

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

LÊ THỊ THANH THẢO

THÔNGIỆP VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG
NGÀNH THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM TRÊN BÁO CHÍ

LUẬN VĂN THẠC SĨ BÁO CHÍ

Hà Nội - 2019

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

LÊ THỊ THANH THẢO

THÔNGIỆP VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG
NGÀNH THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM TRÊN BÁO CHÍ

Luận văn Thạc sỹ Chuyên ngành: Báo chí học

Mã số: 60 32 01 01

Người hướng dẫn khoa học

Chủ tịch Hội đồng

Hà Nội - 2019

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi, dưới sự hướng dẫn khoa học của PGS. TS. Nguyễn Thị Thanh Huyền. Các kết quả nghiên cứu, phát hiện mới là trung thực và chưa được ai công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu khoa học nào trước đây. Luận văn có sử dụng, phát triển, kế thừa một số tư liệu, số liệu, kết quả nghiên cứu từ các sách, giáo trình, tài liệu.... liên quan đến nội dung đề tài.

Tác giả luận văn

Lê Thị Thanh Thảo

LỜI CẢM ƠN

Trong thời gian học tập và thực hiện luận văn Cao học, tôi đã nhận được rất nhiều sự chỉ dẫn nhiệt tình của các thầy, cô giáo Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (ĐHQGHN) và Học viện Báo chí và Tuyên truyền. Tôi vô cùng quý trọng, biết ơn sự chỉ bảo đó và xin được chân thành gửi lời tri ân đến toàn thể các thầy, cô giáo. Đặc biệt, tôi xin ngỏ lời cảm ơn sâu sắc nhất đến PGS. TS. Nguyễn Thị Thanh Huyền đã nhiệt tình hướng dẫn, chỉ dạy, giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn. Và hơn hết, trong quá trình làm luận văn, tôi đã học tập ở cô một tinh thần nghiên cứu khoa học nghiêm túc, cẩn thận, tỉ mỉ và một thái độ làm việc hết mình. Xin được gửi đến cô sự biết ơn và lòng kính trọng chân thành nhất.

Xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc đến những anh/chị đồng nghiệp các báo: Lao động, Quảng Ninh, Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam đã cung cấp tư liệu và trả lời phỏng vấn để tác giả hoàn thiện được công việc nghiên cứu của mình.

Cảm ơn gia đình và những người thân yêu đã luôn tin tưởng, động viên và ủng hộ.

Trong quá trình thực hiện đề tài luận văn chắc chắn không tránh khỏi những hạn chế nhất định. Tác giả rất mong nhận được sự đóng góp chân thành của Hội đồng Khoa học, của quý thầy, cô giáo cùng với sự góp ý của bạn bè đồng nghiệp để luận văn hoàn thiện có chất lượng tốt hơn.

Hà Nội, tháng 11 năm 2019

Lê Thị Thanh Thảo

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	6
1. Lí do chọn đề tài.....	6
2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài.....	8
3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu.....	11
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	12
5. Cơ sở lí luận và phương pháp nghiên cứu	12
6. Ý nghĩa lí luận và thực tiễn của luận văn.....	13
7. Đóng góp mới của luận văn	14
8. Bố cục luận văn	14
CHƯƠNG 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÍ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ BÁO CHÍ VÀ THÔNG ĐIỆP VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG NGÀNH THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM TRÊN BÁO CHÍ	15
1.1. Một số khái niệm liên quan đến đề tài	15
<i>1.1.1. Khái niệm truyền thông</i>	15
<i>1.1.2. Khái niệm thông điệp</i>	17
<i>1.1.3. Khái niệm người lao động</i>	23
<i>1.1.4. Khái niệm ngành Than - Khoáng sản Việt Nam</i>	24
<i>1.1.5. Khái niệm báo chí</i>	28
<i>1.1.6. Khái niệm thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí</i>	30
1.2. Vai trò và nhiệm vụ của báo chí trong chuyển tải thông điệp về người lao động	31
1.3. Áp dụng lý thuyết đóng khung trong việc giải mã thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam	33
1.4. Áp dụng lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự trong việc giải mã thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam	35
1.5. Một số tiêu chí đánh giá chất lượng thông điệp về người lao động	

ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.....	36
1.6. Bối cảnh thực tế và những vấn đề thách thức của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam hiện nay.....	38
Tiểu kết chương 1.....	41
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG THÔNG ĐIỆP VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG NGÀNH THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM TRÊN CÁC BÁO THUỘC DIỆN KHẢO SÁT.....	42
2.1. Giới thiệu vài nét về các báo thuộc diện khảo sát.....	42
2.1.1. Báo Lao động.....	42
2.1.2. Báo Quảng Ninh.....	43
2.1.3. Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam.....	43
2.2. Thực trạng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo thuộc diện khảo sát.....	44
2.2.1. Tần suất, số lượng.....	44
2.2.2. Phân tích nội dung thông điệp.....	45
2.2.3. Phân tích hình thức thông điệp.....	60
2.3. Những thành công và hạn chế trong thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.....	67
2.3.1. Thành công và nguyên nhân thành công.....	67
2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân hạn chế.....	71
Tiểu kết chương 2.....	74
CHƯƠNG 3. VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG THÔNG ĐIỆP VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG NGÀNH THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM TRÊN BÁO CHÍ.....	75
3.1. Những vấn đề đặt ra.....	75
3.1.1. Số lượng, tần suất các tin, bài chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo khảo sát còn rất ít.....	75
3.1.2. Nội dung, hình thức thực hiện thông điệp về người lao động ngành	

<i>Than - Khoáng sản Việt Nam chưa được đầu tư đổi mới</i>	76
<i>3.1.3. Sự phối hợp giữa ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và báo chí trong việc thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam còn hạn chế.....</i>	78
<i>3.1.4. Những vấn đề thách thức từ phía độc giả.....</i>	79
3.2. Giải pháp nâng cao chất lượng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.....	80
<i>3.2.1. Tăng cường phối hợp giữa các cấp có liên quan, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và báo chí trong việc tổ chức thực hiện thông điệp.....</i>	80
<i>3.2.2. Đổi mới nội dung và hình thức thể hiện tác phẩm báo chí truyền thông.....</i>	82
<i>3.2.3. Nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhà báo viết về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam</i>	87
<i>3.2.4. Coi trọng và thường xuyên nghiên cứu nhu cầu công chúng</i>	90
3.3. Kiến nghị.....	92
<i>3.3.1. Đối với cơ quan quản lý báo chí và lãnh đạo ngành Than - Khoáng sản Việt Nam</i>	92
<i>3.3.2. Đối với tòa soạn báo chí.....</i>	93
<i>3.3.3. Đối với đội ngũ phóng viên, biên tập viên</i>	96
Tiểu kết chương 3.....	98
KẾT LUẬN	99
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	102
PHỤ LỤC	108

DANH MỤC HÌNH, BẢNG

Hình 1.1. Các yếu tố của quá trình truyền thông	15
Bảng 2.1. Số lượng tin, bài có chứa thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát	44
Bảng 2.2. Các nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát.....	46
Bảng 2.3 Các thể loại được dùng chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo được chọn khảo sát.....	62

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ĐHQGHN	Đại học Quốc gia Hà Nội
KT-XH	Kinh tế - Xã hội
Nxb	Nhà Xuất bản
PGS. TS	Phó Giáo sư, Tiến sĩ
VH-XH	Văn hóa - Xã hội

MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Xây dựng, chăm lo và phát triển đội ngũ nguồn nhân lực luôn là những mục tiêu, nhiệm vụ quan trọng nhất của bất kỳ quốc gia, thời đại nào. Những năm gần đây, Đảng và Nhà nước ta đã có nhiều chủ trương chính sách quan tâm thiết thực đến người lao động, như đã ban hành Luật và các văn bản dưới luật quy định về chế độ lao động, an toàn lao động, bảo hiểm xã hội... Theo đó, đời sống vật chất và tinh thần của người lao động không ngừng được cải thiện. Trong đó, Đảng và Nhà nước ta cũng rất chú trọng đến công tác báo chí truyền thông về người lao động, muốn thông qua báo chí truyền thông để khẳng định vai trò quan trọng của người lao động trong đời sống kinh tế - văn hóa - xã hội của cả nước, đồng thời để đông đảo công chúng biết đến và hiểu đúng được phần nào những đóng góp của lực lượng người lao động đang làm việc trên tất cả các lĩnh vực vào sự phát triển chung của đất nước, cũng như giúp đỡ người lao động hiểu được quyền và nghĩa vụ của mình.

Người lao động trong ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cũng nằm trong đội ngũ người lao động của cả nước, đã và đang đóng góp một phần không nhỏ công sức vào việc đảm bảo an ninh năng lượng của Quốc gia. Ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là một ngành công nghiệp khai khoáng đặc thù, người lao động trong ngành phải làm việc dưới điều kiện khắc nghiệt, vất vả, độc hại và nguy hiểm như dưới lò sâu, trên tầng than, tại các mỏ khoáng sản nằm ở địa bàn vùng sâu vùng xa điều kiện đi lại, ăn ở khó khăn...

Tuy nhiên có một thực tế là nhiều người trong xã hội chưa có sự hiểu biết một cách toàn vẹn về những người lao động trong ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, số nhiều chỉ có nhận thức đơn thuần đó là những người “đào than, khai thác khoáng sản dưới lòng đất lên để bán”, mà không hiểu được rõ về điều kiện, môi trường và những đặc thù trong công việc của những người lao động làm việc trong ngành này. Thực tế đó là minh chứng cho công tác

truyền thông về hình ảnh người lao động của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam chưa được quan tâm đúng mức.

Báo chí có vai trò quan trọng, không chỉ góp phần vào việc tuyên truyền, nâng cao nhận thức và góp phần đem lại cái nhìn đúng của công chúng đối với hình ảnh người lao động trong ngành Than - Khoáng sản Việt Nam mà còn là cầu nối thông tin hữu hiệu để đưa hình ảnh người lao động trong ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trở nên gần gũi hơn với cộng đồng xã hội.

Với tư cách là tiếng nói của Đảng và Nhà nước, diễn đàn của nhân dân, trong thời gian qua, báo chí đã vào cuộc với những bài viết, tin, ảnh để cập nhật và phản ánh về mọi mặt công việc đời sống xung quanh người lao động trong ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Tuy nhiên, đề tài này trên báo chí nước ta vẫn chưa được đề cập nhiều, còn có nhiều điểm hạn chế như phản ánh chưa sâu, chưa sinh động khiến công chúng chưa hiểu hết hoặc kém tính hấp dẫn đối với bạn đọc. Chính vì vậy, báo chí cần có những hướng đi tích cực hơn nữa, đem lại những thông điệp phong phú về nội dung và hình thức về người lao động trong ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đến với đông đảo công chúng và bạn đọc.

Những năm gần đây, những người làm truyền thông vấn đề quyền lợi của người lao động không chỉ ở Việt Nam mà khắp trên thế giới luôn tìm cách nghiên cứu, sáng tạo ra những cách thức truyền thông có hiệu quả nhất làm thay đổi nhận thức, hành vi trong việc bảo vệ quyền lợi của công nhân, lao động. Một trong những cách thức đang được các nhà truyền thông áp dụng tương đối hiệu quả trong thời gian gần đây đó chính là sản xuất và phát hành các thông điệp bảo vệ quyền lợi người lao động trên báo chí truyền thông.

Một thông điệp có chất lượng tốt, đáp ứng nhu cầu xã hội, phù hợp với nhận thức của cộng đồng, chắc chắn sẽ làm cho cộng đồng quan tâm theo dõi và thực hiện. Ngược lại, một thông điệp kém chất lượng không những không

đem lại hiệu quả truyền thông như mong đợi mà nó còn có thể gây ra ảnh hưởng xấu tới cộng đồng dẫn đến nguy cơ cộng đồng nhận thức sai, từ đó có hành vi sai gây tổn hại nghiêm trọng đến cộng đồng xã hội.

Là cán bộ trực tiếp công tác trong lĩnh vực thông tin tuyên truyền tại Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam, với mong muốn được đóng góp một phần nhỏ bé vào sự phát triển của Tập đoàn, hy vọng rằng luận văn sẽ góp thêm một tiếng nói nhằm đánh giá xác đáng về vai trò của báo chí truyền thông nói chung trong việc phản ánh về người lao động, thực trạng phản ánh của báo chí qua thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trong bối cảnh hiện nay cũng như giải pháp để hình ảnh người lao động ngành Than - Khoáng sản được phản ánh chân thật, khách quan, đúng bản chất và trúng vấn đề hơn trên báo chí.

Với tất cả những lí do trên, chúng tôi quyết định lựa chọn vấn đề ***“Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí”*** để làm đề tài luận văn thạc sĩ, chuyên ngành Báo chí học của mình.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

Đến thời điểm hiện nay, chưa có một công trình nghiên cứu nào thực hiện đề tài ***“Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí”***. Tuy nhiên, có nhiều công trình nghiên cứu gồm: sách, luận văn và các bài viết về người lao động, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và thông điệp. Đó là các công trình nghiên cứu như:

Về sách, có một số cuốn như: *Luật lao động, Giáo trình Luật lao động Việt Nam, Quản trị nguồn nhân lực* của Trần Kim Dung, Nxb Thống kê, năm 2000; *Phúc lợi xã hội: Vai trò của các tổ chức xã hội trong việc hỗ trợ thanh niên công nhân ở thành phố Hồ Chí Minh của Nguyễn Đức Lộc*, Nxb Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, năm 2017; *Ý thức chính trị của công nhân trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài ở Việt Nam* của tác giả Dương Thị Thanh Xuân, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, năm 2017; *Sổ tay*

pháp luật lao động và công đoàn dùng cho công nhân lao động trong các doanh nghiệp, Nxb Lao động, năm 2018... Nhìn chung các tác phẩm trên đã đưa ra hệ thống các quan điểm có tính chất lí luận và thực tiễn về vấn đề quyền lợi của con người - người lao động; khẳng định tầm quan trọng của việc giải quyết hài hòa trong phân phối lợi ích, xem đó là điều kiện tiên quyết để phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Đề tài nghiên cứu khoa học và công nghệ cấp Đại học Quốc gia “*Sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp*” của Lê Thị Minh Loan (2018). Trên cơ sở nghiên cứu lí luận và thực tiễn về gắn kết tổ chức của người lao động, đề tài làm rõ những nguyên nhân ảnh hưởng đến thực trạng này và tác động của nó, đồng thời đề xuất một số kiến nghị nâng cao gắn kết tổ chức của người lao động.

Bài viết “*Sự hài lòng của người lao động tại các tổ chức nước ngoài cung cấp dịch vụ đào tạo ở Việt Nam*” của Phạm Thị Thu Hằng đăng trên Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, số 3, năm 2015. Nội dung của bài viết đề cập đến việc áp dụng bộ chỉ số JDI điều chỉnh với 5 nhóm nhân tố chính, gồm: bản chất công việc, cơ hội thăng tiến, tiền lương, lãnh đạo, đồng nghiệp và một nhân tố bổ sung là điều kiện làm việc để đánh giá về mức độ hài lòng công việc của người lao động tại một số tổ chức nước ngoài cung cấp dịch vụ đào tạo ở Việt Nam. Với các kết quả nghiên cứu định lượng tại một số tổ chức nước ngoài, nghiên cứu giúp các nhà quản lý Việt Nam nhìn nhận rõ những nhân tố tác động tới sự hài lòng của người lao động, đồng thời lý giải nguyên do người lao động tại các tổ chức có yếu tố nước ngoài thường ít “nhảy việc” hơn so với các công ty trong nước. Từ đó, nghiên cứu góp phần làm giàu thêm những kiến thức trong lĩnh vực nghiên cứu về sự hài lòng của người lao động bằng những kết quả thực nghiệm, đóng góp một số gợi ý cho các nhà quản lý nhân sự, giúp các doanh nghiệp trong nước tạo động lực tốt hơn cho người lao động.

Bên cạnh đó, còn có một số luận án, luận văn thạc sĩ trong những năm

gần đây đã lựa chọn đề tài người lao động để làm đề tài nghiên cứu, như:

Luận văn thạc sỹ “*Bảo vệ quyền lợi người lao động trong và sau quá trình cổ phần hóa Doanh nghiệp Nhà nước*” của Nguyễn Xuân Vinh (2005) tại Học viện Báo chí tuyên truyền. Tác giả luận văn đã chỉ ra trong thực tiễn những năm qua việc bảo đảm quyền lợi cho người lao động nói chung và quyền lợi cho người lao động trong các doanh nghiệp nhà nước cổ phần hóa với các chế độ, chính sách cụ thể đã thúc đẩy vai trò đặc lực của người lao động trong sản xuất kinh doanh khi cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước; nhằm phát triển chúng theo đúng mục tiêu, định hướng mà nhà nước đề ra. Bên cạnh các quy định của pháp luật về chính sách nhằm đảm bảo quyền lợi cho người lao động như hiện nay, thực tiễn còn tồn tại nhiều vấn đề bất cập mà chúng ta cần xem xét đánh giá để hoàn thiện các chính sách - pháp luật nhằm đảm bảo chế độ đối với người lao động.

Luận văn thạc sỹ chuyên ngành Báo chí học “*Báo chí của Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam trong việc bảo vệ quyền lợi người lao động (Khảo sát các báo: Lao động, Lao động thủ đô từ tháng 6/2011-6/2012)*” của Nguyễn Thị Ngọc Tú (2012) tại Học viện Báo chí tuyên truyền. Tác giả luận văn đã nêu rõ vai trò của báo chí trong việc phổ biến, tuyên truyền, giáo dục những kiến thức pháp luật liên quan trực tiếp đến quyền lợi người lao động.

Luận văn thạc sỹ chuyên ngành Luật học “*Bảo vệ quyền nhân thân của người lao động trong pháp luật lao động ở Việt Nam*” của Nguyễn Thị Hoài Thương (2015), tại trường khoa Luật (ĐHQGHN). Tác giả luận văn đã hệ thống những quy định của pháp luật lao động Việt Nam hiện hành về bảo vệ quyền nhân thân của người lao động; phân tích thực trạng các quy định bảo vệ quyền nhân thân của người lao động nói chung, tìm hiểu thực tiễn áp dụng các quy định pháp luật về bảo vệ quyền nhân thân của người lao động, từ đó đưa ra những phương hướng giải pháp nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi của các quy định pháp luật về bảo vệ quyền nhân thân của người lao động trong thực tế.

Luận văn thạc sỹ chuyên ngành Quản trị Kinh doanh “*Tạo động lực cho người lao động tại Công ty Bất động sản Viettel*” của Nguyễn Đăng Minh (2018) tại Đại học Kinh tế (ĐHQGHN). Luận văn đã hệ thống các vấn đề lý luận về động lực và tạo động lực lao động cho người lao động trong doanh nghiệp; vận dụng các học thuyết tạo động lực để phân tích thực trạng tạo động lực lao động của Công ty Bất động sản Viettel giai đoạn 2016-2017 từ đó chỉ ra được ưu điểm và hạn chế còn tồn tại. Đồng thời xây dựng giải pháp tạo động lực cho người lao động tại Công ty Bất động sản Viettel, đề xuất các điều kiện áp dụng

Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có công trình nào trực tiếp nghiên cứu vấn đề “*Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí*”. Trong tình hình đó, tác giả luận văn mong muốn qua đề tài này sẽ góp thêm một tiếng nói vào lí luận chung về vấn đề thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí. Đồng thời, luận văn sẽ đi tiên phong trong việc khảo sát nội dung, hình thức của thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí. Chính vì vậy có thể nói đây là lần đầu tiên có đề tài luận văn nghiên cứu về vấn đề này.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích nghiên cứu

Đề tài đặt ra mục đích làm sáng tỏ nội dung và hình thức sử dụng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí; từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng của thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí được lựa chọn khảo sát.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện được mục đích trên, luận văn tập trung thực hiện nhiệm vụ sau đây:

- Làm rõ hệ thống các khái niệm về thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.
- Nghiên cứu, khảo sát nội dung thông điệp về người lao động ngành

Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí; đánh giá những thành công, hạn chế của hình thức truyền thông này.

