

NHÀ BÁO QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM PHẤN ĐẤU CÓ PHẨM CHẤT NGHỀ NGHIỆP ĐẠO ĐỨC VĂN HÓA CHÍNH TRỊ ĐÁP ỨNG YÊU CẦU HỘI NHẬP VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA ĐẤT NƯỚC

• Lê Thanh Bình (*)

TÓM TẮT

Với quan điểm truyền thông quốc tế và văn hóa đối ngoại, bài viết phân tích, đề xuất các tiêu chí chung và tiêu chí đánh giá cụ thể về phẩm chất nghề nghiệp, đạo đức của nhà báo quốc tế nói chung và đối với nhà báo quốc tế của Việt Nam nói riêng. Đó là những phẩm chất cơ bản gắn với tâm vóc văn hóa tương hợp mà một nhà báo quốc tế, đồng thời tác giả tổng kết các vấn đề chính và khuyến nghị ngắn gọn việc nhà báo quốc tế của Việt Nam cần phấn đấu không ngừng để góp phần sức lực, trí tuệ của mình vào công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa; chủ động hội nhập quốc tế, phát triển bền vững đất nước trong giai đoạn hiện nay và sắp tới.

1. Dẫn luận và các khái niệm

Ngày nay, hoạt động truyền thông quốc tế ngày càng có ý nghĩa to lớn, do nhiều lý do, trong đó có các lý do như: Quá trình toàn cầu hóa mạnh mẽ từ kinh tế đã lan sang các lĩnh vực khác (kể cả văn hóa, truyền thông) làm thế giới, các quốc gia lệ thuộc nhau nhiều hơn, đòi hỏi việc chú ý đưa thông tin có tính quốc tế hơn; khoa học công nghệ phát triển (nhất là tiến bộ về tin học, Internet, kỹ thuật số, Multi Media...) hỗ trợ các nhà báo nhiều quốc gia có thể tác nghiệp theo các chuẩn kỹ thuật, ngôn ngữ thống nhất; nhiều vấn đề toàn cầu (khủng bố, tham nhũng, dịch bệnh, biến đổi khí hậu, khoảng cách giàu nghèo...) cần được nhiều nước tham gia giải quyết, nên được các nhà báo quốc tế cùng đưa lên báo chí như là diễn đàn đa phương để công chúng đồng thảo luận; đa số các nhà báo quốc tế vẫn sống và hoạt động ở từng quốc gia riêng lẻ nên vấn đề kết hợp hài hòa giữa vấn đề dân tộc, nhân loại trên nền tảng, mẫu số văn hóa cũng đặt ra trong lý luận và thực tiễn hoạt động truyền thông báo chí nói chung và truyền thông quốc tế nói riêng. “Khi nói truyền thông quốc tế là muốn nhấn mạnh tất cả thành tố: chủ thể, kênh, quá trình, cách truyền, hiệu quả truyền thông qua các Media... đến công chúng nước ngoài và tính tương tác giữa chủ thể truyền thông với công chúng ấy; đó là một ngành khoa học được nhiều trường đại học trên thế giới mở ngành đào tạo ở cả bậc đại học và sau đại học. Thông tin đối ngoại thường được hiểu nghĩa hẹp hơn, quan tâm nhiều hơn đến nguồn phát, thông điệp và chiều đến người nhận (công chúng nước ngoài). Có trường hợp người ta còn nói gộp thông tin, tuyên truyền đối ngoại để nhấn khía cạnh muốn thông tin, giải thích, tuyên truyền vấn đề nào

(*) PGS. TS. Vụ trưởng, Trưởng Khoa Truyền thông & Văn hóa Đối ngoại Học viện Ngoại giao

đó của chủ thể”⁽¹⁾. Theo chúng tôi, nói ngắn gọn thì truyền thông quốc tế là hoạt động truyền thông giữa các quốc gia chủ yếu bằng các phương tiện thông tin đại chúng, do sự tác nghiệp của các nhà báo quốc tế chuyên nghiệp⁽²⁾.

