo xây dựng văn-học	-nt-
(III) báo tranh-đấu cải-tạo xã-hội	6
<b>MỤC B</b> - Giai-đoạn tài-phiệt can-thiệp vào làng báo	9
<b>ĐOẠN I.</b> Sự thoát xác toàn diện của báo-chí Việt-Nam	9
A- hình thức tiến bộ	-nt-
B- nội dung suy kém : hiện tượng thương-mại-hóa	10
<b>ĐOẠN II.</b> Thực chất nghề viết báo và quyền tự do ngôn-luận.	12
<b>CHƯƠNG II</b> - Báo-chí Việt-Nam và chính quyền.	15
<b>MỤC A</b> - Những phương-thức kinh-tài chi-phối báo-chí	-nt-
<b>ĐOẠN I</b> - Tệ đoan tài-trợ và nua chuộc	16
<b>ĐOẠN II</b> - Những áp lực kinh-tài.	18
<b>MỤC B</b> - Đi tìm một chính sách báo-chí hợp lý trong lãnh-vực kinh-tế.	19
<b>ĐOẠN I</b> - Sự sai lầm của quan-niệm tự-do báo chí cổ-diễn.	20

<u>ĐOẠN II</u> - Thiên-chí của người viết báo và ý- thức của độc giả.	Trang 21
<u>ĐOẠN III</u> - Thái độ của nhà cầm quyền.	22

## **PHẦN THỨ HAI**

Báo-Chí Việt-Nam và các vấn đề kinh-tế.

<u>CHƯƠNG I</u> - Vấn đề thị-trường và nhu cầu của độc giả.	24
<u>MỤC A</u> . Tìm hiểu thị trường báo-chí Việt-Nam	-nt-
<u>ĐOẠN I</u> - Thị trường hiện tại	-nt-
<u>ĐOẠN II</u> - Sự biến chuyển của thị trường trong tương lai.	26
(A)- Chiều hướng nghiên cứu	-nt-
(B)- Kinh-nghiệm phát-triển của báo-chí thế giới.	27
I- Khuynh hướng tập trung	-nt-
II- Sự độc lập của ký giả	28
III- Sự phát triển của báo địa-phương.	-nt-
IV- Những trở ngại.	29
(C)- Đường hướng phát-triển của thị trường báo chí Việt-Nam tương lai.	-nt-
<u>MỤC B</u> . Thăm dò thị hiếu độc giả.	32
<u>CHƯƠNG II</u> - Vấn đề kinh doanh	35
<u>MỤC A</u> . Tìm hiểu công việc kinh doanh một tờ báo tại Việt-Nam hiện nay.	36
<u>ĐOẠN I</u> - Các vấn đề trong việc kinh-doanh.	-nt-
(A) Số vốn	-nt-
(B) Bài vở trang ngoài	37
(C) Bài vở trang trong	38
(D) Vấn đề mục quan trọng	-nt-
<u>ĐOẠN II</u> - Cơ quan kinh-tài : Ty quản lý	39
(A) Tâm quan trọng	-nt-
(B) Vấn đề quảng cáo	41

I- Vai trò	Trang	41
II- Những ảnh hưởng		42
III- Kỹ-thuật quảng-cáo		44
<b>MỤC B- Phân-tích báo-chí Việt-Nam theo chiều hướng kinh-doanh.</b>		46
I- Báo thông-tin		-nt-
II- Báo khiêu dân		48
III- Báo chuyên-môn		49
IV- Báo châm biếm, hài hước		50
V- Báo khai-thác tính hiếu kỳ của độc giả		-nt-
VI- Báo đối-lập chính-trị.		-nt-
<b>MỤC C- Kinh nghiệm phát-triển của báo-chí thế-giới. Những phương-thức kinh doanh mới.</b>		53
I- Lựa chọn một loại độc giả nhất định		-nt-
II- Kinh nghiệm của tờ Asahi Shimbun (Nhật)		54
III- Kinh-nghiệm của Aldolph Ochs và quan-niệm thông-tin.		-nt-
IV- Kinh-nghiệm của Hoa-Kỳ : báo từng niên.		57
<b>KẾT - LUẬN</b>		58
Lối thoát của nền báo-chí Việt-Nam.		

2

# DÀN - NHẬP

THƯ-VIÊN QUỐC-GIA

Với hơn một trăm năm lịch sử, báo chí Việt-Nam đã biết bao lần nhân-danh cả dân tộc để tranh-đấu cho tự do, trong đó có cả quyền tự-do ngôn-luận. Trên con đường dài hàng thế kỷ đó, sau bao nhiêu gian nan, làng báo mới đạt được một vài kết quả cụ-thể :

Ngày 30 tháng 12 năm 1969 một quy chế báo chí được ban hành, chính thức tháo gỡ cho đệ-tử-quyền một số ràng buộc khắc-nghiệt của những chế độ cũ.

Song song với sự cải-thiện về mặt pháp-lý đó, nhà cầm quyền trước những kinh-nghiệm lịch-sử, và nhất là trước cao trào tranh đấu cho tự-do, dân chủ - đã phải áp dụng một chính-sách tương đối cởi mở cho báo-chí.

Rồi những biến chuyển xã-hội, những tiến bộ của khoa-học, những máy móc tối tân đã đưa báo chí đến một cuộc cách-mạng kỹ-thuật. Bằng một bước tiến dài từ giai-đoạn thủ-công-nghe tới giai-đoạn đại tư bản, làng báo đã bắt buộc phải mở rộng của nhường chỗ cho giới tài phiệt kinh-doanh trực lợi.

Thế là sau hàng thế kỷ đấu tranh cho tự-do ngôn-luận, người ký-giả chuyên-nghiệp đã bị đẩy lui ra khỏi làng báo, hay ít nhất cũng phải trở về hàng phục đ ư ở i trưởng của giới tư-bản để trở thành những tên thợ phục vụ cho Chủ nhân, những tay bôi bút, đem khả năng, tìm óc viết bài theo hướng thương-mại để làm giàu cho các "cai-thầu báo chí".

Đó là một sự thực chua-chất mà cũng là một thảm họa ! Vì " tự-do kinh-doanh giết chết tự-do báo-chí" (\*) Dưới bàn tay tư bản cơ quan ngôn-luận đã lãng quên dần những sứ mạng cao cả ban đầu và tờ báo cũng mất hết giá trị vì giới chủ nhân chỉ tìm thỏa mãn những thị-hiệu thấp kém của độc-giả.

Nếu sau hàng thế kỷ chịu sự gò bó của luật lệ và Chính Quyền báo chí Việt-Nam vẫn kiên trì tranh đấu và thành-công. Nhưng chỉ sau những năm tháng ngắn ngủi dưới sự chi phối của tài phiệt làng báo đã có những triệu chứng suy đồi toàn diện, thì điều đó chứng tỏ rằng luật-lệ khắt khe, chính sách độc đoán chưa phải là khí giới đủ tiêu diệt quyền tự-do ngôn-luận, mà chính thế lực kinh-tài mới là liều độc được đưa làng báo đến chỗ tàn lụi.

Một hiểm-họa còn trầm trọng hơn nữa là Chính-Quyền - sau những thất bại của chính-sách khắc-nghiệt, bóp nghẹt báo chí quá trắng trợn - đang tìm cách chi phối báo chí, một cách kín đáo hơn những cũng thâm độc hơn, bằng của ngổ lý tài.

Một chính sách độc đoán với những biện pháp sắt máu không thể làm suy yếu được " lực lượng thứ tư " vì nó chỉ là liều thuốc kích-thích cho một cuộc đấu tranh cho tự do, lý-tưởng. Chính sách càng khắc-nghiệt sức phản kháng càng mạnh mẽ.

Ngược lại với đường lối kinh-tài, báo chí đang tự-động hàng phục Chính Quyền không một chút chống đối. Mà khi hết phần đầu là sẽ bị tiêu diệt !

Điều đó chứng tỏ rằng cái chết của một quyền - tự-do không mãnh liệt, sôi động như người ta tưởng mà nhiều khi rất lặng lẽ, âm thầm.

Nhìn dưới khía cạnh kinh-tế, người ta thấy báo chí Việt-Nam cũng đang bị mối nguy cơ thâm lặng đó rình - rập.

---

(\*) Jacques Keyser ; Mort d'une liberté.



Thật vậy sự hiện diện của giới tài-phiệt và sự khuynh-đảo của Chính Quyền bằng áp-lực kinh-tài đã khiến làng báo có nhiều triệu chứng báo trước một sự suy tàn . Chúng ta sẽ tìm hiểu mối hiểm họa đó trong phần đầu.

Sau đó, dựa vào kinh nghiệm phát triển của báo chí thế-giới, ta thử tìm những giải pháp cho các vấn đề kinh-tế của báo chí Việt-Nam. Các vấn đề này được trình bày trong phần thứ hai của luận-văn.

Vì bị giới hạn bởi nhiều phương-diện đối tượng chính được chọn cho việc tìm hiểu trong luận-văn này là các nhật-báo Việt-Nam. Các tạp chí hay các báo định kỳ, nếu được đề cập tới, chỉ là những dẫn chứng phụ thuộc mà thôi.

~

PHẦN MƯỜI NHẢY

# **Báo Chí Việt Nam**

**và các thể loại**

# Chương một

## Báo Chí Việt Nam và Tài Phiệt



Sóng nhịp với đà tiến bộ của kỹ-thuật, những máy móc tối-tân đã được du-nhập vào làng báo Việt-Nam và "kỹ nghệ báo chí" trở thành một thị trường kinh - doanh đòi hỏi một số vốn rất lớn.

Do đó, những kỹ-giả có thừa lương-tân và lý - tưởng nhưng thiếu tiền, đã phải nhường quyền điều-khiển cơ quan ngôn-luận cho giới tài-phiệt.

Sự thay bậc đổi ngôi đó đã đưa báo-chí Việt-Nam qua một cơn đau bẽ : Từ một cơ quan ngôn-luận với những sứ mạng cao cả nhằm đấu tranh xây dựng xã-hội, dân-chủ và văn học, tờ báo đã trở thành một phương-tiện thương-nại thuần-túy. Sau đây chúng ta thử nhìn qua lịch sử sự can thiệp - của thế-lực tư bản để tìm hiểu tình trạng báo chí Việt-Nam.

### **MỤC A - TÌNH - TRẠNG BÁO CHÍ VIỆT NAM KHI CHƯA CÓ SỰ CAN THIỆP CỦA TÀI PHIỆT.**

Khi những tiến bộ kỹ-thuật chưa được du-nhập và tình trạng kinh-tế quốc-gia chưa gặp những khó khăn, Báo - Chí Việt-Nam còn trong giai đoạn thủ công nghệ. Việc ra một tờ báo chưa đòi hỏi một số vốn lớn lao và những máy móc đắt tiền.

Giai đoạn này giới làm báo chưa cần đến sự hỗ - trợ của các thế-lực tư bản và giới có tiền cũng như chưa

tìm cách để xâm nhập làng báo. Bởi vậy báo-chí đã là trở thành đất dụng võ của các kỹ giả chuyên-nghiệp có lương tâm, của các nhà văn-hóa có lý tưởng và trong vài giai đoạn của lịch sử, nó trở thành phương-tiện đấu tranh của các nhà cách mạng.

Vì được lãnh đạo bởi một tầng lớp như thế, báo chí đã tỏ ra xứng đáng là một cơ quan ngôn-luận với những sứ mạng cao cả của nó. Trong tình trạng này, báo chí thường phụng sự dân tộc tùy theo biến cố của lịch sử.

### I- BÁO TRANH-ĐẤU CHÍNH-TRỊ.

Dưới thời Pháp thuộc, chịu chung nỗi tủi nhục của một quốc gia bị trị, báo chí cùng dân tộc vẫn ân thân dấy động một phong trào kháng chiến. Mỗi một người viết báo là một chiến sĩ cách mạng mà dù phương-thức hoạt-dộng có khác nhau nhưng họ vẫn cùng chung một lý tưởng.

Có người viết cho báo Pháp để đòi thực hiện những tư tưởng dân-chủ do chính người Pháp đã lên tiếng cổ xúy. Đó là trường hợp của Nguyễn-An-Ninh với tờ "La cloché fêlée". Có người lợi dụng cơ hội thuận tiện đứng ra lập tờ báo riêng để tranh đấu như các ông Diệp-Văn-Kỳ và Nguyễn-Văn-Bá với tờ Thần-Chung.

Những tờ báo như thế thường rất yếu-mệnh. Nhưng dù đời sống có ngăn ngại những tờ báo của các nhà ái-quốc này đã đóng lên được những tiếng chuông lớn mà âm-ba vẫn còn ngân dài trong lòng dân tộc để thúc dục quan-chúng ý-thức được tình thế. Cùng chung đường hướng này còn có các tờ Đông-Pháp thời báo, Phụ-Nữ tân văn ...

### II- BÁO XÂY DỰNG VĂN-HOC.

Bên cạnh những tờ báo đấu tranh mãnh-liệt, người ta còn thấy những tờ bị người Pháp chi phối hoàn toàn và trở thành khí cụ tuyên-truyền cho chính sách thực dân.

Những người Việt cộng-tác cho loại báo này đã chuyển hướng hoạt-dộng về mặt văn-học. Với những bài dịch thuật, khảo cứu, nghị-luận có giá trị, các Ông Nguyễn-Văn Vinh với tờ Đông Dương tạp chí và Phạm-Quỳnh với tờ Nam-Phong quả đã có công rất lớn đối với ngôn ngữ, văn chương Việt-Nam và Văn-học-sử có bốn phần xác nhận địa vị của họ.

### III- BÁO TRANH ĐẤU XÂY DỰNG XÃ-HỘI.

Cho tới năm 1930 cuộc khởi nghĩa Yên-Bái của Việt-Nam Quốc-Dân-Đảng bị thất bại, các đảng phái chính-trị bị khủng bố mạnh mẽ, các báo chủ trương tranh đấu chống Pháp bị đàn áp dữ dội. Báo chí Việt-Nam thay đổi chiều-hướng thiên về Văn-học và xây dựng xã-hội mới.

Các báo, hoặc là dùng tiếng cười để cải thiện xã-hội, châm biếm những hủ tục, dị đoan như các tờ "Phong-Hoa", "ngày nay" của Nguyễn-Tường-Tan, "loa" của Bùi-Xuân-Học, "con ong" của Tam Lang v.v... hoặc bồi đắp văn hóa bằng những bài biên-khảo đùng đùng như "Sống" của Đông Hồ. Có những nhà báo lại hướng đến việc giáo-hóa thiếu-nhi như Thái-Phi Nguyễn-Đức-Phong với tờ "Câu Ấm", Mai-Lĩnh với tờ "Học sinh", Phạm Lợi với tờ "Thanh-Nghị trẻ em" v.v..

Có những tờ báo trở thành cơ quan của giới lao-dộng để chống chính-sách bóc lột của thực dân như tờ "La Lutte" với các Ông Dương-Bạch-Mai, Tạ-Thu-Thâu, Nguyễn-An-Ninh, "Le Travail" của Trịnh-Văn-Phú, Huỳnh-Văn-Phương..

Đến năm 1940 Pháp hàng Đức, chính sách của Pháp tại các thuộc địa lại càng khắt khe. Các báo đối lập chính-trị bị tiêu diệt bằng mọi cách. Tới khi Nhật đặt chân lên Đông Dương rồi đảo chánh Pháp báo chí vẫn bị ngược-đãi. Bởi vậy làng báo lại càng đổ xô về khuynh hướng hoạt động văn hóa và xã-hội.

Thời kỳ này người ta thấy có những tờ "Tri-Tân" của Nguyễn-Tường-Phương, "Khoa Học" với Hoàng-Xuân-Hãn, "Thanh-Nghị" của nhóm Vũ-Dĩnh-Hoè, Đặng-Thái-Mai, Nguyễn-Thiệu-Lầu, "Thanh-Niên" của Huỳnh-Tấn-Phát ...

Trong tình thế rối ren của lịch sử, những người làm báo chân-chính có tâm-huyết muốn đem ngòi bút để khơi dậy lòng ái-quốc, nung nấu chí tự-cường và cố gắng tìm cho dân-tộc một lý-tưởng. Những dòng sau đây có thể biểu-hiệu cho nhiệt-tâm của những chiến-sĩ trong làng báo Việt-Nam trong thời bị trị.

"Thiết-tưởng ngày nay, trước những cuộc xung-đột ráo-riết giữa mọi nước, trước cuộc tranh đấu gắt gao giữa mọi dân tộc, dân chúng Việt-Nam đã quen tai và đã quen các danh-từ "Quốc-Gia" mà hằng ngày người ta thường nói. Thì sao ta chẳng tìm ở đó một tín ngưỡng thiêng-liêng cho nòi giống ... Lòng yêu nước, việc Phụng-Sự Quốc-Gia, còn cái lý-tưởng thích-hợp nào bằng cho dân chúng Việt-Nam ngày nay. Ta hãy dừng gót lại đó đừng vội đi quá xa, đường thì dài mà chân còn yếu ớt ..." (Thanh-Nghị số 74 ngày 15.7. 1944).

