

KỸ NĂNG VIẾT TIN, BÀI

1. Yêu cầu với nội dung truyền thông

- Thông điệp rõ ràng, tạo sự bất ngờ hoặc thú vị với đối tượng truyền thông;
- Tổng thể nội dung truyền thông phục vụ mục tiêu xác định trước đó (cung cấp thông tin; nâng cao nhận thức; hướng dẫn; điều chỉnh hành vi...).

2. Nội dung truyền thông

2.1. Công thức thông tin: 5W + H (*what, when, where, who, why + how*)

Trong đó:

- *What (cái gì)*: cái gì xảy ra mà phương tiện truyền thông và công chúng nên biết. Thông tin này có thu hút họ không?
- *When (khi nào)*: sự kiện, sự việc diễn ra khi nào? Thời gian và thời điểm phải thật cụ thể, rõ ràng. Đây là yếu tố quyết định tính thời sự của tin.
- *Where (ở đâu)*: sự kiện, sự việc này diễn ra ở đâu? Nêu cụ thể địa chỉ của nơi đó.
- *Who (ai)*: để xác định rõ ai là chủ thể của tin? Một người, một nhóm người, một tổ chức, một sự kiện.
- *How (như thế nào)*: sự kiện, sự việc này diễn ra như thế nào?
- *Why (tại sao)*: tại sao sự kiện, sự việc này quan trọng? Lí do gì mà cơ quan truyền thông hay công chúng phải quan tâm và đưa tin về sự kiện, sự việc đó?

Ví dụ: Trong ngày 05/8, mực nước các hồ thủy điện trên cả nước và lưu lượng nước về các hồ chứa ở Bắc Bộ, Bắc Trung Bộ, Đông Nam Bộ, Tây Nguyên tăng nhanh so với ngày trước đó do mưa lớn trên diện rộng - thông tin từ Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) hôm 06/8.

(*) Trong một nội dung truyền thông, trong nhiều trường hợp có thể không đầy đủ 5W + H này.

2.2. Tiêu đề sản phẩm

- Title nội dung: Một thông điệp thú vị từ nội dung. Một title tốt là một title tạo sự bất ngờ với góc nhìn và giọng điệu trong ngôn từ thể hiện.
- Đặt title phải ngắn gọn, rõ ràng, đầy đủ thông tin:
- + Title phải rõ ràng, dễ hiểu, nghĩa là làm thế nào để độc giả có thể hiểu ngay lập tức.
- + Tránh các từ trừu tượng, từ viết tắt, con số phức tạp, từ chuyên môn hay từ gây hiểu lầm. Đầu đề phải ngắn gọn, năng động, nghĩa là phải viết trực tiếp, loại bỏ các yếu tố thừa, yếu tố lặp. Đầu đề phải chính xác và chứa thông tin, không mơ hồ, chung chung.

+ Ví dụ:

Đặt title: EVN giảm tiền điện cho khách hàng bị ảnh hưởng COVID-19

Thay vì title: EVN tiếp tục giảm giá điện, giảm tiền điện lần 2 cho các khách hàng sử dụng điện bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh COVID-19

- Title phải hấp dẫn người đọc: Đặt title cho bài báo là việc làm có tính chất quyết định số phận của bài báo. Bài báo rất hay nhưng title dở thì có thể làm mất đa số độc giả. Vì vậy, title phải nêu được thông tin độc đáo và quan trọng nhất của bài báo.

- Một số cách đặt title thông thường:

+ Dùng con số để nhấn mạnh

+ Dùng cấu trúc bỏ lửng mà dấu lửng hiện diện ở giữa title

+ Đặt câu hỏi

+ Dùng ngôn ngữ dân gian như thành ngữ, tục ngữ, ca dao

+ Dùng phép so sánh, ẩn dụ

+ Dùng những từ khóa đặc biệt cho trong ngoặc kép...