Trong thực tiễn, hoạt động truyền thông quốc tế có thể do những người không làm báo chí thực hiện nhưng trong nghiên cứu, lý luận thì người ta luôn đề cập đến hoạt động chuyên nghiệp về truyền thông quốc tế với các cụm từ, thuật ngữ như: *người hoạt động truyền thông quốc tế, nhà truyền thông quốc tế, nhà báo quốc tế*. Thuật ngữ *người hoạt động truyền thông quốc tế* với nghĩa rộng nhất, chỉ tất cả những ai tham gia truyền thông quốc tế chứ không riêng người chuyên nghiệp về báo chí quốc tế; thuật ngữ *nhà truyền thông quốc tế* có nghĩa rộng và gần với hoạt động báo chí và quan hệ quốc tế hơn. Tại nhiều nước, nhà truyền thông quốc tế được tính là những chuyên gia làm việc tại Vụ Thông tin báo chí, Bộ Ngoại giao; hoặc tại các phòng ban có nhiệm vụ truyền thông quốc tế/đối ngoại ở cơ quan báo chí, đài phát thanh truyền hình của quốc gia hoặc mang tầm vóc quốc gia, được nhà nước hỗ trợ. Họ cũng có thể nghiên cứu, giảng dạy tại các đại học có khoa chuyên ngành về truyền thông quốc tế. Ngoài ra, họ có thể là người có chuyên môn, được nhà nước giao những công việc cụ thể về truyền thông quốc tế, hay được Bộ Ngoại giao cử làm Tùy viên, tham tán phụ trách về công tác Báo chí - Văn hóa ở nước ngoài. Nhà truyền thông quốc tế có thể chuyên về một lĩnh vực nào đó như: Truyền thông về kinh tế quốc tế; về chính trị quốc tế; về văn hóa quốc tế; hoặc chuyên về các vấn đề của các tổ chức quốc tế như Liên hợp quốc, WTO, WB; hoặc chuyên về thương mại quốc tế, quảng cáo quốc tế... Trong nghiên cứu này, chúng tôi dùng thuật ngữ *nhà báo quốc tế* vì được dùng thông dụng ở nhiều nước.

Tại Liên Xô (cũ) và các nước Đông Âu trước năm 1991, nói đến nhà báo quốc tế là muốn nói đến nhà báo có thể tác nghiệp ở nước ngoài, giỏi ngoại ngữ, có đẳng cấp cao về nghề báo ở tầm quốc tế... để phân biệt với các nhà báo hoạt động nội địa. Trong đào tạo ở trường đại học thì các nước chỉ muốn chỉ rõ tính chuyên sâu của nghề nghiệp: Ngoại ngữ, tác nghiệp báo chí được ở nước ngoài, am hiểu các chủ đề quốc tế, lý luận quan hệ quốc tế. Cần nói thêm rằng: trong các nghiên cứu gần đây về báo chí truyền thông, các học giả quốc tế vẫn đưa ra các cách tiếp cận gần với những trường phái chính (đều tính đến thành tố văn hóa). Đó là “Trường phái *kinh nghiệm* (The Empirical school) hay khảo sát định lượng, tập trung vào hiệu quả truyền thông trong khi lại coi nhẹ sự mở rộng nội dung văn hóa mà bản thân truyền thông đại chúng chiếm lĩnh được. Trường phái *phê bình* (The Critical school) tiếp cận thiên về hướng triết học, nhấn mạnh sự mở rộng cấu trúc xã hội mà truyền thông đại chúng có vị trí. Còn trường phái tiếp cận từ *nghiên cứu văn hóa* (The Cultural studies approach) lại chú trọng vai trò truyền thông đại chúng trong văn hóa và xã hội”⁽³⁾.

⁽¹⁾ Xem: Lê Thanh Bình (CB): Giáo trình Quan hệ công chúng Chính phủ trong văn hóa đối ngoại, Nxb. Chính trị QG, H.2011, tr. 92.

⁽²⁾ Lê Thanh Bình (CB): Giáo trình Đại cương Truyền thông quốc tế, Nxb. Thông tin và Truyền thông, H.2012, tr. 24, 25.

⁽³⁾ Werner J. Severin, James W. Tankard: Communication Theories, Copyright 2010, Addison Wesley Longman, Inc, P.15-16.