Những lời kêu gọi tha-thiết như vậy đã có ảnh hưởng mạnh mẽ trong quần chúng. Nhất là những năm sau năm 1945, lời dung một vài biến-cố lịch-sử thuận-lợi cho cuộc tranh đấu như sự xung-khắc giữa Cao-Ủy Pháp và Chính-Phủ Nam-Kỳ tự-trị, giới viết báo không bỏ lỡ cơ hội đã đoàn-kết chặt-chẽ và lập ra khỏi " báo-chí thống-nhất Nam-Bộ " cùng theo đuổi mục-đích chung : tranh-thù độc-lập, tự -do, thống-nhất đất nước. Khỏi này quy tụ mười tờ báo trong đó có cả báo Pháp (tờ Justice).

Chưa lúc nào làng báo tranh đấu mãnh-liệt như lúc này mà cũng chưa lúc nào thế lực thù tử bị đàn áp ghê-gớm như vậy ! hàng chục tờ báo bị đóng cửa một lượt, ký-giả bị hành hung, tòa soạn, nhà in bị đập phá ...

Những cuộc tranh đấu văn bộc-phát dữ-dội. Người ta thấy các giáo phái cũng dùng báo-chí đã hoạt-động chính trị như giáo-phái Hòa-Hảo với tờ chiến đấu, Cao-Dài với tờ Thời-dại ...

Dưới sự lãnh-đạo của những nhà báo có lý-tưởng của những chiến-sĩ quốc-gia có nhiệt-tâm, báo-chí Việt-Nam dù hoạt động trong lãnh-vực nào - chính-trị, xã-hội hay

văn-hóa - dù bị chà đạp và đàn áp tới mức-độ nào, vẫn cùng dân-tộc kiên-trì đấu tranh cho một cuộc cách-mạng toàn diện.

Sau những nỗ-lực gian-nan dài hàng thế kỷ đó, quốc gia đã giành được độc-lập và đệ-tứ-quyền tại Việt-Nam được khôi phục địa vị trên phương-diện pháp-lý. Thật vậy Hiến-Pháp nền đê I Cộng-Hòa đã long trọng xác nhận tại điều 16 :

" Mọi công-dân có quyền tự-do ngôn-luận, quyền này không được dùng để vu-caò, phỉ-báng, xâm-phạm đến nền đạo lý công cộng, hơ hào nổi-loạn hoặc lật đổ Chính Thể Cộng-Hòa.  
Mọi công dân đều được hưởng quyền tự-do báo-chí để tạo thành một dư-luận xác thực và xây dựng mà quốc-gia có nhiệm-vụ bảo-vệ chống lại mọi hành-vi xuyên-tạc sự thực ".

Nhưng trên thực tế, điều 16 Hiến-Pháp chỉ là một mớ chữ nghĩa trống-rỗng nếu không nói là một bằng chứng pháp lý mỉa mai cho lịch-sử báo-chí. Vì ngay sau đó Tổng-Thống Ngô-Dinh-Diệm đã mưu-toan thiết-lập chế-độ độc-tài và "thế lực thứ tư" lại tiếp tục bị khống chế.

Nhưng điều tủi-hổ cho báo-chí là trước chính sách khắc nghiệt chà-đạp lên quyền tự-do ngôn-luận phần lớn báo chí không có được một thái độ quả cảm : Một số trở thành gia-nô của chế độ như các tờ Báo Mới, Dân Việt, Đông-Nai, Tiếng Dân, Tiếng Dội Miền Nam ... đã toa-rập với Chính quyền bùng-bít sự thực, đánh lạc hướng dư-luận nhất là trong cuộc nổi-dậy của Phật-Giáo-Dồ vào tháng 5-1963.

Một số khác lại nhẩn mặt làm ngơ trước thời cuộc, để khỏi bị ngăn cản trong việc thỏa-mãn thị hiếu của độc-giả, hầu trục-lợi, như các báo Tiếng Chuông, lẽ-sống, Saigon Mới ...

Tiếng sủng Cách-Mạng I.II.63 đã đưa nền Đê I Cộng-Hòa vào lịch-sử. Trong khí-thế sôi động và cao trào tự-do dân-chủ báo chí được thả lỏng tới độ hỗn-loạn các báo thương-nại được khai thác rầm rộ mở ngõ cơ giới tại phiệt bước vào làng báo.

Bên cạnh biến-chuyển chính-trị là những biến-chuyển kỹ-thuật cũng tạo điều-kiện thuận-lợi cho giới này. Với những tiến bộ kỹ-thuật, những máy móc tối tân, báo chí Việt-Nam bước từ giai-đoạn thủ-công-nghệ đến giai đoạn đại-tư-bản khiến việc ra một tờ báo đòi hỏi rất nhiều tiền của. Bởi vậy quyền tự-do ngôn-luận đoạt được sau những cuộc đấu-tranh cam go cao cả của các chiến-sĩ trong làng báo, đã dần dần trở thành độc quyền của giới có tiền.

Nhưng sự can-thiệp của giới tài-phiệt đó sẽ đưa độc-tư-quyền tới khúc quanh tươi sáng hay tới đầu con dốc tàn lụn ?.

## **MỤC B - GIAI-ĐOẠN TÀI-PHIỆT CAN-THIỆP VÀO LÀNG BÁO VIỆT NAM**

Sự can-thiệp của giới tư-bản làm báo-chí Việt Nam thay đổi hẳn bộ mặt. Với áp-lực kim-tiền giới này đã thao túng làng báo khiến cho quan niệm cổ-điển về tự-do báo-chí không còn đứng nữa và ngôn-luận trở thành độc quyền của những người có tiền.

### **ĐOẠN I- SỰ THOÁT XÁC TOÀN DIỆN CỦA BÁO-CHÍ VIỆT-NAM.**

#### **A- TIẾN BỘ VỀ HÌNH THỨC.**

Sự can thiệp của giới tư bản đã xô báo-chí Việt Nam tiến một bước rất xa về phương diện hình-thức. Với những máy móc tối tân giới tài phiệt đã giúp làng báo cải thiện rất nhiều về kỹ-thuật, tờ báo trở nên sáng sủa dễ nhìn hơn, tới tay độc giả mau hơn, tin-tức đầy đủ và nhanh chóng hơn.

Cách trình bày tờ báo cũng trở nên sáng-sủa gọn-gàng. Các tin tức quan trọng và bài xã-thuyết đều được giới-thiệu đầy đủ trên trang nhất, trang chót sẽ đăng tiếp theo, còn lại là chỗ của phản quảng cáo. Các trang trong dành cho các bài biên-khảo, sáng tác và các mục riêng biệt tùy mỗi tờ báo.



Bên cạnh sự tiến bộ về hình thức đó, giới chủ báo, với đầu óc con buôn đã khiến báo-chí Việt-Nam suy-yếu về nội dung và làm mờ nhạt dần những lý-tưởng cao đẹp của nghề viết báo.

## B- YẾU KÉM VỀ NỘI DUNG VỚI HIỆN-TƯỢNG THƯƠNG-MAI-HÓA.

Vì trở thành một phương-tiện kiếm tiền, báo-chí Việt-Nam hiện nay phần lớn có một nội dung rất tầm thường miên sao đáp đúng thị hiếu của độc giả.

" Khi mới bước vào làng báo thì thấy viết báo là một thiên chức. Bây giờ chúng ta đã làm cho nó thành một ngành thương-mại ". Nhận định này của Kennedy John, Chủ Bút Daily Mail, không phải chỉ nêu lên những nét đặc-thù của báo-chí Anh-quốc mà người ta còn nhận thấy tính chất đó trong phần lớn báo-chí Việt-Nam.

Hiện tượng thương-mại-hóa phát-sinh trong làng báo Việt-Nam khoảng từ 1957 được đánh dấu bằng sự thành công rực rỡ của những tờ Saigon Mới, Tiếng Chuông v.v...

Trong các báo thương-mại đó những tin-tức phi-luân hay khủng-khiếp thường được " tiêu-thuyết-hóa " và viết với một óc tưởng-tượng phong-phú do đó sự thật thường bị sai lạc rất nhiều. Các tin tức gây xôn-xao dư-luân thường được các báo này khai thác triệt-đé, thêm dệt thêm nhiều tình tiết éo le viết thành những thiên phóng-sự kéo dài hàng tháng trời.

Vì mải mê chạy theo thị-hiếu của độc-giả trong việc khai-thác các tin tức, làng báo Việt-Nam đã gây ra nhiều tai hại và những vụ vi-phạm luật-lệ trắng trợn.

Thật vậy, nhiều tin-tức quan-trọng đã được loan đi vội vã không kịp phối-kiến. Các ký giả chỉ ngồi nhà dựa vào sự đồn-đai của dư-luân rồi tưởng-tượng thêm viết thành những bản tin y như là đã đích thân điều-tra tường tận tại chỗ. Hậu quả là có rất nhiều tin thất-thiệt tai-hại cho xã hội hay an ninh quốc-gia đã được loan đi vì

mục đích cạnh tranh thương-mại.

Để lôi cuốn độc-giả nhiều báo còn khai-thác những thiên phóng sự về đời tư của vài nhân vật tăn-tiếng một thời hay những nghệ-sĩ nổi danh và đôi khi đã bị truy-tố ra tòa về tội phi-bang, mạ lý cá nhân.

Bên cạnh sự đầu cơ tin-tức và những tiểu-thuyết phi-luân để thu hút độc giả. Người ta còn thấy những hình thức cạnh tranh " phi-báo-chí " như các mục tử-vi, gỡ rối tơ-lông, tìm bạn, số đề v.v... Sự kiện này hạ giá tờ báo rất nhiều và khiến cho nghề viết báo bị coi như một ngành thương mại mà khả-năng, kinh-nghiệm, lý-tưởng, lương-tâm ... trở thành một mớ tử-ngữ vô-nghĩa. Muốn thành công chỉ cần nhắm mắt chiếu theo những thị-hiệu thấp kém của độc giả.

Có phải sự thành công vượt bực của tờ Saigon - Mới trước kia, với một bà Chủ bút bị dư-luận cho là thất-học, và của tờ Trắng Đen bây giờ, với một mớ tin tức di đoan mê-tin là một mĩa mai chua chát cho những người viết báo chân-chính và là những triệu-chứng báo trước sự tàn-lụi của làng báo Việt-Nam ?.

Bàn tay giới tài phiệt đã đưa "thế lực thứ tư" đến con dốc hiểm-nghèo. Những lời cạnh tranh tối-tê của những tờ báo thương-mại đã đưa những tờ báo đứng-dẫn đến chỗ phá-sản. Dần Dần báo chí trở thành độc quyền của một thiểu số giàu có và họ tha hồ đầu cơ trục lợi.

Trở thành một phương tiện kiếm tiền cho giới tư bản, báo chí đã lãng quên những sứ mạng cao cả của mình. Tờ báo không còn là một cơ quan tranh-dấu chính-trị phổ-biến tư tưởng và cải tạo xã-hội nữa. Nó đã trở thành một thứ giải trí nguy hại cho 1 số lớn quan chúng thiếu ý thức.

Rơi vào tay các con buôn tờ báo không còn giá trị gì. Ngoài một số những tin tức sa-đọa, những tiểu-thuyết phi-luân, những mục tìm bạn, tử vi, bói toán nhắm-

nhí, người ta không còn tìm được một lập trường chính trị vững chắc, một chương trình tranh đấu tiên bộ. Tự-do ngôn-luận đã bị hoàn toàn lợi dụng và mất hết ý nghĩa. Sự lợi dụng đó đã làm phát sinh nhiều tệ-trạng nguy-hiến.

Với chủ đích kiếm tiền, tờ báo trong tay tư bản đã bị mua chuộc dễ dàng. Báo chí dần dần trở thành một phương-tiện phục-vụ cho một chủ đích vị lợi. Nó không còn là tiếng nói của lương tâm và không phản-ánh được một cách trung-thực dư-luận quan chúng nữa. Mọi tin tức, bài vở viết ra đều nhằm mục đích hỗ trợ một cách thiên-vị cho một thế lực chính-trị đã bỏ tiền nuôi sống tờ báo hay cho một cá nhân đã mua chuộc được ký giả.

Đi vào con đường thương-mại hoàn toàn vụ-lợi, nhiều người chủ báo vô ý thức đã không từ nan một nghiệp-vụ nào. Thậm chí có người coi tờ báo như một chiếc bài để đấu cơ bông giấy. Do đó, đã có những tờ chỉ phát hành mỗi ngày vài trăm số, bài vở thật kén cỏi. Họ không cần đọc giả vì người chủ báo sống bằng nghề bán lại giấy in báo cho đồng nghiệp.

## ĐOẠN II- THỰC CHẤT NGHỀ VIẾT BÁO VÀ QUYỀN TỰ DO NGÔN-LUẬN.

Trong tình-trạng tự-do cạnh tranh hiện nay, với phương tiện lý-tài dồi dào, một tờ báo có thể phát triển mạnh mẽ mà không cần nhờ đến sự trông nom của những ký-giả chuyên nghiệp có khả năng và kinh-nghiệm.

Có lẽ chỉ cần nhắm mắt chạy theo thị-hiệu của độc-giả là thành-công. Nên nhiều người cho rằng một tờ báo có nhiều người đọc chưa hẳn là một tờ báo hay và ngược lại. Thực tế, tại Việt-Nam chúng ta cũng đã thấy được điều đó.

Làm báo bây giờ không cần phải có kiến thức rộng rãi và khả-năng chuyên môn nữa. Những mảnh khoe kinh-doanh xảo trá thu-luôn được kết quả gấp trăm lần những bài viết giá trị, sồi nổi.

Bởi vậy, nhìn vào làng báo Việt-Nam hiện nay người ta thấy những người nắm vận-mạng đích-thực tờ báo thường thuộc nhiều giới rất hỗn-tạp, làm đủ mọi nghề và chỉ có đôi chút kinh-nghiệm trong lãnh-vực thương-mại. Ngược lại rất ít giới trí-thức hay ký-giả hữu-danh được làm chủ báo.

Thực-trạng đó đã ảnh hưởng rất nhiều tới giá-trị tờ báo và điều kiện làm việc của giới ký-giả.

Trở thành một cơ sở buôn bán, cơ quan ngôn-luận cũng đã biến ra những "nhà máy sản-xuất tin-tức và nghị-luận"<sup>(\*)</sup> và nghề viết báo cũng không còn là một nghề tự-do, cao quý nữa. Dưới áp-lực của kim-tiền, người ký-giả chỉ là những người thợ viết bài theo mệnh-lệnh của giới chủ báo thiếu lương tâm.

Nhiều ký-giả cũng đã bê cong ngòi bút, nhận tiền của một cá-nhân hay một thế-lực để viết những bài báo bóp méo sự thực, vu khống hay đề cao một vài nhân vật một cách thiên-lệch và ác-y.

Những vụ vi-phạm luật báo-chí càng ngày càng gia tăng. Những bản án đó sẽ là những dấu vết chứng-minh một sự suy đồi của nghề viết báo.

Sự suy đồi đó lại là những triệu chứng báo trước mối nguy-cơ của đê-tứ-quyền. Tự-do ngôn-luận đã mất dần ý-nghĩa và ảnh hưởng.

Với những bài vở yếu kém và thường có dụng ý xuyên tạc, với những tin tức thất-thiệt đôi khi có chủ-đích bùng-bít sự thật. Độc giả trở nên nghi ngờ báo chí và cơ quan ngôn-luận không còn có thể hướng dẫn dư-luận được nữa.

Bước vào làng báo với thái độ con buôn, giới tài phiệt làm báo trong tinh-thần vụ lợi hoàn-toàn. Một mặt họ cố-gắng chiếm độc quyền thị trường báo-chí, mặt

---

(\*) Tề-Xuyên, Nghề viết báo.

khác họ sẵn sàng bán đứng tờ báo cho bất cứ ai, bất cứ -  
thế-lực nào miễn là có lợi. Đối với họ sứ-mạng, lý-tưởng,  
thiên-chức, lương-tâm v.v... chỉ là một mớ chữ nghĩa trống  
rỗng. Họ coi làm báo cũng như trăm ngàn nghề khác họ đã  
từng làm, chỉ nhằm mục tiêu tối-hậu là tiền bạc.

Chính quan-niệm đó đã mở lối cho Chính Quyền -  
và các phe phái chi-phối làng báo Việt-Nam bằng cửa ngõ  
kinh-tại và đã gây ra bao tệ-đoan và nguy-hiêm cho đệ-tứ-  
quyền.

## Chương hai

# Báo Chí Việt Nam và Chính Quyền



Sau những tranh-đấu gian-nan, cùng với sự độc-lập mà dân tộc đã tranh-thủ được, báo chí Việt-Nam tương đối đã được tự-do trên phương-diện pháp-ly. Thật vậy, tự do ngôn luận và báo-chí tại Việt Nam đã được Hiến - Pháp và luật-pháp long trọng xác nhận và bảo vệ.

Hơn nữa, với ảnh hưởng của những tư-tưởng dân-chủ du-nhập từ Tây-Phương, với cao trào tranh đấu cho tự do và luôn luôn bị xét đoán nghiêm khắc bởi dư-luận trong và ngoài nước, nhà cầm quyền hiện nay đã phải áp dụng 1 chính sách cởi mở đối với báo chí.

