

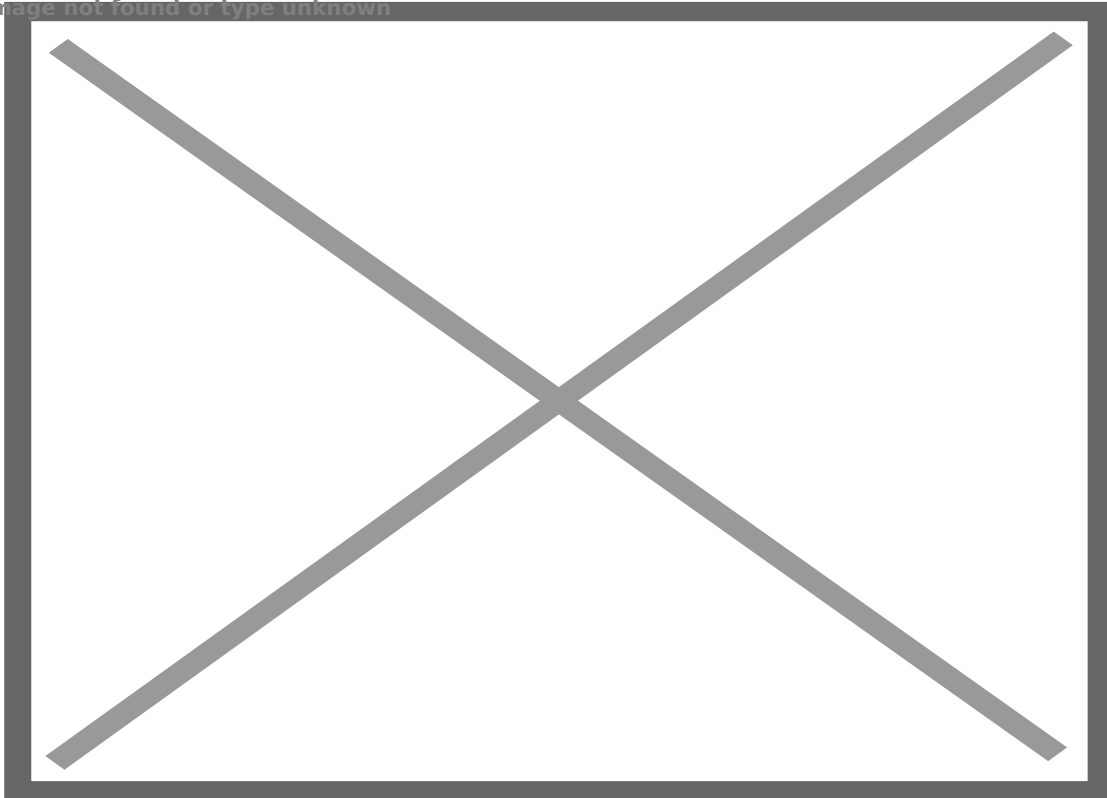
Công tác thư ký biên tập của Đài truyền hình trong xu thế hội tụ truyền thông

01:17 06/12/2016

Tác giả: Admin

Sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông xã hội đã khiến “con đường” siêu cao tốc bao quanh Trái đất bằng hình ảnh, âm thanh và dữ liệu hội tụ với nhau.

Image not found or type unknown



Ảnh minh họa

Trong bối cảnh đó, các cơ quan báo chí luôn phải tìm cách để thích ứng với môi trường [truyền thông](#) mới. Do đó, công tác thư ký biên tập của đài truyền hình cần phải thay đổi như thế nào trong môi trường mới là bài toán rất cần lời giải.

Vai trò của thư ký biên tập

Trên thực tế, công tác thư ký tòa soạn (đối với báo in) và thư ký biên tập (đối với truyền hình) đều có cùng nhiệm vụ, chức năng thay mặt Ban Biên tập tổ chức nội dung và hình thức của từng số báo, từng chương trình; bảo đảm tính chính trị, tư tưởng, văn hóa, mỹ thuật và chất lượng của mỗi tác phẩm, chương trình.

Với truyền hình, việc bảo đảm an toàn sóng là nhiệm vụ trọng tâm của công tác thư ký biên tập dù ở bất kỳ giai đoạn nào.