2. Phẩm chất nghề nghiệp nhà báo quốc tế gắn với tâm vóc văn hóa

Nhà báo quốc tế cho đến thời điểm hiện nay vẫn được quan niệm là gắn với một quốc gia, dân tộc nào đó, dù ngoài nghĩa vụ bảo vệ quyền lợi quốc gia, dân tộc mình, anh ta tuân thủ các giá trị nhân văn, văn hóa phổ quát của nhân loại, có tầm nhìn quốc tế, có nhiều phẩm chất (nhất là phẩm chất nghề) đạt chuẩn quốc tế (chuyên môn, ngoại ngữ, kiến thức nền, phương pháp luận...). Do gắn bó trước hết với quốc gia, dân tộc gốc nên muốn thông tin cho nước ngoài, người ngoại quốc biết về đất nước mình, chắc chắn điều trước tiên nhà báo quốc tế phải hiểu rất rõ về lịch sử phát triển, văn hóa dân tộc mình, nghĩa là phải giỏi văn hóa đối ngoại, vì văn hóa là nội dung cao nhất mà thông điệp của truyền thông quốc tế gửi đi. Bởi vì “văn hóa đối ngoại là hoạt động văn hóa mang tính chọn lọc - quảng bá, trình bày cái độc đáo, hấp dẫn của văn hóa nước nhà với quốc tế”⁽⁴⁾. Ví dụ nhà báo quốc tế của Việt Nam chẳng hạn, trước hết cần nắm vững phong tục tập quán, văn hóa của người Việt Nam; hiểu rõ sở trường, sở đoản của người Việt Nam, sau nữa là cần hiểu pháp luật quốc tế, thông lệ quốc tế (khi tác nghiệp), luật pháp Việt Nam; có kiến thức phong nền văn hóa quốc tế tốt, nắm vững lĩnh vực mình truyền thông; hiểu tâm lý công chúng địa bàn, khu vực và những nét lớn về tâm lý, sở thích, nhu cầu... công chúng quốc tế hiện đại. Nhìn chung, nhà báo quốc tế của Việt Nam phải nắm vững đường lối, chủ trương, chiến lược, sách lược ngoại giao của Đảng và Nhà nước. Ngoài ra, họ còn cần thêm các điều kiện như: tốt nghiệp đại học ngoại giao và báo chí hoặc tốt nghiệp báo chí và thành thạo ngoại ngữ hay tốt nghiệp đại học ngành quan hệ quốc tế và thạo nghề báo chí; am hiểu các kiến thức cơ bản về triết học, văn học (đọc các tác phẩm nổi tiếng) lịch sử, văn hóa, nghệ thuật, âm nhạc... Tự học hỏi rèn luyện để phát huy các hoby mang tính văn hóa, nhân văn như biết đàn, hát, vẽ, chơi thể thao (năm 1995, tại Hội nghị về thông tin các nước ASEAN ở Băng Cốc, hầu hết các thủ tướng, bộ trưởng tham dự đều thể hiện sự cởi mở bằng việc tự hát hay đệm đàn cho phu nhân hát. Bộ trưởng Bộ Văn hóa - Thông tin nước ta cũng tham gia đọc thơ nên tạo được không khí vui vẻ, hữu nghị và hội nhập cao). Có thể liệt kê ra những *phẩm chất cơ bản gắn với tâm vóc văn hóa cao* mà một nhà báo quốc tế cần đáp ứng là:

+ Luôn suy nghĩ, hành động trên cơ sở lợi ích quốc gia, dân tộc và khéo léo, đúng mực bảo vệ các giá trị văn hóa phổ quát: chân thiện mỹ, hòa bình, văn hóa, nhân văn của nhân loại, có trách nhiệm với cộng đồng, với các quốc gia, dân tộc khác trên thế giới.

+ Có ý thức thường xuyên rèn luyện các kỹ năng nghiệp vụ mà truyền thông quốc tế cần là: Năng lực tác nghiệp báo chí hiện đại; khả năng thuần thục về ngôn ngữ, ngoại ngữ; Nền tảng chắc chắn về chuyên môn quan hệ quốc tế, ngoại giao. Nắm vững nghiệp vụ, có thể chủ động, sáng tạo trong quá trình truyền thông quốc tế;

+ Biết dùng sở trường của mình, đặc thù chuyên môn, phong cách của mình để thể hiện một cách hấp dẫn tâm vóc dân tộc; truyền thống dân tộc; tính cách dân tộc (thông qua con

⁽⁴⁾ Xem: Lê Thanh Bình: Giáo trình Quan hệ chính phủ trong Văn hóa đối ngoại, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội 2011, tr. 16.

người cụ thể là cá nhân nhà truyền thông quốc tế); “nhạy cảm, phản xạ nhanh về các vấn đề mang tính quốc tế và đưa ra cách giải quyết thông minh, mới mẻ, tiến bộ”⁽⁵⁾.