Nhưng nỗi nguy biến cho "đệ tử-quyền" chưa hết. Cửa ngõ lý-tài đã mở ra, không phải chỉ "dẫn lối" cho giới tư bản lũng đoạn làng báo mà còn "đưa đường" cho các thế lực chính trị nhất là nhà cầm quyền chi-phối "thế lực thứ tư". Vì không thể thực hiện bằng những luật-lệ khắt khe, những thái độ độc-đoan nên chính quyền đang tìm cách không chế "đệ tử quyền" bằng áp lực kinh-tài.

### **MỤC A - NHỮNG PHƯƠNG-THỨC KINH TÀI ĐỂ CHI PHỐI BÁO CHÍ CỦA CHÍNH - QUYỀN.**

Với cửa ngõ kim-tiền, Chính Quyền đang biến - báo chí từ vai trò đối lập thành công cụ hỗ-trợ cho chính sách của mình, làm sai lạc hẳn dư-luận và nhiều sự thực

đã bị che -đậy để lừa dối quần chúng. Bằng biện-pháp mua chuộc, tài trợ hay tạo áp lực kinh-tài, làng báo đang bị lũng đoạn trầm trọng và quyền tự do ngôn luận đã mất dần ý nghĩa bởi những tề-đoan và những áp lực kinh tài. Do đó người ta thấy cần phải đi tìm một chính sách báo chí hợp lý trong lãnh vực kinh-tế.

### ĐOẠN I - TỀ ĐOAN TÀI TRỢ VÀ MUA CHUỘC.

Lợi dụng lòng tham lợi của giới "con buôn báo-chí", những cá nhân, những thế-lực chính trị và ngay cả chính-quyền đã tung tiền mua chuộc chủ báo hay tài trợ cho một vài tờ báo để hoạt động phục vụ cho một chủ đích riêng.

Sự kiện này biến cơ quan ngôn-luận trở thành - một công cụ cố-xuý cho một thế-lực, ca tụng hay bệ- nhọ một cách thiên-vị và có ác ý một cá nhân. Những sự thực bị bưng-bít, dư-luận bị đánh lạc đường.

Tề-trang này không phải đến nay mới có, mà thực ra nó đã xuất hiện từ thời Pháp thuộc, với tờ Nam-Phong cổ võ cho chủ trương "Pháp-Việt đê-huê" để ru ngủ ý chí phấn đấu của dân tộc, đề cao lòng trung thành với Pháp - quốc hay tuyên-truyền cho cuộc công-thải để lấy tiền giúp Chính quốc trong cuộc chiến tranh chống Đức.

Có những tờ như tờ Đông-Dương tạp-chí đã lên án các vụ bạo-dộng của chiến sĩ cách mạng Việt-Nam chống Chánh quyền đương thời. Đặc biệt là đã công-kích vụ ném bom ở " Hà-Nội Hotel " làm thiệt mạng một số người Pháp.

Tới thời Đệ Nhất Cộng-Hòa, các báo làm gia -nô cho chế độ cũng rất nhiều. Chẳng hạn như các tờ Cách-Mạng Quốc-Gia, Báo Mới, Dân-Việt, Đồng-Nai, Saigon Mai, Thời - Báo, Tiếng Dân, Thủ Đô Thời Báo, Tiếng Dội Miền Nam v.v..

Các tờ báo này đã trở thành một bộ phận trọng yếu trong guồng máy tuyên truyền, củng cố cho chế độ độc-

tài của Tổng-Thống Ngô-Dinh-Diệm. Trong một vài biến-cổ - lớn lao như cuộc đảo chánh thất bại của Đại-Tá Nguyễn-Chánh Thi, hay cuộc đấu tranh của Phật-Giáo đổ vào khoảng tháng 5 năm 1963, các tờ báo trên đã cố gắng bưng-bít sự thực, xuyên-tạc các tin-tức liên quan đến cuộc cách-mạng hay phe tranh-đấu, chỉ phổ biến những tài liệu, bài vở ca tụng chế độ để trấn an dư-luận.

Cho đến hiện nay những tệ-trạng trên vẫn chưa chấm dứt. Còn rất nhiều tờ báo bị dư-luận cho là tay sai của Chính-Phủ hay lệ thuộc một thế-lực chính-trị.

Càng gần ngày bầu cử Tổng-Thống và Hạ-Viện - khuynh-hướng thiên-lệch của mỗi tờ báo càng lộ rõ. Các ứng cử-viên thường mua chuộc một vài tờ báo để vận động tranh cử.

Đến nay, dư-luận vẫn thường coi các nhật báo - Tiền-Tuyến, Đời Sống Việt-Nam là những tờ báo của Chính - Quyền và các tờ Điện-Tín, Tin-Sáng, Lập Trường ... có - khuynh hướng thân các ứng-cử-viên Tổng-Thống đối-lập. Trong số này có tờ đã bị tịch thu hàng trăm lần mà vẫn được nuôi dưỡng và sống một cách vững vàng.

Khi bị một thế-lực tư-bản hay chính-trị mua chuộc, tờ báo không còn là một cơ quan ngôn-luận vô tư nữa. Từ đó phát sinh ra những tệ trạng : bôi lọ cá-nhân, loan-tin thất thiệt v.v...

Vấn-đề lại càng trở nên quan-trọng khi báo-chí lọt vào tay nhà cầm quyền bằng của ngõ lý tài. Lúc đó để từ-quyền không thể dám nhận được sự mang hướng dẫn dư luận và phê-bình Chính-Phủ. Báo chí trở thành chất ma-túy ru-ngủ quần chúng, xuyên-tạc sự thật và che đậy những thói rữa của xã-hội và chế độ.



## DOẠN II - NHỮNG ÁP-LỰC KINH-TÀI.

Có rất nhiều biện-pháp để nhà cầm quyền gây áp-lực kinh-tài đối với một tờ báo hầu để điều khiển. Có khi chính quyền ngăn ngàm bao vây kinh-tế những báo đối - lập, bằng cách tạo nhiều khó-khăn . . . khiến tờ báo phải sống chật vật như : tịch-thu, cấm dân chúng tiêu-thu tại các tỉnh v.v... Các báo này dần dần phải tự ý đóng cửa vì bị phá sản. Đó là trường hợp của các tờ Dân-Chủ, Tân Dân và Thời Luận thời Đệ I Cộng-Hòa.

Nhiều khi áp-lực kinh-tài được thực-hiện một cách mạnh-mẽ và lộ liễu hơn như đe-đọa, cưỡng-bách các nhà in tây chạy tờ báo, cho nhân-viên an-ninh chìm hay tổ-chức quần chúng bị mua chuộc kẹp đến đập phá tòa-soạn, náy móc, khủng bố ký giả v.v... Như đã từng xảy ra dưới thời Pháp-thuộc cho một số tờ báo trong khối " Báo-chí thống-nhất - Nam -bộ.

Dưới thời Đệ I Cộng-Hòa, Tổng-Thống Diệm còn muốn nắm giữ báo-chí bằng biện-pháp độc quyền phát -hành. Từ 1955 trở đi, Nha Cựu Chiến-Binh được giao nhiệm-vụ kiểm soát việc xuất bản qua nhà phát-hành thống nhất.

Bởi vậy Chính-Quyền đã nắm sinh mạng tờ báo - trong tay. Các báo chống đối thường không được phân-phối đi các tỉnh.

Chế độ độc quyền phát hành gây một áp lực kinh-tài nặng nề lên báo chí và đưa nhà cầm quyền dần tới vai - trò chỉ-huy " thế lực thứ tư " thời đó.

Ngày nay, biện-pháp cấp bông giấy đã một dao - làm xôn-xao dư-luận trong làng báo Việt-Nam. Với độc quyền cấp bông-giấy Chính Quyền đã bị coi như có âm mưu chi-phối và chia rẽ làng báo. Các báo đối lập sẽ bị Nha Báo-Chí - viện mọi lý do để giảm đến mức tối thiểu số bông giấy được cấp miễn thuế và như vậy dĩ nhiên số phát hành của báo này phải ít đi.

Việc cấp-phát bông giấy còn gây chia rẽ trong báo giới. Vì Nha Báo-Chức cho các báo quyền báo-cáo lẫn nhau về số lượng phát-hành hàng ngày để dựa theo đó, Nha sở - quan cấp bông giấy. Bởi vậy thường gây ra những sự s h i ngờ, hiềm khích giữa các báo làm suy giảm sức tranh - đấu và đoàn kết của báo chí.

Nhận thấy những tai-hại đó, các báo đã cực-lực chỉ trích vấn đề độc quyền cấp bông giấy của Nha Báo -Chức và với áp-lực của dư-luân, ngày 30.6.1971 Nha Báo-Chức đã trao việc này cho Hội-Đồng Báo-Chức quản-trị. Nhưng dường như vẫn không có những cải-thiện về việc cấp phát bông - giấy. Có lẽ thoát khỏi tay chính quyền vấn đề bông giấy lại lọt vào tay tài-phiệt. Bị chính quyền chi-phối hay tư bản đầu cơ có lẽ vấn đề vẫn không thể giải-quyết được.

Ngoài ra còn một số các biện-pháp khác như : đóng cửa, tịch thu báo, nhà cầm quyền địa phương ra lệnh cấm tiêu-thụ tại các tỉnh Sở quan ...

Biện pháp đóng cửa nay đã thuộc quyền của cơ quan tư-pháp. Chỉ còn tình trạng tịch-thu bị lạm dụng quá nhiều (trường hợp tờ Tin-Sáng với hơn 100 lần) đã làm - nhiều tờ báo đối-lập bị phá sản.

## **MỤC B - ĐI TÌM MỘT CHÍNH SÁCH BÁO CHÍ HỢP LÝ TRONG LÃNH VỰC KINH - TẾ.**

Đứng trước những hậu quả do ảnh hưởng của kim-tiền gây ra cho báo chí như : hiện tượng thương-mại-hóa hay tài trợ, mua chuộc để lũng đoạn làng báo, người trong cuộc cũng như độc giả đều nhận thấy rằng đó là những tệ-đoan đưa báo-chức đến chỗ suy-đổi và quyền tự-do ngôn luận bị mất dần ý nghĩa, và quan niệm cổ-điển về tự-do báo chí cũng không còn đứng nữa.

Do đó, cần phải hoạch định một chính-sách báo chí - dưới khía cạnh kinh-tế - sao cho thế lực thủ tư trở

nên xứng đáng với những sự mạng cao-quý của nó.

Một chính sách như thế đòi hỏi những nỗ-lực, ý thức từ nhiều phía : chính-quyền, giới làm báo và chính - cả nơi quần chúng nữa.

### ĐOẠN I- SỰ SAI-LÀM CỦA QUAN-NIỆM TỰ-DO BÁO-CHÍ CỔ-ĐIỂN.

Quan-niệm cổ-điển về tự-do báo-chí xuất - hiện từ thế kỷ XVIII, trong khuôn khổ những quyền tự-do nói chung. Quan-niệm này cho rằng :

- Tự-do báo-chí là tha-hồ phô-diễn tư-tưởng và không bị kiểm-duyet khi xuất bản báo chí.
- Nhờ sự cạnh-tranh giữa các tư-nhân tin-tức sẽ được thông-đạt xác-thực và đúng đắn.

Từ khi lọt vào tay một thiểu số có tiền, báo-chí đã trở thành một cơ sở thương-mại, một phương-tiện - kiếm tiền. Do đó giới chủ báo đã cạnh tranh bằng mọi cách để lôi cuốn độc giả. Các tin tức không còn được trình bày một cách " xác thực và đúng đắn " nữa mà bị loan-truyền - vội vã, đôi khi thất thiệt, và bị bóp méo, thêm bớt nhiều tình-tiết hấp-dẫn người đọc.

Bởi vậy, nếu để tự-do hoàn-toàn như chủ trương của quan-niệm cổ-điển, báo-chí sẽ trở nên nguy hiểm cho an ninh Quốc-Gia và làm xáo-trộn trật-tự xã-hội. Những sự kiện thực tế này cho phép người ta nghĩ rằng, sự hiện diện của giới tư-bản trong làng báo đã làm tiêu-tan quan-niệm tự-do tuyệt-đối cổ-điển. Cũng từ đó luật-lệ báo-chí được khai sinh để điều-hướng hoạt-động của đệ-tư-quyền.

Làng báo Việt-Nam cũng đã có một quy-chế, được ban hành ngày 30 tháng 12 năm 1969, cùng với Hiến-Pháp đệ nhị Cộng-Hòa, Hiến-Chương 1918, Tuyên-Ngôn của Liên-Đoàn Ký-Gia Quốc-Tế ... Tất cả các văn-kiến đó đều có chung một mục đích là làm sao cho báo chí khỏi bị lạm dụng gây tác hại cho con người.

Nhưng thực tế đã cho thấy với chủ đích thương mại, giới tài-phiệt chủ báo đã biết bao lần phá vỡ những ràng buộc trên, bước lên luật-pháp để chạy theo thị-hiệu thấp kém của độc-giả. Người ta có rất nhiều thí dụ để chứng minh điều đó.

Thật vậy biết bao nhiêu tờ báo đã bị truy-tố về tội xúc-phạm thuần-phong mỹ-tục, loan tin thất-thiệt ... và những bản án báo chí sẽ là dấu vết tố cáo.

## ĐOẠN II- THIÊN-CHÍ CỦA NGƯỜI VIẾT BÁO VÀ Ý-THỨC CỦA ĐỘC GIẢ.

Đối với người viết và làm báo, ngoài khả năng chuyên-môn, tờ báo chỉ có giá-trị và ích-lợi khi giới này hành nghề với cả một lương-tâm cao đẹp.

Lương tâm đó không cho phép người cầm bút lợi dụng phương-tiện báo-chí để giải quyết tư-hiền cá-nhân, để phi-báng và vu-không kẻ khác. Người ký giả không thể vì tư lợi viết xu-nịnh một cá-nhân hay một thế-lực, không khai thác những tin-tức đời truy.

Hiến-Chương 1918 cũng như tuyên-ngôn của liên đoàn ký giả quốc-tế còn cho rằng ký giả phải " tôn- trọng sự thật vì công chúng có quyền biết sự thật " và lấy sự quan-tâm tôn-trọng luật-pháp làm đầu và không lẫn vai trò của người ký-giả với vai-trò của người công-an "

Người chủ báo cũng cần phải có thiên-chí, phải coi nghề làm báo là một thiên chức cao cả. Không nhận tiền của một công-sở, xí-nghiệp tư-nhân hay bất cứ thế-lực nào để tờ báo bị lợi dụng vào những việc lừa dối dư-luận.

Chủ báo cũng không được coi tờ báo của mình như một cơ sở thương-mại thuần-tuý. Người chủ báo có tinh thần trách-nhiệm và lòng tự trọng không sử dụng mọi phương-cách cạnh tranh bất chính để kiếm tiền. Không đặt người ký giả cộng-tác trong tương-quan chủ thợ, gây áp lực để bắt họ viết bài theo chiều hướng thương-mại thấp kém,

Trong chính-sách lãnh-mạnh-hóa báo-chí, độc giả cũng đóng một vai trò rất quan-trọng. Tập-thể đông đảo này có thể quyết-định sinh mạng của tờ báo. Do đó nếu giới độc giả có mức độ ý thức cao, biết tẩy chay những tờ báo thường mại nhảm-nhỉ, nguy-hại thì chắc chắn làng báo sẽ được cải thiện.

Những tờ báo lừa gạt dư-luận, bung bít sự thực, làm công cụ cho chính quyền hay một thế-lực cũng cần phải được người đọc lột mặt nạ.

Lịch-sử báo-chí Việt-Nam còn ghi lại nhiều trường hợp báo-chí bị tẩy chay. Chẳng hạn khoảng tháng 5 năm 1963, là giai-đoạn Phật-Giáo tranh đấu mãnh liệt nhất, chính quyền đã gây áp-lực không cho báo-chí loan tin trung thực. Lúc đó độc-giả cũng không tiếp nhận báo chí nữa mà tìm xem những bản tin roneo phát ra tại những chùa chiền.

### ĐCÀN III - THÁI ĐỘ CỦA NHÀ CẦM QUYỀN.

Nếu giới làm báo và giới đọc báo chỉ có thể đóng góp được một cách mơ hồ và tiêu-cực cho một chính-sách báo chí tiến bộ dưới khía cạnh kinh-tế, thì giới cầm quyền có thể có những biện-pháp tích cực và cụ thể hơn trong lãnh vực này.

I- Trước hết, chính quyền phải giải-tỏa cho báo-chí những áp-lực kinh-tài mà từ trước tới nay vẫn được dùng như một vòng vây kinh-tế đối với những báo đối-lập.

Những áp lực đó, dù được áp dụng dưới một hình thức nào - kiểm soát nhà in, độc quyền phát hành, cấp bổng giấy ... - đều không phải là những biện-pháp tốt đẹp để giữ kín mãi sự thật và che dấu những nhược điểm của chế độ.

Nhà cầm quyền phải coi báo chí như một cơ - chế công-tác với mình trong việc điều-khiển quốc-gia. Như vậy báo-chí mới phát-triển, xứng đáng với vai trò khó khăn. Đó mới chính là bảo-đảm trường-cửu và vững chắc cho tự do dân chủ.