- Nhận định một số vấn đề đặt ra và đề xuất những giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng cách thức truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí được lựa chọn khảo sát.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

Đối tượng khảo sát trực tiếp của đề tài là các tin, bài, có nội dung liên quan đến thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Đề tài chỉ giới hạn phạm vi nghiên cứu nội dung và hình thức thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, cụ thể là ở 03 báo: Lao động, Quảng Ninh điện tử, Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam.

Về thời gian nghiên cứu, khảo sát giới hạn trong những tác phẩm đã được đăng tải trên báo Lao động in, báo Quảng Ninh điện tử và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam từ tháng 01/2018- 12/2018.

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận

Cơ sở lý luận của luận văn là dựa vào phương pháp luận duy vật biện chứng, duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; Quan điểm của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước và chức năng bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng cho người lao động của tổ chức Công đoàn Việt Nam.

Kế thừa kết quả nghiên cứu khoa học của các tác giả về các lĩnh vực truyền thông đại chúng nói chung và truyền thông bảo vệ quyền lợi người lao động nói riêng. Đồng thời, luận văn cũng dựa trên nền tảng kiến thức lý luận

về báo chí.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu của các khoa học xã hội như:

- *Phương pháp nghiên cứu tài liệu*: thống kê, phân loại, phân tích, đánh giá tổng hợp về các tài liệu đã có liên quan đến đề tài như các văn kiện, các công trình nghiên cứu đã có về lý luận và thực tiễn...

- *Phương pháp phân tích nội dung*: Thống kê, khảo sát, phân tích, tổng hợp và đánh giá các tác phẩm báo chí về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo lựa chọn khảo sát để thấy tần suất, nội dung, tính chất, ưu nhược điểm của các thông điệp khi viết về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí hiện nay ra sao.

- *Phương pháp phỏng vấn sâu*: Được thực hiện với các lãnh đạo Liên đoàn Lao động tỉnh Quảng Ninh, lãnh đạo cơ quan báo chí, phóng viên, biên tập viên viết về người lao động... nhằm đánh giá ưu - nhược điểm, tìm ra giải pháp nâng cao hiệu quả công tác truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận văn

6.1. Ý nghĩa lý luận

Đây là công trình đầu tiên cấp độ luận văn Thạc sỹ nghiên cứu về thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí. Đề tài góp phần làm rõ diện mạo, nội dung và hình thức thông tin tới công chúng qua báo chí.

Đồng thời luận văn có thể góp phần làm phong phú thêm những lý luận về vai trò, chức năng, nhiệm vụ của báo chí ở nước ta hiện nay. Luận văn có thể trở thành nguồn tài liệu tham khảo tin cậy cho những nhà nghiên cứu, sinh viên, học viên các chuyên ngành báo chí và những ai quan tâm.

6.2. Ý nghĩa thực tiễn

Luận văn cung cấp cơ sở dữ liệu thông tin thông điệp về người lao

động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí hiện nay cho các cá nhân cơ quan nghiên cứu và quản lí báo chí.

Luận văn khẳng định vai trò, vị trí và tầm quan trọng của báo chí trong việc tham gia truyền tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Luận văn cũng làm rõ được những cách thức, phương pháp sáng tạo cơ bản nhất về thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

Thông qua luận văn này, các cơ quan quản lí báo chí sẽ nhìn thấy được thực trạng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí để từ đó có những biện pháp chỉ đạo thích hợp.

7. Đóng góp mới của luận văn

Luận văn là một công trình khoa học về cách thức thực hiện những thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, góp phần nhất định vào việc nâng cao hiệu quả truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

8. Bố cục luận văn

Ngoài Phần mở đầu và Kết luận, Tài liệu tham khảo, Phụ Lục, Nội dung chính của luận văn gồm có 3 chương sau đây:

Chương 1: Một số vấn đề lí luận và thực tiễn về báo chí và thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí

Chương 2: Thực trạng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo thuộc diện khảo sát

Chương 3: Vấn đề đặt ra và giải pháp nâng cao chất lượng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí

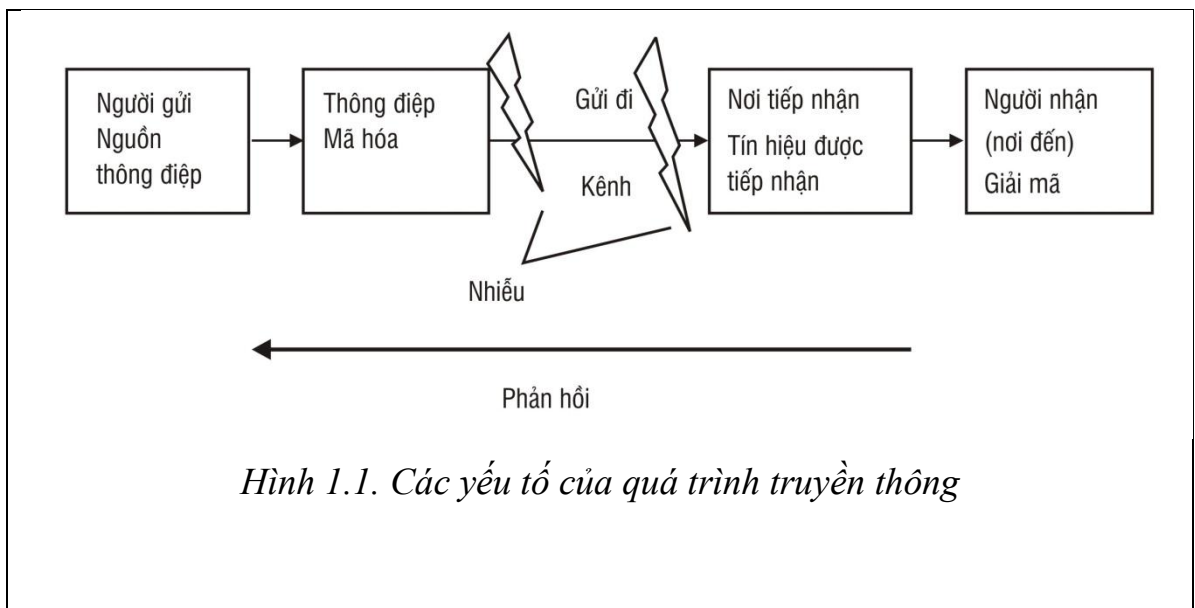
CHƯƠNG 1:
MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ BÁO CHÍ VÀ
THÔNG ĐIỆN VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG NGÀNH THAN -
KHOÁNG SẢN VIỆT NAM TRÊN BÁO CHÍ

1.1. Một số khái niệm liên quan đến đề tài

1.1.1. Khái niệm truyền thông

Trong một xã hội không ngừng phát triển, truyền thông trở thành một khái niệm được nhiều người biết tới. Truyền thông đã thành lĩnh vực có vai trò to lớn trong xã hội, ảnh hưởng nhiều mặt đến đời sống con người. Truyền thông là hoạt động truyền đạt thông tin giữa hai hoặc nhiều thành viên [9, tr. 5]. Nó thông qua trao đổi ý tưởng, cảm xúc, ý định, thái độ, mong đợi, nhận thức hoặc các lệnh như: ngôn ngữ, cử chỉ phi ngôn ngữ, chữ viết, hành vi và có thể bằng các phương tiện khác như thông qua điện tử, hóa chất, hiện tượng vật lý và mùi vị. Truyền thông đòi hỏi phải có người gửi, một tin nhắn, một phương tiện truyền tải và người nhận hiểu thông điệp của người gửi.

Quá trình truyền thông có thể chia thành các yếu tố cơ bản như sau (xem hình 1.1):



Trong đó:

Nguồn: là yếu tố mang thông tin tiềm năng và khởi xướng quá trình truyền thông.

Thông điệp: là nội dung thông tin được trao đổi từ nguồn phát đến đối tượng tiếp nhận thông tin. Ba thành tố chính của thông điệp là: ai, làm gì, để đạt được điều gì. Thông điệp cần có tác động tới thái độ, hành vi của người đón nhận thông điệp.

Kênh truyền thông: là các phương tiện, con đường, cách thức truyền tải thông điệp từ nguồn phát đến đối tượng tiếp nhận.

Người nhận: là các cá nhân hay nhóm người tiếp nhận thông điệp trong quá trình truyền thông.

Phản hồi: là thông tin ngược, là dòng chảy của thông điệp từ người nhận trở về nguồn phát.

Nhiều: là yếu tố gây ra sự sai lệch thông tin trong quá trình truyền thông.

Có nhiều cách chia các loại truyền thông. Trong cuốn *Báo chí truyền thông hiện đại* do Nguyễn Văn Dũng chủ biên, ông đã dựa theo kênh truyền tải thông điệp, đã chia truyền thông thành hai loại: truyền thông trực tiếp và truyền thông gián tiếp [15, tr. 20].

Truyền thông trực tiếp có tác động tới từng cá nhân hoặc nhóm qua việc tiếp xúc trực tiếp tại nhà, cơ quan, hội nghị... Trong đó, truyền thông tới từng cá nhân có thể tiến hành qua việc tiếp xúc tại nhà, tại cơ quan, gọi điện thoại, gửi thư. Truyền thông tới từng nhóm có thể qua hội thảo, tập huấn, huấn luyện, họp nhóm, tham quan, khảo sát... Truyền thông với số lượng người lớn có thể qua những buổi biểu diễn lưu động, tham gia hội diễn, các chiến dịch, tham gia lễ hội, các ngày kỷ niệm. Kênh này có thể thay đổi nhận thức và hành vi của người nhận trong suốt quá trình truyền thông song số lượng người chịu tác động ít hơn.

Truyền thông gián tiếp và các loại truyền thông khác: tác động tới

người nhận gián tiếp qua phương tiện truyền thông đại chúng như: sách, báo, mạng internet, tivi, đài, pano, áp phích, tờ rơi, phim ảnh.... Nó có thể tác động nhanh tới số đông, tạo được dư luận xã hội song không thể hỗ trợ được người nhận trong quá trình tiếp nhận. Tuy nhiên, hiện nay, truyền thông đã có bước phát triển mới khi vừa kết hợp tính trực tiếp vừa kết hợp tính gián tiếp. Đây là loại truyền thông mới qua điện thoại, hội nghị trực tuyến, truyền hình trực tuyến, tọa đàm online... Nó phá vỡ ranh giới của truyền thông truyền thống, tạo hiệu quả nhanh, mạnh nhất.

Theo tác giả Nguyễn Văn Dũng trong cuốn *Cơ sở lý luận báo chí*, thông điệp là một yếu tố quan trọng trong chu trình truyền thông. Thông điệp phát đi như thế nào sẽ được đóng khung trong nhận thức của công chúng như thế ấy. Thông điệp có sức mạnh ảnh hưởng lớn đến nhận thức, điều khiển hành vi của công chúng và định hướng dư luận xã hội. Mục đích cuối cùng của truyền thông là thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi xã hội đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của cộng đồng xã hội [16, tr.15].

Từ các quan điểm về truyền thông trên, tác giả luận văn cho rằng: *Truyền thông là một quá trình trao đổi thông tin giữa cá nhân với cá nhân, giữa nhóm với nhau, giữa cá nhân với nhóm và ngược lại, mục đích là đạt được sự hiểu biết lẫn nhau nhằm tạo sự kiên kết, hiểu biết lẫn nhau để dẫn tới sự thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi.*

1.1.2. Khái niệm thông điệp

Trong tiếng Anh và tiếng Pháp, người ta dùng chữ “Message” để chỉ “thông điệp”. Nó cũng có thể hiểu là lời phán truyền, truyền đạt, truyền thông. Trong tiếng Trung, chữ “thông điệp” (Tongdie) cũng mang nội dung tương tự.

Theo *Từ điển tiếng Việt* định nghĩa “*Thông điệp là điều quan trọng muốn gửi gắm thông qua hình thức hoạt động, một việc làm mang tính biểu trưng nào đó*” [56, tr. 253].

Ngày nay, thuật ngữ “thông điệp” được sử dụng như một khái niệm

then chốt trong khoa học báo chí - truyền thông.

Trong báo chí, “thông điệp” mang ý nghĩa rộng lớn, có thể bằng chữ viết, hình ảnh, lời nói, kí tự... Nhưng điều quan trọng là tùy đối tượng hướng tới, “thông điệp” phải được diễn tả bằng thứ ngôn ngữ dễ hiểu, dễ nhớ và dễ làm theo. Các thông điệp của truyền thông đại chúng mang tính chất công cộng, nghĩa là bất kỳ ai được tiếp cận thì sẽ biết đến thông điệp đó.

Về cơ bản, cấu trúc thông điệp có 2 lớp: lớp bên ngoài và lớp bên trong. Ở hình thức thể hiện, thông điệp bao gồm: lời nói, hình ảnh, cỡ chữ, kí tự... tức là những tín hiệu học mà chúng ta nhìn thấy bằng mắt, nghe thấy được bằng tai. Còn phương thức truyền tải chính là các phương tiện như: báo in, phát thanh, truyền hình, báo điện tử... Vào những năm 60 của thế kỷ XX, GS. Herbert Marshall McLuhan người Canada nổi tiếng về lý thuyết truyền thông đã đưa ra biểu thức: phương tiện truyền thông là thông điệp. Với tuyên bố này, ông nhấn mạnh, các kênh khác nhau, không chỉ về mặt nội dung, mà còn liên quan đến cách truyền tải, đánh thức và làm thay đổi suy nghĩ và giác quan của chúng.

Lớp bên trong chính là nội dung thông tin mà đối tượng tiếp nhận có thể đọc hiểu và thay đổi trong ý thức, hành vi. Bản chất nội dung luôn bị chi phối bởi tính mục đích của chủ thể sáng tạo ra tức là sẽ có động cơ hoặc ý định sâu xa của tác giả.

Theo GS. Mindy McAdam, khoa Báo chí, trường Đại học Tổng hợp Florida - cựu Biên tập viên tờ báo The Washington Post của Mỹ, một bài viết hay thì phải đáp ứng được các tiêu chí: thuyết phục chúng ta về một điều gì đó; làm chúng ta thắc mắc về điều gì đó mà chúng ta vẫn đinh ninh; thúc giục chúng ta hành động; khai sáng chúng ta mang lại nhận thức mới; gây xúc động; kết nối tính nhân văn của chúng ta; các con số có thể làm thành bài viết hay tuyệt không?

Như vậy, có nghĩa là nếu thông tin mang tính chất trung tính thì thông

điệp lại nhấn mạnh đến tính chủ thể và mục đích phát tin, tức là chú ý đến đối tượng tác động.

Trong báo chí, thông điệp có nhiều loại: (1) thông điệp đích là thông điệp của cả chiến dịch truyền thông hướng tới; (2) thông điệp cụ thể là thông điệp cấu thành thông điệp đích của chiến dịch truyền thông; (3) thông điệp tài liệu là loại thông điệp ẩn chứa trong các tài liệu, dữ liệu, có thể dễ dàng nhìn thấy bằng trực quan; (4) thông điệp ẩn là loại thông điệp mà nhận biết nó cần phải tư duy tích cực, năng lực trừu tượng, tinh tế, có sự liên tưởng sâu xa.

Thông điệp khi được sáng tạo xong, qua phương tiện truyền thông sẽ xâm nhập vào công chúng lần lượt theo các bước: tiếp nhận thông điệp => nhận biết nội dung của thông điệp => chấp nhận thông điệp => tin tưởng thông điệp => quyết tâm hành động, thay đổi hành vi cá nhân => kêu gọi, vận động người khác cùng thực hiện, cùng thay đổi hành vi.

Như vậy, trong dòng chảy của thông điệp, khâu cuối cùng là cực kỳ quan trọng vì vậy để tạo nên những thông điệp phù hợp và có ích cho cộng đồng, cần tiến hành khâu thử nghiệm đến khâu hoàn thiện và kiểm tra các điều kiện sản xuất thông điệp. Dù việc tạo ra thông điệp với mục đích gì thì nó cũng xuất phát từ lợi ích trước hết của “nguồn”, phóng viên, biên tập viên, của cơ quan báo chí...

Thông điệp chính là một yếu tố quan trọng của quá trình truyền thông.

Trước đây, mỗi khi đề cập tới truyền thông, người ta thường nhắc tới công thức nổi tiếng của Harold D. Lasswell: *Ai nói cái gì? Bằng kênh nào? Cho ai? Hiệu quả gì? (Who says what in which channel to whom with what effect?)*. Tuy nhiên, giới hạn của công thức này là chỉ hình dung quá trình truyền thông như một đường thẳng giữa một đầu là người phát tin và đầu kia là người nhận tin. Người nhận tin vô hình chung trở thành đối tượng tiếp nhận một cách thụ động. Tuy nhiên, thực tế lại hoàn toàn khác biệt, công chúng luôn có những cách phản ứng khác nhau đối với thông tin tiếp nhận. Vì thế về

sau các nhà nghiên cứu thường quan niệm quá trình truyền thông theo một dạng đường vòng khép kín, bao gồm 4 giai đoạn chính: phát tin (emission), truyền tin (transmission), nhận tin (reception) và phản hồi (feedback). Mô hình truyền thông theo chu kỳ này quan niệm rằng: một thông điệp, sau khi được phát ra, luôn luôn gây ra một phản ứng nào đó về phía người nhận tin và do đó người nhận tin sẽ có một thông điệp phản hồi gửi lại người phát tin ban đầu. Lúc này người nhận tin sẽ trở thành người phát tin - điều này làm cho quá trình truyền thông trở thành một chu kỳ khép kín.

Thông điệp là những thông tin thực sự được chuyển theo một mạch truyền hay kênh khác đến đối tượng. Bản thân thông điệp mang trong mình những mã hóa (encode) - tức là tìm tới một hệ thống tín hiệu ngôn ngữ học nào đó để đạt nội dung thông điệp. Quá trình mã hóa này bao gồm nhiều công đoạn kế tiếp nhau và liên quan rất nhiều đến khía cạnh kỹ thuật và công nghệ.

Vì những thông điệp đó được mã hóa nên muốn hiểu chúng, về cơ bản phải giải mã nó... và bất cứ công cụ nào phát ra thông điệp đó và làm bạn biết đến. Chính vì vậy, mặc dù “thông điệp” là một nhưng cách tiếp nhận và hiểu biết nó lại phụ thuộc vào từng cá nhân giải mã. Mỗi cá nhân do trình độ, sở thích, mục đích... khác nhau nên thông điệp đó cũng có cách tiếp cận và hiểu biết khác nhau. Ngoài ra, sự khác này còn tùy thuộc vào người cung cấp và nội dung thông điệp.

Trong truyền thông, thông điệp được hiểu là một phát ngôn hoàn chỉnh cả về nội dung và hình thức dành cho một nhóm đối tượng trong hoàn cảnh cụ thể nhằm hướng tới mục tiêu của chiến dịch truyền thông.

Mỗi thông điệp như một cơ thể sống, có quá trình sinh trưởng, phát triển và suy thoái. Môi trường xung quanh và những điều kiện cụ thể là các yếu tố giúp thông điệp “khỏe mạnh” hoặc ngược lại. Do đó, truyền thông phải chú ý theo dõi để làm mới thông điệp cả về nội dung và hình thức.

Sự đa dạng của đối tượng tiếp nhận đã làm cho mỗi thông điệp chuyển

từ người khởi xướng đến người tiếp nhận thường giảm độ chính xác và cường độ. Nên việc “phủ sóng” thông điệp ở mức cao, liên tục là cần thiết để tăng cường thêm sức mạnh và sức ảnh hưởng của nó.

Có những thông điệp mà “nguồn” tự nguyện tạo ra và phân phát bởi nhu cầu chia sẻ, muốn thuyết phục người khác... mà không cần đến sự đền bù về mặt tài chính. Có chăng là mong muốn nhận được sự cổ vũ, khích lệ của người tiếp nhận.

