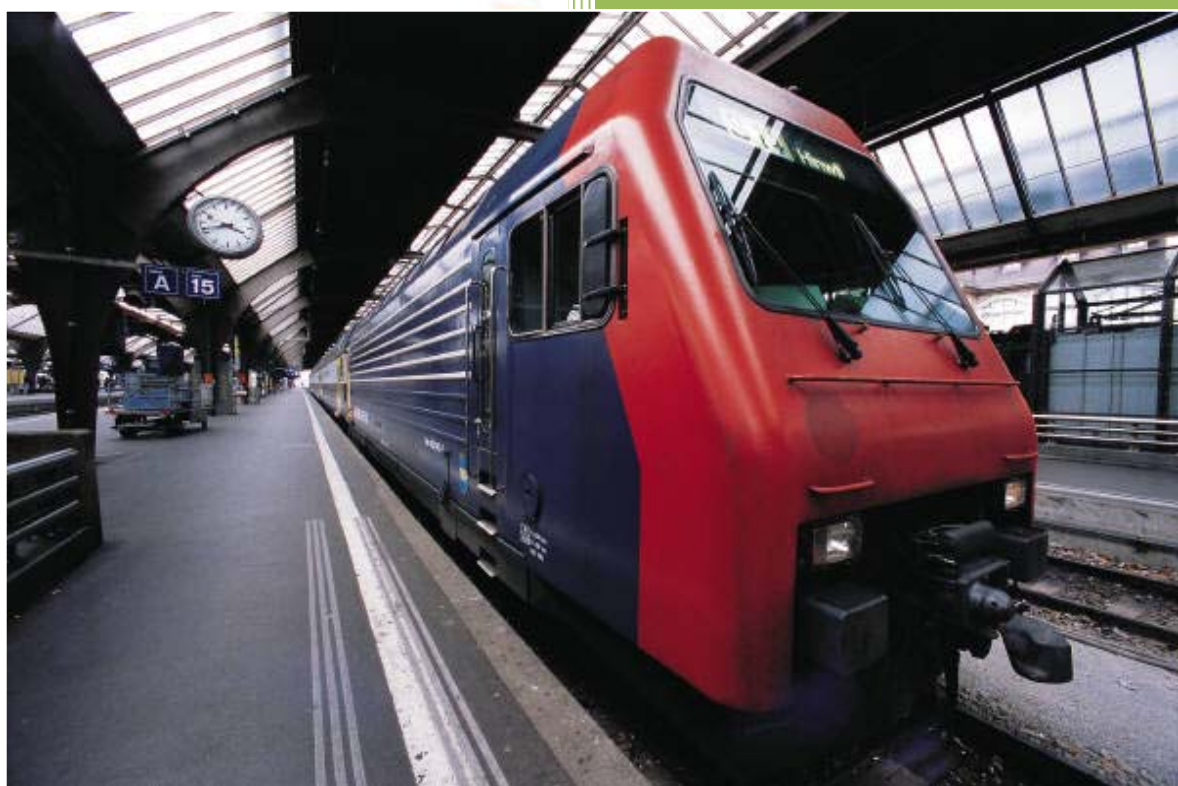




TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ TP.HCM

XÃ HỘI HỌC VỀ TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHỨNG



TS TRẦN HỮU QUANG

Biên soạn

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ TP.HCM

TÀI LIỆU HƯỚNG DẪN HỌC TẬP

Môn học:

**XÃ HỘI HỌC VỀ TRUYỀN
THÔNG ĐẠI CHÚNG**

TS. Trần Hữu Quang biên soạn

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

BÀI GIỚI THIỆU

Chào mừng các bạn đến với chương trình đào tạo từ xa của Đại học Mở Bán Công Tp.HCM

Đây là môn học nghiên cứu về hoạt động truyền thông đại chúng dưới quan điểm xã hội học.