II. Song-song với việc tháo gỡ vòng vây kinh-tế, nhà cầm quyền còn phải có những biện-pháp đối với các báo thương mại bất chính và khiêu dâm nhảm-nhỉ. Những tờ báo này không những làm nhiệm vụ làng báo mà còn gây tai-họa cho xã-hội đúng như Marcel Prévost đã nhận định : " dung túng sách báo đồi trụy là tiếp tay cho một lực lượng phá-hoại xã hội".

Về vấn đề bài trừ sách báo khiêu dâm, Đô Thông Tin chủ trương : " tìm những biện-pháp thích-ứng để cho những người vì lợi mà làm báo thiếu xây-dựng sẽ nhận thấy mất quyền lợi mà không làm nữa " và " giáo dục và khuyến dụ là những phương-thức ưu-tiên để cải tạo khuynh hướng - đó " (bài phỏng vấn Ông Tổng-Trưởng Thông-Tin của báo Đới Mới số 3 ngày 26.2.1971).

Quan-niệm trên thật ra chỉ là những nguyên-tắc lý-thuyết. Chúng tôi nghĩ Đô Thông-Tin còn nhiều biện-pháp thực tế hơn. Chẳng hạn như dùng vô tuyến truyền thanh và truyền hình để giải-thích, giáo-dục và giải-độc quần chúng. Nếu dân chúng ý-thức được sự nguy-hại, những bài báo đó sẽ không được khích lệ nữa.

Đối với những tờ báo không chịu cải-thiện, luôn luôn khai-thác những đề-tài thiếu xây-dựng, nhà cầm quyền có thể áp dụng điều 35 của luật 19/69 để tịch thu.

Vì khó phân-biệt giữa bài báo khiêu dâm và những bài nhằm giáo dục sinh-lý hay yếu tố nghệ-thuật trong tiểu thuyết diêm-tĩnh. Bởi vậy muốn cho việc tịch thu báo được đúng đắn, chính quyền phải cần tới sự tiếp tay của các hội báo vệ luân-lý, bộ y-tế và nhất là các án-lệ của tòa-án.

III. Nhà cầm quyền còn phải nâng đỡ đời sống các ký - giả. Mức sống vật-chất tối thiểu là điều cần-thiết để người ký giả khỏi trở nên những tên bồi bút bị tiền tài mua chuộc.

Việc bảo đảm cho sự hành-nghề của ký giả cũng rất quan-trọng. Phải giải thoát người ký giả ra khỏi sự chi-phối tinh-thần của giới chủ báo. Người ký giả không thể bị quan niệm như một người thợ viết bài theo lệnh của Ông Chủ. Vì như vậy họ không thể hướng dẫn dư-luận được đúng đắn.

PHẦN THỨ HAI

**Báo Chí Việt Nam  
và các vấn đề Kinh Tế**

## Chương một

# Vấn đề Thị Trường và nhu cầu Độc Giả

\*\*\*

Đứng trước tình trạng lạm-phát của báo-chí Việt Nam hiện tại và nhất là trước bộ mặt thô-thảm của làng báo dưới bàn tay phù-thủy của các thế-lực tài-phiệt và chính trị đã lợi dụng báo-chí để tìm danh lợi. Những người có nhiệt tâm và tha thiết với nghề viết báo đã thất vọng rất nhiều. Họ e ngại nếu có được tờ báo cũng không thể cạnh tranh được, nhất là cạnh tranh bằng những hình thức "phi báo-chí".

Nhưng đó chỉ là cái nhìn bi-quan. Nếu chú tâm nghiên-cứu thị trường báo-chí nước nhà hiện tại, cũng như dựa vào những kinh-nghiệm phát triển của báo chí thế giới, để dự phóng về tương-lai thị trường báo chí trong tương-lai, người ta sẽ thấy còn nhiều cửa ngõ hứa hẹn nhiều chỗ đứng xứng đáng và với một phương-thức kinh-doanh thích hợp, dựa vào cuộc thăm dò nhu cầu của độc giả, chúng ta vẫn còn cơ-hội góp công vào việc phát-triển và củng cố thế-lực thủ tư tại Việt-Nam.

## MỤC A - TÌM HIỂU THỊ TRƯỜNG BÁO CHÍ VIỆT NAM.

### ĐOẠN I - THỊ TRƯỜNG HIỆN TẠI.

Với 43 tờ nhật-báo mà khối lượng độc giả không quá 400.000 người làng báo Việt-Nam quả thật đang lâm vào tình trạng lạm phát trầm trọng. Sở dĩ như vậy là vì giới



tư bản đã tung tiền ra làm báo với thái độ con buôn hoặc những chính khách mua chuộc báo chí để cố võ cho một thế-lực chính trị một cách thiên vị để nhằm những mục tiêu vụ lợi. Những tờ báo này thường chỉ hoạt động rầm-rộ trong giai-đoạn nào đó chẳng hạn như trong những dịp bầu cử và lôi cuốn độc giả bằng những thủ-đoạn thương-mại thuần túy. Ban biên tập thường thiếu những kỹ-giả chuyên-nghiệp lập trường lại không vững chắc và vô tư. Bởi vậy báo đó không thể có một số độc giả trung thành và cố định, khiến đời sống của chúng thường yếu vọng. Sự hiện diện đông đảo của những tờ báo như vậy không thể đe dọa thị trường lâu dài mà chỉ có thể tạo nên một tình trạng lạm-phát giá-tạo và nhất thời cho làng báo.

Người ta cũng thường nói đến sự cạnh tranh đáng kể của vô tuyến truyền hình và truyền thanh. Nhưng thật ra báo chí vẫn có những sắc thái riêng biệt mà vô tuyến truyền hình và truyền thanh không thể thay thế được.

Trước hết tờ báo có giá trị như một tài-liệu lưu trữ được, muốn xem lại lúc nào cũng có ngay và như thế báo-chí giúp nhiều dữ kiện cho người ta để suy-luận hơn. Còn vô tuyến nhìn qua, nghe qua là hết.

Sau nữa các phương tiện truyền hình và truyền thanh bị coi là những cơ quan thông-tin của chính quyền. Lập trường dĩ nhiên không thể vô-tư và độc-lập. Trong khi đó báo chí có thể truyền đạt những tư-tưởng đối lập làm sáng tỏ dư-luận và hướng dẫn quần chúng sáng suốt hơn.

Tại Hoa-Kỳ một cuộc thăm dò ý kiến của vài tổ-chức mới đây đã cho thấy đa số dân chúng không đồng ý thay thế báo-chí bằng những phương tiện trên.

Bởi vậy, mặc dù bị giới tài-phiệt và chính khách đầu cơ thời cuộc lung đoạn, biến báo chí thành một phương tiện kiếm tiền hay tạo địa vị, báo chí vẫn có chỗ đứng riêng biệt, khó bị thay thế.

Đối với người trong cuộc, tình trạng thị trường hiện tại sẽ sáng sủa hơn khi những tờ báo thương-mại thấp kém hay bị giắt dây mắt dân độc giả và đương nhiên bị đảo thái. Lúc đó thị-trường báo chí Việt-Nam sẽ biến chuyển. Nhưng sự biến chuyển ấy sẽ theo chiều hướng nào ?

## ĐOẠN II - SỰ BIẾN CHUYỂN CỦA THỊ TRƯỜNG BÁO-CHÍ VIỆT-NAM TRONG TƯƠNG LAI.

### (A) . CHIỀU HƯỚNG TÌM HIẾU.

Theo sự nghiên-cứu của ký giả Từ-Chung, hiện nay thị trường báo chí Việt-Nam chưa "đầy ứ" (saturé) mà mới chỉ lâm vào tình trạng "chỗ tốt đã bị chiếm cứ" (occupé) Tình trạng đó không thể đứng yên lâu nữa.

Theo quy-luật thông thường ở các nước quyền tự do ngôn-luận được tôn trọng thì báo chí được phân làm hai loại. Một loại được mệnh danh là có giá trị, hiệu theo nghĩa là dành cho một lớp độc giả ưu tú, và một loại mệnh danh là bình dân, hiệu theo nghĩa là dành cho đại chúng. Loại thứ nhất nếu bán được chừng 1/10 so với loại sau đã được coi là một thành công lớn. Chẳng hạn báo có giá trị như tờ The Times chỉ bán được khoảng 255.000 số trong khi tờ bình dân như Daily Mirror bán tới 5.080.000, đã chứng minh cho quy-luật 1/10 nói trên.

Nhưng ở Việt-Nam tỷ lệ chênh lệch này chỉ là 2/5. Nguyên do là vì có những hạn chế về luật-pháp, về sự cung-cấp giấy báo, về tình hình an-ninh v.v... Một khi những hạn chế này không còn nữa tỷ lệ 2/5 sẽ bị tiêu hủy và tiến dần tới tỷ lệ của báo-chí thế-giới. Bởi vậy muốn dự phóng về tương lai phải lồng con toán vào khuynh hướng phát triển trong những điều-kiện thuận lợi sau khi báo chí tháo gỡ được những ràng buộc pháp lý và chính trị như tại các quốc gia tiên tiến.

Do đó, muốn nhận định một cách chính xác về thị trường báo chí Việt-Nam tương-lai chúng ta không thể

không dựa vào kinh-nghiệm phát-triển của báo-chí thế giới.

(B). KINH-NGHIỆM PHÁT TRIỂN CỦA BÁO CHÍ THẾ-GIỚI.

Trên thế giới, sự phát triển của báo chí có những nét chính sau đây :

I. Khuyh hướng tập trung : Các báo không còn đứng đơn lẻ và thuộc quyền sở hữu của một cá nhân nữa. Chúng đã kết hợp thành những nhóm dưới sự điều khiển của cả một công-ty lớn. Tại Anh-quốc, chúng ta thấy có các tổ hợp báo chí như :

- Nhóm Associated Newspapers Ltd. Do tờ Daily Mail kiểm soát, làm chủ 2 tờ nhật báo toàn quốc, 1 tờ tại London, 13 tờ địa phương. Ngoài ra còn có 22 tờ tuần báo nữa.
- Nhóm Beaverbrook làm chủ 1 tờ nhật báo toàn quốc, 1 tờ tại London, 1 tờ tại địa phương và 1 tờ tuần báo.
- Nhóm International Publishing Corporation Ltd làm chủ 2 tờ nhật báo toàn quốc 15 tờ địa phương, 12 tờ tại ngoại quốc và hơn 200 tờ báo định-kỳ.
- Nhóm Provincial Newspapers Ltd kiểm soát 5 tờ nhật báo địa phương và 28 tờ báo định kỳ.
- Nhóm Thomson Organization Ltd kiểm soát 70 tờ nhật báo ở Anh, 19 tờ tại Hoa-Kỳ, 26 tờ tại Gia-Nã-Đại.

Một thí dụ khác, như tại Hoa-Kỳ người ta thấy có các tờ có những tên rất dài như : Honolulu Star Bulletin and Advertiser là sự phối hợp của hai tờ Star Bulletin và Examiner. Hay như tờ Portland Press Herald, Express and Telegram là do sự tập-hợp của ba tờ Press Herald, Express và Telegram.

## II. Sự độc lập của ký giả.

Đặc điểm thứ hai của báo chí các quốc gia tiên tiến là mặc dù bị tập trung và chịu sự chi phối của giới tài-phiệt chủ báo nhưng các ký giả vẫn thường được độc lập, vì chủ nhân không phải là những chính khách, họ không quan tâm mấy tới khuynh-hướng của tờ báo mà chỉ chú ý tới khía cạnh thương-mại là nghề chuyên-nôn của họ. Đường lối và lập trường tờ báo ban-biên-tập được tự do hoạch định. Chính điều này mới là sức mạnh của tờ báo. Do đó quyền quan trọng không còn là quyền sở hữu làm chủ tờ báo mà là quyền điều khiển.

Tại nhiều nơi tôn trọng cổ-tục như ở Anh -quốc, các tờ báo sống lâu năm có thể được coi như một thành phần của cơ-chế quốc-gia. Để tránh cho những tờ báo ấy khỏi bị thế-lực tư-bản khuynh-loạt người ta đã lập là một Ủy -Ban gồm các Ông Chương Lý, Viện-Trưởng Đại-Học Oxford, Chủ Tịch Hàn-Lâm-Viện Hoàng-Gia Anh và thống-đốc Ngân Hàng Anh quốc đứng ra quản-trị những tờ báo lớn như tờ The Times và những cổ-phần muốn sang tên phải xin phép ủy ban này.

## III, Sự phát triển của báo địa-phương.

Một đặc điểm khác nữa là tại các quốc gia rộng-lớn và tiên tiến, ngành báo-chí địa phương phát triển hơn báo chí toàn quốc và có một tầm quan trọng đặc-biệt. Chẳng hạn ở Hoa-Kỳ báo chí lo phụng-sự công-chúng địa phương liên hệ, tin tức địa-phương được chú trọng hơn là tin-tức quốc-tế.

Sở dĩ có tình trạng đó là vì sau chiến tranh vùng ngoại ô phát triển và nhu cầu gia tăng nhanh hơn tại thành phố. Các khu vực này càng ngày càng thu hút một khối dân-số lớn hơn và có những nhu-cầu đặc-biệt mà chỉ báo địa-phương mới thỏa-mãn được. Người ngoại ô đọc báo địa phương để xem quảng-cáo, biết những tin vặt quanh vùng như các phim đang chiếu, tin về quan, hôn, tang, tế, tin tòa án địa phương v.v...

Những tờ báo toàn quốc không thể cung cấp những dịch vụ đó được. Như vậy, tầm hoạt-động của báo-chí mỗi ngày một thu hẹp lại.

#### IV. Những trở ngại cho báo-chí.

Chúng ta đã tìm hiểu qua đường hướng phát triển của báo chí tại các quốc gia tiên tiến. Bây giờ nếu nhìn vào tình-trạng báo-chí của các quốc-gia chậm tiến chúng ta sẽ thấy những sắc thái khác hẳn.

Chẳng hạn tại Ấn-Độ sự phát-triển của báo chí - gặp hai trở ngại lớn là ngôn ngữ bất đồng và xã-hội lạc-hậu. Cả Ấn-Độ có 2525 tờ báo thì 679 tờ Anh-Ngữ, 379 tờ tiếng Hindi và 1469 tờ báo địa phương đủ các thứ tiếng khác. Các ký giả lại phải viết tin bằng tay vì chưa có máy chữ về những ngôn-ngữ đó.

Tình-trạng xã-hội cũng bất lợi cho báo chí Ấn-Độ. Tại đây, cứ 100 người biết đọc thì mới có 5 người chịu đọc báo. Do đó báo chí muốn phát triển thì phải đợi số người mù chữ bớt đi, dân trí và mức sống cao hơn. Tiến bộ xã-hội thực-hiện được bao nhiêu thì cũng có lợi cho báo-chí bấy nhiêu.

#### (C) ĐƯỜNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG BÁO-CHÍ VIỆT-NAM TƯƠNG-LAI.

Chúng ta vừa nhìn qua sự phát-triển của báo chí thế-giới tại các quốc-gia tiên-tiến cũng như chậm tiến - Bây giờ từ những kinh-nghiệm đó chúng ta thử tìm kiếm - hướng tiến của thị-trường báo-chí Việt-Nam trong tương lai.

Điểm đầu tiên chúng ta nhận thấy là báo chí Việt-Nam cũng đang có khuynh hướng tiến tới tình trạng tập-trung thành những tổ-hợp. Hiện nay, có nhiều nhà tư-bản đã bỏ - tiền cho xuất bản vài tờ báo và họ thường nắm quyền điều-khiển.

Sự thành lập các tổ-hợp báo-chí gây ra nhiều hậu quả. Đó có thể là phương thuốc hiệu nghiệm để chữa trị căn bệnh lam-phát của thị trường báo-chí hiện tại. Vì các báo trong một tổ-hợp sẽ có cùng lập-trường, cùng một đường lối và chương-trình hoạt-động. Do đó, những tờ báo lẻ loi - thương-mại thuần-tuý không thể cạnh tranh được, sẽ mất dần độc-giá và phải tự đóng cửa.

Nhưng đồng thời sự tập trung báo-chí cũng là triệu chứng báo trước một nguy-cơ là quyền tự-do ngôn-luận dần dần trở thành độc quyền của giới tư-bản. Đó là chưa kể quần chúng sẽ chỉ được nghe một số dư-luận bị giới hạn và rất ít ỏi. Bởi vậy nếu những tổ-hợp báo-chí bị mua chuộc sự thực và sẽ dễ bị bùng-bít quần chúng dễ bị - hưởng dẫn sai lạc.

Bởi vậy chúng ta cần rút kinh nghiệm của báo-chí ở Anh, Nhật v.v... Làng báo phải cố gắng tranh-đấu cho quyền tự-do hành nghề và sự độc lập của ký-giả. Trong tình trạng tập-trung báo-chí muốn phát-triển được thì giới chủ báo phải tôn-trọng nguyên-tắc không điều-khiển ban biên-tập trong khi quản-trị.