Đây chính là đặc điểm dễ nhận thấy trong thời kỳ bùng nổ internet. Bên cạnh đó cũng có thông điệp mà “nguồn” tạo nên đến “bán” mà người nhận muốn có phải bỏ ra một khoản chi phí hoặc thông điệp được đặt hàng từ một “bê thứ ba” khác. Tóm lại, về cơ bản việc tạo ra thông điệp của nguồn luôn xuất phát từ những mục đích nhất định.

Việc thiết kế nên thông điệp hay cũng đòi hỏi những quy tắc riêng. Thông điệp trước tiên phải phù hợp với công chúng, nhóm đối tượng và thể hiện rõ mục tiêu của chiến dịch truyền thông. Muốn vậy, việc nghiên cứu nhóm đối tượng hướng tới là điều cần thiết. Nếu thông điệp hướng tới các nhà hoạch định chính sách thì cần đưa ra được các lý do hiệu quả của một vấn đề nào đó để tạo được sự ủng hộ tích cực cho việc hoạch định chính sách. Đối với công chúng - nhóm đối tượng, thông điệp cần hướng tới thay đổi nhận thức, hành vi và thái độ với một vấn đề đưa ra...

Mỗi thông điệp đều có mục đích riêng nhưng yêu cầu chung là phải phù hợp với chính sách của Đảng, Nhà nước và các yếu tố giá trị văn hóa - lối sống dân tộc... để tránh những hậu quả ngoài ý muốn đối với nhóm đối tượng không thuộc phạm vi ảnh hưởng. Thông điệp nếu được truyền tải một cách tự nhiên thì dễ đi vào lòng người hơn tức là phù hợp với tâm lý tâm trạng xã hội và thể hiện được lợi ích của công chúng. Ngôn từ, cách diễn đạt trong thông điệp phải đơn giản, dễ hiểu, dễ làm theo và phù hợp với từng loại hình báo chí.

Việc tạo thông điệp là sự thể hiện rõ ràng nhất năng lực của người thực

hiện. Nó vừa khoa học, vừa nghệ thuật, đòi hỏi năng lực sáng tạo và yếu tố năng khiếu, sự tinh tế và khả năng thuyết phục của nhà truyền thông.

Nếu như báo in, thông điệp có sự kết hợp khéo léo giữa nghệ thuật sử dụng ngôn từ, hình ảnh, màu sắc nhằm khơi gợi tình cảm, hướng mạnh vào nhận thức, lý trí của nhóm đối tượng; phát thanh khai thác tối đa ấn tượng mạnh từ âm thanh, giọng điệu; truyền hình có ưu thế vượt trội trong việc tạo cảm giác tiếp xúc qua hình ảnh, màu sắc tĩnh động, lời nói, âm thanh; thì báo điện tử, thông điệp sẽ tận dụng tối đa lợi thế của sự kết hợp đa phương tiện như: hình ảnh, video, audio, đồ họa... cùng với chữ viết chắc gọn.

Thông điệp không phải tài nguyên có sẵn mà được tạo nên từ khối óc tài ba của nhà báo. Bằng sự nhanh nhạy của người làm báo, những chi tiết, sự việc xảy ra trong cuộc sống thường ngày, có ảnh hưởng và được công chúng quan tâm sẽ được “nhào nặn” để tạo nên thông điệp. Báo chí dựa vào thông điệp để tồn tại và công chúng cần thông điệp để hưởng thụ cuộc sống. Quá trình truyền thông luôn luôn là quá trình hai chiều.

Khi thông điệp được phát ra trên các phương tiện truyền thông đại chúng sẽ được các cá nhân tiếp nhận và giải mã theo nhiều cách khác nhau. Nguồn muốn đạt mục đích đề ra thì phải tính toán rất khéo léo, từ việc chọn kênh phát đến hình thức phát, mật độ phát... Trong nền kinh tế thị trường như hiện nay thì trước tiên “bộ máy” tạo ra thông điệp sẽ thu được các khoản lợi nhuận lớn. Ví dụ, một cơ quan báo chí khi có nhiều tin, bài hay phát ra được các thông điệp gây được hiệu ứng dư luận thì uy tín ngày càng nâng cao, kéo theo việc thu hút được các hợp đồng quảng cáo; phóng viên, biên tập viên được nâng lương, nhuận bút và đời sống từ đó được nâng cao...

Việc tạo nên thông điệp có ý nghĩa không chỉ đối với người khởi xướng mà còn đối với người tiếp nhận. Khi xuất hiện trên các phương tiện truyền thông đại chúng, thông điệp sẽ trực tiếp tác động đến người tiếp nhận và gây hiệu ứng xã hội. Thế nên vấn đề đạo đức của nhà báo được đặt lên hàng đầu,

đặc biệt càng trở nên cấp thiết trong thời đại thông tin lan truyền với tốc độ chóng mặt.

Mỗi người đều có nhu cầu tìm hiểu về cuộc sống xung quanh và để thỏa mãn, họ sẽ tìm đến các phương tiện truyền thông đại chúng. Sự tiếp nhận thông tin từ đó giúp họ thay đổi nhận thức và tiến đến là thay đổi hành vi. Đây cũng chính là điều kiện để các kênh truyền thông đại chúng ngày càng nở rộ và cạnh tranh để lôi kéo công chúng. Qua các kênh phát, công chúng tiếp nhận thông điệp một cách “vô thức”, tức là vô tình mở kênh phát và nhận được thông điệp hoặc có “ý thức” là chủ động tìm thông điệp đó trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

Từ những quan điểm trên, theo tác giả luận văn thì *thông điệp là giá trị thông tin cốt lõi được diễn đạt bằng nhiều hình thức ngôn ngữ mà người gửi muốn chuyển tải đến người nhận. Thông điệp thường thể hiện một cách cô đọng, giản lược, khái quát, mang ý nghĩa nhất định đối với người nhận.*

1.1.3. Khái niệm người lao động

Khái niệm người lao động là một khái niệm tương đối phổ biến trong khoa học pháp lý và trong đời sống thực tiễn.

Từ góc độ kinh tế học, người lao động là những người trực tiếp cung cấp sức lao động - một yếu tố sản xuất mang tính người và cũng là một dạng dịch vụ/hàng hóa cơ bản của nền kinh tế. Những người đang lao động là những người có cam kết lao động, sản phẩm lao động đối với tổ chức, người khác.

Người lao động với tư cách là chủ thể của hoạt động lao động có thể là một người nhưng cũng có thể là nhiều người. Khi chủ thể là nhiều người thì mỗi cá nhân được phân công một nhiệm vụ cụ thể và cùng hướng đến một mục đích chung nhằm tạo ra một sản phẩm cụ thể nào đó để đáp ứng nhu cầu nhất định của cá nhân và xã hội.

Theo *Đại từ điển tiếng Việt* thì “*Người lao động là người bỏ công sức ra để làm việc gì đó*” [56, tr. 132].

Theo điều 6 của Bộ luật lao động nước CHXHCNVN thì “*Người lao động là những người ít nhất đủ 15 tuổi, có khả năng lao động và có giao kết hợp đồng*” [30, tr. 5].

Đề tài nghiên cứu xác định: *người lao động là những người trong độ tuổi lao động theo pháp luật quy định có cam kết lao động với chủ sử dụng lao động, thường là nhận yêu cầu công việc, nhận lương và chịu sự quản lý của chủ lao động trong thời gian làm việc cam kết.*

1.1.4. Khái niệm ngành Than - Khoáng sản Việt Nam

- Lịch sử hình thành và phát triển

Ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là một ngành công nghiệp khai thác đã có lịch sử khai thác gần 180 năm, với trên 80 năm truyền thống vẻ vang, từ cuộc tổng bãi công ngày 12/11/1936 của hơn 3 vạn thợ mỏ đã giành thắng lợi rực rỡ. Bước vào công cuộc đổi mới, những năm đầu thập niên 90, ngành Than Việt Nam phải đối mặt với những khó khăn, thử thách gay gắt: nạn khai thác than trái phép phát triển tràn lan làm tài nguyên và môi trường vùng mỏ bị hủy hoại nghiêm trọng, trật tự và an toàn xã hội diễn biến phức tạp. Do thiếu sự tổ chức và quản lý thống nhất của Nhà nước đã đẩy các công ty than chính thống vào tình thế phải thu hẹp sản xuất, giảm đào lò, giảm bóc đất, niêm cất xe máy, thiết bị, công nhân thiếu việc làm, thu nhập, đời sống khó khăn, ngành Than đã lâm vào khủng hoảng, suy thoái nghiêm trọng.

Dấu mốc quan trọng trong sự phát triển của ngành Than là khi Tổng Công ty Than Việt Nam được thành lập theo Quyết định số 563/TTg ngày 10/10/1994 của Thủ tướng Chính phủ.

Với chiến lược kinh doanh đa ngành trên nền tảng sản xuất than, Tổng Công ty đã từng bước tháo gỡ khó khăn, trì trệ thời bao cấp, xây dựng mục tiêu chiến lược đúng đắn cho sự phát triển. Kết quả là năm 2005, sản lượng than nguyên khai đạt trên 30 triệu tấn, tăng 2,7 lần so với năm 2000 và tăng 5 lần so với năm 1994 (trước khi thành lập Tổng Công ty). Tổng doanh thu năm

2005 vượt 20.000 tỷ đồng (trong đó than chiếm 68%), lợi nhuận trước thuế vượt 2.500 tỷ đồng, thu nhập bình quân đạt trên 3 triệu đồng/người/tháng so với 667.000 đồng/tháng năm 1995. Môi trường vùng mỏ, điều kiện làm việc, đời sống vật chất và tinh thần của CBCNV được cải thiện rõ rệt.

Ngày 8/8/2005, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 198/2005/QĐ-TTg và Quyết định số 199/2005/QĐ-TTg tổ chức lại Tổng Công ty Than Việt Nam và các đơn vị thành viên, thành lập Tập đoàn Than Việt Nam, hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con. Ngày 26/12/2005, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 345/2005/QĐ-TTg thành lập Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam trên cơ sở Tập đoàn Than Việt Nam và Tổng Công ty Khoáng sản Việt Nam và hoạt động theo Điều lệ được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 228/2006/QĐ-TTg ngày 11/10/2006.

Ngày 25/6/2010, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 989/QĐ-TTg về việc chuyển Công ty mẹ - Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do Nhà nước làm chủ sở hữu. Ngày 08/8/2018, Thủ tướng Chính phủ ban hành Nghị định số 105/2018/NĐ-CP về Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (thay thế Nghị định số 212/2013/NĐ-CP ngày 19 tháng 12 năm 2013 của Chính phủ về Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam).

- Chức năng, nhiệm vụ

Đầu tư tài chính vào các công ty con, các công ty liên kết; chi phối các công ty con, các công ty liên kết theo mức độ chiếm giữ vốn điều lệ của các công ty đó theo quy định của pháp luật và Điều lệ này.

Trực tiếp kinh doanh có lợi nhuận và hiệu quả theo quy định của pháp luật;

Thực hiện quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu phần vốn tại các công ty

con và công ty liên kết tương ứng với phần vốn đầu tư của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam tại các doanh nghiệp này. Các quan hệ kinh tế phát sinh giữa Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam và công ty con, công ty liên kết được thể hiện bằng hợp đồng.

Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam được Nhà nước giao nhiệm vụ thực hiện chức năng chủ thể quản lý tài nguyên khoáng sản than, bô xít, đồng, sắt, vàng, bạc, thiếc, kẽm và các khoáng sản khác theo quy định của pháp luật;

Đầu mối thực hiện những công việc mà Nhà nước trực tiếp giao cho Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam tổ chức thực hiện trong Tập đoàn các công ty Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam, gồm: Động viên công nghiệp; nhận và phân bổ vốn ngân sách; lập và điều hành kế hoạch phối hợp kinh doanh; định hướng phân công lĩnh vực hoạt động và ngành, nghề sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp thành viên; tổ chức công tác tài chính, kế toán, thống kê; hình thành, quản lý và sử dụng các chi phí tập trung; công tác lao động, tiền lương, y tế, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực; công tác an toàn lao động, phòng chống thiên tai, bảo vệ môi trường; công tác ứng dụng khoa học, công nghệ; đặt tên các đơn vị trong Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam; sử dụng tên, thương hiệu của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam; công tác hành chính, đối ngoại và thủ tục nhân sự xuất, nhập cảnh; công tác thi đua khen thưởng, văn hóa, thể thao, công tác xã hội và các nội dung khác theo thỏa thuận của các doanh nghiệp thành viên thuộc Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam.

Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam được Nhà nước giao quản lý và sử dụng nguồn tài nguyên trữ lượng than, bô xít và các khoáng sản khác theo quy định của pháp luật; vốn nhà nước đầu tư vào Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam; một số công trình thuộc kết cấu

hạ tầng có tính chất liên mở, liên khu vực.

Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam giữ vai trò trung tâm, lãnh đạo, quản lý và chi phối hoạt động của các công ty con theo quy định của pháp luật và Điều lệ này nhằm đạt hiệu quả kinh doanh cao nhất của các công ty thuộc Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam và của từng công ty con.

- Quan điểm phát triển - mục tiêu - sứ mệnh

Về quan điểm phát triển: Phát triển Tập đoàn các công ty Than - Khoáng sản Việt Nam theo phương châm phát triển bền vững: *“Tì tài nguyên khoáng sản và nguồn nhân lực đi lên giàu mạnh; thân thiện với môi trường, thích ứng với biến đổi khí hậu; hài hoà với địa phương và cộng đồng; hài hoà với đối tác và bạn hàng; hài hoà giữa các công ty thành viên và người lao động”* với mục tiêu *“Vì một tập đoàn các công ty Than - Khoáng sản Việt Nam Giàu mạnh - Thân thiện - Hài hoà”* [46].

Về mục tiêu: Xây dựng Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam thành Tập đoàn kinh tế nhà nước mạnh, có cơ cấu hợp lý; tập trung vào lĩnh vực sản xuất, kinh doanh than, khoáng sản, điện, vật liệu nổ công nghiệp. Nâng cao hiệu quả, sức cạnh tranh, phát triển bền vững đi đôi với bảo vệ môi trường sinh thái; góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội, đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia, chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

Về sứ mệnh: (1) Phát triển công nghiệp than, công nghiệp khoáng sản, công nghiệp điện, vật liệu nổ công nghiệp và các ngành, nghề khác một cách bền vững; (2) Kinh doanh có lãi, bảo toàn và phát triển vốn nhà nước đầu tư tại Tập đoàn, bảo đảm an toàn lao động và bảo vệ môi trường sinh thái; (4) Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế tại địa phương và phát triển cộng đồng; (5) Không ngừng nâng cao trình độ nghề nghiệp, đời sống vật chất, tinh thần của công nhân viên chức và người lao động; (6) Đáp ứng nhu cầu than của nền kinh tế; đóng góp ngày càng nhiều vào việc thực hiện mục tiêu *“Dân giàu*

nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh”.

Người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam hiện nay là tập hợp gồm gần 10.000 người lao động hiện đang làm việc tại Tổ hợp Công ty mẹ - Công ty con Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam bao gồm: Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam, viết tắt là TKV (doanh nghiệp cấp I); Các công ty con của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (doanh nghiệp cấp II); Các công ty liên kết của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam.

1.1.5. Khái niệm báo chí

Theo tác giả Nguyễn Văn Dũng trong cuốn *Cơ sở lý luận báo chí* có cách hiểu báo chí là hiện tượng xã hội phổ biến phát triển theo từng ngày và có tác động chi phối đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Nhưng đến nay, chưa có sự thống nhất ở mức độ tương đối về khái niệm này, thậm chí trong các sách, giáo trình chính thức bằng tiếng Việt, kể cả tiếng nước ngoài cũng chưa thấy đưa ra khái niệm báo chí là gì, báo chí và thông tin báo chí có những đặc điểm cơ bản nào để có thể nhận diện rõ hơn về bản chất và cơ chế hoạt động [16, tr. 53]. Tuy nhiên, quan niệm về báo chí có nhiều quan điểm khác nhau:

Báo chí trong quan niệm của dân gian: Trong xã hội Việt Nam ngày trước, báo chí nhiều khi được ví, được coi như “thằng mõ”; là người mách lẻo, thóc mách, đưa chuyện, là người hóng hớt.... “thằng mõ” trong xã hội Việt Nam trước đây là người đưa tin có tính chất công báo, làm nhiệm vụ loan báo cho dân làng biết những gì đã, đang và sắp xảy ra [16, tr. 54].

Dưới góc độ báo chí - truyền thông Việt Nam thì “thằng mõ” được xem là một trong những dạng thức “người đưa tin” cổ xưa và sơ khai [16, tr. 54].

Ở khía cạnh khác, báo chí được hiểu là phương tiện thông báo, thông tin về những việc mới diễn ra hàng ngày cho nhiều người biết. Báo chí là

phương tiện thông tin thời sự, phương tiện giao tiếp xã hội; là diễn đàn cung cấp, trao đổi, chia sẻ thông tin công khai.

Ở góc độ tiếp cận từ lí thuyết, báo chí được coi là *“những tư liệu sinh hoạt tinh thần nhằm thông tin và nói rõ về những sự kiện thời sự đã và đang diễn ra cho một nhóm đối tượng nhất định, nhằm mục đích nhất định, xuất bản định kì, đều đặn”* [16, tr. 54].

Theo nghĩa hẹp, báo chí được hiểu bao gồm báo và tạp chí; theo nghĩa rộng bao gồm các loại hình báo chí: báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử. Ngày nay, với sự phát triển của kĩ thuật, công nghệ và phương thức truyền thông đa dạng, báo chí gắn với truyền thông xã hội, mạng xã hội; giới báo chí có thể được gọi chung là giới truyền thông [16, tr. 55].

Hai quan điểm báo chí đối lập: Theo quan điểm nổi trội nhất của giai cấp tư sản, báo chí là phương tiện thông tin - thông tin sự kiện, khách quan, độc lập và không phụ thuộc vào chính trị, “không can dự vào cuộc đấu tranh giai cấp”; báo chí độc lập với chính trị, là quyền lực thứ tư giám sát cả ba quyền lập pháp, hành pháp và tư pháp.

Theo quan điểm của giai cấp vô sản báo chí là công cụ tuyên truyền, là phương tiện đấu tranh giai cấp trên mặt trận tư tưởng - văn hóa, báo chí là một bộ phận không thể tách rời trong bộ máy tổ chức của Đảng Cộng Sản; là cơ quan ngôn luận của tổ chức Đảng. Do đó, *“cán bộ cũng là chiến sĩ xung kích trên mặt trận tư tưởng - văn hóa”*. Báo chí là công cụ thể hiện quyền lực chính trị [16, tr. 55]. Chính quan điểm này được hình thành từ hoạt động thực tiễn, hoạt động Cách mạng của C. Mác, V. I. Lê Nin và Hồ Chí Minh...

Khái niệm báo chí tiếp cận từ quan điểm hệ thống: Quan điểm này nhìn nhận báo chí theo nghĩa rộng, ở bình diện vĩ mô của nền báo chí cũng như có thể tiếp cận nó trên bình diện vi mô khi xem xét các hiện tượng báo chí trong hoạt động thực tiễn. Từ đó, cách nhìn nhận báo chí và hoạt động báo chí theo một quan điểm khoa học - thực tế và luôn vận động, chi phối hoạt động thực

tiền trong quá trình sản xuất các ấn phẩm báo chí, trong quan hệ với công chúng - thị trường, với các nhóm xã hội và nhóm lợi ích, cũng như trong quan hệ với quyền lực chính trị và các thể chế khác trên phạm vi mỗi nước [16, tr. 61 - 62].

Báo chí là tên gọi chung của các thể loại thông tin đại chúng. Trong báo chí có nhiều loại hình, có những loại hình báo chí sau: báo in, báo nói (phát thanh), báo hình (truyền hình), báo điện tử.

Tuy nhiên, ở luận văn này thì chúng tôi chỉ khảo cụ thể sát cụ thể thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo Lao động in, báo Quảng Ninh điện tử và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam.