+ Khả năng làm việc nhóm giỏi, sử dụng tốt các phương tiện truyền thông quốc tế (Điện thoại quốc tế, fax, máy ảnh, máy quay hình, thiết lập web, làm tờ rơi, một số thiết bị IT...); khi tiếp xúc với đồng nghiệp trong, ngoài nước và với công chúng (nhất là công chúng quốc tế) cần bày tỏ được sự chân thành, thân thiện, hòa đồng, có óc hài hước, tầm nhìn, sự nghiêm túc, trình độ văn hóa, sự lịch lãm, tạo được niềm tin, hiểu biết lẫn nhau để phát huy mọi khả năng cho hoạt động truyền thông quốc tế.

+ Cần nói thêm rằng nhà báo quốc tế của Việt Nam phải chú ý đặc biệt đến cả nhóm công chúng là người Việt Nam sinh sống ở nước ngoài, vì số lượng họ ngày càng đông (hơn 4 triệu), có vai trò kép (vừa là đối tượng tiếp thu các sản phẩm truyền thông quốc tế từ nước gốc, lại vừa là cầu nối làm lan tỏa các ảnh hưởng của những sản phẩm đó tới công chúng nước sở tại).

Ngoài đòi hỏi về kiến thức nền, người làm báo nhìn chung phải có kỹ năng nghe, kỹ năng nói, kỹ năng viết, kỹ năng giao tiếp tốt (bằng tiếng bản ngữ và ngoại ngữ). Đối với mỗi loại hình báo viết, báo nói, báo hình, báo trực tuyến lại có yêu cầu riêng cho nhà báo. Nhà báo quốc tế thường phải nắm vững các quy trình, cách tạo sản phẩm cơ bản sau: tin, phóng sự, phỏng vấn, bài phản ánh, bài phân tích, thư thông điệp, bài phỏng vấn... có nghệ thuật giao tiếp, phỏng vấn; biết bố trí chuyên mục, chuyên trang, chuyên đề; nghệ thuật trình bày makét các tờ báo, tạp chí đối ngoại; bài và tin trên phát thanh, truyền hình, báo trực tuyến; quản lý và kinh doanh báo chí, công tác điều hành tòa soạn, phát hành và tổ chức cơ quan truyền thông ở nước ngoài; công tác bạn đọc, xử lý phản hồi của công chúng (nhất là công chúng quốc tế)...

Đối với nhà báo quốc tế, ngoài kiến thức chuyên sâu về báo chí truyền thông, ngoại ngữ, văn hóa đối ngoại... còn phải nắm vững lý luận quan hệ quốc tế để giúp họ hiểu được thế giới, khu vực, quan hệ các nước một cách khoa học, đúng đắn, dễ dàng, nhằm tác nghiệp hiệu lực, hiệu quả. Có những quan niệm, luận thuyết rất cơ bản thuộc về các chủ nghĩa mà nhà truyền thông quốc tế cần phải nghiên cứu kỹ lưỡng, vận dụng thích hợp. Đó là chủ nghĩa hiện thực (Realism), chủ nghĩa đa nguyên (Pluralism) và chủ nghĩa toàn cầu (Globalism)⁽⁶⁾. Xin được giới thiệu đôi nét về các chủ nghĩa này:

Chủ nghĩa hiện thực: Đưa ra các giả định: (1) Đơn vị phân tích: Các quốc gia là những chủ thể chính nên lý luận quan hệ quốc tế nghiên cứu mối quan hệ giữa các đơn vị/quốc gia đó; (2) Chủ thể: Quốc gia coi là chủ thể đơn nhất; (3) Động lực của hành vi: Quốc gia là chủ thể duy lý tìm cách tối đa hóa lợi ích, mục tiêu dân tộc của mình kể cả trong chính sách đối ngoại (Các quan niệm này được áp dụng trong lý thuyết trò chơi (Game theory) và lý thuyết răn đe (Deterrent theory); (4) Các vấn đề quan tâm: Những gì thuộc an ninh quốc gia là quan trọng nhất.