Báo-chí Việt-Nam trong tương-lai sẽ khó phát-triển được ở những vùng ngoại ô. Chỉ có ngành báo-chí toàn quốc là được chú trọng và khai thác mạnh-mẽ. Vì diện-tích nước ta nhỏ bé và đa số dân chúng sống bằng nghề nông.

Tuy nhiên vì phương-tiện phân-phối chậm-chạp, dân chúng các vùng xa Saigon thường qua ngày hôm sau mới có báo. Do đó, trong tương lai miền Trung, miền Tây và Hậu Giang có thể sẽ trở thành những trung-tâm hoạt-động của làng báo Việt-Nam.

Như vậy, hướng phát triển tương-lai của báo chí Việt-Nam không phải là tại các địa-phương như ở Hoa - Kỳ mà là sẽ phát-triển tại từng miền.

Mặc dù đã thâu-thập được những văn-minh, tiến bộ của Âu-Mỹ, Xã-hội Việt-Nam cũng còn chậm tiến. Do đó kinh-nghiệm phát triển của báo chí Ấn-Độ cũng đáng được ghi nhận. Thị trường báo-chí Việt-Nam trong tương lai cũng sẽ tùy thuộc một phần vào sự cải-thiện xã-hội. Xã-hội tiến nhờ báo, báo phát-triển hơn nhờ xã-hội. Cái vòng lẩn-quẩn ấy đòi hỏi phát triển giáo dục, kinh-tế và kỹ-thuật.

Đặc biệt là yếu-tố kỹ-thuật. Báo-chí thế-giới phát triển mạnh một phần là nhờ những kỹ-thuật mới như "web offset" máy "computer" để xếp chữ hay dùng vô-tuyến điện để lên khuôn tại một nơi cách rất xa nhà in. Kỹ-thuật sẽ giúp báo lấy tin nhanh sản xuất mau lẹ và giúp tờ báo có hình thức sáng sủa hấp dẫn luôn. Báo chí thế giới đang tiến dần đến giai đoạn sản xuất tự động mặc dù bị phản-đối từ phía công nhân nhà in, thợ xếp chữ ... Trong tương lai hướng tiến của báo-chí Việt-Nam chắc chắn cũng phải là phá vỡ khuôn khổ thủ-công-nghệ hiện tại và tiến tới sản-xuất kỹ nghệ quy-mô để mở rộng thị trường.

Những dự phóng về hướng phát triển của thị-trường báo chí tương lai trên đây chỉ là những ước-đoán. Thực ra sự phát-triển của báo chí còn tùy thuộc nhiều yếu tố khác như : khả năng ký-giả, ý thức của giới tư-bản chủ báo . Chính quyền cũng cần phải có thiện-chí giảm bớt những hạn chế pháp lý và những mưu-chước chính-trị nhằm khống chế báo chí.

Kết quả của chiến cuộc vô cùng quan trọng. Vì khi hoà-bình, những vùng thôn-quê hẻo-lánh được bình định và nhu cầu báo-chí địa phương sẽ tăng mạnh.

Như vậy, sự tìm hiểu thị-trường báo-chí trên đây đã cho chúng ta thấy trong bất cứ trường-hợp nào và dù báo chí phát-triển theo hướng nào, tương-lai vẫn hứa hẹn một thị-trường tốt đẹp cho những người muốn ra báo.

Tuy nhiên sự lạc quan về thị-trường chưa đủ, vì khối độc-giả cũng giữ một vai trò then-chốt trong sinh-

mang tờ báo. Do đó, tìm hiểu thi-hiệu của đại chúng là một vấn đề quan-trọng.

## MỤC B - THKM DÒ THI HIỆU CỦA ĐỘC GIÁ.

Thi hiệu của độc-giá bây giờ là gì? Muốn tìm thấy chúng ta phải để ý tới những biến-chuyển tâm-lý và hiện - tại ( \* ).

Những tiến-bộ kỹ-thuật và nền văn-minh vật - chất đã làm biến-chuyển xã-hội và tinh-thần con người cũng chịu ảnh-hưởng nặng nề.

Những biến chuyển đó đã lôi cuốn làng báo vào 1 neo lạ và những sự thật chua chát đã cho ta biết rõ về thực chất những nhu cầu mà tờ báo đang cố tìm kiếm để thỏa-mãn.

Chẳng hạn ở Saigon mấy năm gần đây sự thành công rực rỡ của các tờ chằng có gì là xuất sắc như Saigon Mới, Trắng Đen ... đã làm người ta ngạc nhiên không ít. Đó là những tờ báo bài vở rất hơi hợt, nội dung tầm thường, phần lớn là tin lặt vặt và tiêu-thuyết giải-trí nhảm-nhí.

Ngược lại những tờ báo đứng đắn cùng thời với 1 bộ biên-tập uy-tín với sự công-tác của những nhà trí thức có 1 chương trình tranh đấu cấp tiến đã bị thất-bại thê thảm.

Sự tàn lụn của những tờ báo có giá trị không phải vì trình độ độc-giá xử ta kém cỏi mà đó chỉ là hậu quả của sự khủng hoảng tinh-thần chung cho nhân loại trên thế giới.

Thật vậy ngay ở những nước tiên tiến như Pháp, Mỹ, Anh số phận của những tờ báo chính-trị, tư-tướng cũng không hơn gì. Sự sa sút của những tờ như Humanité, Cesoir, L'aube, Mercure de France, Lettres Nouvelles v.v... Nói danh như cồn, hợp thời và ăn khách như J.P. Sartre cũng phải chịu - để cho tờ Les temps modernes điều đứng gác ngoài.

---

(\*) Trùng-Thiên, Tờ báo - bách khoa số 217 tháng 1-1966



Báo chí trên khắp thế-giới bây giờ không còn thu hút độc giả bằng những bài chính-trị sôi nổi, những trang triết-lý cao siêu hay những dòng tư tưởng mới lạ nữa mà lại lôi cuốn độc giả bằng những mẫu tin vật vãnh.

Cuộc điều tra tại Hoa-Kỳ năm 1953 đã cho thấy có tới 78% độc giả yêu cầu nhà báo không nên bỏ bớt những trang tin tức địa-phương. Và suốt từ năm 1948 đến 1954, có 8 cuộc điều tra liên tiếp vẫn cho thấy kết quả là mục tin tức được độc giả ưa chuộng nhất.

Để giải thích hiện tượng này, Pierre Denoyer chủ bút tờ Sélection du Reader ' S Digest đã nhận xét ở những thành phố nhỏ người ta lưu ý nhiều hơn đến loại báo có giá trị.

Tại Việt-Nam cũng có những nhà văn nhà báo đôi lần ra thăm vài tỉnh miền trung đã nung rở phát-giác rằng ở ngoài Trung độc-giả biết chọn đọc những tờ báo đúng đắn, có người giải thích tại vì miền Trung là đất của Cách-Mạng, của Chính-Trị, của tư tưởng. Miền Trung nghèo nên dân cư chịu khổ nhọc, thích những suy cứu kiên trì v.v...

Nhưng theo Ông Trảng Thiên thì đúng đắn đâu có quê hương ở miền Trung hay ở các tỉnh nhỏ của Mỹ ? và Ông đã giải thích bằng sự biến đổi tâm lý và xã-hội.

Xã-hội càng văn-minh, con người càng lâm vào tình trạng cô độc tinh thần, tiến bộ kỹ-thuật đã cuốn hút con người vào đời sống máy móc và cảm thấy lẻ loi giữa đám đông. Giữa thành phố ai nấy sống bên nhau mà không quen nhau. Nhịp sống náo nhiệt lại làm mệt tinh-thần.

Bởi vậy họ cần tìm những thú giải trí để khỏi buồn nản và bắt lại được mối tương giao thân mật giữa mình và xã-hội. Dù là giả tạo, tờ báo với những tin vật vãnh trong thành phố có thể thỏa-mãn được nhu cầu đó.

Bởi vậy báo chí dần dần biến dạng. Trước kia, nó có thể xuất hiện từ 1 nguồn gốc giáo-duc ; khai-hóa ..... Nó đích thực là 1 cơ quan ngôn-luân nhằm truyền bá tư-tưởng, lãnh đạo dư-luân quần chúng. Nó là 1 phương tiện để các Ông Huỳnh-Thúc-Kháng, Nguyễn-An-Ninh v.v... đấu tranh, để các Ông Phạm-Quỳnh, Nguyễn-Văn-Vĩnh phổ biến kiến-thức, văn hóa Âu-Tây ...

Nhưng ngày nay vì tiến bộ kỹ-thuật làm thần kinh con người trở nên mệt nhọc căng thẳng, độc giả không muốn tìm ở báo những món ăn tinh-thần khô khan và cao siêu nữa. Báo-chí đã bị thay đổi như 1 nhà quý tộc trí thức vì sinh kế dần dần phải tập tành cốt cách 1 kẻ mánh tin vật vãnh, nhanh nhẩu và có tài pha trà bông lơn.

Cuộc sống làm con người đô thị không còn lân-la hàng xóm để nói chuyện vu vơ, họ dành năm nhà đọc báo. Vậy tờ báo phải có tác dụng như 1 câu chuyện tâm phào mang lại cho người đọc cái không khí thân-mật giả-tạo của đời sống văn-minh. Đó là nguyên-cớ để các tin-tức nhỏ nhặt như những vụ tự tử vì tình, đám cháy tại khu phố, du đảng cướp giết v.v... trở thành món ăn tinh thần cần thiết và được ưa chuộng nhất.

## Chương hai

# Vấn đề Kinh Doanh



Ngày nay dù tờ báo chỉ lo thương-mại hay cố gắng tối đa để phục-vụ quần chúng, nó cũng đã là một cơ sở kinh doanh hoàn toàn của tư-nhân.

Với những tiến bộ kỹ-thuật, báo-chí Tây-Phương đã trở thành một xí-nghiệp : Phải lập một công-ty, với số vốn rất lớn mới có thể xuất bản một tờ báo và duy trì cho nó trường tồn. Theo Denoyer, tại Luân-Đôn muốn xuất bản một tờ báo phải có từ một tới hai triệu Anh-Kim. Tại Hoa-Kỳ số vốn đó là 3 triệu Mỹ-Kim. Ngành báo-chí tại đây đứng hàng thứ 12 trong các công-nghệ-chính và xử dụng một số công nhân khoảng 350.000 người.

Tại Việt-Nam, chưa có tài-liệu nào nêu rõ địa-vị của ngành kinh-doanh báo-chí trong nền kinh-tế quốc-gia . Nhưng với một thị trường gồm hơn 40 tờ nhật báo và hàng-trăm tờ ra định-kỳ, báo-chí Việt-Nam chắc-chắn đã trở thành một ngành thương-mại quan-trọng.

Trong tình-trạng cạnh-tranh hiện-tại ; việc khai thác một tờ báo là cả một vấn đề khó khăn. Nó đòi hỏi người chủ báo ngoài khả năng viết báo còn phải có những đặc-tính của những vị Chỉ-Huy một xí-nghiệp , thương-mại, kỹ-nghệ lớn.

Sau đây chúng ta thử tìm hiểu các công việc chính trong lãnh-vực kinh-doanh, quản-trị một tờ nhật báo tại Việt-Nam hiện nay. Sau đó, từ những kinh nghiệm phát

triển của báo chí thế giới, chúng ta thử tìm cách ứng dụng cho làng báo Việt-Nam những phương-thức kinh doanh tiến bộ trong tương-lai.

**MỤC A - TÌM HIỂU CÔNG VIỆC KINH -  
DOANH MỘT TỜ BÁO VIỆT NAM  
HIỆN TẠI.**

Những công việc này gồm rất nhiều và rất phức tạp. Nhưng chúng ta chỉ tìm hiểu ở đây vấn đề quản-trị tờ báo dưới khía-cạnh kinh-tế mà thôi. Chúng ta cũng sẽ đặc biệt nhấn mạnh tới ty quản-lý, vẫn được mệnh danh là cơ quan - kinh-tải, với những nhiệm-vụ quan-trọng của nó.

**ĐOẠN I - CÁC VẤN ĐỀ TRONG VIỆC KINH-DOANH TỜ BÁO.**

A. SỐ VỐN: khi muốn xuất bản một tờ báo, trước hết người ta phải dự trù những phí tổn ra báo.

Theo Ông Tế-Xuyên số vốn tối thiểu vào năm 1960 là khoảng 2 triệu. Đó là nói tới những tờ chưa có nhà in riêng. Theo tài-liệu năm 1968 số tiền này đã lên tới 12 triệu. Tới ngày nay số vốn đó đã lớn vượt mức. Ông Chủ - Nhiệm báo Độc-Lập đã cho chúng tôi biết ông đã phải bỏ ra 20 triệu để xuất bản tờ báo.

Hiện nay, trong cuộc cạnh-tranh gay go, các phương tiện ấn-loát tối tân như máy in rotative, máy đúc chữ, máy linotype. Báo Dân Ý, trong việc trang-bị hệ-thống máy rotative - offset đã phải tốn mất 12 triệu.

Ngoài ra phí tổn trong vấn đề quảng cáo cho tờ báo ra mắt độc giả hay vấn đề thực-hiện những sáng kiến để cải tiến tờ báo, thu hút thêm độc-giả cũng đòi hỏi một nền tài-chánh dồi dào.

## B. QUẢN-TRỊ TRANG NGOÀI : VẤN ĐỀ LẤY TIN.

Về những tin-tức để thực-hiện trang nhất, tờ báo được cung-cấp bởi nhiều nguồn tin khác nhau.

Trước hết là những "tin sống" do chính các phóng viên, đặc-phái-viên, thông-tin-viên v.v... của tờ báo thu lượm được trong ngày. Những nhân-viên của tờ báo ở xa còn có thể cung-cấp tin bằng máy vô tuyến điện tín (Télétype) để truyền tin và thâu tin. Khi nhận được bản tin đã là một bản đánh máy sẵn, tòa-soạn chỉ sửa qua rồi cho thợ sắp chữ liền.

Với máy vô tuyến-điện belinographe tờ báo còn có thể có được những hình ảnh gửi từ xa tới.

Tuy nhiên một tờ báo thường không thể có đủ thông tin-viên ở khắp nơi để việc cung cấp cho tin tức được đầy đủ. Lại còn có những tin rất khó kiếm được. Do đó các tờ báo phải mua tin và tìm những mảnh lời khác.

Các tin được mua từ các ký-giả bán hay các cơ quan thông tấn xã. Mỗi tin thường phải mua khoảng 50\$. Các báo còn có thể mua hoặc khai-thác khôn khéo, những tin quan-trọng và rất ăn khách, từ các nhân-vật làm việc trong cơ quan thông-tin của chính quyền.

Việt-tấn-xã và các hãng thông-tấn quốc-tế cơ quan thông-tấn tư cũng được coi là nguồn tin tức chính - thực cung-cấp cho mọi nhật báo tại Việt-Nam. Ngày nay các hãng thông-tấn lớn nhất là AP và UPI đều của Hoa-Kỳ.

Tại Việt-Nam có Việt-Tấn-Xã. Từ năm 1951 đã trở thành một công-sở tự trị có ngân sách riêng và được quyền bán tin cho báo-chí.

Mặc dù được tổ-chức như vậy, tin-tức của báo-chí Việt-Nam còn rất yếu kém. Có lẽ chỉ dựa vào việc mua tin -

mà nhiều khi mua được rất ít vì giới hạn tài chánh - và không có những phóng viên có khả năng nộp một phần lớn báo-chí - thường phải đăng lại tin tức của báo Hoa-kiều hay các báo ngoại quốc khác.

### C- QUẢN-TRỊ TRANG TRONG.

Các tiêu-thuyết, các báo thường thuê một văn - sĩ viết feuilleton. Tùy mức độ ăn khách của từng cây bút, tiền hàng tháng báo phải trả cho một tác giả từ 8 đến 15.000\$.

Về truyện kiếm hiệp Trung-Hoa báo Việt-Nam có thể copy lại hay thuê dịch.

Các mục linh tinh khác ở trang trong thường do - một vài ký giả bao thầu. Đôi khi có sự cộng-tác của độc giả nữa.

### D- CÁC ĐỀ-MỤC QUAN-TRỌNG.

Trước hết là những bài nghị-luận. Theo truyền - thống báo chí thế giới, mục này sẽ do viên chủ bút hay chủ nhiệm đảm trách vì nó thường biểu-lộ khuynh hướng chính-trị của tờ báo.

Nhưng tại Việt-Nam, nhiều chủ báo quá kém cỏi nên thường phải thuê ký giả, chính-khách hay giới trí-thức viết các bài này và lại thường ký tên viên chủ bút. Có lẽ tờ báo phải trả một số tiền khá lớn cho người viết, vì tầm quan-trọng của nó và thế-diện của chủ bút.

Sau nữa phải đề cập tới các ký giả " viết phim ". Từ ngữ " viết phim " rất thông dụng trong làng báo Việt-Nam, mặc dù nó được viết dưới nhiều tiêu đề khác nhau như : Tin Vít, bức tranh văn cầu, thiên hạ đồn rằng v.v...nhưng nó đều là những bài, nhận một tin tức hàng ngày, tác giả viết chêm biếm một nhân-vật, một hiện-tượng xã-hội v.v...