1.1.6. Khái niệm thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí

Tổng hợp và xâu chuỗi các khái niệm trên cùng với nghiên cứu lí thuyết thực tiễn, tác giả luận văn xin đưa ra khái niệm thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí như sau:

Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí là một hình thức truyền thông gián tiếp bằng hình ảnh, ngôn ngữ và hiển thị chữ, với nội dung ngắn gọn, súc tích, thuyết phục về vấn đề người lao động. Nó xuất phát từ những nhà thiết kế thông điệp (cụ thể là các nhà báo, phóng viên, biên tập viên) cùng với đội ngũ chuyên gia về lĩnh vực quản trị nhân lực (lãnh đạo các cơ quan báo chí, lãnh đạo các bộ, ngành liên quan trực tiếp đến người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng) và chuyển tải tới cộng đồng nói chung và người lao động nói riêng trên báo chí, nhằm cung cấp những thông tin về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, tác động vào tư tưởng, tình cảm cộng đồng nói chung và công chúng người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng.

Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên

báo chí là sự kết hợp đa phong cách giữa nội dung và hình thức. Cùng một số nội dung nhưng có rất nhiều phong cách thể hiện khác nhau. Ví dụ cùng một nội dung nói về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là những người có kiến thức chuyên môn thì có rất nhiều cách thể hiện khác nhau về ý tưởng, kết cấu và bố cục, nhưng đa số các thông điệp về nội dung này thường có một điểm chung là mang tính phổ biến những thành quả, sáng tạo của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trong quá trình thực hiện công việc của mình.

1.2. Vai trò và nhiệm vụ của báo chí trong chuyển tải thông điệp về người lao động

Thực tiễn cho thấy, hoạt động báo chí nước ta trong suốt quá trình lịch sử luôn giữ một vị trí hết sức quan trọng và là một bộ phận không thể tách rời của sự nghiệp Cách mạng dưới sự lãnh đạo toàn diện của Đảng. Trong thời kỳ đổi mới nhất là từ sau năm 1986 đến nay, hoạt động báo chí của nước ta phát triển và lớn mạnh không ngừng về cả quy mô lẫn nội dung và hình thức. Hệ thống báo chí tiếp tục khẳng định vị trí quan trọng của mình trong đời sống, xứng đáng với vai trò chức năng người tuyên truyền, cổ vũ các phong trào hành động Cách mạng của nhân dân, là diễn đàn để nhân dân bày tỏ ý chí và nguyện vọng, nêu ý kiến và góp phần giải quyết những vấn đề hệ trọng của đất nước, của dân tộc, xây đắp và phát triển dư luận lành mạnh, không ngừng nâng cao dân trí, tạo sự đồng thuận về chính trị, tinh thần, tình cảm và hành động của toàn xã hội, là nhân tố quan trọng đúng như nhận định trong Văn kiện đại hội lần thứ XII Đảng Cộng sản Việt Nam là “thúc đẩy con người tự hoàn thiện nhân cách, kế thừa truyền thống Cách mạng của dân tộc, phát huy tinh thần yêu nước, ý chí tự lực tự cường xây dựng và bảo vệ tổ quốc” [28, tr. 67].

Thực tiễn cũng chứng minh, trong những năm qua, hệ thống báo chí nước ta luôn giữ vững bản lĩnh chính trị, vững vàng trước mọi thử thách của tình hình chính trị trong nước và quốc tế. Cùng với tờ báo Nhân dân, Quân đội Nhân dân,

Tạp chí Cộng sản, báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, báo Lao động, báo Người lao động.... báo chí ở các địa phương đã tích cực cổ vũ cho các phong trào thi đua yêu nước của mọi tầng lớp nhân dân nói chung và công nhân viên chức lao động nói riêng; hệ thống báo chí trong nước đã luôn tích cực đấu tranh với mọi biểu hiện tiêu cực trong đời sống xã hội, kịp thời phát hiện những vấn đề sai trái, chỉ ra những mặt hạn chế thiếu sót, nhằm góp phần làm trong sạch Đảng, trong sạch chính quyền các cấp, giữ vững niềm tin của nhân dân đối với chế độ xã hội chủ nghĩa.

Hệ thống báo chí cũng góp phần quan trọng trong việc tuyên truyền bảo vệ chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, làm cho chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh trở thành hệ tư tưởng của toàn xã hội và là kim chỉ nam cho mọi hành động. Bên cạnh đó, các cơ quan báo chí cũng tích cực tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước tới cán bộ công nhân viên chức và người lao động. Đồng thời, các cơ quan trên còn tích cực tuyên truyền về phong trào công nhân và hoạt động công đoàn trên các mặt hoạt động chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, qua đó góp phần khẳng định vai trò, vị trí của tổ chức công đoàn xã hội. Đặc biệt, các cơ quan báo chí trong từng lúc, từng nơi còn tham gia bảo vệ lợi ích chính đáng, hợp pháp của công nhân và người lao động, tuyên truyền và đấu tranh mọi hành vi, biểu hiện vi phạm luật Công đoàn, luật Lao động. Báo chí đã góp tiếng nói quan trọng của mình mang lại nhiều quyền lợi thiết thực cho người lao động, nhất là những người lao động làm việc trong khu vực kinh tế ngoài quốc doanh.

Phải nhìn nhận rằng, một mặt báo chí phản ánh và cổ vũ kịp thời những sáng kiến, những kinh nghiệm hay, những cách làm hay mang lại nhiều hiệu quả trong sản xuất kinh doanh, nêu nhiều gương tốt, việc tốt trong các lĩnh vực của đời sống xã hội. Mặt khác, báo chí cũng kiên quyết phê phán, đấu tranh đến cùng những tệ nạn tham nhũng, quan liêu, tiêu cực, các biểu hiện sai trái ảnh hưởng đến lợi ích đất nước, ảnh hưởng đến quyền và lợi ích của người lao động,

công nhân và truyền thống đạo lý tốt đẹp của dân tộc.

Trong sự nghiệp đổi mới ngày nay, hệ thống báo chí trong cả nước vẫn tiếp tục khẳng định vị trí quan trọng của mình đối với đời sống xã hội, xứng đáng với vai trò, chức năng là người tuyên truyền tập thể, cổ vũ tập thể, tổ chức tập thể, lao động tập thể trong các phong trào hành động cách mạng của nhân dân. Hệ thống báo chí của ta tiếp tục xứng đáng là diễn đàn tin cậy để nhân dân bày tỏ ý chí nguyện vọng, xứng đáng là cơ quan có uy tín và vị thế tham gia đề xuất ý kiến, tập trung các kiến nghị, góp phần tích cực vào việc giải quyết những vấn đề quan trọng của đất nước. Báo chí đã luôn giữ vững định hướng của Đảng, phục vụ tốt nhiệm vụ chính trị của đất nước, của địa phương, không ngừng cải tiến đổi mới cả về nội dung lẫn hình thức, phấn đấu vươn lên ngang tầm nhiệm vụ, đáp ứng sự nghiệp đổi mới ngày càng cao của đất nước.

Nói tóm lại, báo chí trong thời gian qua đã có nhiều sự cố gắng trong chuyển tải nội dung thông điệp về chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước về người lao động, về quyền và nghĩa vụ người lao động, thực trạng lao động việc làm, đời sống, thụ hưởng và sáng tạo văn hóa của người lao động, về tấm gương người lao động giỏi, về các vấn đề vi phạm quyền lợi người lao động...

1.3. Áp dụng lý thuyết đóng khung trong việc giải mã thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam

Erving Goffman được cho là người đầu tiên đưa ra khái niệm “đóng khung” vào năm 1974, trong cuốn *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Theo Goffman, “khung” chính là những giản đồ của sự diễn giải (schemata of interpretation) cho phép con người “*xác định, tiếp nhận, định dạng và dán nhãn cho vô số những sự biến diễn ra trong cuộc sống của họ*” [64, tr. 21]. Sự đóng khung này được hiểu là quá trình tổ chức các kinh nghiệm, tìm ra ý nghĩa của chúng trong sự tham chiếu tới những nhận thức sẵn có. Sức mạnh của việc đóng khung chính là ở chỗ con người buộc phải viện tới các hệ thống quen thuộc, ví dụ như hệ thống biểu tượng, tri

thức, huyền thoại v.v. để có thể diễn giải về một hiện tượng bất kỳ trong đời sống xã hội.

Sau khi Goffman áp dụng lý thuyết đóng khung vào phạm vi tổ chức kinh nghiệm của con người, nhiều nhà nghiên cứu đã phát triển lý thuyết này cho lĩnh vực hẹp hơn là truyền thông đại chúng. Trong bài phân tích về di sản của Goffman, Gamson William cho rằng quá trình đóng khung của báo chí là “gần như hoàn toàn ngầm ẩn, và được thừa nhận như lẽ tất nhiên. Cả nhà báo lẫn công chúng đều không nhận ra rằng đây thực chất là một quá trình kiến tạo mang tính xã hội (social construction), mà chỉ đơn giản xem nó là việc phóng viên phản ánh lại sự kiện”. Theo Gamson, việc đóng khung chính là quá trình “*quyết định xem cái gì được chọn, cái gì bị loại bỏ, và cái gì được nhấn mạnh. Nói tóm lại, tin tức cho chúng ta biết về một thế giới đã được đóng gói*” [63]. Khung được Gamson định nghĩa là “*ý tưởng tổ chức cốt lõi của cái thế giới đã-bị-gói kia, giúp “giải nghĩa về các sự kiện liên quan, cũng như gợi ý xem đâu mới là vấn đề cần xem xét*” [62]

Định nghĩa tường minh nhất về quá trình đóng khung của truyền thông đại chúng có lẽ được đưa ra bởi Robert Entman: “*Quá trình đóng khung chủ yếu liên quan tới việc lựa chọn (selection) và làm nổi bật (salience). Đóng khung có nghĩa là lựa chọn một số khía cạnh trong cách hiểu về hiện thực, rồi làm cho nó nổi bật lên trên văn bản truyền thông bằng cách nhấn mạnh vào một cách đặt vấn đề, một cách lý giải, một cách đánh giá đạo đức, hoặc/và một cách xử lý nào đó*” [64]. Một điểm thú vị là mặc dù lý thuyết đóng khung được áp dụng trước hết cho văn bản viết, thì bản thân hành vi “đóng khung”, theo nghĩa đen, lại dùng cho hình ảnh. Việc áp dụng lý thuyết này vào phân tích hình ảnh là khá hữu dụng, bởi hình ảnh là một công cụ đóng khung rất mạnh, khi mà công chúng dễ dàng chấp nhận nó một cách vô thức hơn văn bản viết. Paul Messaris và Linus Abraham chỉ ra rằng: “*Nếu như tác động của quá trình đóng khung phụ thuộc chủ yếu vào việc các bộ khung được mặc*

nhiên công nhận, vì công chúng chẳng hề có ý thức gì về nó, thì rõ ràng, bất cứ điều gì có thể làm thay đổi nhận thức của công chúng đều có thể tạo ra khác biệt đáng kể tới kết quả cuối cùng của cả quá trình” [65, tr. 215] Như vậy, nếu công chúng nhận thức được rằng hình ảnh là một công cụ đóng khung quan trọng, thì họ sẽ có ý thức phê phán hơn khi tiếp cận với các thông điệp thị giác và từ đó, có khả năng nhận diện được mục đích quyền lực hoặc lợi nhuận ngầm ẩn trong các thông điệp hình ảnh.

Như vậy, việc áp dụng lý thuyết đóng khung trong luận văn là nhằm nhận diện các khung thông điệp chính mà báo chí chuyển tải đến người đọc về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Ví như: thông điệp người lao động ngành Than - Khoáng sản dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, vất vả rủi ro trong công việc; thông điệp người lao động ngành Than - Khoáng sản là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc và có truyền thống “kỷ luật và đồng tâm”...

1.4. Áp dụng lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự trong việc giải mã thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam

Năm 1972, lý thuyết “thiết lập chương trình nghị sự” (Agenda Setting Theory) do Maxwell Mccombs và Shaw khởi xướng ra đời. Lý thuyết này mô tả khả năng ảnh hưởng của giới truyền thông đối với công chúng thông qua các phương tiện truyền thông. Trong xã hội, nếu một tin tức nào đó được nhắc tới thường xuyên, liên tục và nổi bật, công chúng sẽ nhớ tới và coi nó quan trọng hơn những thông tin khác [34].

Điểm nổi bật của lý thuyết này là truyền thông đại chúng có một chức năng sắp đặt “chương trình nghị sự” cho công chúng, các bản tin và hoạt động đưa tin của cơ quan báo chí truyền thông ảnh hưởng đến sự phán đoán của công chúng tới những “chuyện đại sự” của thế giới xung quanh và tầm quan trọng của chúng bằng cách phú cho các “chương trình” nét nổi bật khác nhau, từ đó có thể tác động và tạo ra sự dẫn đường trong tương lai [34].

Khác với các nghiên cứu về hiệu quả truyền thông trước đó, ngay từ đầu, lý thuyết “thiết lập chương trình nghị sự” không khảo sát sự ảnh hưởng của cơ quan truyền thông đối với công chúng mà quan tâm công chúng suy nghĩ gì (What to think about) chứ không phải “nghĩ như thế nào” (How to think).

Như vậy, lý thuyết “thiết lập chương trình nghị sự” không đánh giá hiệu quả truyền thông trong thời gian ngắn của một hãng truyền thông nào đó đối với một sự kiện cụ thể, mà đánh giá về hiệu quả xã hội lâu dài, tổng hợp ở tầm vĩ mô của cả ngành truyền thông được tạo ra sau khi đưa ra hàng loạt bản tin trong một quãng thời gian khá dài. Ngoài ra, lý thuyết “thiết lập chương trình nghị sự” còn chỉ ra rằng, việc đưa tin về thế giới bên ngoài của cơ quan truyền thông không phải là sự phản ánh theo kiểu “soi gương”, mà là một hoạt động lựa chọn có mục đích. Các cơ quan báo chí truyền thông dựa vào giá trị quan và mục đích tôn chỉ, đồng thời căn cứ vào môi trường thực tế để “lựa chọn” vấn đề hoặc nội dung mà họ coi là quan trọng nhất để sản xuất và cung cấp cho công chúng những thông tin “đúng sự thật” [34].

Như vậy, việc áp dụng lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự trong luận văn là nhằm đánh giá xem việc truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đã được các báo trong diện khảo sát thực hiện mang đến với công chúng mang đạt hiệu quả xã hội như thế nào. Ngoài ra, các nội dung cũng như hình thức thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam mà các báo lựa chọn để cung cấp đến với công chúng có đạt được đúng mục đích mà các báo hướng tới, đặt ra chưa hay đang khiến công chúng hiểu sai lệch hoặc chưa đúng về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam...

1.5. Một số tiêu chí đánh giá chất lượng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí

Uy tín của nguồn phát thông điệp: Đối với thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, một thông điệp nào đó

do Bộ LĐTB&XH, Liên đoàn Lao động đưa ra chắc chắn sẽ có uy tín hơn nhiều so với thông điệp của các đơn vị khác đưa.

Phạm vi phân phối thông điệp cần phù hợp với mục đích đặt ra: Các báo phải có trách nhiệm thông tin về người lao động theo đúng tôn chỉ mục đích của họ đảm bảo cả số lượng và chất lượng.

Nội dung thông điệp cần đơn giản, dễ hiểu và có ý nghĩa đối với người nhận: Năm 1968, trong buổi gặp mặt Đoàn đại biểu công nhân, cán bộ ngành Than, Bác đã căn dặn: “*Ngành sản xuất than cũng như quân đội đánh giặc. Toàn thể công nhân và cán bộ phải có nhiệt tình cách mạng và tinh thần yêu nước rất cao, ý thức quyết chiến, quyết thắng rất vững, phải đoàn kết nhất trí, phải có đầy đủ ý thức làm chủ nước nhà, làm chủ xí nghiệp, vượt qua khó khăn nhằm một mục đích chung là sản xuất thật nhiều than cho Tổ quốc...*”. Theo đó, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam luôn xác định xây dựng hình ảnh “*Người thợ mỏ - Người chiến sĩ*” gắn với những phẩm chất: *lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc, lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam sống đơn giản và thân thiện...* Thực tiễn các bài viết đi sâu vào đời sống và việc làm của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên hệ thống báo chí nước ta thời gian qua đã cho thấy báo chí đã phản ánh kịp thời những thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam; về việc chấp hành các kỷ cương pháp luật mà Đảng và Nhà nước ta đã đề ra.

Thông điệp phải rõ ràng: thông điệp phải rõ ràng nhằm tránh những hiểu nhầm không đáng có. Hình ảnh thông điệp được thể hiện rõ ràng thì công việc định vị sẽ được thực hiện tốt. Điều đặc biệt là thông điệp trong hoạt động truyền thông mang tính chân thực cao hơn trong quảng cáo, do đó, nó dễ lôi cuốn các đối tượng và dễ gây dựng các giá trị niềm tin về thương hiệu.

Lựa chọn kênh truyền thông: Như đã được đề cập trong quá trình lựa chọn kênh truyền thông, chủ thể của hoạt động truyền thông phải biết đối

tượng tiếp nhận thông điệp nào sẽ sử dụng kênh truyền thông nào? Sự phù hợp giữa đối tượng và kênh truyền thông là một yếu tố quan trọng thúc đẩy thông điệp được truyền tải tốt hơn. Ví như việc quảng cáo sữa cho trẻ em bạn nên hướng vào chương trình truyền hình dành cho trẻ em, phân bón nên quảng cáo là báo Nông nghiệp.....

Khả năng tiếp nhận và hiểu thông điệp của công chúng: Để tránh công chúng hiểu lầm, hoặc hiểu không đầy đủ về thông điệp mà mình đưa ra, thì tùy theo đối tượng công chúng mà đưa ra các thông điệp cho phù hợp.

1.6. Bối cảnh thực tế và những vấn đề thách thức của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam hiện nay

Trước yêu cầu thống nhất quản lý hoạt động khai thác than, tránh thất thoát tài nguyên của đất nước, huy động sức mạnh tổng hợp để đáp ứng nhu cầu than cho công cuộc đổi mới và phát triển kinh tế đất nước, ngày 10/10/1994, Thủ tướng Chính phủ Võ Văn Kiệt đã ký Quyết định số 563/QĐ - TTg thành lập Tổng Công ty Than Việt Nam - tiền thân của Tập đoàn CN Than - Khoáng sản Việt Nam ngày nay.

Trong 25 năm xây dựng và phát triển, từ một Tổng công ty Nhà nước hoạt động trong lĩnh vực sản xuất than, Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV), đã trở thành Tập đoàn kinh tế mạnh với 4 lĩnh vực kinh doanh chính là than, khoáng sản, điện lực và vật liệu nổ công nghiệp, trở thành công cụ điều tiết kinh tế vĩ mô của Chính phủ. Hoạt động SXKD của TKV luôn có lãi, bảo toàn, phát triển vốn Nhà nước, đồng thời không ngừng tăng cường năng lực tài chính của Tập đoàn. Theo thống kê, nộp ngân sách Nhà nước đã tăng từ 120 tỷ đồng năm 1995 lên 17.800 tỷ đồng năm 2019. 25 năm hoạt động, TKV đã nộp Ngân sách Nhà nước 164 ngàn tỷ đồng. Dự kiến năm 2019 nộp ngân sách nhà nước gấp 148 lần so với năm 1995. TKV luôn hoàn thành nhiệm vụ Chính phủ giao, là doanh nghiệp nòng cốt chịu trách

nhiệm sản xuất, cung ứng than cho nền kinh tế, cùng với PVN, EVN, TKV là một trong ba trụ cột, góp phần đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia.

Cùng với sự tăng trưởng về hiệu quả SXKD, đời sống của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cũng không ngừng được cải thiện nâng cao. Tiền lương bình quân của người lao động hiện nay đạt trên 11,6 triệu đồng/người-tháng, tăng 17,6 lần so với khi thành lập. Trong đó, tiền lương của thợ mỏ hầm lò năm 2018 đã đạt bình quân 18 triệu đồng/tháng. Đặc biệt, số thợ mỏ có mức thu nhập trên 300 triệu đồng/năm ngày một đông đảo.