⁽⁵⁾ Xem: Lê Thanh Bình: Truyền thông đại chúng và phát triển xã hội, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2008, tr. 123.

⁽⁶⁾ Xem: P.R.Viotti, M.V. Kauppi: Lý luận quan hệ quốc tế, Nxb.Lao động, Hà Nội, 2003, tr.21 - 29.

Chủ nghĩa đa nguyên: (1) Đơn vị phân tích: Chủ thể là quốc gia, phi quốc gia đều quan trọng; (2) Chủ thể: Quốc gia phân thành các thành tố và một số có thể vận hành xuyên quốc gia; (3) Động lực của hành vi: Việc hoạch định chính sách đối ngoại và các tiến trình xuyên quốc gia bao gồm xung đột, mặc cả, liên minh, thỏa hiệp, không nhất thiết dẫn đến những kết quả tối ưu; (4) Các vấn đề quan tâm: Chương trình nghị sự phức tạp khác với nghị sự truyền thống (ý thức hệ, an ninh, chủ quyền...), trong đó các vấn đề kinh tế - xã hội, năng lượng, biến đổi khí hậu, truyền thông, văn hóa, phúc lợi xã hội... là quan trọng ngang hoặc hơn các vấn đề an ninh.

Chủ nghĩa toàn cầu: (1) Đơn vị phân tích: Các quốc gia, giai cấp, lực lượng xã hội, nhóm lợi ích và các chủ thể phi quốc gia đều là một bộ phận của hệ thống tư bản chủ nghĩa thế giới; (2) Chủ thể: Quan hệ quốc tế được xét theo cách nhìn lịch sử, đặc biệt là sự phát triển liên tục của chủ nghĩa tư bản thế giới; (3) Động lực của hành vi: Tập trung chú ý vào các kiểu mẫu chiếm ưu thế bên trong một xã hội và giữa xã hội; (4) Các vấn đề quan tâm: Coi các yếu tố kinh tế là quan trọng nhất.

Trong chặng đường dài phấn đấu vươn lên của mình, hành trang lý luận mang theo của các nhà báo quốc tế tâm huyết, yêu nghề, nhất định nên có các sách, tư liệu của các nhà nghiên cứu lý luận quốc tế như: Robert Gilpin, Stephen Krasner, Bruce Russett, Quincy Wright, Lewis Richard, Kenneth Waltz, Michael Doyle, Henry Kissinger, Stanley Hoffmann, Hans J. Morgenthau, J. Ney ...

Hoạt động truyền thông quốc tế gắn bó máu thịt với nghề báo chí truyền thông nên nhà báo quốc tế phải tự giác thực hiện các nguyên tắc đạo đức nghề nhà báo, hơn thế nữa là nhà báo tầm quốc tế cần chủ động thực hiện các nguyên tắc đạo đức xã hội, luật pháp quốc tế và thông lệ quốc tế. Do vậy có hàng trăm quốc gia ban hành Quy chế/ Quy tắc/ Quy ước đạo đức cho nghề báo chí truyền thông. Ví dụ: Quy tắc báo chí Nhật Bản yêu cầu nhà báo nắm vững: Tự do và trách nhiệm, chính xác và công bằng, độc lập và khoan dung, tôn trọng nhân quyền, đúng đắn và điều độ. Quy định đạo đức nhà báo Nga nói rõ: Nhà báo phải kiểm chế không viết những nội dung, nhận xét có hàm ý xúc phạm liên quan đến chủng tộc, quốc tịch, màu da, tôn giáo, nguồn gốc xã hội, giới tính... Nguyên tắc đạo đức báo chí Ấn Độ khuyến nghị: Các loại tin tức giúp ích cho hòa bình, hòa hợp và giúp lập lại hoặc duy trì luật pháp và trật tự nên được ưu tin trước các loại tin bài khác. Còn bộ quy tắc hành xử của nhà báo Anh quy định: Không tạo ra những sản phẩm có nhiều khả năng dẫn tới sự hận thù hoặc phân biệt dựa trên tuổi tác, giới tính, chủng tộc, sắc da, nguồn gốc....⁽⁷⁾ Ở phạm vi thế giới, Hội nhà báo quốc tế OIJ đã soạn “Những nguyên tắc quốc tế về đạo đức nghề nghiệp báo chí” và được UNESCO công nhận và đông đảo hội viên OIJ cùng các Hội Nhà báo nhiều nước đồng ý chấp hành. Như vậy, phẩm chất, nghĩa vụ, trách nhiệm của nhà báo quốc tế liên quan hữu cơ với nhau: vừa là con người của quốc gia cụ thể, vừa mang trách nhiệm bảo vệ, phát triển giá trị nhân văn trước công chúng quốc tế, vừa có nghĩa vụ, trách nhiệm trước pháp luật quốc gia