Mục " phim " hàng ngày hiện nay được coi là mục ăn khách nhất và không một báo nào thiếu. Nhưng viết mục

" phim " rất khó, tác giả phải là người có những nhận xét tế nhị, có óc châm biếm sâu-sắc mục này mới hấp dẫn. Do đó các báo thường phải thuê kỹ giả ở ngoài viết " phim " và một vài cây bút nổi tiếng thường bao mục này cho nhiều báo dưới nhiều bút hiệu.

Tuy nhiên trong việc kinh-doanh lấy lời và nhất là trong cuộc cạnh-tranh đầy tính cách thương-mại hiện nay, tờ báo, ngoài một ban biên-tập hùng hậu để thu-hút độc giả, còn phải có một viên quản-lý giỏi tài quản-trị. Bởi vì đó là người cầm đầu cơ quan kinh-tài của tờ báo : Ty quản-lý. Sau đây chúng ta thử tìm hiểu qua về ty này và những đóng góp của nó trong vấn đề kinh-doanh của tờ báo.

## ĐOẠN II - CƠ-QUAN KINH-TÀI : TY QUẢN-LÝ.

### A. TẦM QUAN-TRỌNG.

Ngày nay, ty quản-lý trở thành một cơ quan trọng yếu quyết-định sự tấn-phát hay khánh-tận của tờ báo.

Mặc dù các nhân-viên của ty này thường hoạt-động âm thầm và rất dễ bị lãng-quên trong tâm trí độc giả. Nhưng không có họ thì không có huê-lợi để xuất-bản và tờ báo sẽ không tồn tại được.

Người ta thường bảo một tờ báo bán chạy, có nhiều độc-giả, không phải chỉ hoàn-toàn nhờ vào bài vở mà một phần chính-yếu là ở sự kinh-doanh khôn-khéo, đặc lực. Chúng ta có thể hiểu được điều đó khi nhìn vào những công việc vô cùng phức-tạp và quan-trọng của ty quản-lý.

Nó phức tạp vì ty quản-lý phải làm đủ mọi việc: tiếp xúc với các hãng, tư nhân để xin quảng cáo, dự trữ, tính toán, làm đơn xin cấp giấy in báo và liên-lạc với nhà in, nếu tờ báo phải thuê in ...

Ty quản-ly còn phải lo về việc phát hành. Hiện nay dù đã có các nhà phát-hành đảm-lãnh. Song ty quản-ly cần phải đôn-đốc, góp ý kiến với nhà phát-hành, đề nghị cải-thiện khi sự phát hành không điều-hòa.

Trong tình-trạng cạnh tranh gắt gao hiện tại, tờ báo ra sớm được một phút là có hy-vọng bán trước được hàng ngàn số. Bởi vậy trong việc phát-hành còn có vấn-đề tranh thủ với kim đồng hồ nữa. Công việc của ty quản-ly và của tòa-soạn sẽ phải đúng với thời khóa-biểu từng giờ, từng phút. Ví dụ một chuyến xe lửa, máy bay phân phối báo khởi hành đúng giờ, tòa báo chỉ cần chậm trễ một phút là độc-giả ở địa phương hôm ấy sẽ mua tờ báo khác để đọc. Sự thiệt hại, do sự chậm trễ của ty quản-ly, sẽ rất lớn.

Ty quản-ly cũng cần họp bàn với tòa-soạn về vấn đề cải-tiến tờ báo. Sự cải tiến có mục đích làm sao cho quan chúng chú ý tới tờ báo của mình. Tờ báo thường mở những cuộc thăm dò ý-kiến độc-giả để sự cải-tiến có hiệu quả tốt đẹp. Có nhiều hình-thức cải-tiến để lôi cuốn độc giả như thêm trang, mở thêm vài mục mới, tăng cường ban biên-tập, thêm hình ảnh ... Nhiều tờ báo còn mở những cuộc thi trong nhiều lãnh-vực, thường là văn-ngệ, mỗi cuộc thi kéo dài nhiều tháng và ban tổ-chức thường làm sao cho người muốn dự thi bắt buộc theo dõi và mua báo thường xuyên.

Có nhiều khi, tờ báo gặp những trục-trắc bất-thường về phương diện thương-mại như số độc giả tự nhiên giảm sút tại một tỉnh nào đó. Ty quản-ly sẽ phải cùng với tòa-soạn nghiên-cứu tìm lý do và đưa những biện-pháp để phát-triển tờ báo.

Sau hết, đối với nội bộ ty quản-ly còn phải coi sóc các hoạt-động của nhà máy do tờ báo làm chủ, nếu có, và kiểm soát mọi việc mua bán ở đó. Nó lo giải-quyết các vấn-đề nhân-công, phụ-trách về lương bổng các nhân-viên tòa báo. Viên Giám-đốc trị sự còn phải quản-trị cả những nhân-viên giữ sổ sách, kế-toán viên ... đồng đạo nhiều khi không kém nhóm phòng viên.



Tuy nhiên, có lẽ nhiệm-vụ quan-trọng nhất của ty quản-lý bây giờ là công việc quảng-cáo

## B. VẤN ĐỀ QUẢNG CÁO.

I- Vai-trò. Pierre Denoyer đã nhận xét rằng trong khi tất cả các Xi-Nghiệp Kỹ-Nghệ và Thương-Mại thường ấn-định giá bán cao hơn giá vốn (vì không có cách nào khác để kiếm lời) thì các tờ báo lại cố ý bán lỗ vốn hoặc trong vài trường hợp không trông cậy vào việc bán báo để tồn tại.

Thật vậy, 1 tờ báo nay thường bán ra với số vốn rẻ hơn giá tổn sản xuất. Nhưng tờ báo vẫn lời rất nhiều. Nguyên cớ của hiện tượng đó là do tác động của quảng cáo.

Cách đây hàng trăm năm Emile de Girardin đã đề xướng quan-niệm cách-mạng của ông là các báo sẽ nhờ quảng cáo để bù đắp những thiếu hụt trong việc khai-thác và đảm bảo số lời. Ông là người đầu tiên hạ thấp giá mua báo dài hạn để tăng số lượng bán ra và bù đắp bằng tiền đăng quảng cáo.

Các báo thời ấy lúc đầu không tin vào thuyết của Girardin và cho đó là 1 điều xấu hổ hạ thấp giá trị của 1 cơ quan ngôn-luận có những sứ mạng cao cả đặc biệt.

Nhưng Girardin đã nhìn đúng. Sự thành công rực rỡ của tờ La Presse của ông với đường lối thu hút quảng cáo và hạ giá bán đã chứng tỏ điều đó. Ít lâu sau tờ Le Siècle ra đời áp dụng thuyết của Girardin cũng đã thành-công.

Sự tiến bộ vượt bậc của hai tờ báo "ly khai" đã đưa báo chí tới 1 đường hướng kinh doanh mới : khai-thác ngành quảng cáo.

Cho tới ngày nay nếu quả quyết rằng đa số những tờ báo quan tâm nhiều nhất đến sự thành công của ngành quảng cáo thì có vẻ quá đáng. Nhưng kẻ nào không coi việc giữ vững số thâu về quảng cáo là 1 vấn đề sinh tử thì sẽ ít hy vọng thành công.

Chỗ dành cho quảng cáo trên các nhật báo ngày nay đã được mở rộng. Ngay tại Hoa-Kỳ có báo đã dành tới 75% diện tích tờ báo cho phần quảng cáo.

## II- Những ảnh hưởng.

Đã có một thời kỳ người ta thấy quảng-cáo gây nhiều ảnh hưởng cho báo chí. Chẳng hạn tại Pháp, 5 tờ báo thông-tin lớn là Le Petit Parisien, Le Journal, Le Matin, Le Petit Journal, l'Echo de Paris có số lượng phát hành lớn nhất. Để có nhiều hợp đồng đăng quảng cáo 5 tờ này thỏa thuận ngầm với nhau giảm giá quảng cáo xuống dưới giá biểu chính thức.

Những kết hợp như thế đôi khi gây ra sự cạnh tranh và thường đưa đến những hậu quả nguy hiểm.

Thực vậy, bằng vũ-khí quảng cáo nhiều tờ báo đối lập chính-trị đã bị thủ tiêu 1 cách hiểm độc. Nếu các báo thân chính quyền kết hợp để dành độc quyền đăng quảng cáo sẽ chặn đứng huyết mạch nuôi dưỡng những tờ nào đối lập.

Tại Pháp trường-hợp đó đã xảy ra khi hãng Havas và 5 tờ báo lớn kể trên ký những hợp đồng có hiệu quả ngăn sự xâm nhập của 1 địch thủ tương lai trong lãnh-vực quảng-cáo. Vì vậy mà nhóm này đã bị tố cáo là 1 tổ chức đại-Phong-kiến đe dọa làng báo. Sau hãng Havas phải trừ liệu những điều kiện thuận lợi để khách hàng đăng quảng cáo cho 5 tờ báo này, có thể đăng thêm ở tờ báo thứ 6 nữa 1 cách dễ dàng.

Người ta còn bảo rằng báo-chí lệ-thuộc quảng-cáo nghĩa là phải sống nhờ vào trợ cấp của những nhà kinh-doanh lớn. Do đó thường phải thiên về chủ nghĩa tư-bản, vì nhu cầu sống còn của mình.

Quan niệm hơi hợt này đã bị thực-tế phủ nhận : Những tờ báo xã-hội và cộng-sản ở Pháp, Đức đã đăng đủ loại quảng cáo không phân biệt nguồn gốc. Nhưng vẫn giữ

vùng chính sách chống tư-bản. Ở Nga cũng vậy, những quảng cáo cho sản-phẩm của tư bản như máy hút bụi, tủ lạnh, hãng bảo hiểm vv... không làm lung lạc được lập trường tờ báo.

Theo Pierre Denoyer, tại những nước mà ngành - quảng-cáo chưa tiến-bộ và việc đăng quảng cáo còn bị lựa chọn một cách mù mờ vì thiếu những chỉ dẫn chắc chắn về hiệu năng thì những nhà quảng cáo mới có khuynh-hướng ảnh hưởng ngầm ngấm đối với tờ báo.

Trái lại tại những quốc gia tiên-tiến, các nhà quảng cáo khó gây được một ảnh hưởng nào. Nhất là đối với những chủ báo có lương tâm và ý thức.

Chẳng hạn như tại Hoa-Kỳ, tờ Chicago Tribune - được hãng buôn lớn là Marshall Field mua trọn nhiều trang của báo này để đăng quảng-cáo. Hãng M. Field đã cố những cố gắng dùng áp lực tài-chánh để chi-phối đường lối chính trị của tờ báo. Nhưng vị chủ báo đã sẵn sàng từ bỏ nguồn lợi quảng cáo này, và cho " đó là một dịp để tôi tố giác những tệ-đoan lũng-đoan báo chí Hoa-Kỳ " (■).

Vậy quan-niệm rằng quảng cáo là một trở ngại cho sự độc-lập của báo chí là sai lầm. Quảng cáo không hề làm nhiệm độc, mà ngược lại, sự phát triển của ngành này có thể là một bảo đảm cho sự thịnh-vượng, tính cách độc lập và uy tín của báo-chí. Vì lúc đó báo chí không còn phải tìm những phương cách kiếm tiền hạ-cấp và nguy-hại.

Tại Việt-Nam quảng-cáo chưa được khai thác đúng mức vì các báo chí tập-trung ở Saigon. Do đó không thu-hút được những quảng cáo có tính cách địa phương.

Người đăng quảng cáo quan-niệm là chỉ trả tiền quảng-cáo đối với những số báo phát-hành hữu ích.

---

(■) Pierre Denoyer : La Press moderne.

Những dịch vụ chỉ cung cấp được cho một vùng như một cửa hàng, một rạp hát, một hiệu ăn v.v... chứ không phải là những sản-phẩm cung ứng cho nhu-cầu toàn quốc. Bởi vậy nếu đăng trên các báo phát hành toàn quốc thì phí-tốn nhiều mà hiệu-năng lại không cao vì có một số lớn độc giả ở xa tất nhiên quảng cáo không có ảnh hưởng gì tới họ.

Trong tương-lai nếu báo-chí Việt-Nam phát triển được tại các miền Trung, Tây và Hậu Giang thì chắc chắn - quảng cáo địa-phương là một trong những tài nguyên quan-trọng nhất.

### III- Kỹ-thuật quảng cáo.

Đối với một tờ báo, quảng cáo, như ta đã thấy là huyết mạch cung cấp cho một phần lớn sinh-lực cho tờ báo. Người quản-lý giỏi biết lưu-ý các hãng buôn lớn, nhỏ, đến tờ báo của mình. Bởi vậy Viên Giám-Độc trị sự cần có một nhóm cộng-sự-viên lanh-lợi, tháo vát có trách vụ lôi cuốn khách hàng để mỗi ngày tờ báo có thêm nhiều quảng cáo. Họ còn giảm giá quảng cáo đối với những người đăng quảng cáo dài hạn.

Những vận động quảng cáo khác nữa là các cuộc thi, có thể là những cuộc vui đại chúng do tờ báo xướng-xuất như tổ-chức một cuộc tranh-giải thể-thao, một đêm văn-nghe v.v.. lấy tiền làm việc phước thiện hay giúp một cơ quan, một số đồng bào bị thiên tai. Tờ báo không hưởng lợi lộc tài chánh nào trong các cuộc tổ-chức ấy. Song ảnh hưởng của nó là được mọi người biết đến và coi như đó là một cơ quan phục-vụ lợi ích công-cộng và nhiệt-tâm hoạt-động xã-hội.

Đối với người đăng quảng cáo, họ thường tìm cách lôi cuốn khách hàng phụ-nữ. Vì "đàn ông kiến tiền nhưng đàn bà tiêu tiền".

Về giá trị bài quảng cáo chỉ tùy thuộc vào kích thước của cột báo 1 phần nội dung quảng cáo cũng ít

có hiệu năng. Do cơ cấu kỹ là của ngành quảng cáo giá trị và hiệu năng của quảng cáo tùy thuộc vị trí dễ thấy trên tờ báo và mĩ-lực của độc giả. Bởi vậy giá biểu sẽ càng tăng đối với những trang càng được độc giả ưa chuộng hơn các trang khác. Vị trí gần 1 bài báo là chỗ ưu thế, vì có nhiều hy vọng được độc giả để mắt đến hơn. Rút cục, có thể nói 1 cách hữu lý rằng báo chí " bán " sự chú ý của độc-giả - cho các giới đăng quảng cáo.

Mĩ lực của độc giả cũng vô cùng quan-trọng vì quảng cáo của 1 nhà chế tạo xe hơi, Ti-Vi, 1 tiệm kim-hoàn vv... không có tác dụng gì đối với những độc-giả yếu kém về kinh-tế. Do đó báo dành cho giới trưởng giả là báo có hiệu những quảng cáo cao nhất.

Một yếu tố nữa ảnh hưởng tới quảng cáo đó là số lượng phát-hành của tờ báo. Các báo thường khoe khoang là có nhiều độc-giả nhất, số phát-hành cao nhất. Điều khoe-khoang đó, không những chỉ có mục đích gây tác động tâm-lý cho đám quần chúng dễ tin, mà còn nhằm ảnh hưởng đến sự lựa chọn của những người đăng quảng cáo không an tường.

Nếu phải chọn đăng quảng cáo trên 1 tờ báo lớn hoặc trên nhiều tờ báo nhỏ khác mà số tổng phát hành chỉ bằng tờ báo lớn - người đăng quảng cáo sẽ chọn đăng trên 1 tờ báo lớn. Vì như vậy tiết kiệm hơn và hiệu năng của quảng cáo không sút giảm. Công việc cũng giản dị hơn vì chỉ phải thương lượng 1 lần và kiểm soát 1 lần thôi.

Do đó cuộc chạy đua kiếm độc giả chỉ là 1 khía cạnh của sự cạnh tranh giữa các báo. Sự tranh giành cũng diễn ra 1 cách sòng sảng như vậy trong việc tìm kiếm những người đăng quảng cáo. Khi thì các báo kinh chống nhau kịch liệt khi thì thỏa-hiệp với nhau để hạ 1 kẻ địch chung.

**MỤC B - PHÂN-TÍCH BÁO-CHÍ VIỆT -  
NAM THEO CHIỀU HƯỚNG  
KINH-DOANH .**

Trong đoạn trên, chúng tôi vừa trình bày một vài nét chính trong việc khai-thác một tờ báo. Đó chỉ là những kỹ-thuật rất thông thường.

Thật ra công cuộc kinh-doanh báo-chí không phải giản-dị như vậy. Các báo đang nỗ-lực thu-hút độc-giá bằng mọi phương-thức thương-mại mà một số lớn vẫn còn là những bí-mật nghề-nghiệp được giấu kín và những tài-liệu hay các cuộc phỏng-vấn chưa giúp chúng tôi khám-phá được hết.

Nhưng chúng ta có thể nhìn thấy một phần bộ mặt thực của báo-chí Việt-Nam hiện tại qua những chiều hướng kinh-doanh chính yếu sau đây :

**I- BÁO THÔNG-TIN.**

Các báo đặt nặng phần thông-tin hiện nay rất nhiều. Nhưng chỉ có một số rất ít nổi tiếng và thu-hút được một số độc-giá khá-quan bằng quan-niệm làm báo thông-tin - thuần-túy.