Hiện nay, trong Tập đoàn có 25 đơn vị có nhà ở tập thể cao tầng cho công nhân với 3.945 phòng ở. Hầu hết đã đầu tư trang bị máy điều hòa nhiệt độ, máy lọc nước, máy giặt, khu rèn luyện thể chất, nhà sinh hoạt văn hoá phục vụ đời sống tinh thần cho thợ mỏ. Ngoài việc thực hiện các chế độ đối với người lao động theo quy định chung của Nhà nước, TKV còn thực hiện thêm các chế độ phúc lợi đặc thù cho thợ mỏ hầm lò như: hỗ trợ miễn phí các chi phí đào tạo nghề, điều trị rửa phổi, bố trí xe ô tô đưa đón đi làm, ăn định lượng, tắm nước nóng và giặt quần áo bảo hộ lao động, làm sạch mũi sau ca làm việc, tham quan, du lịch ở trong và ngoài nước...

Tuy nhiên, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đang đứng trước những thách thức của việc nhu cầu than ngày càng tăng cao nhằm đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia cho giai đoạn 2025 - 2030, đặc biệt là nguồn than đáp ứng cho nhà máy nhiệt điện. Trong khi đó, thực tế năng lực sản xuất than trong nước, cụ thể là của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam khó có thể đáp ứng được nhu cầu ấy.

Có thể nói, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đang phải đối mặt với những vấn đề thách thức sau:

-Tài nguyên than của Việt Nam hiện nay nằm chủ yếu ở Quảng Ninh nhưng việc xác định cụ thể về địa chất còn nhiều hạn chế. Trong đó bể than đồng bằng sông Hồng hiện nay chưa có công nghệ để khai thác.

-Điều kiện khai thác mỏ ngày càng sâu và xa, gặp nhiều khó khăn. Hiện nay, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đã khai thác ở mức -500 so với mực nước biển, mọi điều kiện chi phí và năng suất lao động mỏ tăng lên rất khó khăn.

-Việc cấp phép đầu tư cơ chế, chính sách cho hòn than hiện nay rất hạn chế và vấn đề tái đầu tư trở lại phát triển mỏ than gặp rất nhiều khó khăn.

-Nguồn nhân lực chính cho sản xuất than là lực lượng thợ lò thì hiện nay đang suy giảm rất nhanh. Sức hút của ngành ngày càng giảm do có nhiều lựa chọn công việc khác ít nguy hiểm, vất vả so với ngành khai thác than, khoáng sản. Việc thiếu lực lượng lao động nhằm đáp ứng yêu cầu sản xuất, cụ thể là thợ lò, trong khi đó chưa có công nghệ để thay thế lực lượng này, đang là một trong những thách thức không nhỏ với sự phát triển của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Tiểu kết chương 1:

Trong chương 1 của luận văn, tác giả đã giải thích được các khái niệm về truyền thông, thông điệp, người lao động, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, báo chí và thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí. Đồng thời, cũng trong chương 1 này, tác giả luận văn có chỉ ra được vai trò và nhiệm vụ của báo chí trong thông điệp về người lao động trên báo chí; áp dụng lý thuyết đóng khung và thuyết thiết lập chương trình nghị sự trong việc giải mã thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Luận văn cũng chỉ ra được một số tiêu chí đánh giá hiệu quả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí như: uy tín của nguồn phát thông điệp; phạm vi phân phối thông điệp cần phù hợp với mục đích đặt ra; nội dung thông điệp cần đơn giản, dễ hiểu và có ý nghĩa đối với người nhận; thông điệp phải rõ ràng; lựa chọn kênh truyền thông, khả năng tiếp nhận và hiểu thông điệp của công chúng... Bên cạnh đó, luận văn đã nêu bật được bối cảnh thực tế và những vấn đề thách thức của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam hiện nay.

Những kết quả đạt được trong chương 1 là cơ sở lý luận và thực tiễn để khảo sát chương 2 của luận văn.

CHƯƠNG 2:
THỰC TRẠNG THÔNGIỆP VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG NGÀNH
THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM TRÊN CÁC BÁO THUỘC ĐIỆN
KHẢO SÁT

2.1. Giới thiệu vài nét về các báo thuộc diện khảo sát

2.1.1. Báo Lao động

Báo Lao động là cơ quan thông tin của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam. Đây là một trong những tờ báo lâu đời nhất và có ảnh hưởng nhất trong hệ thống báo chí truyền thông của chính quyền Việt Nam hiện tại.

Chỉ sau khi thành lập 1 tháng, ngày 14/7/1929, Ban chấp hành Trung ương lâm thời của Đông Dương Cộng sản Đảng đã ra chỉ thị về việc thành lập một tổ chức công đoàn tại Bắc Kỳ. Ngày 28/7/1929, Tổng Công hội Đò Bắc Kỳ được thành lập, ông Nguyễn Đức Cảnh, Ủy viên Trung ương lâm thời Đông Dương Cộng sản Đảng được cử làm Trưởng ban Trị sự.

Hai tuần sau, với sự giúp đỡ của một cơ sở Đảng, ngày 14 tháng 8 năm 1929, một tờ báo in bằng bản đất sét, trên giấy Đáp Cầu một mặt ráp một mặt nhẵn, khổ 22x30cm, lấy tên là báo Lao động đã ra đời trong căn phòng nhỏ 10m² ở ngõ Thông Phong, phố Hàng Bột (Hà Nội).[1] Nhân sự tờ báo ban đầu do ông Nguyễn Đức Cảnh làm Tổng biên tập, với 2 nhà báo là Trần Hồng Vận (Trần Học Hải) và một nữ đảng viên tên là Thu Vân. Đến cuối năm 1929, một đảng viên Đông Dương Cộng sản Đảng là Nguyễn Công Miêu đã mang 60 tờ Lao động vào phân phát cho các cơ sở Công hội ở Sài Gòn - Chợ Lớn.

Ngày 3.12.1989, số 1 của Lao động Chủ nhật phát hành.

Đầu tháng 3 năm 1990, Báo ra loạt phóng sự điều tra về tín dụng ở nước hoa Thanh Hương của Nguyễn Văn Mười Hai.

Năm 1995, báo Lao động đã được mời tham dự triển lãm quốc tế tại Paris và Le Havre (1996). Tại triển lãm này, tờ Courier International bình chọn báo Lao động là tờ báo nổi tiếng cùng 200 tờ báo khác trên thế giới.

2.1.2. Báo Quảng Ninh

Sau khi hợp nhất tỉnh Hải Ninh và Khu Hồng Quảng thành tỉnh Quảng Ninh vào năm 1963 thì tờ Hải Ninh và tờ Vùng mở hợp nhất thành tờ Quảng Ninh. Ngày 2/1/1964, Báo Quảng Ninh ra số báo đầu tiên. Báo ra tuần 2 kỳ, phát hành mỗi số 2.000 tờ. Những năm qua, Báo Quảng Ninh đã thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị được giao. Thông tin hiệu quả và kịp thời đưa các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến với các tầng lớp nhân dân. Báo Quảng Ninh là diễn đàn tin cậy để nhân dân phản ánh, bày tỏ nguyện vọng, đến các cấp lãnh đạo trong tỉnh và Trung ương.

Trước những yêu cầu phát triển, Báo Quảng Ninh đã có những thay đổi mới mạnh mẽ. Ngày 31/8/2016, trang thông tin điện tử Báo Quảng Ninh chính thức được thành lập với 3 tên miền: <http://www.baoquangninh.com.vn>; <http://www.baoquangninh.org.vn>; <http://www.baoquangninh.vn>.

2.1.3. Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam

Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam được thành lập ngày 1/6/1995. Tạp chí hoạt động theo giấy phép xuất bản số 236/GP - BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông, có mã số tiêu chuẩn quốc tế cho xuất bản phẩm nhiều kỳ (tiếng Anh: International Standard Serial Number), viết tắt là ISSN 0868 - 3603. Trụ sở hiện nay của Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam tại số 15 Hồ Xuân Hương, TP. Hà Nội.

Hoạt động của toà soạn Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam hiện nay gồm: xuất bản tạp chí in 2 kỳ/tháng (vào ngày 10 và 25 hàng tháng), chuyên san “Thợ mỏ ngày ngày” một quý một số (số đầu tiên xuất bản vào quý IV/2016), trang điện tử <http://www.vinacomin.vn> (từ năm 2009 chính thức tiếp nhận, quản lý và vận hành trang thông tin điện tử), xuất bản các ấn phẩm khác như: sách truyền thống cho Tập đoàn, kỷ yếu cho các đơn vị thành viên trong Tập đoàn nhân các ngày kỷ niệm thành lập...

2.2. Thực trạng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo thuộc diện khảo sát

2.2.1. Tần suất, số lượng

Để nắm được thực trạng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, tác giả luận đã tiến hành tổng hợp các tin bài có liên quan về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam (cụ thể, chúng tôi dựa vào tên nhan đề các bài viết trên các báo; đọc và rà soát các nội dung được phản ánh trên các bài báo) trên báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam kể từ tháng 01/2018 đến tháng 12/2018 có thu được kết quả như sau (xem bảng 2.1):

Bảng 2.1. Số lượng tin, bài có chứa thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát

		Các báo			Tổng	
		Báo Lao động	Báo Quảng Ninh	Tạp chí Than - Khoáng sản VN	SL	TL (%)
Tổng các tin, bài viết về người lao động	SL	2.400	19.00	630	4.930	100
	TL (%)	48,7	38,5	12,8		
Tin, bài về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam	SL	53	73	217	343	6,9
	TL (%)	1,1	1,5	4,4		

(Nguồn: Kết quả khảo sát trên các báo của tác giả luận văn tháng 01/2019)

Nhìn vào kết quả khảo sát bảng 2.1 trên cho chúng ta thấy được trong năm 2018 qua các báo được chọn khảo sát đã có 4.930 tin, bài viết về người lao động. Trong đó, có chứa nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam ở 03 báo khảo sát là 343 (chiếm 6,9%). Trong 03 cơ quan báo chí được tiến hành khảo sát thì Tạp chí Than - Khoáng sản

Việt Nam có số lượng tin bài có chứa nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nhiều nhất với 217 bài (chiếm 4,4%). Kết quả này cho thấy, trung bình mỗi số báo Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam lại có 18 tin, bài đề cập đến người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam; đứng thứ hai là báo Quảng Ninh điện tử có 73 bài (chiếm 1,5%) và cuối cùng là báo Lao động với 53 bài (chiếm 1,1).

Sở dĩ, có sự chênh lệch các tin, bài giữa các báo trên là do Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam có thể mạnh chuyên sâu là một tạp chí ngành, là cơ quan ngôn luận của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam, tiếng nói của công nhân, cán bộ ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Các bài viết trên Tạp chí đều phản ánh rõ nét về tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, việc làm, đời sống tinh thần, tâm tư của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Đây cũng là cầu nối để độc giả khắp nơi trên cả nước nắm được thông tin của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói chung cũng như mọi hoạt động của những người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng.

Còn báo Lao động và báo Quảng Ninh điện tử có số lượng bài viết ít hơn so với Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam vì cả 02 báo đều chỉ coi truyền thông về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là một phần nội dung không thể thiếu, một trách nhiệm quan trọng của các tờ báo này.

2.2.2. Phân tích nội dung thông điệp

Thông điệp là yếu tố quan trọng trong quá trình truyền thông. Nội dung thông điệp chính là ý tưởng cụ thể thông qua hình ảnh, ngôn ngữ trong truyền thông. Trong đó, nội dung thông điệp yêu cầu cần phải đơn giản, dễ hiểu và có ý nghĩa đối với nhóm công chúng quan tâm đến người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng.

Trước thực tiễn như vậy, trong năm 2018, báo chí Việt Nam đã phản ánh nhanh nhạy các thông điệp về người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng. Qua khảo sát trên báo

Lao động, báo Quảng Ninh điện tử và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tác giả luận văn thu được kết quả có 343 bài viết có liên quan đến người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và tiếp tục quá trình sàng lọc những nội dung được phản ánh trong các bài báo, tác giả luận văn thấy nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo bao gồm những nội dung sau (xem bảng 2.2):

Bảng 2.2. Các nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát

Nội dung	Các báo			Tổng
	Báo Lao động	Báo Quảng Ninh	Tạp chí Than - Khoáng sản VN	
Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc và có truyền thống “kỷ luật và đồng tâm”	19	25	47	91
Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng Việt Nam sẵn sàng chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc	16	16	27	59
Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là những người đạt thành quả tốt trong lao động	10	15	78	103
Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nhận được sự trợ giúp từ Công đoàn và cộng đồng, sống đơn giản và tình nghĩa	10	17	65	92
Tổng:	53	73	217	343

(Nguồn: Kết quả khảo sát trên các báo của tác giả luận văn tháng 01/2019)

Nhìn vào kết quả bảng 2.2 trên cho thấy, nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát cũng khá đa dạng. Kết quả khảo sát cho thấy: thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là những người đạt thành quả tốt trong lao động có nhiều bài viết tập trung nhiều nhất với 103 bài đề cập đến nội dung này (chiếm 30%); tiếp đến là nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nhận được sự trợ giúp từ Công đoàn và cộng đồng, sống đơn giản và tình nghĩa với 92 bài (chiếm 26,8%); đứng thứ ba là nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc và có truyền thống “kỷ luật và đồng tâm” với 91 bài (chiếm 26,5%) và cuối cùng là nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc với 59 bài (chiếm 17,2%). Nhìn chung, các báo đã đưa ra được những thông điệp nói lên được những khó khăn thuận lợi và ý chí làm việc của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

2.2.2.1. Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc và có truyền thống “kỷ luật và đồng tâm”

Bất cứ một ngành nghề nào muốn làm được việc có hiệu quả thì đều yêu cầu người lao động phải có kiến thức nền tảng, kiến thức chuyên môn. Khảo sát các nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) chúng tôi thu được kết quả có đến 91/343 bài viết phản ánh nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc và có truyền thống “kỷ luật và đồng tâm” (chiếm 26,5%).

Thể hiện thông điệp này trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) có các bài

như: “Tôn vinh xứng đáng góp phần thu hút CNLĐ phát huy sáng kiến” [Báo Lao động, ngày 17/4/2018]; “Vì sao TKV tăng lương cho người lao động, cao nhất gần 30 triệu đồng/tháng” [Báo Lao động, ngày 10/10/2018]; “Tổng Công ty Đông Bắc: Khẳng định bản lĩnh người lính vượt khó khăn” [Báo Quảng Ninh, ngày 11/2/2018]; “Than Vàng Danh thưởng gần 3 tỷ đồng cho công nhân sản xuất giỏi” [Báo Quảng Ninh, ngày 12/3/2018]; “Công ty than Đèo Nai - Doanh nghiệp giỏi tiêu biểu” [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, ngày 17/4/2018];...

Bài viết “Thợ lò xuất sắc ngành Than Nguyễn Trọng Thái - “cứ thắng đường mà bước” của tác giả Nguyễn Hùng đã giới thiệu về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam - anh Nguyễn Trọng Thái là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc và phát huy được truyền thống “kỷ luật và đồng tâm” của người thợ mỏ. Theo bài báo, anh Nguyễn Trọng Thái là một trong những “cây” sáng kiến của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV). Bởi lẽ, năm nào anh cũng có ít nhất vài ba sáng kiến, góp phần tiết kiệm chi phí và nâng cao độ an toàn trong sản xuất cho Công ty CP than Hà Lâm. Không ít lần, anh “ôm” hàng chục triệu tiền thưởng về nhà vì có nhiều sáng kiến mang lại hiệu quả lớn cho Công ty. Trừ mấy năm đầu mới vào nghề, còn sau đó, năm nào anh cũng đạt danh hiệu thợ lò xuất sắc nhất của TKV và là số ít người giành danh hiệu Chiến sĩ thi đua của Tập đoàn 10 năm liền: “Với những đóng góp, thành tích đặc biệt của mình, Nguyễn Trọng Thái đã được nhận bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, năm 2007; Huân chương Lao Động hạng Ba, năm 2010; Chiến sĩ thi đua của Bộ Công Thương, năm 2012; Giải thưởng Nguyễn Đức Cảnh, năm 2013. Và đặc biệt, với việc lọt vào danh sách cuối cùng gồm 30 tập thể, cá nhân xứng đáng nhất của “Vinh quang Việt Nam: Dấu ấn 30 năm đổi mới” - 2017, anh 2 lần được “Vinh quang Việt Nam” vinh danh” [Báo Lao động, ngày 25/5/2018].

Bài viết “Tổ trưởng thợ lò đam mê sáng tạo” của tác giả Dương Trường

thông tin về anh Hoàng Công Dương, Tổ trưởng Tổ 1, Phân xưởng Đào lò 2, Công ty CP than Núi Béo, đã có nhiều sáng kiến phục vụ cho hoạt động sản xuất, làm lợi cho Công ty. Anh là một trong 63 gương công nhân tiên tiến tiêu biểu được UBND tỉnh Quảng Ninh tặng bằng khen nhân dịp Tháng Công nhân năm 2018: *“Không chỉ có việc gia công đầu súng bắn hơi để bắt gông nôi cột và xà, Hoàng Công Dương còn dùng tôn dập giã để làm be phân luồng thượng chứa than đá. Trong hầm lò, các lò thượng được khai thác từ dưới lên, than được chảy xuống đường lò, ở mỗi đoạn lò có be chắn ngang lò để phân luồng than chảy vào máng trượt hoặc băng tải, máng cào ra ngoài. Be chắn than này trước đây dùng gỗ để làm nên rất tốn kém và không an toàn lao động do gỗ có nguy cơ bị mục, gãy cao. Từ yêu cầu trên, anh đã đề xuất lãnh đạo phân xưởng sử dụng tôn dập giã có độ dày 5mm được gia công tại Công ty Cơ khí Mạo Khê. Sau khi thử nghiệm, đạt hiệu quả tốt và thay thế hoàn toàn việc sử dụng gỗ làm be chắn than. Ngoài ra, be chắn bằng tôn còn sử dụng được lâu dài, vận chuyển tiện lợi và an toàn trong khai thác”* [Báo Quảng Ninh, ngày 30/6/2018].

Trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam có bài viết *“Công ty than Đèo Nai - Doanh nghiệp giỏi tiêu biểu”* đã thông tin về người lao động Công ty than Đèo Nai là những người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc và phát huy được truyền thống *“kỷ luật và đồng tâm”* của người thợ mỏ. Bài báo viết: *“Công ty CP than Đèo Nai là một trong những doanh nghiệp vinh dự được UBND tỉnh Quảng Ninh tặng cờ thi đua trong Chương trình tuyên dương các điển hình tiêu biểu trong phong trào thi đua “Doanh nghiệp giỏi”, “Cơ quan, đơn vị văn hóa”. Trong năm qua, Công ty đã thu được 91 sáng kiến với tổng giá trị làm lợi đạt hàng trăm triệu đồng; nhiều cá nhân trong Công ty đã được Tổng LĐLĐ Việt Nam ghi nhận và tặng bằng Lao động sáng tạo. Một trong những công nhân tích cực trong phong trào thi đua phát huy sáng kiến của Công ty là anh Bùi Hữu Trạm, thợ bậc 7/7, Tổ trưởng*

Tổ máy khoan thủy lực DML số 2, Công trường Máy khoan. Anh cho biết: Năm 2018, Tổ máy khoan thủy lực DML số 2 luôn đạt công suất khoan đất, đá vượt mức kế hoạch được giao và đạt danh hiệu Tổ thi đua lao động xuất sắc nhất Tập đoàn khi thực hiện 125.000m khoan sâu, đạt 110% kế hoạch. Cá nhân anh cũng hiến 3 sáng kiến đóng góp tích cực cho sự phát triển của đơn vị” [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, ngày 17/4/2018].