⁽⁷⁾ Xem: Lê Thanh Bình, Phí Thị Thanh Tâm: Quản lý Nhà nước và pháp luật về báo chí, Nxb. Văn hóa thông tin, Hà Nội, 2009, tr. 260-284.

mình và công pháp quốc tế, lại phải có những phẩm chất chuyên môn sâu mới hoàn thành sứ mạng nghề nghiệp của mình.

3. Văn hóa chính trị của nhà báo quốc tế

Nhà báo quốc tế không chỉ cần bản lĩnh nghề nghiệp mà rất cần thứ bản lĩnh liên quan đến tư duy, hành động, khuynh hướng tư tưởng - đó là văn hóa chính trị. Theo nghĩa rộng, “Văn hóa chính trị là một loại hình văn hóa, ở đó kết tinh toàn bộ giá trị, phẩm chất, năng lực, trình độ và phương thức hoạt động chính trị, được hình thành trên cơ sở một nền chính trị với thể chế, hệ thống và thiết chế đúng đắn, khoa học, thực hiện lợi ích giai cấp, dân tộc, quốc gia phù hợp với tiến bộ xã hội- con người”⁽⁸⁾. Văn hóa chính trị còn được hiểu là tinh thần nhân văn, tiến bộ trong việc xử lý các mối quan hệ giai cấp, dân tộc, nhân loại, các lực lượng xã hội khi thực thi quyền lực nhà nước. Khi đề cập đến hệ thống thể chế chính trị quốc gia, người ta cho là có cấu trúc sau: Các thể chế Nhà nước/đồng thời là các thể chế chính trị; các đảng phái chính trị; các phong trào xã hội, các tổ chức xã hội (gồm cả các nhóm lợi ích); hệ thống các phương tiện truyền thông; hệ thống bầu cử và các thể chế tôn giáo. Các phương tiện truyền thông, truyền thông quốc tế/đối ngoại của một quốc gia hoạt động với 2 tư cách chính: Được tổ chức thành hệ thống cơ quan ngôn luận, phát ngôn chính thức cho nhà nước (kể cả việc hướng ra quốc tế), cho Đảng cầm quyền, các lực lượng xã hội; được thiết kế thành một hệ thống tương đối độc lập (tùy theo chế độ chính trị- như đã đề cập ở phần các luận thuyết báo chí) hoạt động mang tính nghề nghiệp theo luật pháp. Hoạt động truyền thông quốc tế thông qua các phương tiện thông tin đại chúng có “vai trò rất lớn trong việc hình thành các hình ảnh chính trị, các biểu tượng mang giá trị văn hóa, hình thành các nguồn lực xã hội...”⁽⁹⁾.

Như vậy, văn hóa chính trị quan hệ với nhà báo quốc tế như hình với bóng. Căn cứ vào cấu trúc văn hóa chính trị, có thể thấy muốn trở thành một nhà báo quốc tế xuất sắc, chân chính cần phấn đấu không mệt mỏi suốt đời mới đạt được một tầm vóc văn hóa chính trị nhất định. Trước hết cần có phong văn hóa chung, luôn cần cù, mẫn miết, thứ tự nhằm hướng vươn lên tầm cao, rộng, thấm sâu những thành tựu tinh hoa văn hóa dân tộc, thời đại, quốc tế. Nắm được hệ tư tưởng khoa học, tiến bộ và quyết tâm, kiên trì, tin tưởng đi theo. Phải không ngừng học tập, rèn luyện nâng cao cả học vấn chính trị và kinh nghiệm chính trị, tổng hợp thành sức mạnh tri thức chính trị để phát huy hiệu quả truyền thông quốc tế vì quốc gia, cộng đồng. Nhà báo quốc tế cần tu dưỡng lý tưởng chính trị, niềm tin chính trị, ý thức chính trị, năng lực chính trị, có phương thức hoạt động chính trị... tạo thành bộ đỡ, bộ phóng, chiến lược, sách lược chắc chắn cho tác nghiệp truyền thông. Văn hóa chính trị tồn tại trong mỗi cá nhân con người chính trị, vì thế mỗi nhà báo quốc tế không thể đứng ngoài chính trị, mà luôn ý thức vì quốc gia, dân tộc, hiểu rõ mối quan hệ giữa tính Đảng, tính giai cấp, tính dân tộc và nhân loại, tính lịch sử, tính đa dạng, tính nhân văn- tiến bộ... trong văn hóa chính trị để xử lý đúng đắn các vấn đề nghiệp vụ và đời sống.