2 tờ hoạt-động trong lãnh-vực Thông-Tin đứng đầu, đáng lưu ý là Chính-Luận và Đuốc-Nhà-Nam.

Chính-Luận là một trong những tờ báo nổi tiếng nhất hiện nay vì có nhiều tin-tức. Ký-giả Thái-Lân, người điều-khiển tòa-soạn Chính-Luận, đã quan-niệm rằng " phổ-biến được càng nhiều tin tức càng tốt ". Do đó một phần lớn diện tích tờ báo đã được dành cho tin tức.

Theo ký-giả Thái-Lân, có những tin không hấp dẫn nhưng người làm báo vẫn phải thông đạt. Ông cho rằng đó là một trong những cách nâng cao trình-độ của độc-giá, bởi khi chú ý nhiều tới tin-tức có nghĩa là tờ báo đã cung-cấp được nhiều dữ kiện, tạo được nhiều cơ-hội mở rộng tầm hiểu biết của người đọc về những vấn đề liên quan tới đời sống của mình.

Tuy nhiên, Ông Tổng Thư-Ký tòa-soạn vẫn chưa hài lòng với nội dung tờ Chính-Luận hiện nay. Nhất là việc dịch nguyên-văn các bản tin viên kỹ hoặc chép lại các bản tin phát thanh như hiện nay là điều ông không chấp nhận. Bởi vì các bản tin đó chỉ là những chất-liệu để mọi người tìm hiểu sự kiện. Nó đã được trình bày lại theo quan-điểm của nguồn tin. Do đó sự khai-thác nguyên-văn không thể giúp tờ báo thông-tin theo quan-điểm của mình.

Một tờ báo thông-tin đứng đắn và nổi tiếng khác là Đuốc-Nhà-Nam. Báo này dẫn đầu trong các loại báo 6 - trang với số tiêu-thụ trung-bình 40.000 số mỗi ngày.

Linh-hồn của báo này là ký-giả Trần-Tấn-Quốc với 30 năm kinh-nghiệm làm báo, ông còn được hỗ-trợ bởi một ban biên-tập gồm nhiều cây bút đã nổi tiếng từ lâu như Minh-Chiếu, Ngọa-Long, Tế-Xuyên vv...

Có lẽ vì vậy mà tờ Đuốc-Nhà-Nam từ hình thức đến nội-dung đều có một vẻ lôi cuốn. Người điều-khiển tờ báo biết cách lựa tin. Những tin-tức hay biến-cố nổi bật trong ngày đều được đặt thành những hàng " titre " lớn trên trang nhất. Những đề-tài lạnh mạnh mà độc-giả hâm mộ đều được khai-thác triệt-đế.

Một dẫn chứng nổi bật nhất là gần đây dư-luận - xôn-xao về một số tin-tức về kinh-tế, tài-chánh. Đuốc Nhà-Nam là tờ báo lên tiếng sớm nhất và giải-thích đầy đủ nhất về những thắc mắc liên quan tới vấn-đề kinh-tài tại Việt-Nam. Báo này còn cho đăng tải cả một loạt bài về "biến cố tiền-tệ tại Việt-Nam" qua việc một ngân hàng Mỹ vừa cho - cấp phát một chứng-chỉ ký-thác định-ký hoàn toàn tự - do chuyên-nhượng. Rồi một số đặc-biệt về tiền bạc Đông-Dương cũng được phát hành.

Có thể nói Đuốc-Nhà-Nam là tờ báo duy-nhất ở Việt Nam sống nhờ số báo bán cho độc-giả hơn là nhờ quảng-cáo như đa số các báo khác. Báo này còn có một đặc điểm nữa là không nhằm thu-hút độc giả bằng những tiểu thuyết -

diêm-tình và cũng không đăng truyện kiếm hiệp của Trung-Hoa.

Trong số những nhật-báo thông-tin nổi tiếng và ăn khách nhất hiện thời còn phải kể đến Hòa-bình và Độc-lập. Nếu Chính-Luân và Duốc-Nhà-Nam nổi tiếng bằng lối thông tin cổ-diễn, trang nghiêm, đúng đắn thì Hòa-Bình và Độc-Lập lại thu-hút độc-giá bằng lối viết tin mới-mẻ bằng những hàng "tittle" độc đáo và cách hành-văn trẻ trung.

Tuy nhiên hai báo này đang có khuynh-hướng khai thác các đề tài dâm ô.

## II- BÁO KHIÊU DÂM.

Có lẽ đây là loại báo đông-đảo nhất trong thị trường báo-chí tại Việt-Nam. Theo tài-liệu của các nhà phát hành thì những báo loại này thường bán rất chạy và tờ dẫn đầu là tờ Thách-Đổ của Ông Đặng-Vấn-Bé.

Viên chủ bút này đã bị một vài đồng-nghiệp gọi là "cai thầu báo-chí" : Ông làm chủ một dây chuyền báo phụ-nữ, trong đó có 2 tờ Phụ-Nữ Sống và Phụ-Nữ Mới đã nhiều lần bị ra tòa vì vi phạm điều 35 quy chế báo-chí (thuần-phong mỹ-tục). Ông Bé còn khuynh-loát cả Hội-Đồng Báo-Chí mà đã có lần, bằng áp lực lý-tài - Ông đã được bầu lên làm Chủ-Tịch Hội-Đồng.

Được điều-khiển bằng một người như vậy tại sao Thách-Đổ lại được độc-giá ưa chuộng ?

Phân-tích những yếu tố thành-công của tờ báo này người ta thấy một phần nhờ tiểu-thuyết và hình ảnh khiêu dâm một phần khác là nhờ chiến dịch tặng quà ồ-ạt mà chưa một tờ báo nào ở Việt-Nam địch nổi. Liên tiếp trong nửa tháng, mỗi ngày báo Thách-Đổ đều tặng độc-giá một tập phụ-ban in hình phụ-nữ khiêu-gợi.

Về bài vở rất tầm thường, ngoài một mớ tin tức nghèo nàn người ta chỉ còn thấy những trang tiểu-thuyết



hạ cấp, những thiên phóng sự tương-tương những bài điều tra xã-hội mà chủ đề đều hướng tới những đề tài dân-loạn.

Đôi khi vài loạt bài còn bị dùng để làm tiền. Chẳng hạn như vụ nhà hàng Arc en Ciel. Báo Thách-Đố trong nhiều ngày liên-tiếp đã đăng bài tố nhà hàng này. Sau đó viên chủ báo thương-lương với nhà hàng để ngưng loạt bài. Chủ nhà hàng đã gièm cảnh để Cảnh-Sát bắt quả tang Ông Bé (\*).

### III- BÁO CHUYÊN-MÔN.

Đây là loại báo chỉ khai-thác một lãnh vực, một sinh-hoạt hay một bộ-môn văn-ngệ nhằm tới một số độc giả nhất-định. Do sự khai-thác phức-tạp ấy, những báo này có thể chia làm 5 loại.

- (1) báo nhằm tới một giới độc-giả : là các báo phụ-nữ, thiếu nhi.
- (2) báo chuyên-chú về một bộ môn văn-ngệ như: kịch ảnh, sân khấu, văn-học.
- (3) khai-thác một lãnh-vực : khoa-học huyền-bí (các tờ định mệnh, số mạng ...) Y học (Tờ Tân-học), khoa-học ...

Các báo chuyên-môn thường ra định kỳ. Và các nhà phát-hành cho biết những tờ được tiêu-thụ nhiều nhất là các tờ viết riêng cho giới phụ-nữ và những tờ tìm-hiểu y-học, nhất là sinh-lý-học.

Những tờ có nhiều độc-giả đó cũng thường là những báo khiêu dâm. Ngay cả khi được nguy-trang dưới hình-thức tìm hiểu y-học, người làm báo cũng chỉ khai-thác các đề-tài về sinh-lý và đời sống tình-dục của con người. Bài vở không có giá trị gì về khía cạnh chuyên-khoa thường chỉ làm thỏa-mãn óc tò mò của độc-giả.

---

(\* ) Tuần báo " Đời " số 43.

#### IV- BÁO CHÂM BIÊM HẢI HUỐC.

Đây là những báo khai-thác thời sự bằng những -  
loạt tranh hải huốc hay những bài viết châm-chọc bằng một  
lối văn nhiều khi thô-tục.

Loại báo này cũng được tiêu-thụ mạnh và thường  
là tuần báo.

#### V- KHAI-THÁC TÍNH HIẾU KỶ CỦA ĐỘC GIẢ.

Các báo này có thể chia làm hai loại. Một loại  
khai-thác các tin có tính cách mê-tín di-đoan tại khắp  
nơi như Trăng Đen. Một loại nữa khai-thác các chuyện lạ  
về đời tư của một nhân-vật nổi danh, các nghệ-sĩ quen -  
thuộc hay những tài-liệu thường được mệnh danh là " Mật " -  
về các biến-cố quan-trọng của lịch-sử Việt-Nam hay thế -  
giới.

Nhưng ăn khách nhất có lẽ là tờ Trăng Đen. Với  
các tin là lũng kỳ quái, các tờ báo khác chỉ đăng năm ,  
sáu dòng thì tờ Trăng Đen khai-thác cả tuần-lễ.

Có người bảo rằng Viên Chủ-bút tờ báo này xuất-  
ngoại nhiều lần và đã nghiên-cứu cách làm báo của ngoại  
quốc. Ông khai-thác tờ Trăng Đen theo kinh-nghiệm đó và  
đã thành-công vượt bực với số tiêu-thụ 55.000 mỗi ngày.

Nếu quả thật như vậy thì làng báo Việt-Nam đang  
bị đe dọa bởi sự du-nhập của những lối kinh-doanh quái gở!

#### VI- BÁO ĐỐI-LẬP CHÍNH-TRỊ.

Loại báo này cũng rất đông đảo. Nếu dựa trên lập  
trường chính-trị để phân chia thì báo chí Việt-Nam gồm -  
ba khối : khối thân chính-quyền, khối đối-lập và khối  
đứng giữa. Khối thứ ba có rất ít.

Trong ba khối đó khối báo đối-lập được độc giả  
đọc nhiều hơn. Phải chăng vì tâm-lý quần chúng thích  
chống đối ?

Trong các báo đối lập lối cuốn độc-giả bằng những bài vở chống chính quyền thì tờ Tin-Sáng được tiêu-thụ nhiều nhất.

Đặc điểm quan-trọng của tờ Tin-Sáng là mặc dù mang tiếng đối-lập tích-cực với chính-quyền và bị chính-quyền tạo đủ mọi áp-lực. Nhưng những người chỉ-huy tờ báo vẫn được xuất-ngoại nhiều lần. Điều này khiến người ta nghi rằng viên chủ-nhiệm phải có một liên-hệ gì tới ngoại bang. (☞)

Dự-luận còn đồn-đại mối liên-hệ họ hàng giữa Ngô-Công-Đức và Đức Tổng Giám-Mục Nguyễn-Văn-Bình và nhờ đó tờ Tin-Sáng được sự hỗ trợ tinh-thần cũng như vật-chất và Tòa Tổng Giám-Mục Saigon. Điều này có thể giải-thích sự tồn-tại của tờ báo sau 141 lần bị tịch-thu (tính đến tháng 5-1971).

Tờ Tin-Sáng cạnh tranh trên thị trường bằng đường lối tranh đấu chính-trị tác bạo hơn là bằng những phương thức thông thường khác của đa số báo-chí hiện nay.

Báo này cũng ít để ý tới việc thông tin. Mà các tin cũng đều nhuộm màu sắc chính-trị hướng về mục-tiêu tranh đấu. Những tin về cuộc tranh đấu của Sinh-Viên và Phật-Giáo Ấn-Quang được ưu tiên chọn lựa và chạy "títte" lớn.

Nếu gạt ra ngoài những bài của các cây bút đối-lập khá nổi tiếng như Lý-Chánh-Trung, Nguyễn-Ngọc-Lan, Ngô-Công-Đức hoặc những bài "phim" tờ Tin-Sáng sẽ chẳng còn gì để đọc.

Lướt qua những khuynh-hướng khai-thác của báo-chí hiện nay và theo tài-liệu chính xác của các nhà phát hành thì làm báo tại Việt-Nam muốn phát-triển được phải chọn một trong 3 đường lối sau đây :

- khiêu-dâm (như tờ Lập-trường với số tiêu-thụ 42.000 số mỗi ngày).

---

(☞) Tuần-báo "Đời" số 43.

- khai-thác tính hiếu-kỳ của độc-giả (như Trắng-Đen với số độc giả 55.000).
- đối-lập thật hung-hãn (như Tin-Sáng mức tiêu thụ là 45.000 số mỗi ngày).
- Thông-tin đầy đủ đáng dẫn - (như Đuốc-Nhà-Nam với 40.000 số mỗi ngày).

Nhìn chung, báo-chí Việt-Nam phần đông có khuynh-hướng khiêu dân. Những báo này nếu không được tiêu - thụ mạnh mẽ cũng đều thu-hút được một số độc giả khá-quan.

Nguyên-tắc tự-do kinh-doanh như vậy đã giết mòn báo-chí. Do đó nhiều luật-lệ đã ra đời trừng-phạt những sự vi-phạm trong việc khai-thác tờ báo. Song vẫn chưa đem lại một cải-thiện nào đáng kể cho báo chí Việt - Nam trên phương-diện kinh-doanh.

Giới tài-phiệt vẫn phá vỡ những vây hãm của luật-pháp để chạy theo thị-hiệu của độc-giả. Phải chăng những dự liệu pháp-lý không đủ làm lạnh-mạnh-hóa thế-lực thú tư ?

Về phương diện nghề-nghiệp nhiều người đã nghĩ - tới việc du-nhập những phương-thức kinh-doanh tiến-bộ của báo-chí thế-giới để cạnh tranh, đào thải những tờ báo suy đồi.

MỤC C - KINH-NGHIỆM PHÁT-TRIỂN CỦA BÁO-CHÍ THẾ GIỚI :

**NHỮNG PHƯƠNG-THỨC KINH**

**DOANH MỚI.**

Sự nghiên cứu thị trường và thăm dò nhu-cầu của độc giả trên đây đã hé mở cho chúng ta thấy nhiều đường-lối kinh-doanh. Những kinh-nghiệm của báo-chí thế giới cũng đem lại cho chúng ta nhiều phương-thức tiên-bộ khả dĩ có thể đưa tờ báo đến chỗ thành-công mà không nguy-hại cho đê-tư-quyền tại Việt-Nam.

Sau đây chúng ta thử mổ xẻ các phương-thức đó.

I- LỰA CHON MỘT LOẠI ĐỘC GIẢ NHẤT ĐỊNH.

Nhìn vào thực lực tình-trạng báo-chí Việt-Nam hiện nay chúng ta thấy một tình-trạng thảm hại. Trung-bình mỗi tờ báo chỉ có khoảng từ 7 đến 8.000 độc giả. Những tờ báo chạy nhất như Chính-Luận, Tin-Sáng cũng chỉ bán được 3 hay 40.000 tờ mỗi ngày. Trong khi đó có rất nhiều báo chỉ tiêu thụ được trên dưới một ngàn số.

Sở dĩ báo-chí lâm vào tình-trạng sa-sút đó là vì phần lớn có một nội dung tầm thường, bài vở hỗn-tạp và thiếu giá trị. Bởi vậy ra một tờ báo mà muốn phát-triển mạnh mẽ trong lúc này cần phải có một sắc thái độc đáo để thu-hút lấy một loại độc giả nhất định.

Chẳng hạn nếu ta chọn giới kinh-doanh làm đối-tượng để hoạt động. Tất nhiên tờ báo phải cung-cấp tin-tức kinh-tế tài-chánh thật đầy đủ. Có chuyên-viên để giải thích các khía cạnh chuyên-môn và phức tạp. Đăng tất cả những tài liệu, tổ-chức kinh-tài liên-hệ. Nghiên-cứu, tiên đoán thị trường, giá cả, hàng-hóa vv... Bất cứ hành-vi kinh-tế nào của chính-quyền hay Đồng-Minh cũng nổ-xẻ tường tận.

Cố gắng làm thế nào để tờ báo trở thành một dụng-cụ cần-thiết cho giới có tiền lo làm giàu thêm và

cho giới ít tiền lo kiếm tiền. Như vậy hy vọng sẽ thành công.

## II- KINH-NGHIỆM CỦA TỜ ASAHI SHIMBUN (NHẬT BẢN)

Nếu không thể làm một tờ báo quá chuyên-nôn như thế ta có thể bắt chước đường lối của tờ nhật báo Asahi.

Asahi là một trong năm tờ báo lớn nhất của Nhật Bản. Phát hành một ngày hai buổi, tổng cộng lên tới 8.000.000 số. Đây là một tờ báo hỗn-hợp, nửa đăng bài vở tư-cách, đúng đắn, nửa đi theo thị-hiệu của quan chúng. Bởi đó nó nổi danh là tờ có giá trị nhất mà cũng là tờ bình-dân nhất tại Nhật.