Từ kịch bản phát sóng, các clip tin, phóng sự, cho đến tiêu đề, bảng chữ, kịch bản... trước khi lên sóng đều cần sự gia công biên tập, rà soát, chỉnh sửa của thư ký biên tập. Đây là công việc khó khăn, vất vả và khá nhạy cảm, diễn ra hàng ngày hàng giờ theo từng bản tin, chuyên mục. Điều này đòi hỏi mỗi cán bộ, biên tập viên phải không ngừng rèn luyện, học hỏi về nghề từ các khóa đào tạo trong và ngoài nước, đào tạo tại chỗ hay tự đào tạo.

Những năm gần đây, nhiều tập đoàn báo chí lớn, nhiều đài phát thanh - truyền hình trên thế giới đã và đang triển khai mô hình tòa soạn **hội tụ** (convergence newsroom). Với mô hình tòa soạn này, các cơ quan báo chí sẽ phát huy được thế mạnh tổng hợp về nguồn nhân lực, trang thiết bị máy móc; tài nguyên dữ liệu, nội dung... vừa tiết kiệm được kinh phí, thời gian sản xuất nội dung, nhưng vẫn có được thông tin nhanh, đa dạng, phong phú và hấp dẫn.

Với tòa soạn hội tụ có thể giải quyết được bài toán phình to bộ máy và tiết kiệm tài nguyên, sản phẩm báo chí thông qua việc thiết lập bàn siêu biên tập (Supperdesk) và mô hình phóng viên 3 trong 1.

Một số vấn đề đặt ra

Giống như hoạt động thư ký tòa soạn tại các tòa báo, bộ phận thư ký biên tập tại các đài truyền hình cũng đóng vai trò rất quan trọng trong việc tham mưu xây dựng khung sóng chiến lược; đạo diễn, sắp xếp các chương trình, bản tin theo trình tự thời gian, phù hợp với từng thời điểm và là đầu mối cuối cùng đưa tác phẩm truyền hình lên sóng đến với công chúng.

Khi chuyển sang mô hình tòa soạn hội tụ, bộ phận thư ký trở thành cơ quan đầu não, sở chỉ huy của tòa soạn. Về cơ bản, nội dung do bộ phận thư ký quyết định và trực tiếp chỉ đạo các ban chuyên môn và phóng viên **tác nghiệp**. Chất lượng tin, bài có hay không đều phụ thuộc vào bộ phận này. Có thể rút ra một số vấn đề sau:

Thứ nhất, điều phối sản xuất. Với mô hình truyền thống, phóng viên của đơn vị nào chịu sự chỉ đạo

sản xuất theo yêu cầu của đơn vị đó. Tuy nhiên, trong tòa soạn hội tụ, tài nguyên sẽ được dùng chung cho cả tòa soạn. Phóng viên tại hiện trường như một “chiến binh” ngoài mặt trận. Bộ phận thư ký biên tập phải bám sát tiến độ, kế hoạch tác nghiệp tại hiện trường, sẵn sàng hỗ trợ khi phóng viên gặp khó khăn trong quá trình tác nghiệp và truyền đạt ý kiến chỉ đạo của lãnh đạo để hoạt động tác nghiệp sát và trúng vào nội dung yêu cầu.

Thứ hai, điều phối đầu ra. Sau khi lên kế hoạch tổ chức sản xuất cho từng đơn vị sẽ có nguồn dữ liệu đầu vào và khối lượng tin, bài rất phong phú, đa dạng. Với nguyên liệu phong phú và đa dạng đó, rất cần công đoạn chế biến, bố trí, sắp xếp chuyên nghiệp để trở thành một “bữa tiệc” thịnh soạn.

Tùy vào quy mô và tiêu chí của mỗi đơn vị, bộ phận thư ký biên tập phải cân đối sắp xếp các tin, bài trên các khung giờ, các bản tin, các ấn phẩm và các loại hình báo chí khác nhau.

Thí dụ, những tin nóng nhất chúng ta có thể đưa ngay lên báo điện tử hoặc mạng xã hội. Các loại hình khác như báo in, có thể đăng sau nhưng với chất liệu dày dặn và chi tiết hơn. Với mỗi bản tin, chuyên mục hay loại hình báo chí khác nhau, cần có sự điều chỉnh, biên tập lại sao cho phù hợp với tiêu chí của từng bản tin, từng loại hình. Chính điều này sẽ giúp tin, bài đến được nhiều nhóm đối tượng hơn.

Thứ ba, đánh giá hiệu quả chương trình. Sự thành công của một tác phẩm báo truyền hình phụ thuộc vào **khán giả** và sự ảnh hưởng của nó tới xã hội. Có nhiều tiêu chí để đánh giá hiệu quả của từng loại hình báo chí. Với những công cụ hỗ trợ đặc lực hiện nay, bộ phận thư ký biên tập sẽ có những thống kê, đánh giá chất lượng các tin bài một cách khách quan, minh bạch. Từ đó, có những báo cáo, đề xuất hình thức khen thưởng, nhắc nhở điều chỉnh với từng đơn vị, cá nhân để những tác phẩm sau đạt chất lượng tốt hơn, hiệu quả hơn.