Ví dụ:

- Doanh nghiệp bị phạt vì...dùng quá ít điện => dùng dấu ba chấm

- Trung Quốc: Siêu trạm thủy điện sản xuất 1 tỷ kWh một ngày => dùng con số

2.3. Ảnh trong sản phẩm

- Hình ảnh có nội dung, chủ đề, ý nghĩa rõ ràng, có giá trị thông tin thời sự.

- Phản ánh được khía cạnh tiêu biểu của sự kiện.

- Chú thích ảnh: có nhiệm vụ giải thích cho tấm ảnh và bổ sung những thông tin phụ.

- Phải đáp ứng yêu cầu về bố cục, ánh sáng, góc độ...

2.4. Video trong sản phẩm báo chí truyền thông

- Thông tin trở nên sinh động và hấp dẫn hơn:

Hầu hết các tác phẩm báo chí trên báo điện tử sử dụng text và hình ảnh tĩnh để truyền tải thông tin tới độc giả. Chính vì thế, việc tiếp nhận thông tin thông qua việc đọc đã trở nên nhàm chán, và không mang lại hiệu quả cao. Việc sử dụng video trong tác phẩm báo chí mang lại cho công chúng của loại hình báo điện tử một phương thức tiếp nhận thông tin hoàn toàn mới đó là “xem” và “nghe”. Cách truyền tải thông tin này giúp các tác phẩm trở nên vô cùng sinh động và hấp dẫn, mang lại cho người xem cảm xúc thật, như họ đang được tận mắt chứng kiến diễn biến của sự việc, vấn đề đang xảy ra ngoài cuộc sống. Nhờ sự hấp dẫn và sinh động, video kích thích trực quan tới độc giả và thu hút độc giả hơn.

- Tăng tính khách quan, chân thực của thông tin:

Việc bảo đảm thông tin được truyền tải tới công chúng được khách quan và chân thực nhất là điều rất quan trọng. Thông tin mà mỗi tác phẩm báo chí truyền tải tới công chúng qua video chính là một lát cắt của cuộc sống, có địa điểm cụ thể, có ngày giờ rõ ràng, thời gian và không gian. Chính vì thế, thông tin mà video truyền tải sẽ khiến cho độc giả hoàn toàn tin tưởng.

- Thông tin trở nên dễ hiểu, cô đọng, súc tích và dễ tiếp nhận hơn:

Video có khả năng kể chuyện nhưng không cần giải thích mà công chúng vẫn có thể hiểu toàn bộ nội dung câu chuyện đang diễn ra, điều đó giúp công chúng tiếp nhận thông tin dễ dàng và nhanh chóng hơn. Tất cả thông tin cần diễn đạt đều gói gọn trong các hình ảnh, độc giả không cần mất nhiều thời gian để đọc dài dòng và tưởng tượng, mà chỉ việc xem và nắm bắt thông tin.

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, quá trình tiếp nhận thông tin của con người bằng mắt thông qua việc xem, nghe, nhìn lưu lại thông tin tốt hơn việc đọc, và hình ảnh lưu lại trong trí nhớ tốt hơn là từ ngữ. Và đặc biệt việc sử dụng video giúp cho quá trình tiếp nhận thông tin ngắn hơn, tiết kiệm được nhiều thời gian hơn

3. Một số định dạng

3.1. Tin

Khái niệm: Tin là thể loại thông tin cơ bản, ngắn gọn nhất, kịp thời nhất, phản ánh những sự kiện mới xảy ra, đang xảy ra, sắp xảy ra, có tầm quan trọng đối với xã hội.

Phân loại tin:

- Tin văn
- Tin ngắn
- Tin sâu
- Tin tường thuật
- Tin công báo...

Đặc điểm của tin:

- Đối tượng phản ánh của tin là sự kiện, sự việc: mới xảy ra, đang xảy ra, sắp xảy ra hoặc mới phát hiện được...