Từ kinh-nghiệm đó, chúng ta có thể xuất bản một tờ báo, trong đó một phần là những bài vở nghiên-cứu công phu có giá trị, một phần khác dành cho đại chúng với thật nhiều tin tức và các mục phổ-thông như y-học, sắc đẹp, gia chánh vv... là những mục mà nữ giới rất ưa chuộng.

Vấn-đề thu hút cảm-tình của phụ nữ rất quan-trọng vì họ có nhiều thì giờ đọc báo nhiều hơn nam giới, và hơn thế nữa, đúng như P. Denoyer đã nhận định " đàn ông kiếm tiền nhưng đàn bà tiêu tiền ". Mức sinh-hoạt rầm-rộ của các tờ báo phụ-nữ tại Việt-Nam hiện nay cũng đã kiểm chứng được nhận xét đó.

## III- KINH-NGHIỆM CỦA ALDOLPH OCHS VÀ VẤN ĐỀ KHAI-THÁC VÀ TRÌNH BÀY TIN TỨC, BÀI VỞ.

### (1) Về tin tức.

Sự thăm dò thị-hiệu của độc-giả đã cho thấy đại đa số đều chú ý đặc biệt tới tin tức. Bởi vậy các ký giả nổi danh trên thế giới cũng như tại Việt-Nam như Hearst, Pulitzer, K. Jones, Thái-Lân, Trần Tấn-Quốc vv... đều coi tin tức là vấn đề sinh tử của tờ báo.

Đó không phải là quan-niệm sai lầm. Sự phát triển vững vàng của các tờ Daily Mail, World, New-York Journal vv... tại ngoại quốc hay các tờ Trắng Đen, Saigon Mới vv... tại Việt-Nam đã cho thấy thị-hiệu của độc-giả quả đã được nhìn đúng.

Tuy nhiên, nếu cứ nhắm mắt chiều theo thị-hiệu thấp kém đó làng báo sẽ bị đưa tới chỗ suy tàn và báo chí không còn là một lực lượng mạnh mẽ với các sứ mạng cao cả của nó nữa. Bởi vậy, thiên-chức của người làm báo là phải tìm ra đường hướng khai-thác tin tức sao cho đầy đủ, chính xác và ích-lợi cho độc giả hơn.

Lịch sử báo-chí thế-giới còn ghi lại quan-niệm làm báo của Adolph Ochs, là : "Đăng tất cả các tin tức bất kể những tin ấy liên quan đến đảng-phái, tôn-giáo hay quyền-lợi nào " nhưng loại bỏ những " tin thô bỉ, tầm thường bươi móc ở bùn nhơ " mà đa số các báo đương thời đã khai-thác.

Với phương thức đó A.Ochs đã đưa tờ The New York Times đến một sự thành-công vượt bậc sau một thời gian bị suy-sụp vì sự cạnh tranh của các báo thương-mại.

Đường lối của A. Ochs đã có một hồi làm đảo-lộn cả quan-niệm kinh-doanh trong làng báo. Chủ bút " The Journal " trong một bài xã-thuyết đã ca ngợi :

" Có điều đáng kể hơn cả sự tấn-phát của tờ The New York Times là ảnh hưởng của báo này đối với báo chí thế-giới ... Chính đọc qua tờ Times, mà người ta nhận thấy rằng cách làm báo chân thành giản dị, có lý tưởng vẫn có thể là con đường đưa tới thành-công "

Tờ The Sun cũng nhận định : "Ông đã ảnh hưởng tới hàng trăm vị chủ bút khác, khiến họ phải thảo kế-hoạch một cách thận trọng hơn.

Tại Việt-Nam, sự thành-công của các tờ cung-cấp tin tức một cách đứng đắn như Chính-Luận, Đuốc-Nhà-Nam...

Nhất là tờ Đuốc-Nhà-Nam, tờ báo duy nhất không cần cặng tiêu-thuyết kiếm hiệp của Trung-Hoa chỉ đặt nặng vai trò hướng dẫn độc-giả bằng đường lối thông-tin đúng đắn. Vậy mà báo này là một trong vài tờ bán chạy nhất hiện nay, mỗi ngày được tiêu-thụ khoảng hơn 30.000 số.

Như vậy, làm một tờ báo thông-tin đúng-dắn, đầy đủ không phải là không có đất đứng tại Việt-Nam hiện nay.

Người làm báo muốn thành-công trong đường hướng này cần phải loại hết những tin tức vô căn cứ, không khai-thác các tin tức phi-luân. Phải tăng cường hệ-thống căn-tin và nhất là phải tận dụng những tiến-bộ kỹ-thuật, những máy móc để tin-tức được thâu lượm mau lẹ và đầy đủ. Đây là yếu tố quan-trọng nhất quyết-định sự thành bại của tờ báo đặt trọng tâm thông-tin.

## (2) Về bài vở.

Nếu lấy tiêu chuẩn là bài vở, người ta có thể chia báo chí hiện nay ra làm hai loại.

Một loại báo thương-mại, bài vở thường hời-hợt và đa số có khuynh hướng khai-thác các đề-tài sa đọa. Những báo này hiện nay rất nhiều sống bằng cách chạy theo thị-hiệu của độc-giả.

Loại thứ hai nhằm phụng-sự văn-hóa, nghệ thuật bài vở thường cao siêu, khó hiểu. Loại này thường là báo ra định kỳ và sống nhờ vào một vài cơ quan hay đoàn thể trợ cấp. Vì thế đôi khi họ bỏ quên độc giả, viết những bài hay đề-cấp tới các vấn đề mà chỉ một thiểu số trí thức hay các chuyên-viên mới đọc và hiểu nổi.

Cả hai lối làm báo trên đều không có lợi cho đa số quần chúng và không thể phát-triển được ngành báo chí. Vậy một tờ báo muốn thu-hút được một số lớn độc giả và phụng sự được nền báo chí quốc gia cần phải có những bài



vô thích hợp với trình-độ đa số người đọc đề cập tới các vấn đề hữu ích và thiết-thực.

IV - KINH-NGHIỆM CỦA HOA KỲ VÀ VẤN ĐỀ LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG:  
BÁO TÙNG MIỀN.

Hiện nay thị trường báo-chí còn nhiều khu vực - chưa được khai-thác đúng mức.

Sự tìm hiểu thị-trường trên đây đã cho thấy các miền Hậu Giang, miền Trung và miền Tây là những thị-trường báo-chí phong-phủ còn bỏ ngỏ. Việc phân-phối báo-chí hiện tại còn chần trể khiến dân chúng các miền này mãi ngày hôm sau mới có báo đọc. Vậy nếu có báo xuất-bản tại đây chắc-chắn sẽ thu-hút được nhiều độc-giả.

Phân-tích như thế chúng ta thấy có thể rút kinh-nghiệm của Hoa-Kỳ. Nhưng vì tình trạng an-ninh và xã-hội, không cho phép thiết-lập báo ngoại ô (Suburban daily). Song chúng ta có nhiều hy-vọng phát triển báo từng miền (regional daily).

# KẾT LUẬN

Chúng ta vừa nhìn qua những triệu chứng suy-đổi của báo-chí Việt-Nam do sự can-thiệp của giới tài-phiệt và chính quyền qua cửa ngõ kinh-tài. Sự suy-đổi đó, nếu không tìm được những biện-pháp phát-triển, chắc chắn một tương lai không xa sẽ đưa làng báo đến chỗ tàn lụn.

Chúng ta cũng đã dựa vào kinh nghiệm phát-triển của báo-chí thế giới để tìm hiểu về thị trường, nhu cầu - độc-giả, cũng như đã rút ra những phương-thức kinh doanh tiên-bộ. Nhưng tất cả những điều đó, nếu có cho chúng ta một chút tin-tưởng và hé mở một hướng đi cho tương lai, cũng chưa đủ để giải-quyết hết các vấn-đề kinh-tế của báo chí Việt-Nam.

Bởi lẽ, nỗi nguy hiểm của đê-tử-quyền hiện nay đã bắt nguồn từ quan-niệm sai lầm của luật ngày 29.7.1881 của Pháp - mà chúng ta chịu ảnh hưởng. Đó là quan-niệm "để tư-nhân tự-do kinh doanh là đủ bảo-đảm quyền tự do ngôn-luận".

Ngày nay, những tiến triển về kỹ-thuật, kinh tế, xã-hội đã đem lại nhiều phản chứng cho quan-niệm này. Thật vậy, những biến chuyển trên đã khiến báo-chí dần dần trở thành độc quyền của tài-phiệt. Tờ báo trở thành một cơ - quan phá-hoại, lừa-lọc, bịp bợm trắng trợn.

Tự-do báo-chí cũng không còn có nghĩa là ý kiến của toàn thể nhân dân phải được tự-do diễn-đạt. Bây giờ kẻ giàu có và những thế-lực chính-trị đã nắm giữ chân lý. Yếu-tố kim-tiền và các biện-pháp chỉ huy kinh-tế đã khiến cho tự do chỉ là một thứ trang sức cho chế độ.

Vậy thì, vấn đề chính-yếu bây giờ là phải có một chính sách báo-chí hợp-lý và toàn diện. Trong đó, ngoài chế độ báo-chí còn phải qui-định một chế độ cho các xí-nghiệp kinh-doanh báo-chí và chế độ hành-nghề của ký giả (hay tổ-chức nghề làm báo).

Về qui chế hành-nghề ký giả, luật-lệ hiện tại chỉ mới vẽ phác qua một vài nét rất sơ sài. Có lẽ nhà nước chỉ chú ý đến lập trường chính-trị của những người viết báo để tránh những hậu-quả nguy-hiểm trong giai-đoạn hiện tại mà thôi.

Công việc chính phải là công việc của Hội-đồng báo-chí, Hội chủ báo và hai nghiệp-đoàn ký giả tại Việt-Nam. Nhưng các tổ chức này trên thực-tế chưa đóng góp gì được trong vấn đề kỷ-luật và nâng cao thiên-chức của những người cầm bút.

Lương tâm nghề-nghiệp, sự mạng người ký giả vv... vẫn chỉ là một mớ chữ-nghĩa nằm trong khuôn-sáo của những "Hiến-Chương 1918", những "Qui-điều danh-dự" những "tuyên-ngôn" vv...

Có phải chính vì vậy mà báo-chí Việt-Nam đã đi dần đến chỗ suy-tàn ngay trong chế-độ tự-do?

Về chế độ kinh-doanh báo-chí - tức chế độ xuất bản báo có nhiều quan-niệm được đưa ra khi thấy tài-phiệt lũng đoạn làng báo.

Trước hết là quan-niệm quốc-hữu-hóa các cơ sở báo chí, và các cơ sở ăn-loát. Đó là chủ trương dùng nhà nước để giải tỏa ảnh-hưởng của tư-nhân. Đã đành rằng sự tự-do kinh-doanh gây ra nhiều tệ-trạng cho làng báo. Nhưng nếu đặt báo-chí vào trong tay nhà nước sẽ có nhiều nguy-hiểm vì như vậy là tước-đoạt quyền tham-gia và kiểm-soát chính sách của dân chúng.

D. Gruber đã chống lại quan-niệm này và cho rằng "dân-chúng sẽ bị bịt-bờn khi để tiếng nói của Nhà Nước mập mờ lẫn-lộn với tiếng nói của quần-chúng".

Giáo-Sư Pinto lại chủ trương phải công-nhân cho các cơ sở báo-chí có tính cách công sở. Vì các nguyên-tắc bình đẳng, liên-tục, vô tư là những nguyên-tắc căn bản - định nghĩa một công sở. Các công sở có thể trao cho tư nhân quản-trị. Như vậy, với tính cách công sở trong khuôn khổ luật-dinh, các cơ sở này sẽ lấy ích lợi chung làm mục tiêu hoạt-động.

Tuy nhiên, tất cả những quan-niệm trên vẫn chỉ là những lý-thuyết mà muốn tiến tới thực-tế còn biết bao trở ngại hầu như nan-giải, và quan-niệm tự-do kinh doanh sẽ không thể nào loại trừ được tài-phiệt ra khỏi làng báo. Như vậy, nhìn dưới khía-cạnh kinh-tế, phải chăng tự-do ngôn-luận chỉ là một huyền thoại ?

Nhìn lại tình-trạng báo-chí Việt-Nam, luật-lệ càng tiến-bộ, chính-sách càng cởi mở làng báo càng đi tới chỗ suy-đổi vì dễ bị lợi dụng. Điều đó bắt người ta phải nghĩ tới trách-nhiệm của người viết báo.

Lịch sử báo-chí Việt-Nam cũng như thế giới đã chứng-minh rằng luật-lệ và chính sách không còn đủ bảo - đảm cho đệ-tự-quyền nữa. Mà tương-lai quyền này chính yếu vẫn là nằm trong tay những người hành xử nó. Có lẽ đó cũng là tư tưởng của Alfred Fouillé khi ông tuyên-bố : "báo-chí phải hoàn-toàn tự-do nhưng cũng hoàn-toàn trách-nhiệm".

Như vậy, phải chăng chỉ khi nào chính những người viết báo tự ý-thức được trách-nhiệm và sự mạng của mình tự-do ngôn-luận mới tìm được sinh-lộ và không trở thành hư ảo ?



## THƯ - MỤC

### I- CÁC VĂN-KIỆN.

- Hiến-Pháp đệ I và đệ II Cộng-Hòa
- Luật 19/69 ngày 30.12.1969
- Tuyên-ngôn của Liên-Đoàn Ký-Giả quốc-tế (nhóm tại Bordeaux 4/1954) (Fédération Internationale des Journalistes).

### II- SÁCH.

- |                            |                  |          |             |
|----------------------------|------------------|----------|-------------|
| Mort d'une liberté         | Jacques Keyser   | Plon     | Paris 1955  |
| The American<br>Newspapers | Alvin Silverman  |          |             |
|                            | Bản dịch của ban |          |             |
|                            | Tu-Thư Transpen  |          | Saigon 1967 |
| Nghề viết báo              | Tế Xuyên         | Khai-Trí | "- 1968     |

### III-BÁO VÀ TẠP-CHÍ.

- Các nhật-báo Chính-luận, Tin-Sáng, Cấp-Tiến
- Báo-chí Tập-San số 2 Bộ I Viện Đại-Học Đalạt 1968
- Bách-Khoa số 341 tháng 3/1971 Phỏng vấn Giáo-Sư  
NGUYỄN-VAN-TRUNG  
về vấn đề Tự-do Báo-chí
- Bách-Khoa số 168 tháng 1/1964 Tự-Do Ngôn-Luận và Báo  
chí của  
PHẠM-LƯƠNG-GIANG
- Bách-khoa số 141 tháng 11/62 Thảo-luận về hiện tình  
báo-chí.
- Bách-Khoa số 120 tháng 1/1962 Hoàn cảnh sáng-tác và  
điều kiện sống của văn  
nghệ sĩ.  
bài của VŨ-HẠNH
- Bách-Khoa số 161 tháng 3/1963 Hội-thảo của Sinh-Viên  
về báo-chí
- Bách-Khoa số 175 tháng 11/63 Tại sao tôi trở thành  
kỳ-giả của  
TRẦN-TẤN-QUỐC

- Bách-Khoa số 217 tháng 1/1966 Số kỷ-niệm 100 năm báo-chí.
- Đại-Học số 11 tháng 9/1959 Hội thảo về vấn đề thông-tin ở Việt-Nam.
- Đại-Học số 31 tháng 2/1963 Khảo-luận về Tạp-Chí Việt Nam bài của THANH-LĂNG
- Đời Nay số 245 tháng 6/1971 Số đặc biệt về báo-chí.
- Đời Mới số 3 tháng 3/1971 Phỏng vấn Ông Tổng Trưởng Thông-Tin
- Nghiên-cứu Văn-Học số 3 và số 4 tháng 5/1971 Cuộc đời làm báo bài của TAM-LANG
- Trình bày số 21 tháng 4/1971 Những vụ án quan-trọng về báo chí của XUÂN-HƯƠNG

#### IV- CÁC TÀI-LIỆU KHÁC.

- Giáo-Sư TẠ-VĂN-TÀI Vấn đề tự-do báo-chí. Giảng Văn năm thứ 3 Đại-Học Luật-Khoa Saigon.
- TRẦN-VĂN-CẢNH tài-liệu hội thảo của Cao-Học VI Hành-Chánh.
- TRẦN-PHÚ LỘC Sinh-Viên

#### V- LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP CỦA SINH-VIÊN Q.G.H.C.

- HUỖNH-KIM-THOẠI CHI Hiện-trạng báo-chí Việt-Nam
- ĐIỀU-XƯƠNG-THỦ ĐS XIII Vấn-đề phân-phối báo-chí tại Saigon.
- NGUYỄN-HUY-SĨ ĐS XII Vấn-đề kiểm-soát báo-chí từ 1963 đến nay.
- LÊ-NGỌC-HỒ ĐS XIII Vấn-đề kiểm-duyet báo-chí sau Mậu-Thân.
- HÀ-VINH-YẾN ĐS XIV Vấn-đề kiểm-duyet báo-chí tại Việt-Nam
- ĐINH-VIỆT-CƯ ĐS XV Quy-Chế Báo-Chí