Nhiều trường phái cũng như nhiều luận điểm lý thuyết khác nhau, nhiều lúc đối lập nhau, cũng như nhiều kết quả điều tra thực nghiệm sẽ được trình bày và lược thuật một cách cô đọng nhằm giúp sinh viên có được những kiến thức tổng quan về tình hình nghiên cứu xã hội học về truyền thông đại chúng trên thế giới. Nhưng ngoài phần kiến thức, điều còn quan trọng hơn nữa đối với sinh viên trong môn học này, đó là: thông qua việc tìm hiểu những lối đặt vấn đề và những lối phân tích khác nhau và đa dạng của các nhà nghiên cứu, sinh viên làm sao rèn luyện được khả năng tư duy và biện luận của mình, làm quen được với phương pháp tư duy xã hội học. Và điều trọng yếu nhất là cuối cùng làm sao sinh viên xác lập được khả năng suy nghĩ độc lập và nuôi dưỡng được óc phê phán khoa học khi thử bắt tay vào việc khảo sát, phân tích và giải thích những vấn đề nào đó liên quan tới lĩnh vực truyền thông đại chúng ở Việt Nam.

Tập sách này bao gồm những nội dung chính như sau:

- Tìm hiểu các khái niệm “truyền thông” và “truyền thông đại chúng” (bài 1).
- Lịch sử ra đời của các phương tiện truyền thông đại chúng và

của định chế truyền thông đại chúng (bài 2).

- Các lý thuyết chính về truyền thông đại chúng (bài 3).
- Nghiên cứu về công chúng (bài 4).
- Nghiên cứu về các nhà truyền thông và tổ chức truyền thông (bài 5).
- Nghiên cứu nội dung truyền thông (bài 6).
- Những tác động xã hội của truyền thông đại chúng (bài 7).

Về thời gian học tập: đây là tập giáo trình dành cho chương trình cử nhân, tương đương với 30 tiết học trên lớp. Tuy nhiên, ngoài thời gian đọc giáo trình, sinh viên còn phải dành ra một thời lượng tương đương với khoảng 30- 45 tiết để đọc thêm tài liệu sách báo và tạp chí có liên quan tới nội dung môn học. Đó là chưa tính thời gian dành để trả lời các câu hỏi ôn tập (nên tập trả lời bằng cách viết ra trên giấy mà không xem lại giáo trình [vì đáp án loại câu hỏi này đều nằm trong giáo trình], mỗi câu chừng nửa trang hoặc tối đa là một trang) và những câu hỏi gợi ý để thảo luận (những câu hỏi này đều nằm ở cuối mỗi chương).

Đối với những *câu hỏi thảo luận* (đây thường là những câu mở rộng để vận dụng suy nghĩ cá nhân vào những vấn đề của truyền thông đại chúng trong bối cảnh xã hội Việt Nam), sinh viên có thể đưa ra để thảo luận nhóm. Nếu học môn này theo nhóm là hay nhất; còn nếu không, sinh viên nên tìm những người mà mình có thể trao đổi để bàn luận về những vấn đề nêu ra. Nên tranh cãi một cách thoải mái trên tinh thần tự do tư tưởng – vì có cọ xát và tranh luận thì mới có điều kiện để vượt qua được những định kiến chủ quan của từng cá nhân, và đồng thời mới có nhiều cơ may tìm ra được những ý tưởng mới.

Ở cuối tập sách này, chúng tôi cũng có nêu ra một số đề tài gợi ý để sinh viên có thể chọn để làm một bài tiểu luận kết thúc môn học (giới hạn chừng 5-10 trang). Đây là dịp để sinh viên có cơ hội vận dụng những vốn liếng kiến thức đã tiếp thu qua tập giáo trình vào những suy nghĩ và phân tích của chính mình về một vấn đề thực tiễn nào đó trong lĩnh vực truyền thông đại chúng. Bài tiểu luận cuối môn học không phải là chuyện bắt buộc, nhưng chúng tôi khuyến khích sinh viên nên chọn bắt tay vào làm một đề tài, vì điều này sẽ rất có lợi cho việc rèn luyện khả năng viết lách, khả năng tư duy, và khả năng độc lập suy nghĩ.

Về phương pháp học tập, sinh viên nên đọc kỹ từng chương (đọc kỹ để nắm được nội dung, chứ hoàn toàn không phải để “học thuộc lòng”!). Nhưng ngoài tập giáo trình này, sinh viên nhất thiết phải cố gắng đọc thêm sách báo có liên quan tới môn học này (ngoài những cuốn sách và bài tạp chí mà chúng tôi đã nêu trong phần tài liệu tham khảo). Đọc càng nhiều càng tốt. Kể từ khi bắt đầu học môn này, hàng ngày sinh viên nên tập đọc báo hoặc coi ti-vi với một cặp mắt mới, không phải như một độc giả hay một khán giả bình thường, mà là đọc với cặp mắt của một người phân tích và có óc phê phán.