⁽⁸⁾ Xem: Phan Xuân Sơn (Cb): Các chuyên đề bài giảng chính trị học, Nxb. Chính trị - hành chính, Hà Nội, 2010, tr. 260

⁽⁹⁾ Xem: Phan Xuân Sơn (Cb): Các chuyên đề bài giảng chính trị học, Nxb. Chính trị - hành chính, Hà Nội, 2010, tr.48.

Toàn cầu hóa ngày nay tác động đến các yếu tố văn hóa chính trị khắp nơi và nhiều tầng lớp. Sự tăng cường hội nhập quốc tế; kinh tế thị trường, dân chủ hóa xã hội, khoa học - công nghệ (nhất là công nghệ thông tin truyền thông ICT) phát triển vượt bậc, sự quan tâm đặc biệt đến các giá trị văn hóa trong quan hệ quốc tế... càng làm cho thông tin, truyền thông, truyền thông quốc tế có ý nghĩa đặc biệt trong xã hội hiện đại. Nhu cầu truyền phát, trao đổi, phổ biến, thu nhận thông tin để có cơ sở ra quyết định của con người không chỉ trong một quốc gia mà nhiều quốc gia có chung những cảnh huống ngày càng tăng, đòi hỏi sự phát triển tương ứng của truyền thông đại chúng và quy mô, cách thức truyền thông quốc tế. Truyền thông quốc tế càng góp phần quảng bá, chia sẻ và kiểm soát hình ảnh văn hóa chính trị của các giới, nhất là lãnh đạo các quốc gia, cho nên bản thân nhà báo quốc tế - chủ thể cơ bản của các quá trình truyền thông quốc tế đó hơn ai hết phải thận trọng, uyển chuyển, sáng tạo, gương mẫu trong tư duy, ứng dụng văn hóa chính trị vào công việc cụ thể.

Như vậy xã hội muốn có những nhà báo quốc tế có đạo đức, bản lĩnh chuyên môn, chuyên sâu... thì phải đào tạo (cả dài hạn kết hợp với các chương trình bồi dưỡng ngắn hạn) bài bản. Để đào tạo nguồn lực chuyên môn về truyền thông quốc tế, đa số các nước thường đào tạo ngành báo chí truyền thông hoặc truyền thông đại chúng rồi bổ túc, bồi dưỡng thêm các kiến thức phục vụ truyền thông quốc tế. Nhưng cũng có những quốc gia lại đào tạo chính quy luôn ngành truyền thông quốc tế (Mỹ, Trung Quốc, Nga, Nhật, Italia, Việt Nam...). Các cường quốc báo chí như Nga, Mỹ... đều có khoa báo chí truyền thông (Mỹ gọi là Khoa Truyền thông đại chúng Mass Communication Department), riêng Khoa báo chí Đại học Tổng hợp Quốc gia Lômônôxốp (LB Nga) có ngành báo chí quốc tế và Trường Quan hệ quốc tế Mátxcơva có hẳn Khoa báo chí quốc tế. Có thể nêu tên thêm nhiều Đại học uy tín thế giới có Khoa Truyền thông quốc tế như: Đại học American University, Washington (Mỹ), State University of New York College at Cortland (Mỹ), Liverpool John Moores University (Anh), University of Nottingham (Anh), University of Malta (Italia), Hannan University (Nhật Bản), Guangdong University (Trung Quốc)...