Thứ tư, hoạt động quảng bá nội dung. Cùng với việc xây dựng khung phát sóng các chương trình, bộ phận thư ký biên tập còn phải tiến hành xây dựng khung quảng bá cho các chuyên mục, chương trình đặc sắc trên các kênh sóng hoặc các nền tảng khác. Cố gắng tận dụng những tài nguyên đang có sẵn để quảng bá chéo cho các chương trình.

Thí dụ, muốn quảng bá một chương trình nào đó, chúng ta có thể tiến hành sản xuất trailer với những hình ảnh ấn tượng nhất. Phát trước lịch phát sóng của chương trình để giới thiệu cho khán giả biết ngày giờ phát sóng để chủ động xem chương trình. Hãy tưởng tượng công việc này như việc làm “[mỗi câu cá](#)”, đó thực sự là một nghệ thuật chứ không phải công việc chỉ để làm cho xong.

Ngoài ra, với những đơn vị có tiềm lực hoặc muốn quảng bá rộng rãi các chương trình đó tới đông đảo đối tượng khán giả, chúng ta phải chấp nhận bỏ chi phí để quảng bá trên các nền tảng khác như: báo điện tử, báo giấy, bảng biển quảng cáo ngoài trời, tờ rơi quảng cáo, mạng xã hội, ...

Thứ năm, quản trị nguồn tin và kho tư liệu. Ngoài vai trò trung tâm và là người điều phối mọi nguồn tin đầu vào và đầu ra cho các nhóm sản xuất trong cơ quan, bộ phận thư ký biên tập còn là đầu mối liên hệ, giao dịch với các báo, đài địa phương, các đơn vị liên kết và cộng tác viên,...

Lượng tin bài gửi về hàng ngày rất nhiều, tuy nhiên cần phải kiểm định rất kỹ về độ chính xác của nguồn tin đó.

Mảng tư liệu cũng không thể tách rời đối với bộ phận thư ký biên tập. Tại một số cơ quan, mảng tư liệu còn được đặt trong phòng thư ký biên tập, bởi có nhiều nội dung chương trình không thể có hình minh họa thì buộc phải dùng hình tư liệu. Bên cạnh đó, bộ phận phụ trách tư liệu cũng chủ động trong việc lưu lại những hình ảnh quan trọng trong quá trình phóng viên đi tác nghiệp về.

Thứ sáu, hoạt động tương tác khán giả và đánh giá ranking xếp hạng chương trình. Nếu như trước đây, người dân phụ thuộc hoàn toàn vào những gì chúng ta cung cấp, giờ đây khi Internet và mạng xã hội phát triển, nhu cầu hưởng thụ thông tin của khán giả cũng tăng theo.

Họ không còn ngồi đợi cả ngày để đến đúng một khung giờ nào đó mới được tiếp cận thông tin mà họ xem. Chính vì thế, chúng ta cần phải chủ động hơn trong quá trình cung cấp thông tin cho khán giả.

Có rất nhiều hình thức để tiếp nhận các thông tin đó như: điện thoại, email, fanpage, hộp thư,...

Ngoài ra, chúng ta cần phải biết lắng nghe những phản hồi, góp ý của khán giả để biết được những sản phẩm mình làm ra có khiến họ hài lòng không? Cần phải điều chỉnh gì? Như vậy mới thể hiện sự quan tâm tới họ, để công chúng cảm thấy cái tôi của mình được tôn trọng.

Như đã phân tích ở trên, vai trò và vị trí của thư ký biên tập vô cùng quan trọng, đặc biệt là đối với mô hình [hội tụ](#). Bộ phận này không chỉ là người gác cổng tin cậy mà còn là người điều phối sản xuất, đưa ra những định hướng mang tính chiến lược cho một chương trình, một kênh, thậm chí là

cả cơ quan báo chí.

Trong môi trường truyền thông đa dạng hiện nay, các cơ quan báo chí rất cần đổi mới mang tính đột phá để báo chí luôn là người bạn **đồng hành**, tin cậy của công chúng./.

Lưu Tiến Linh

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/cong-tac-thu-ky-bien-tap-cua-dai-truyen-hinh-trong-xu-the-hoi-tu-truyen-thong>