Vì đối tượng của môn học này chính là sinh hoạt báo chí, phát thanh và truyền hình mà hầu như ai cũng theo dõi hàng ngày, nên đây cũng là một điều hết sức thuận lợi cho sinh viên có ngay nhiều cơ hội để quan sát và hỏi han những người xung quanh để tìm hiểu tập quán và nhu cầu của các loại độc giả và khán giả khác nhau, xem xét coi họ phản ứng thế nào đối với trang mục này hay chương trình nọ, và thử

tìm xem vai trò và ý nghĩa của các phương tiện truyền thông trong đời sống xã hội của họ...

Nội dung tập giáo trình này nêu ra khá nhiều lý thuyết khác nhau về truyền thông đại chúng. Thoạt nhìn thì có thể có cảm giác hơi khô khan, nặng nề, nhưng nếu đọc kỹ và suy nghĩ kỹ thì sẽ thấy đây không phải là những “lý thuyết suông”, mà phần lớn chúng đều có liên quan ít nhiều mật thiết tới những khía cạnh khác nhau trong đời sống truyền thông diễn ra hàng ngày xung quanh chúng ta.

Mong rằng môn học này sẽ giúp sinh viên hiểu sâu hơn về thế giới truyền thông, và nhất là có được những cái nhìn mới mang tính chất phân tích và sáng tạo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Huỳnh Văn Tòng, *Lịch sử báo chí Việt Nam*, TPHCM, Khoa báo chí Đại học Mở-bán công TPHCM, 1994.
2. Ngô Hà, “Lược sử báo chí thành phố (1865-1945)”, trong Trần Văn Giàu, Trần Bạch Đằng, Nguyễn Công Bình (chủ biên), *Địa chí văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh*, tập II, Nxb TPHCM, 1988, tr. 319-385.
3. Tầm Nguyên, “Báo chí Sài Gòn trong 30 năm kháng chiến (1944-1975)”, trong Trần Văn Giàu, Trần Bạch Đằng, Nguyễn Công Bình (chủ biên), *Địa chí văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh*, tập II, Nxb TPHCM, 1988, tr. 387-410.
4. Hồng Chương, *Tìm hiểu lịch sử báo chí Việt Nam*, Hà Nội, Nxb Sách giáo khoa Mác Lê-Nin, 1987.
5. Lê Minh Quốc, *Hỏi đáp báo chí Việt Nam*, TPHCM, Nxb Trẻ, 2001.
6. Đỗ Quang Hưng, “Buổi đầu tiên của báo chí Việt Nam”, tạp chí *Xưa và Nay*, số 64B, 6-1999, tr. 5.
7. Nguyễn Hữu Viêm, “Hoàng Tích Chu, người đầu tiên cách tân báo chí Việt Nam”, tạp chí *Xưa và Nay*, số 61, 3-1999.
8. Văn Giá, “Nhà báo-nhà văn, viết văn-viết báo”, tạp chí *Nghề báo*, số 14, 6-2003, tr. 16.
9. Daniel Hémery, “Sài Gòn thập niên 30 : 'La Lutte' (1933-1937) tờ báo chiến đấu” (Nguyễn Ngọc Giao dịch), trong Cao Huy Thuần, Nguyễn Tùng, Trần Hải Hạc, Vĩnh Sính (chủ biên), *Từ Đông sang Tây*, Đà Nẵng, Nxb Đà Nẵng, 2005, tr. 86-113.
10. Loic Hervouet, *Viết cho độc giả* (Lê Hồng Quang dịch), Hà Nội, Hội Nhà báo Việt Nam xuất bản, 1999.