2.2.2.2. Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc

Nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc có số lượng bài viết là 59/343 bài (chiếm 17,2%). Được biết, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc có thể kể đến như: khó khăn vì giá trị lợi nhuận trong việc xuất khẩu bị xuống giá, khó khăn vì môi trường làm việc nguy hiểm thậm chí bị đe dọa đến tính mạng, khó khăn về cơ sở vật chất trong khai thác...

Trước tiên là những thông điệp về những khó khăn của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam gặp phải đó là tình trạng giá trị lợi nhuận trong việc xuất khẩu than - khoáng sản bị ép giá, doanh số trong việc xuất khẩu than - khoáng sản bị đi xuống. Bài phỏng vấn “*Ngành Than: Khó khăn đã quá cấp bách!*” Đăng trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam ngày 19/8/2018 cho biết những khó khăn trong sản xuất kinh doanh than như: phải chịu chồng chất rất nhiều loại phí và thuế làm trở ngại việc hoạch toán giá thành; các chính sách thuế, phí đối với ngành Than ngày càng tăng cao; một loạt các lệ phí như: cấp phép thăm dò, cấp phép khai thác, hoàn trả chi phí điều tra cơ bản địa chất, ký quỹ cải tạo phục hồi môi trường, phí bảo vệ môi trường tăng, tiền cấp quyền khai thác, phí nước thải...; một số bất cập của việc thu tiền, cấp quyền khai thác áp dụng theo quy định của Luật Khoáng sản như: trùng lặp với thuế tài nguyên theo quy định của Luật thuế Tài nguyên, doanh nghiệp vừa phải hoàn trả chi phí điều tra cơ bản

địa chất về khoáng sản và chi phí thăm dò khoáng sản lại vừa phải cấp quyền khai thác khoáng sản nhằm dùng để điều tra cơ bản địa chất: “*Ví dụ ngoài các loại thuế như GTGT, thu nhập doanh nghiệp, tiền thuế đất... ngành Than còn chịu thuế tài nguyên môi trường (TNMT) như hàm lò tăng lên 5%, lộ thiên tăng từ 5 lên 7%, còn mới đây là việc tăng thuế xuất khẩu từ 10% lên 13%*” [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 8/2018].

Đề cập đến thông điệp về những khó khăn trong trang bị cơ sở vật chất và những mối hiểm họa từ “bà mẹ thiên nhiên ban tặng” mà người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đang gặp phải những khó khăn trên báo Quảng Ninh ngày 11/4/2018 có bài “*Than Cao Sơn: Nỗ lực vượt khó*” của tác giả Trần Đình Nhân. Tác giả bài báo phản ánh những khó khăn của người lao động tại Công ty than Cao Sơn như: khó khăn về các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh được Tập đoàn TKV giao ở mức duy trì cao trong điều kiện khai thác ngày càng xuống sâu hơn, độ đất đá rắn, chiều cao nâng tải lớn hơn; số thiết bị khai thác mỏ cũng như thiết bị vận tải than, đất đã sử dụng nhiều năm, đã xuống cấp, hoạt động không ổn định...; đồng thời, lại đang chịu sự tàn phá của đợt mưa lụt lịch sử kéo dài cuối tháng 7, đầu tháng 8/2018 khiến cho các tuyến đường chính, nhất là đường vào các nền máy, hệ thống mương thoát nước bị hư hại nặng nề.

Trong bài phỏng vấn *Ngành than: Khó khăn đã quá cấp bách!*” trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam ngày 19/8/2018, trả lời phỏng vấn của PV, ông Trần Viết Ngãi - Chủ tịch Hiệp hội Năng lượng Việt Nam cho biết: “*điều kiện lao động của công nhân ngành Than đang gặp nhiều khó khăn, đặc biệt đối với công nhân khai thác hàm lò. Điều kiện khắc nghiệt, thường xuyên tiềm ẩn các nguy cơ, rủi ro đến tính mạng. Hiện nay, đa số các mỏ hàm lò đã xuống ở độ sâu 400-500m đòi hỏi người lao động phải làm việc với cường độ cao, cũng như chịu đựng với môi trường khắc nghiệt. Hằng năm việc đào lò để lấy than có tổng chiều dài lên tới 320km, tỷ lệ khai thác lộ thiên đến nay còn rất ít. Trong đó có một số mỏ như Mạo Khê, Dương Huy có khí metal (CH_4 , CO_2) rất nguy hiểm và độc hại. Mặc*

dù, ngành Than đã có nhiều biện pháp khắc phục hạn chế các loại khí này trong khai thác hầm lò nhưng không thể đảm bảo triệt để được. Điều này dẫn tới năng suất lao động của công nhân không cao, dẫn tới thu nhập của họ không những bị giảm, nhiều công nhân đã phải nghỉ việc” [Tập chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 8/2018].

Mặc dù đã được trang bị các vật dụng bảo hộ, kiến thức về phòng tránh tai nạn thương tích nhưng những người công nhân lao động của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam vẫn gặp phải tai nạn lao động thậm chí là hy sinh, tử vong trong quá trình làm việc. Đó chính là nội dung thông điệp về những rủi ro mà người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam phải đương đầu đã được báo chí phản ánh thời gian qua. Trên báo Lao động có bài “*Quảng Ninh: Lại thêm 1 thợ lò thiệt mạng*” của tác giả Ngọc Duy, cho biết: “*trưa ngày 17.3, tại một khu vực làm việc dưới hầm bể lắng - 250 mét (Công ty CP than Mông Dương), khiến 1 công nhân thiệt mạng*” [Báo Lao động, ngày 17/3/2018]. Cũng trong bài viết đó, tác giả cũng đã phản ánh lại những vụ tai nạn của người công nhân lao động ngành Than - Khoáng sản trong cùng tháng đó: “*chỉ chưa đầy 1 tháng, Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV) đã để xảy ra 3 vụ tai nạn nghiêm trọng khiến 2 người chết và 3 người bị thương. Trước đó, ngày 6.3, một thợ lò đã tử vong và 1 người khác bị thương khi cáp tời văng vào người ở Công ty than Nam Mẫu. Cùng ngày hôm đó, 1 vụ tai nạn do nổ mìn trong hầm lò khiến 2 lao động của Công ty than Quang Hanh bị thương và đưa đi điều trị tại Bệnh viện đa khoa tỉnh Quảng Ninh*”. Trên báo Quảng Ninh có bài “*Ngành Than Quảng Ninh: dồn dập xảy ra tai nạn lao động*” của tác giả Nguyễn Huệ. Bài báo cho biết chỉ chưa đầy 2 tuần trong tháng 3/2018, Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV) đã để xảy ra 3 vụ tai nạn nghiêm trọng làm 2 thợ lò tử vong và 4 trường hợp khác bị thương. Được biết, nguyên nhân dẫn đến tai nạn một vụ là do nhóm công nhân trên tình cờ “chạm” phải mìn câm còn sót lại, dẫn đến

mìn kích nổ; một vụ là do sơ suất đứng vào khu vực băng tải khiến một người bị cuốn vào gầm băng dẫn đến tử vong. Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam cũng có bài viết đề cập đến nội dung thông điệp này với tin bài “*Đồ giá thủy lực làm 2 thợ lò Công ty than Dương Huy bị vùi lấp*” của tác giả Hùng Hải. Theo như thông tin bài báo cung cấp thì “*vào khoảng 5 giờ, ngày 29/9, tại lò chợ mức -35 đến +10, phân xưởng khai thác Than 3, Công ty than Dương Huy đã xảy ra vụ tai nạn lao động khiến 2 công nhân bị vùi lấp. Đến khoảng 9 giờ sáng nay, lực lượng cứu hộ đã đưa được thi thể công nhân Lưu Văn Nhâm ra ngoài và đang tiếp tục tiếp cận với vị trí của công nhân còn lại. Được biết, sau khi nhận được thông tin về vụ tai nạn, tỉnh Quảng Ninh quyết định hỗ trợ 6 triệu đồng/1 nạn nhân, TP Cẩm Phả hỗ trợ 6 triệu đồng/1 nạn nhân*”. Với những thông điệp về những rủi ro trong lao động dẫn đến tử vong cho người đọc thấy được những mối nguy hiểm mà người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam phải đối mặt trong lao động sản xuất.

2.2.2.3. Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là những người đạt thành quả tốt trong lao động

Thông điệp này được thể hiện ở hai khía cạnh, đó là đạo đức, trách nhiệm công việc và hiệu quả bền bỉ của thành quả lao động. Đây là thông điệp có số lượng bài viết đề cập đứng thứ nhất trong các nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) với 103/343 (chiếm 30%). Chúng ta dễ dàng nhận thấy, hàng ngày báo chí nói rất nhiều về thông điệp này. Cụ thể, tác giả luận văn sẽ đi sâu vào một số bài báo để làm rõ thông điệp này trên các báo được khảo sát như sau:

Trước hết thành quả bền vững trong lao động của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là sản xuất, cung cấp các sản phẩm than - khoáng sản đem lại lợi nhuận kinh tế cao, đóng góp cho sự phát triển nền kinh tế của đất nước.

Báo Lao động số ra ngày 15/7/2018 có bài “*Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV): 6 tháng đầu năm nhiều khởi sắc*” của tác giả Ngọc Duy. Tác giả bài báo ngoài việc đề cập đến thực trạng tình hình sản xuất, kinh doanh của TKV trong 6 tháng đầu năm 2018, cụ thể: “*Theo kế hoạch, năm 2018, TKV sẽ sản xuất 35,36 triệu tấn than nguyên khai, tiêu thụ 36 triệu tấn. Tuy nhiên, ngay trong tháng kết thúc quý II, dự báo trước thị trường, TKV đã xây dựng kế hoạch điều chỉnh sản xuất tăng lên 38 triệu tấn/năm. Cũng trong kế hoạch điều tiết sản xuất, TKV dự kiến tồn kho than sạch xuống 7 triệu tấn (giảm 2 triệu tấn so với đầu năm). Sản xuất tăng trưởng trong những tháng qua đã tạo điều kiện cho công tác chăm lo đời sống người lao động được tốt hơn, với lương bình quân ở nhiều đơn vị đạt trên 11 triệu đồng/người/tháng. Nhiều đơn vị trong tập đoàn xây dựng thêm nhà ở cho công nhân, xây nhà ăn tự chọn đảm bảo dưỡng chất và thể lực cho người lao động...*” [Báo Lao động, ngày 15/7/2018]. Với nội dung này người đọc có thể liên tưởng đến hai thông điệp mà người viết muốn truyền tải đến đó là nhiều chuyển biến tích cực, với việc hoàn thành hầu hết các chỉ tiêu sản xuất - kinh doanh đề ra đó là thành quả bền vững mà ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đã cố gắng đạt được vượt qua kế hoạch đề ra, đồng thời là những thành quả thu nhập mà người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đã cố gắng có được.

Trên báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam cũng đã có những bài viết thể hiện thông điệp này. Bài viết “*Những kỷ lục vừa xác lập ở Than Dương Huy*” của tác giả Dương Trường trên báo Quảng Ninh ngày 30/5/2018 cho biết, thông điệp về những thành quả bền vững trong lao động của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đến từ cán bộ công nhân lao động của Công ty than Dương Huy. Theo như nội dung bài viết đã phản ánh thì trong năm 2018 Công ty than Dương Huy là một trong những đơn vị tiêu biểu trong phong trào thi đua lao động sản xuất không chỉ của

ngành Than nói riêng mà của tất cả các đơn vị doanh nghiệp trong tỉnh Quảng Ninh. Cụ thể: “*Theo kế hoạch đề ra, năm 2018 là sản lượng khai thác sẽ đạt 2 triệu tấn/năm. Tuy nhiên, đến thời điểm hết quý I, sản lượng khai thác 600.000 tấn than nguyên khai (đạt 32% kế hoạch); đào 5.122m lò (đạt 25% kế hoạch); thu nhập bình quân gần 15 triệu đồng/người/tháng*” [Báo Quảng Ninh, ngày 30/5/2018]. Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam cũng có những bài viết truyền tải thông điệp về thành quả bền vững trong lao động của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam với các bài như: “*Than Mông Dương vững bước*” [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 1/2018]; “*Niềm tin mới, động lực mới*” [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 2/2018]... Bài viết “*Giữ vững ở vị trí tốp đầu*” [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 4/2018], tác giả Thảo Lê cho biết kết thúc quý I/2018, các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh của Công ty CP than Vàng Danh - Vinacomin đều đạt từ 24 đến 28,6% kế hoạch năm, cụ thể: “*sản xuất than nguyên khai đạt 901.433 tấn, bằng 28,6% kế hoạch năm; Mét lò đào mới CBSX đạt 7.174 mét, bằng 23,3% kế hoạch năm; Than tiêu thụ đạt 724.110 tấn, bằng 27% kế hoạch năm; Doanh thu than dự kiến đạt 1.063,6 tỷ đồng, bằng 27% kế hoạch năm; Lợi nhuận dự kiến là 16,2 tỷ đồng, bằng 30,8% kế hoạch năm; thu nhập bình quân đạt 14,8 triệu đồng/người/tháng*”.

Như vậy, với những bài viết thông điệp về những thành quả tốt trong lao động của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cho thấy thời gian qua người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đã có rất nhiều cố gắng để duy trì hiệu quả công việc. Nhờ đó mà thu nhập của người lao động được cải thiện và cao hơn nhiều so với những năm trước. Đây quả thực là điều đáng mừng cho những người lao động đang làm việc trong ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Thành quả bền vững trong lao động của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam không chỉ là sản xuất, cung cấp các sản phẩm than -

khoáng sản mà còn gắn liền với trách nhiệm xã hội đó là nghĩa vụ đóng thuế, tuân thủ theo quy định pháp luật, đảm bảo thu nhập cao và thực hiện đúng chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước đối với người lao động. Điều quan trọng nhất là trách nhiệm đóng góp công sức, vật chất trong công tác an sinh xã hội để cộng đồng tốt đẹp hơn.

Bài viết “*TVK: “Minh bạch - Bình đẳng - Hiệu quả - Tuân thủ pháp luật”*” của tác Thùy Linh đăng trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam số tháng 1/2018. Tác giả bài báo đã có buổi phỏng vấn với đồng chí Lê Minh Chuẩn - Bí thư Đảng uỷ, Chủ tịch HĐQTV Tập đoàn CN Than - Khoáng sản Việt Nam.

Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đạt thành quả lao động bền vững, trách nhiệm xã hội được thể hiện rõ trong bài viết: *“Nói đến “Minh bạch” bởi TKV là một trong những Tập đoàn 100% vốn Nhà nước, hoạt động trong lĩnh vực khai thác khoáng sản, đồng thời là một trong những trụ cột đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia, vì vậy, yêu cầu đầu tiên và tiên quyết đặt ra là mọi hoạt động SXKD của Tập đoàn đều phải minh bạch, công khai từ giá thành hòn than, giá thành khoáng sản, giá thành điện... Còn “Bình đẳng” là muốn đề cập đến sự bình đẳng giữa Công ty mẹ - Tập đoàn với các đơn vị thành viên, các công ty con; giữa các đơn vị thành viên với nhau; giữa Tập đoàn, các đơn vị thành viên với các đối tác, bạn hàng trong quan hệ kinh tế, giao dịch... “Hiệu quả” là yếu tố được Tập đoàn đặt lên hàng đầu mà cụ thể là trong vấn đề sử dụng nguồn vốn Nhà nước, đầu tư các dự án và mọi hoạt động SXKD nhất định phải có hiệu quả, chỉ có hiệu quả ít hay nhiều còn tùy thuộc vào từng điều kiện và trong từng hoàn cảnh cụ thể của doanh nghiệp. Quan trọng nhất cũng là gốc rễ của mọi vấn đề chính là phải “Tuân thủ pháp luật”, mọi hoạt động SXKD phải đảm bảo đúng theo những quy định của Luật và tinh thần thượng tôn pháp luật luôn là yêu cầu số 1 đối với Tập đoàn”* [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 1/2018].

Điểm nhấn của thông điệp này nằm ở chi tiết, khi phóng viên hỏi ông Lê Minh Chuẩn - Bí thư Đảng uỷ, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn CN Than - Khoáng sản Việt Nam về vụ việc mà các báo chí vào cuối tháng 12/2017 có đưa tin “*Thanh tra Chính phủ phát hiện ra vi phạm 15.000 tỷ đồng tại Tập đoàn CN Than - Khoáng sản Việt Nam. Câu trả lời của ông Lê Minh Chuẩn đã thể hiện trách nhiệm xã hội của Tập đoàn CN Than - Khoáng sản Việt Nam: “do còn nhiều ý kiến khác nhau giữa Thanh tra Chính phủ với Tập đoàn... Thanh tra Chính phủ kiến nghị tăng thu thuế tài nguyên là không có cơ sở do xác định không đúng đối tượng nộp thuế và giá tính thuế. TKV đã kê khai và nộp thuế tài nguyên theo đúng Luật thuế tài nguyên và các Nghị định, Thông tư hướng dẫn”* [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 1/2018].

2.2.2.4. *Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nhận được sự trợ giúp từ Công đoàn, cộng đồng, sống đơn giản và tình nghĩa*

Không chỉ là những người lao động giỏi, luôn đoàn kết quyết tâm vượt qua những khó khăn trong sản xuất kinh doanh, qua khảo sát các nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) chúng tôi còn thấy ở những người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là những người có cuộc sống đơn giản và tình nghĩa. Kết quả khảo sát cho thấy nội dung thông điệp này có đến 92/343 bài báo chứa đựng thông điệp này (chiếm 26,8%).

Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam sống đơn giản được thể hiện thông qua những việc làm, hành động giản dị trong cuộc sống ngày thường của những người công nhân lao động như: ăn uống, dọn dẹp, vui chơi.

Đề cập đến nội dung thông điệp này trên báo Lao động số ra ngày 12/10/2018 có bài “*Nơi ấy cuộc sống nở hoa!*” của tác giả Hà Anh đã mô tả cuộc sống giản dị của những người công nhân thuộc Phân xưởng Vận tải 3, Công ty

than Mạo Khê - TKV. Nơi ấy có người công nhân là anh Huỳnh Văn Dự, đã có thâm niên hơn 13 năm làm thợ khai thác trong lò, vừa được điều chuyển sang Phân xưởng Vận tải 3 từ giữa năm 2017 do sức khỏe giảm sút nhưng anh luôn nở nụ cười hiền lành. Theo như lời kể của tác giả bài báo thì người công nhân ấy thường lấy những chiếc mũ lò hỏng, công nhân không sử dụng nữa, anh sử dụng nó để trồng hoa, trồng cây trang trí cho khuôn viên của Phân xưởng: “*Ban đầu, khuôn viên quanh khu vực Phân xưởng Vận tải 3 quản lý đất để không, chỉ có cỏ dại mọc, anh em thường chỉ bảo ban nhau cắt dọn thường kỳ. Nhưng từ khi có ý tưởng của anh Dự, thấy anh cứ tỉ mỉ mang những chiếc mũ lò hỏng về trồng cây, trang trí cho khuôn viên quanh khu vực Phân xưởng có thêm cây xanh và sắc hoa, mọi người thấy đó là ý tưởng hay nên cùng bảo nhau thực hiện. Có một khu vực trong lành, xanh mát để mọi người ngồi thư giãn, trao đổi những câu chuyện vui vẻ sau giờ làm việc mỗi mệt cũng thấy dễ chịu và có thêm năng lượng tươi mới hơn* [Báo Lao động, ngày 12/10/2018].