- Thông tin, thông báo kịp thời nhất
- Hình thức đơn giản, ngắn gọn nhất (100 đến 200 chữ)
- Số liệu cụ thể, trực tiếp
- Ngôn ngữ thể hiện tính chất thông báo
- Khách quan và công bằng

Yêu cầu của tin:

- Lựa chọn sự kiện: xác thực, mới xảy ra, tiêu biểu
- Lựa chọn dạng và mô hình
- Đặt tiêu đề cho tin
- Câu mở đầu của tin: chứa đựng được thông điệp cốt lõi, chủ yếu nhất
- Thân tin phải nêu lên được các chi tiết, số liệu bổ sung nhằm làm sáng tỏ những điều đã được nêu ở phần mở đầu.

Các bước viết tin:

Để có thể viết được một tin theo đúng những tiêu chí thể loại, thông thường người ta tiến hành theo các bước như sau:

- Lựa chọn sự kiện: Là bước quan trọng đầu tiên. Một sự kiện để viết Tin đáp ứng được những yêu cầu sau đây:

- + Xác thực: Sự việc, sự kiện phải là sự thật, có thời gian, có địa chỉ cụ thể.
- + Mới xảy ra: Được hiểu theo hai cách: một là sự kiện vừa mới xảy ra (mà người viết tin là người đầu tiên phát hiện, chứng kiến và viết về nó); hai là những khía cạnh mới được biết đến của những sự kiện đã biết.

+ Tiêu biểu: Những sự việc sự kiện mà tin phản ánh phải tiêu biểu cho sự vận động đích thực của đời sống.

- Lựa chọn dạng và mô hình: Căn cứ vào tính chất, mức độ, tầm quan trọng của sự kiện và ý đồ, mục đích thông tin, thái độ chính trị mà người viết tin tiến hành lựa chọn dạng và mô hình thích hợp cho tin.

- Đặt tiêu đề cho tin: Tin phải chứa đựng những thông tin cốt lõi nhất. Có thể chọn lấy các chi tiết hoặc số liệu nào đó quan trọng nhất, hấp dẫn nhất, đáng chú ý nhất trong nội dung của tin, bài để đưa vào đầu đề.

- Câu mở đầu của tin: Có khả năng tóm tắt toàn bộ nội dung tin, thông báo ngay được điều quan trọng nhất, chủ yếu nhất của sự kiện mới. Thường ngắn gọn nhưng phải chứa đựng được những chi tiết, số liệu, tính chất quan trọng nhất của tin (như: nguồn tin, thời gian xảy ra sự kiện, địa điểm, người trong cuộc, sự kiện gì).

- Thân tin: Nêu lên được các chi tiết, số liệu bổ sung nhằm làm sáng tỏ những điều đã được nêu ở phần mở đầu.

- Thể loại tin thường không có phần kết.

3.2. Bài phản ánh:

Khái niệm: Là những dạng bài thông tin, phản ánh, đáp ứng các tiêu chí cơ bản của một tác phẩm báo chí, thường được dùng để thông tin, phản ánh về những vấn đề, sự kiện, nhân vật, hoàn cảnh, tình huống... ở cấp độ trung bình, vừa phải.

Đặc điểm của bài phản ánh:

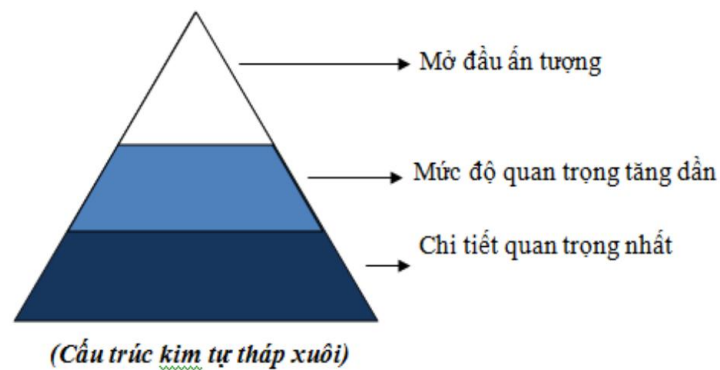
- Phải đảm bảo yêu cầu về tính thời sự, tính xác thực và tính định hướng trực tiếp của những thông tin
- Dao động trong khoảng từ 400 - 800 chữ. → Có bài 3.000 chữ không?
- Phong cách ngôn ngữ khác nhau: sự chính xác, trực tiếp, cụ thể; tính chất nghiêm túc, chặt chẽ; sự mềm mại giàu cảm xúc ...
- Tính định hướng trực tiếp: Tác giả phải thể hiện một thái độ và lập trường rõ ràng trong bài viết dựa trên cơ sở luật pháp, đạo đức, truyền thống... của cộng đồng.