11. Hữu Thọ, *Nghĩ về nghề báo*, Hà Nội, Nxb Giáo dục, 1997.
12. Hội Ngôn ngữ học TPHCM, Viện Ngôn ngữ học Việt Nam, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TPHCM, *Tiếng Việt trên các phương tiện truyền thông đại chúng*, TPHCM, 1999.
13. Trung tâm Ngôn ngữ học (Viện Khoa học Xã hội vùng Nam bộ), *Quảng cáo và ngôn ngữ quảng cáo*, TPHCM, 2004.
14. Trần Hữu Quang, *Chân dung công chúng truyền thông (qua khảo sát xã hội học tại TPHCM)*, TPHCM, Nxb Thành phố Hồ Chí Minh, Thời báo Kinh tế Sài Gòn, Trung tâm Kinh tế châu Á-Thái Bình Dương, 2001.
15. Trần Hữu Quang, “Những chức năng xã hội của báo chí trong lịch sử Sài Gòn thời Pháp thuộc”, tạp chí *Xã hội học*, số 3&4, 1999, tr. 32-38.
16. Trần Hữu Quang, *Xã hội học nhập môn* (giáo trình), Đại học Tổng hợp TPHCM, 1993.
17. Trần Hữu Quang, *Xã hội học báo chí* (sắp xuất bản).
18. Philippe Breton, Serge Proulx, *Bùng nổ truyền thông* (Vũ Đình Phòng dịch), Hà Nội, Nxb Văn hóa-thông tin, 1996.
19. Michael Schudson, *Sức mạnh của tin tức truyền thông* (bản dịch cuốn *The Power of News*, Harvard, Harvard University Press, 1995, người dịch: Thế Hùng, Trà My), Hà Nội, Nxb Chính trị quốc gia, 2003.
20. Pierre Albert, *Lịch sử báo chí* (Dương Linh dịch), Hà Nội, Nxb Thế giới, 2003.
21. *Nghề báo*, tạp chí của Hội Nhà báo TPHCM.
22. *Người làm báo*, tạp chí của Hội Nhà báo Việt Nam.
23. *Nhà báo và Công luận*, tạp chí của Hội Nhà báo Việt Nam.

Bài 1

TÌM HIỂU KHÁI NIỆM TRUYỀN THÔNG

Giới thiệu khái quát: Nội dung chương 1 trình bày những khái niệm căn bản cần nắm rõ như “truyền thông”, “truyền thông đại chúng”, “các phương tiện truyền thông đại chúng”, những đặc điểm của quá trình truyền thông, và mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng với truyền thông liên cá nhân.

Mục tiêu của chương này: Phân biệt được những khái niệm then chốt nêu trên, và hiểu được những đặc trưng của một quá trình truyền thông.

TRUYỀN THÔNG

Truyền thông là gì? Có thể nói một cách ngắn gọn rằng truyền thông là một quá trình truyền đạt thông tin. Truyền thông (*communication*) là một dạng hoạt động căn bản của bất cứ một tổ chức nào mang tính chất xã hội.

Ngay trong một bầy ong hay một bầy kiến cũng có truyền thông: đám ong thợ thường truyền đạt cho nhau những thông tin về loại hoa mà chúng tìm được cũng như về khoảng cách và phương hướng mà chúng phải rủ nhau bay tới để hút nhụy và đưa mật hoa về tổ.

Trong xã hội loài người, truyền thông lại càng là một điều kiện tiên quyết để có thể hình thành nên một “xã hội” hoặc “cộng đồng”. Sở dĩ người ta có thể sống được với nhau, giao tiếp và tương tác được với nhau trước hết là nhờ vào hành vi truyền thông. Người ta gọi đây là **truyền thông liên cá nhân** (*interpersonal communication*), nghĩa là truyền đạt thông tin giữa người này với người khác. Sự truyền thông này trước hết được thể hiện thông qua lời nói hoặc chữ viết, tức là thông qua ngôn ngữ, nhưng cũng có thể thông qua cử chỉ, điệu bộ, hay hành vi để biểu tỏ thái độ hoặc cảm xúc. Vì thế, có thể có hai cách thức truyền thông : truyền thông bằng lời nói (*verbal*), và truyền thông không bằng lời nói (*non-verbal*).

Người ta thường phân biệt ba loại truyền thông như sau :

- Truyền thông liên cá nhân (giữa người này với người khác),
- Truyền thông tập thể (tức là truyền thông trong nội bộ một cơ quan, một công ty, một tổ chức đoàn thể, hay một nhóm xã hội nào đó).
- Và truyền thông đại chúng.