Bài viết “*Vị giám đốc giản dị*” của tác giả Hùng Hải - Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam chia sẻ về Giám đốc Công ty than Uông Bí - TKV - Nguyễn Văn Yên. Mặc dù, quản lý vài ngàn lao động và hàng trăm loại thiết bị, tài sản lớn, nhưng ông vẫn luôn giữ một phong cách giản dị, dễ gần: “*Cứ ngỡ, với khối lượng công việc đồ sộ và những sáng tạo làm thay đổi lớn đến sản xuất và đời sống người lao động Công ty thì ông phải có nhiều huân, huy chương, hay bằng khen, giấy khen. Nhưng khi được hỏi về những “Bảng vàng thành tích”, các cộng sự của ông mới “à” lên: Thực sự ông chẳng có gì ngoài những danh hiệu Chiến sỹ Thi đua, Thợ mỏ vẻ vang. Lần nào khi tổng kết và đề nghị các cấp khen thưởng, ông cũng bảo để “đề nghị khen thưởng cho công nhân”. Dường như với ông, điều quan trọng nhất không phải là những thành tích cho bản thân, mà ở kết quả sản xuất kinh doanh và đời sống của những người lao động. Đúng như tâm sự của ông: “Suy cho cùng là làm sao phải đổi mới, cải tiến nâng cao được hiệu quả sản xuất kinh doanh theo chỉ đạo của Tập đoàn. Đời sống công nhân có tốt*

không cũng từ đó mà ra...” [Tập chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 1/2018].

Giản dị trong suy nghĩ, cách sống, những người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam còn dành được sự quan tâm từ phía Công đoàn và xã hội. Thể hiện thông điệp này, trên báo Lao động có bài *“Quỹ xã hội từ thiện Tấm Lòng Vàng Lao Động: Trao hỗ trợ cho gia đình thợ lò bị tai nạn lao động tử vong”* của tác giả Quế Chi. Theo như tác giả bài báo đưa tin vào hồi chiều 18.3, đại diện Quỹ xã hội từ thiện Tấm Lòng Vàng Lao Động đã thăm hỏi, động viên và trao số tiền 3 triệu đồng hỗ trợ gia đình anh Nguyễn Văn Nam - công nhân (CN) sửa chữa điện và vận hành bơm nước của Công ty Cổ phần than Mông Dương (thuộc Tập đoàn CN Than - Khoáng sản Việt Nam). Được biết về hoàn cảnh gia đình người công nhân xấu số: *“Anh Nam làm công nhân ngành Than đã được hơn 12 năm. Hai anh chị ở cùng quê, lấy nhau đã hơn 10 năm. Sau khi lập gia đình, anh chị sống ở Quảng Ninh trong một căn nhà nhỏ mà cả hai người phải dành dụm, vay mượn mãi mới mua được. Chị buôn bán nhỏ, thu nhập của cả hai vợ chồng cố gắng lắm cũng chỉ đủ để trang trải cho cả gia đình”* [Báo Lao động in, ngày 18/3/2018].

Báo Quảng Ninh cũng có bài *“Mái ấm công đoàn” cho thợ mỏ* của tác giả Trung Anh có đưa tin vào ngày 3/5/2018, Liên đoàn Lao động tỉnh Quảng Ninh và Công đoàn TKV đến thăm, trao hỗ trợ kinh phí 50 triệu đồng nằm trong quỹ *“Mái ấm công đoàn”* cho gia đình anh Nguyễn Văn Mẹo, công nhân Phân xưởng Cơ điện khu vực Khe Chàm. Được biết, cũng trong ngày 3/5/2018, Liên đoàn Lao động tỉnh Quảng Ninh và Công đoàn TKV đến thăm, trao hỗ trợ kinh phí cho gia đình anh Đỗ Thanh Tùng, công nhân Phân xưởng Khai thác 4, Công ty than Mạo Khê: *“Hoàn cảnh anh Đỗ Thanh Tùng, công nhân Phân xưởng Khai thác 4, Công ty than Mạo Khê, cũng không kém phần khó khăn: Vợ anh không có việc làm, 2 con đang tuổi ăn học, ngôi nhà cấp 4 xây từ năm 1983 đã xuống cấp. Nhờ sự hỗ trợ từ nguồn quỹ “Mái ấm Công đoàn” TKV và nguồn quỹ tương trợ của Công ty cùng sự giúp đỡ của người thân, bạn bè, đồng nghiệp, anh Tùng đã xây dựng được ngôi nhà mới khang trang tại khu Vĩnh Tân, phường Mạo Khê, TX Đông*

Triều. Anh Tùng chia sẻ: Sinh hoạt trong căn nhà mới rộng rãi đã giúp tôi có thêm động lực trong công việc. Tôi sẽ cố gắng lao động tốt để không phụ lòng các cấp, ngành, tổ chức và Công ty đã hỗ trợ, giúp đỡ gia đình tôi” [Báo Quảng Ninh, ngày 3/5/2018].

Trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam có bài “*TKV chăm lo Tết chu đáo cho người lao động*” của tác giả Việt Trung đưa tin về việc: “Vào ngày 12/2 (tức 27 tháng Chạp), đồng chí Phạm Minh Chính - Ủy viên Bộ Chính trị, Bí thư TƯ Đảng, Trưởng Ban Tổ chức TƯ tại buổi gặp mặt, chúc Tết CNCB Công ty than Hòn Gai - TKV và tiền công nhân về quê ăn Tết: “*Công ty than Hòn Gai đã bố trí 24 xe chất lượng cao, phục vụ miễn phí 1.156 công nhân, thợ lò và người thân của họ về quê ăn Tết tại các tỉnh Thái Bình, Hải Dương, Nam Định, Ninh Bình, Thanh Hóa, Phú Thọ, Yên Bái..., xa nhất là về Hà Tĩnh và Hà Giang. Theo kế hoạch, ngày mùng 5 Tết, Công ty sẽ bố trí xe đón các công nhân trở lại đơn vị khai Xuân*” [Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, tháng 2/2018].

2.2.3. Phân tích hình thức thông điệp

Hình thức theo *Từ điển tiếng Việt* định nghĩa “*hình thức là toàn thể nói chung những gì làm thành mặt bề ngoài của sự vật, cái chứa đựng hoặc biểu hiện nội dung*” [56, tr. 442].

Với cách tiếp cận trên, có thể hiểu một cách khái quát về hình thức của thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là cách thức thể hiện, bố trí, sắp xếp các yếu tố nội dung thông điệp nhằm tạo nên một kiểu dáng và phong cách thích hợp mang những nét đặc trưng của một thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Cùng với nội dung, hình thức thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cũng là yếu tố quyết định đến chất lượng hiệu quả truyền thông. Hình thức thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên chủ yếu thể hiện ở: kết cấu, bố cục, độ lớn về thời gian (thời lượng), hình ảnh trong thông điệp, ngôn ngữ...

2.2.3.1. Xây dựng các chuyên trang, chuyên mục

Chuyên mục được ngầm định như một quy ước giữa tác giả - tác phẩm và công chúng. Chuyên mục giúp cho người truyền tải thông điệp định hướng được nội dung của thông điệp, định hướng cho nhà thiết kế dễ dàng xác định được công việc lên trang trong quá trình làm maket. Đồng thời, cũng giúp cho nhóm công chúng dễ dàng tìm được vấn đề trọng tâm trong hệ thống các thông điệp của tờ báo. Thông thường, có hai loại chuyên mục trên báo, đó là chuyên mục thường xuyên và chuyên mục không thường xuyên. Trong đó, chuyên mục thường xuyên là chuyên mục quan trọng, nó phản ánh tính chất và tạo nên bản sắc riêng cho thông điệp cũng như cho chính tờ báo đó.

Qua quá trình khảo sát các tin, bài trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) tác giả luận văn nhận thấy ở cả ba báo được chọn khảo sát đều có sự đa dạng về các chuyên mục, các báo có số lượng chuyên mục giao động từ 6-10 chuyên mục, bao gồm: Thời sự, Chính trị - Xã hội, Quân sự, Pháp luật, Kinh tế, Văn hóa, Giáo dục, Sức khỏe, Đời sống, Văn hóa, Khoa học và công nghệ, Độc giả...

Kết quả khảo sát các tin, bài có chứa thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cho thấy nhìn chung các báo có rất nhiều chuyên mục khác nhau nhưng không phải chuyên mục nào cũng có bài viết thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam mà nó chỉ tập trung ở một số chuyên mục nhất định của các báo, như:

Trên báo Lao động, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam tập trung chủ yếu ở các chuyên mục: *Kinh tế - Xã hội* có 17 bài; *Bạn đọc* có 4 bài; *Công đoàn* có 10 bài và *Công đoàn - Người lao động* có 22 bài.

Trên Báo Quảng Ninh, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam tập trung chủ yếu ở các chuyên mục: *Kinh tế* có 22 bài; *Xã hội* có 15 bài; *Đời sống* có 19; *Khoa học - Công nghệ* có 10 bài; *Bạn đọc* có 7 bài.

Và trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam tập trung ở các chuyên mục, tiểu mục: *Sự kiện - Vấn đề* có 48 bài; *Nhịp sống TKV* có 88 bài; *Tương tác* có 46 bài; *S- Việt Nam* có 35 bài.

2.3.2.2. Thể loại

Mỗi phương tiện truyền thông đại chúng có những đặc thù riêng nên sản phẩm mang tính đặc thù, đó chính là các thể loại báo chí như: tin, bài phản ánh, bình luận, xã luận, phóng sự, chuyên luận... Mỗi thể loại bài viết có nét đặc trưng riêng nên người đọc có thể được tiếp cận thông tin ở những góc độ khác nhau với cùng một vấn đề và tất nhiên khối lượng thông tin ở mỗi thể loại cũng không giống nhau.

Kết quả khảo sát phân tích nội dung các tin, bài thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo Lao động, báo Quảng Ninh điện tử và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam từ tháng 01/2018-12/2018, tác giả luận văn thu được kết quả sau (xem bảng 2.3):

Bảng 2.3 Các thể loại được dùng chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo được chọn khảo sát

Thể loại	Các báo						Tổng	
	Báo Lao động		Báo Quảng Ninh		Tạp chí Than - Khoáng sản VN			
	SL	TL (%)	SL	TL (%)	SL	TL (%)	SL	TL (%)
Tin	20	5,8	20	5,8	38	11,1	78	22,7
Phản ánh	18	5,2	21	6,1	16	4,7	55	16,0
Phóng sự	12	3,5	12	3,5	80	23,3	104	30,3
Ghi chép	0	0	14	4,1	59	17,2	73	21,3
Phỏng vấn	3	0,9	6	17,5	24	7,0	33	9,6
Tổng:	53	15,5	73	21,3	217	63,2	343	100

(Nguồn: Kết quả khảo sát trên các báo của tác giả luận văn tháng 01/2019)

Tin: Tin là một thể loại thông dụng nhất trong báo chí. Nó phản ánh nhanh những sự kiện thời sự có ý nghĩa trong đời sống xã hội với ngôn ngữ cô đọng, ngắn gọn, trực tiếp và dễ hiểu. Với ưu thế là thông tin nhanh, cụ thể những sự kiện xảy ra trong xã hội được công chúng quan tâm. Theo khảo sát của chúng tôi, trong các tin, bài về thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động in, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) có số lượng tin là 78/343 (chiếm 22,7%). Tin là thể loại có lợi thế nhất để đảm bảo tính thời sự, khách quan của nội dung thông tin cho nên thể loại này được các phóng viên, biên tập viên thường sử dụng trong việc chuyển tải các nội dung thông tin nói chung đến công chúng. Bởi lẽ, thể loại này dễ tạo ra sự khách quan của thông tin so với thể loại khác. Vì trong tin thường không có bình luận, phân tích và đánh giá những yếu tố mang tính chủ quan. Hơn nữa, đây cũng chính là thể loại giúp cho phóng viên, biên tập viên tiết kiệm được thời gian tác nghiệp. Tuy nhiên, hạn chế của thể loại này là khó định hướng, giáo dục sâu sắc đối với công chúng. Hơn nữa khi đưa tin, nhiều phóng viên, biên tập viên còn áp đặt theo khuôn mẫu cứng nhắc, làm cho công chúng khó tiếp nhận.

Bài phản ánh là thể loại thông thường được các báo sử dụng tương đối nhiều. Tuy nhiên, ở trong đề tài thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam ở các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) do hạn chế về số lượng bài viết nên thể loại này chỉ có 27/343 bài phản ánh (chiếm 16%).

Thông thường mỗi bài thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam có độ dài chỉ từ 500-1000 chữ. Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đôi khi chỉ cần 5 đến 10 dòng có thể chứa đựng được nội dung thông điệp, chính vì vậy dung lượng của mỗi bài báo thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nếu dài quá, vòng vo không tập trung thì người tiếp nhận khó nhớ, khó thực hiện theo.

Phóng sự và ghi chép: “Phóng sự là một thể loại báo chí quan trọng thông tin cụ thể và sinh động về con người, sự việc có thật, có ý nghĩa xã hội theo một quá trình phát sinh, phát triển, thông qua cái tôi - tác giả và bút pháp linh hoạt, miêu tả, tường thuật kết hợp với nghị luận” [8, tr. 180]. Phóng sự thuyết phục độc giả chính ở sự kết hợp hài hòa giữa thông tin sự kiện, thông tin lí lẽ và thông tin thẩm mỹ. Nếu Tin là loại có thông tin nhanh thì phóng sự lại có khả năng trình bày vấn đề một cách tỉ mỉ, sâu sắc về sự phát triển của các sự kiện. Kết quả khảo sát thể loại này trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) có 177/343 bài (chiếm 51,6%). Lí do khiến thể loại này được sử dụng nhiều là do sự nhanh nhạy và cơ động trong cung cấp thông tin, trong khi vẫn cho công chúng thấy toàn bộ diễn biến của sự kiện, vấn đề một cách đầy đủ hơn so với thể loại Tin. Một lí do nữa cũng khiến hình thức thể hiện này được sử dụng nhiều bởi tính chất của các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam rất cần thiết đến hình thức thể hiện là phóng sự, bởi đây là thể loại mà ở đó nhà báo có thể sử dụng nhiều các thủ pháp có tính nghệ thuật trong phản ánh hiện thực. Trong thể loại phóng sự, hiện thực cuộc sống được phản ánh không đơn lẻ, một chiều, mà đã được nhận thức, có khả năng thể hiện tình cảm, thái độ và trách nhiệm của nhà báo khi chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Lợi thế của việc sử dụng thể loại phóng sự trong việc chuyển tải nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là tạo ra sự sinh động, hấp dẫn hơn.

Phỏng vấn là một trong những thể loại rất dễ nhận biết trong các loại báo chí nhờ hình thức hỏi và trả lời. Qua các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) thể loại này chỉ có 33 bài chiếm 9,6%). Với kết quả trên có thể thấy thể loại này có tỉ lệ bài viết thấp hơn so với các thể loại khác.

2.2.3.3. Ngôn ngữ và hình ảnh

Ngôn ngữ và hình ảnh là yếu tố quan trọng hàng đầu trong tác phẩm báo chí và là phương tiện chuyển tải toàn bộ nội dung thông tin tác phẩm báo chí. Vì thế, tài năng hay hiệu quả báo chí đều không thể tách rời khả năng sử dụng ngôn ngữ và hình ảnh. Qua việc xem xét, nghiên cứu về mặt ngôn ngữ và hình ảnh để chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, chúng tôi nhận thấy có mấy khía cạnh sau:

Về ngôn ngữ, các tác phẩm chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) đã thể hiện đầy đủ các tiêu chí đặc trưng của ngôn ngữ báo chí như: tính chính xác, tính cụ thể, tính đại chúng, tính khuôn mẫu và tính ngắn gọn. Ngoài ra, ngôn ngữ trong các tác phẩm chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) còn có sự đan xen giữa văn phong báo chí với văn phong khoa học. Sự đan xen này một mặt giúp cho ngôn ngữ tác phẩm báo mang tính phổ thông nhưng lại đảm bảo được tính chính xác của thông tin chuyển tải. Biểu hiện này được thể hiện ở chỗ các bài viết đưa ra được những luận chứng, luận cứ cụ thể, những phân tích hết sức logic để rút ra kết luận hoặc đi đến những giải pháp cụ thể.

Qua khảo sát thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) được sử dụng, tác giả luận văn nhận thấy phần lớn các tác phẩm các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) được sử dụng là câu đơn, ngắn gọn nên đã chuyển tải thông điệp một cách chính xác. Các bài viết thể hiện rõ ngôn ngữ đại chúng, đơn giản, ngắn gọn, trực tiếp, đi thẳng vào vấn đề. Tuy nhiên, trong quá trình khảo sát các tác phẩm chuyển tải thông

điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam), chúng tôi nhận thấy vẫn có một số tác phẩm có sử dụng từ ngữ, lối diễn đạt còn nhiều thuật ngữ khô khan và mang tính báo cáo, có một số bài sử dụng câu phức dài gây rối thông tin. Bên cạnh đó, có nhiều tác phẩm đưa quá nhiều số liệu vào bài viết khiến cho độc giả khó khăn hơn trong việc tiếp nhận thông tin.

Về hình ảnh: Hình ảnh tĩnh (still image) bao gồm ảnh chụp và hình họa. Nó là thành phần được dùng nhiều và đóng vai trò quan trọng vào thành công của tác phẩm báo chí nói chung cũng như sản phẩm của báo mạng điện tử nói riêng. Một bức ảnh được chụp đúng khoảnh khắc gắn liền với sự việc, sự kiện sẽ làm nổi bật cảm xúc, nhấn mạnh những thông tin qua ảnh sẽ nhanh chóng, dễ dàng và hấp dẫn hơn qua chữ viết. Chỉ cần nhìn thoáng qua bức ảnh đi kèm tin hoặc bài là người đọc có thể phần nào hình dung ra bài viết cũng như quyết định có nên đọc bài báo đó hay không. Ảnh tĩnh trên báo mạng điện tử có thể đứng độc lập, có thể kết hợp với văn bản hoặc dùng làm đường dẫn tới các nội dung khác. Việc bố trí những bức ảnh xem kẽ một cách hợp lý giữa các khối chữ, các đoạn văn sẽ làm người đọc không cảm thấy nhàm chán, đơn điệu khi tiếp cận thông tin. Ngoài ra, nó còn là một công cụ giúp mắt người đọc nghỉ ngơi thư giãn, thoải mái hơn khi đọc các bài viết dài.

Hình ảnh động (Animation) trên báo mạng điện tử thường được thể hiện qua hai hình thức là slideshow (trình diễn ảnh) và animation. Hình thức trình diễn ảnh sẽ gồm nhiều hình ảnh khác nhau được sắp xếp theo một ý đồ nhất định. Các hình ảnh sẽ tự động hiển thị nối tiếp nhau trên màn hình giao diện nhằm diễn đạt những nội dung thông tin nhất định của báo. Tùy theo thiết kế của từng báo mà các slide có tốc độ chuyển ảnh, giao diện trình diễn khác nhau.

Bên cạnh ảnh động được thể hiện dưới dạng trình diễn thì trên báo điện

từ: Lao động và Quảng Ninh còn có khả năng tích hợp một dạng hình ảnh động khác có tên gọi Animation. Đây là những hình ảnh động được tạo ra từ sự kết hợp nhiều ảnh tĩnh riêng lẻ, chuyển động mềm mại và liền mạch với tốc độ cao giống như một đoạn phim, gần giống nguyên lý làm phim hoạt hình.

Hiện nay, văn bản và hình ảnh là hai thứ ngôn ngữ chủ yếu trên báo mạng điện tử. Đa phần các tin tức, bài viết đều được thể hiện ở dạng truyền thống đó là sự kết hợp giữa chữ và hình ảnh. Dường như, để phản ánh một vấn đề thời sự nóng hổi, các kênh truyền thông bằng hình ảnh vẫn đạt hiệu quả cao nhất trong giá trị thông tin. Không có gì thuyết phục công chúng bằng cách cho họ trực tiếp chứng kiến sự kiện. Ảnh báo chí vì thế có sức mạnh “bằng hàng nghìn trang viết”. Khi người truyền tin muốn có hình ảnh để thông tin công chúng, bắt buộc anh phải có mặt tại hiện trường sự việc, “bắt quả tang” sự kiện bằng hình ảnh. Vì vậy, những bức ảnh báo chí không bao giờ biết nói dối.