Tại Việt Nam, trước đây, nhiều người đã biết tới các khái niệm như: thông tin đối ngoại, tuyên truyền đối ngoại, báo chí đối ngoại... còn thuật ngữ truyền thông quốc tế hiện mới được dùng và trong khá nhiều trường hợp người ta đồng nhất thông tin đối ngoại với truyền thông đối ngoại. Tuy nhiên nếu dùng ở nghĩa phổ quát, nhấn mạnh cả tính tương tác và quan điểm xem xét truyền thông với toàn cầu hóa, hội nhập thì dù dùng thuật ngữ “thông tin đối ngoại” cũng là để chỉ “truyền thông quốc tế”. Trên thực tế, lĩnh vực truyền thông quốc tế, thông tin đối ngoại được Đảng, Nhà nước quan tâm đã trưởng thành, phát triển, đóng góp to lớn cho sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, vì “sự nghiệp dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ văn minh”, thúc đẩy quá trình nước ta vươn lên, hội nhập vững chắc và chủ động. Đảng, Nhà nước đã ban hành nhiều văn kiện, văn bản quan trọng liên quan đến truyền thông quốc tế, thông tin đối ngoại. Đó là các văn kiện qua các kỳ Đại hội Đảng; các Chỉ thị, văn bản pháp quy của Đảng, Nhà nước như: Chỉ thị 11-CT/TW ngày 13/6/1992 của Ban Bí thư (Khóa VII) về “Đổi mới và tăng cường công tác thông tin đối ngoại”; Chỉ thị 26-CT/TW ngày 10/9/2008 của Ban Bí thư về “Tiếp tục đổi mới và tăng cường công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới”; Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ về Tăng cường quản lý và đẩy mạnh

công tác thông tin đối ngoại (Chỉ thị số 10/2000/CT-TTg, ngày 26/4/2000). Đặc biệt, Nhà nước đã giao cho Học viện Ngoại giao (Bộ Ngoại giao) thành lập Khoa Truyền thông và Văn hóa đối ngoại, đào tạo cử nhân chuyên ngành Truyền thông quốc tế (2008) để tiếp tục chủ động hội nhập với khu vực và thế giới. Để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ mới trong thế kỷ XXI này, chắc chắn chúng ta phải có những tổng kết rút kinh nghiệm kịp thời rút ra các bài học cả lý luận và thực tiễn để lĩnh vực truyền thông quốc tế, thông tin đối ngoại gắn bó chặt chẽ hơn nữa với hoạt động truyền thông đại chúng, làm cho bạn bè và các nước khắp năm châu hiểu đúng về Việt Nam, hợp tác làm ăn hiệu quả hơn nữa nhằm đưa đất nước ta phát triển ngày càng cường thịnh, đóng góp được nhiều hơn cho thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Werner J. Severin, James W. Tankard (2010), *Communication Theories*, Copyright Addison Wesley Longman, Inc.
- [2]. P.R.Viotti, M.V. Kauppi (2003), *Lý luận quan hệ quốc tế*, Nxb Lao động, Hà Nội.
- [3]. Lê Thanh Bình (2011), *Giáo trình Quan hệ chính phủ trong Văn hóa đối ngoại*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [4]. Lê Thanh Bình, Phí Thị Thanh Tâm (2009), *Quản lý Nhà nước và pháp luật về báo chí*, Nxb. Văn hóa thông tin, Hà Nội.
- [5]. Lê Thanh Bình (2008), *Truyền thông đại chúng và phát triển xã hội*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [6]. Phan Xuân Sơn (Cb) (2010), *Các chuyên đề bài giảng chính trị học*, Nxb Chính trị-hành chính, Hà Nội
- [7]. Lê Thanh Bình (2012), *Giáo trình Đại cương Truyền thông quốc tế*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.

ABSTRACT

VIETNAM'S INTERNATIONAL JOURNALISTS STRIVE FOR MORAL, POLITICAL, CULTURAL AND OCCUPATIONAL VIRTUES TO MEET THE REQUIREMENTS OF THE COUNTRY'S INTEGRATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

From the perspective of international communication and cross-culture, the author analyzed and came up with some suggestions for both generic and specific assessment standards for moral and occupational qualities of international journalists in general and Vietnamese ones in particular. Those basic qualities are compatible with the cultural status of an international journalist. Also, the author summarized main issues and gave a brief suggestion for Vietnam's international journalists who need to strive constantly to make great contributions to our country's modernization and industrialization; active international integration, sustainable development at present and in the future.