Các dạng bài phản ánh:

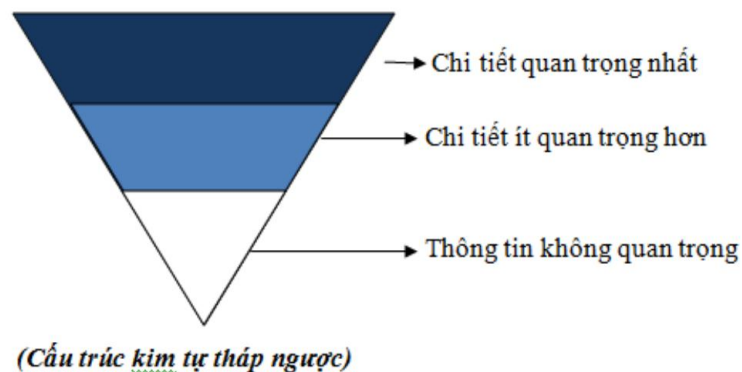
- Bài phản ánh về sự kiện, sự việc
- Bài phản ánh về quang cảnh, hiện trạng
- Bài phản ánh về tình huống, vấn đề
- Bài phản ánh về người thật việc thật
- Bài phản ánh về suy nghĩ, cảm xúc

Các kết cấu thường gặp:

- Mô hình kim tự tháp xuôi: Cấu trúc của nó sắp xếp các chi tiết theo trình tự: mở đầu là chi tiết, dữ kiện ít quan trọng. Mức độ quan trọng và tính hấp dẫn tăng dần lên và có sức nặng nhất ở phần kết, tạo ra một ấn tượng mạnh.



- Mô hình kim tự tháp ngược: Mô hình này là sự đảo ngược của mô hình thứ nhất. Các chi tiết, dữ kiện được sắp xếp theo nguyên tắc giảm dần mức độ quan trọng.



- Mô hình viên kim cương: Là mô hình được biểu hiện theo hình dạng của một viên kim cương. Điểm khác biệt của nó với mô hình hình tháp ngược là ở chỗ: Tác phẩm mở đầu bằng một chi tiết tương đối quan trọng. Các chi tiết tiếp tục tăng dần mức độ quan trọng và chi tiết có tầm quan trọng nhất thường được đặt ở gần đầu tác phẩm.

- Mô hình đồng hồ cát: Những chi tiết quan trọng được đặt ở phần đầu và phần cuối tác phẩm. Các chi tiết khác được bố trí theo trình tự giảm dần mức độ quan trọng từ trên xuống rồi lại tăng dần độ quan trọng lên cho đến cuối bài và kết thúc bằng một chi tiết quan trọng có khả năng gây ấn tượng cao. Nó có thể kết hợp được ưu thế của cả hai mô hình Hình tháp xuôi và Hình tháp ngược.

- Mô hình hình chữ nhật: Các chi tiết quan trọng được bố trí từ đầu đến cuối, tạo ra sự hấp dẫn chung cho toàn bài nhưng cũng có thể gây ra sự nhàm chán do sự dàn trải. Người ta thường áp dụng mô hình này để viết một số thể loại như: Bài viết, tin tổng hợp, tường thuật.

Chú ý: Các mô hình nêu trên chỉ là những mô hình cơ bản người viết báo thường áp dụng. Có thể được sử dụng một cách độc lập nhưng cũng có thể được sử dụng trong sự kết hợp với nhau một cách linh hoạt./.

Tài liệu tham khảo: Học viện Báo chí và Tuyên truyền