2.3. Những thành công và hạn chế trong thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí

2.3.1. Thành công và nguyên nhân thành công

- Thành công:

Các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo thuộc diện khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) thời gian từ tháng 1/2018-12/2018 đã bám sát được tình hình diễn biến hoạt động của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam; thông điệp đã kịp thời cổ động, tuyên truyền đến đông đảo công chúng lao động từ khắp các ngành nghề trong cả nước phát huy được những giá trị tiềm tàng của người lao động.

Đây cũng là những điều mà ông Trần Danh Chúc - Chủ tịch Liên đoàn Lao động tỉnh Quảng Ninh đã chia sẻ: “*Thời gian qua theo quan sát của tôi thấy rằng báo chí Việt Nam đặc biệt rất chú ý, quan tâm trong việc chuyển tải*

thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam như: người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc; người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc; người lao động ngành than sống đơn giản và thân thiện. Đặc biệt là thời gian gần đây, công tác tổ chức thiết kế thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đã được tổ chức khoa học, hệ thống và có bài bản hơn. Liên đoàn Lao động Việt Nam đã chủ trì, phối hợp cùng với các tổ chức, cơ quan báo chí để xây dựng các chương trình, hội thi, sân chơi nhằm cho các đối tượng, nhóm đối tượng là người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Cung cấp cho họ những kiến thức về pháp luật để họ ngày càng ý thức được rõ hơn những quyền lợi của chính mình trong quá trình tham gia lao động, để từ đó làm việc ngày càng hiệu quả hơn.(PVS, PL).

Có thể thấy rằng, thông qua hoạt động truyền thông, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đã góp phần nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi góp phần nâng cao hiệu quả công việc lao động của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đã thể hiện những nét đặc trưng của mình thông qua các hình thức khá phong phú và hấp dẫn, đem lại hiệu quả trong công tác truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Đã có một số thông điệp tạo được bước đột phá về nội dung và hình thức thể hiện, tạo đà cho sự sáng tạo cao hơn đối với những thông điệp được thiết kế sau này. Cũng chính vì vậy mà các nhà truyền thông cho rằng: người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đang dần trở thành hình thức truyền thông năng động và hiệu quả cao.

Có thể nói, các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí có những bước tiến đáng kể, trở nên gần gũi hơn với

cộng đồng, nhất là những năm gần đây khi nền kinh tế trong nước và quốc tế luôn gặp nhiều vấn đề khó khăn, khiến cho các doanh nghiệp không thể ổn định sản xuất, ảnh hưởng trực tiếp đến những người công nhân lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng; sức mạnh thông tin cổ động đang được nâng lên rõ rệt, có sức thu hút và lôi kéo người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam tham gia các hoạt động sản xuất kinh doanh phục vụ cho lợi ích của cá nhân và cộng đồng xã hội.

Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đã và đang dành được sự quan tâm to lớn không chỉ của công chúng người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam mà còn của các nhà truyền thông về pháp luật, lao động, xã hội, cơ quan báo chí truyền thông trong việc hoạch định chính sách, tổ chức phát động phong trào thi đua tham gia sản xuất kinh doanh phát triển đất nước và con người.

- Nguyên nhân thành công:

Nhận được sự quan tâm, chỉ đạo, quản lý đúng đắn, kịp thời của các cơ quan quản lý báo chí, đã tích cực hỗ trợ, phối hợp thường xuyên với các hoạt động của các báo để các báo hoàn thành tốt nhiệm vụ thông tin của mình.

Các báo đã luôn bám sát tôn chỉ, mục đích, xác định rõ cho mình mục tiêu hoạt động, nét đặc thù trong xây dựng nội dung và hình thức thông tin để tạo nên bản sắc riêng.

Nguồn nhân lực của các báo có chất lượng cả về phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp, năng lực chuyên môn nghiệp vụ và không ngừng tăng về số lượng.

Cả ba báo được khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh điện tử, Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) đều có những điểm mạnh nhất định trong việc truyền thông về thông điệp người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Chia sẻ về những thành công trong việc chuyển tải thông điệp về người

lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, ông Nguyễn Ngọc Hiến - Tổng biên tập Báo Lao động đã chia sẻ: *“Trong bối cảnh cạnh tranh thông tin ngày càng gay gắt giữa các cơ quan báo chí nói chung và báo chí về người lao động nói riêng về thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam được xem là lợi thế cạnh tranh của báo Lao động. Cá nhân tôi thấy Báo Lao động có nhiều thông tin chi tiết và đầy đủ hơn về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam vì chúng tôi có đội ngũ nhân lực đông và có trình độ chuyên môn được đào tạo bài bản để theo dõi hoạt động của người lao động, đặc biệt là chúng tôi có phân công phóng viên chuyên trách theo dõi ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, thường trú tại khu vực Quảng Ninh. Tuy nhiên, mặt hạn chế vẫn còn tồn tại khi một số bài viết chưa thoát ly khỏi thông cáo và chưa có nhiều bài viết phân tích sâu.”* (PVS, PL1).

Với báo Quảng Ninh, ông Nguyễn Tiến Mạnh - nguyên Tổng biên tập cũng cho biết những thành công của tờ báo này trong việc thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam: *“Thời gian qua, báo Quảng Ninh nói chung và báo điện tử nói riêng đã có nhiều chuyển biến tích cực trong công tác tuyên truyền và chuyển tải các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, góp phần phục vụ đời sống tinh thần, sức khỏe, nhu cầu tiếp nhận thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam như: là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc; là những người dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc; là những người sống đơn giản và thân thiện. Có thể nói, thời gian qua báo chí Quảng Ninh đã có nhiều nỗ lực trong việc chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.”* (PVS, PL1).

Bà Nguyễn Thị Huyền - Tổng biên tập, Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam chia sẻ nguyên nhân thành công trong việc thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là do: *“Là cơ quan ngôn luận của Ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, do đó Tạp chí Than - Khoáng sản*

Việt Nam luôn bám sát tôn chỉ, mục đích với việc tuyên truyền đa dạng và phong phú các nội dung ở nhiều khía cạnh liên quan đến Ngành, đặc biệt là tuyên truyền sâu sắc và lan toả rộng khắp thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên Tạp chí với phương châm “luôn lấy người lao động là trung tâm” trong mọi hoạt động.

Đánh giá khái quát có thể thấy thời gian qua, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản đã được khắc hoạ rõ nét với việc sử dụng đa dạng các thể loại báo chí như bài phản ánh, phóng sự ghi chép, bình luận ngắn... để làm nổi bật những thông điệp nhân văn, đặc trưng, đặc sắc về người lao động của Ngành. Trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam bản in và đặc biệt là chuyên san Thọ mỏ ngày nay được tích hợp trên trang thông tin tổng hợp của Tập đoàn vinacomin.vn, ban biên tập đều chú trọng xây dựng các chuyên mục cốt lõi để tuyên truyền thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản như: chăm lo nguồn nhân lực, “điểm tựa” cho người lao động, thọ mỏ - anh là ai?, hơi thở cuộc sống thọ mỏ, điều người lao động quan tâm, văn hoá thọ mỏ... Thông qua những bài viết ấy góp phần mang lại những hiệu quả thiết thực, không chỉ giúp dư luận thêm hiểu về hình ảnh, công việc, đời sống của người lao động ngành Than - Khoáng sản mà hơn thế còn giúp dư luận có cái nhìn “công bằng”, thấu hiểu và chia sẻ với những gian nan, vất vả, nguy hiểm những người thọ mỏ đang ngày đêm lao động hăng say trên khai trường, dưới hầm mỏ để tạo ra những tấn “vàng đen” quý giá, đóng góp đắc lực vào sự phát triển lớn mạnh trong công cuộc đổi mới đất nước.” [PVS, PL1].

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân hạn chế

- Hạn chế:

Nếu nhìn tổng thể, ngoài những thành công đã nêu trên, các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí trong thời gian qua còn bộc lộ một số hạn chế nhất định cần sớm được khắc phục như là:

Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên

các báo được chọn khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh điện tử và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) chưa thực sự hấp dẫn và thu hút được nhiều sự quan tâm theo dõi của công chúng.

Đề tài dễ bị trùng chéo hoặc 1 nhân vật tiêu biểu của đơn vị trả lời phóng vấn nhiều lần ở các tờ báo khác nhau nên họ không có hứng thú nhiều...

Các sự việc đã xảy ra khi phóng viên không trực tiếp tham dự, thường khi cần sẽ lấy hình ảnh, tư liệu thường tham khảo của đơn vị. Chất lượng ảnh, hình ảnh kém hơn sẽ ảnh hưởng đến chất lượng bài viết.

Chuyên môn ngành Than - Khoáng sản Việt Nam liên quan đến nhiều thông số kỹ thuật, số liệu nên khi chuyển tải lên các tác phẩm báo chí rất dễ bị nhàm chán, diễn đạt khó viết, bạn đọc khó hiểu.

- *Nguyên nhân hạn chế*

Công tác chỉ đạo, lập kế hoạch truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí còn chưa sát sao, kịp thời, vẫn còn tình trạng thông tin chạy theo sự kiện. Chính vì vậy, việc truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí còn mang tính bị động, chấp vá, thiếu bài bản.

Đội ngũ phóng viên chuyên viết về mảng truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn vì chưa có phóng viên chuyên sâu, chủ yếu là các phóng viên được huy động từ các mảng, sự kiện, hợp mảng nào thì viết mảng đó. Đội ngũ phóng viên còn yếu về nghiệp vụ, chưa có nhiều kiến thức về ngành và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam; chưa có phóng viên chuyên trách. Hơn thế, các báo vẫn dành một thời lượng nhỏ, không đáng kể cho mảng tin này.

Phóng viên Thu Diệp - Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam chia sẻ những khó khăn khi thực hiện truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam: “*Một trong những khó khăn tôi thường*

gặp, đó là làm sao phải tìm được đối tượng để khai thác thông tin sao cho đúng với yêu cầu đề ra. Đối tượng cần phải thực sự tiêu biểu, thực chất có chiều sâu chứ không phải chỉ ở bề nổi. Mặt khác, với đặc thù của ngành nghề là nặng nhọc nên khi chuyển tải những thông điệp tốt đẹp trên báo chí, các bài viết thường vấp phải một số ý kiến trái chiều về đặc thù nghề. Những suy nghĩ, phản hồi từ độc giả phần nhiều chưa có cái nhìn tích cực, còn chưa hiểu đúng, hiểu rõ về nghề và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam” [PVS, PL1].

Tiểu kết chương 2:

Trong chương 2 của luận văn, tác giả đã tiến hành nghiên cứu, phân tích và đánh giá từ đó nêu lên thực trạng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo thuộc diện khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh điện tử và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam). Nhìn chung các báo được khảo sát đã thể hiện được thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Về mặt nội dung, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo đưa ra được những thông điệp rất cụ thể như: người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc và có truyền thống “kỷ luật và đồng tâm”; người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc; người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là những người đạt thành quả tốt trong lao động; người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nhận được sự trợ giúp từ Công đoàn, cộng đồng, sống đơn giản và tình nghĩa.

Về cách thức thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, báo chí cũng sử dụng và khai thác tối đa ưu thế của các loại hình và thể loại báo chí như: tin, bài phản ánh, phóng sự, ghi chép, phỏng vấn...

Việc nghiên cứu, khảo sát và phân tích thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, đồng thời chỉ ra những thành công, hạn chế trong việc thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trong chương 2 sẽ là cơ sở để đến chương 3 chúng tôi đưa ra những giải pháp nâng cao chất lượng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

CHƯƠNG 3:

VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG THÔNG ĐIỆP VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG NGÀNH THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM TRÊN BÁO CHÍ

3.1. Những vấn đề đặt ra

Ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là một ngành nghề đặc thù mà người lao động trong quá trình tham gia lao động sản xuất gặp rất nhiều khó khăn, nguy hiểm rình rập. Theo thống kê báo cáo của Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV), năm 2018, toàn Ngành đã xảy ra 522 vụ tai nạn lao động, làm 289 người bị thương nặng, 217 người bị thương nhẹ... Do vậy, sức ép về việc đẩy mạnh việc chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đến với công chúng chân thực, hiệu quả để công chúng hiểu đủ và đúng về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là thách thức lớn đối với hệ thống báo chí.

Qua khảo sát thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, chúng tôi nhận thấy công tác truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí vẫn còn một số các vấn đề bất cập.

3.1.1. Số lượng, tần suất các tin, bài chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo khảo sát còn rất ít

Thông qua quá trình khảo sát, chúng tôi thu được kết quả là số lượng, tần suất tin, bài chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam chiếm rất ít trên các báo được khảo sát, đặc biệt là trên báo Lao động và báo Quảng Ninh. Chủ yếu các tin, bài chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam có số lần xuất hiện nhiều trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam vì Tạp chí phải thực hiện chức năng, nhiệm vụ của mình là cơ quan ngôn luận của ngành và tiếng nói

của cán bộ, công nhân ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Tuy nhiên, Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam lại chỉ phát hành trong nội bộ ngành, không có tính lan tỏa lớn ra bên ngoài.

Nguyên nhân của vấn đề này chính là các cơ quan báo chí chưa thực sự chú trọng và dành sự quan tâm đúng mức đến việc truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Trong việc xây dựng kế hoạch truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, các bộ phận chuyên môn của các báo có lúc không mấy mặn mà với việc đăng tin, bài để truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam vì do chủ đề này không “nóng” bằng việc cho đăng những tin, bài về chủ đề văn hóa khác hoặc dành sự ưu tiên tập trung cho lĩnh vực khác như: chính trị, kinh tế, du lịch, giáo dục,...

Mặt khác, những mặt trái, hạn chế của nền kinh tế thị trường cũng có những tác động đến hoạt động của phóng viên, biên tập viên, dẫn đến tư tưởng thích viết về những lĩnh vực khác mang lại “thu nhập” cao hơn ngoài nhuận bút. Điều đó cũng dẫn đến việc số lượng tin, bài phản ánh thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam ít hơn các bài viết về đề tài khác trên các báo trong diện khảo sát.

3.1.2. Nội dung, hình thức thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam chưa được đầu tư đổi mới

Qua khảo sát, chúng ta có thể thấy rõ một thực tế là các cơ quan báo chí chưa thực sự quan tâm và đầu tư trong cách thể hiện nội dung cũng như hình thức chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, vẫn thể hiện theo lối truyền thống, chưa có sự đổi mới, sáng tạo để tiếp cận với xu hướng phát triển của báo chí hiện đại, vì vậy chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu và thu hút được công chúng.

Thực tiễn cho thấy, dù nhận thức rõ vai trò của truyền thông thông điệp

về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đối với cuộc sống và đời sống tinh thần của người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng nhưng nội dung tuyên truyền trên lĩnh vực này vẫn chưa được đổi mới, thậm chí có nhiều nội dung chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam còn sơ sài, đơn giản, chưa nêu bật được vị trí, giá trị, tầm quan trọng của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trong việc đóng góp vào nền kinh tế chung của đất nước.

Nội dung tuyên truyền của các báo trong việc chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam còn mờ nhạt, mất cân đối thường chỉ tập trung truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam vào những tháng kỷ niệm của ngành, khi có sự cố trong quá trình lao động sản xuất của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam...

Các phóng viên, biên tập viên thường không đầu tư nhiều thời gian cho việc thể hiện, sáng tạo các tác phẩm của mình khi thực hiện các bài viết chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, nên nhiều tin, bài có nội dung na ná giống nhau về bố cục, cách triển khai vấn đề, thường chỉ sử dụng hình thức tin, bài phản ánh thông thường.

Về hình thức, chuyên trang, chuyên mục có các bài viết về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo chưa có hoặc không ổn định. Hình thức thể hiện các bài viết chủ yếu thực hiện theo các khuôn mẫu truyền thống, chưa có nhiều sự đầu tư công sức, cũng như sự sáng tạo trong cách thể hiện, chưa sử dụng linh hoạt các thể loại báo chí để nâng cao chất lượng nội dung thể hiện...

Tóm lại, cả về nội dung và hình thức các tin, bài chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam còn thiếu tính chuyên nghiệp, chưa đáp ứng được nhu cầu của công chúng,...

3.1.3. Sự phối hợp giữa ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và báo chí trong việc thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam còn hạn chế

-Cơ quan báo chí thiếu nguồn thông tin để thực hiện các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam: Điều này có nguyên do từ cả phía lãnh đạo ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và cơ quan báo chí. Trong quá trình tác nghiệp, thực tế là có nhiều cơ quan báo chí khó tiếp cận được nguồn tin từ các cơ quan chức năng cũng như từ phía lãnh đạo của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Nguyên nhân là do nhiều nơi trong ngành Than - Khoáng sản Việt Nam chưa có người phát ngôn chính thống, hoặc không sẵn sàng hợp tác, cung cấp thông tin cho báo chí, chưa chủ động phối hợp với các báo trong công tác truyền thông. Bên cạnh đó, các cơ quan báo chí chưa thực sự chủ động trong việc đề xuất kế hoạch phối hợp với ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trong công tác truyền thông về người lao động của ngành. Thiếu thông tin về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam chính là nguyên nhân dẫn đến nội dung các thông điệp nghèo nàn, không phản ánh được hết những thông điệp cần chuyển tải về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Có thể nói rằng, vẫn còn đó hiện tượng một số lãnh đạo cơ quan chủ quản (ngành Than - Khoáng sản Việt Nam) và cơ quan báo chí chưa nhận thức đúng và đầy đủ tầm quan trọng, cần thiết trong việc truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nên chưa có sự phối hợp chặt chẽ nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả của việc thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đến với công chúng bạn đọc.

Hơn nữa, hiện nay vẫn còn tồn tại ở nhiều cơ quan báo chí còn lúng túng, nhiều vấn đề gây tranh cãi, các ý kiến trái chiều trong truyền thông về các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam như:

thu nhập, việc làm, đời sống an sinh xã hội, đời sống văn hóa tinh thần...

- *Năng lực của đội ngũ phóng viên, biên tập viên các báo còn hạn chế:* số lượng phóng viên, biên tập viên về lĩnh vực này không nhiều. Có không ít phóng viên, biên tập viên, do hạn chế về kiến thức chuyên môn, sự hiểu biết về lĩnh vực kinh tế, pháp luật, người lao động nói chung và những kiến thức chuyên về lĩnh vực Than - Khoáng sản cũng như người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng nên khi viết, biên tập các tin, bài chưa hoàn toàn chính xác về thông tin, các thuật ngữ chuyên ngành khai thác than - khoáng sản... Chưa tổ chức được đội ngũ chuyên gia, nhà khoa học, cộng tác viên có kiến thức chuyên sâu về ngành và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam ổn định tham gia vào việc kiểm duyệt tin bài viết về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

3.1.4. Những vấn đề thách thức từ phía độc giả

Cùng với sự phát triển của khoa học và công nghệ tạo cho công chúng nhiều cơ hội tiếp cận với báo chí. Tiện ích của các phương tiện truyền thông mới đã góp phần tạo ra những nhóm công chúng mới với những nhu cầu ngày càng cao hơn. Cùng với việc các cơ quan báo chí đang phải tự làm mới mình từng giây từng phút để phục vụ công chúng hiệu quả hơn.

Mặt khác, công chúng hiện nay có nhiều kênh tiếp nhận thông tin. Họ đòi hỏi khả năng tương tác với tòa soạn, phóng viên, biên tập viên ngày càng cao, ngày càng thiết thực, hiệu quả hơn. Hơn nữa độc giả hiện nay đòi hỏi thông tin phải chính xác, nhanh và mới. Tính đối tượng, sự hấp dẫn và cập nhật thông tin trở thành thách thức lớn từ phía độc giả; đòi hỏi chất lượng nội dung và hình thức thể hiện tác phẩm sao cho phát huy được hết thế mạnh của báo chí hiện đại.

Nhu cầu thông tin truyền thông về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam hiện nay là cần thiết, báo chí vẫn chưa quyết liệt nhập cuộc nên chưa có chiến lược, kế hoạch truyền thông cụ thể nên dẫn đến thực

trạng truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí còn có những hạn chế nhất định. Vấn đề đặt ra đối với các cơ quan báo chí hiện nay là cần phải xác định lại vai trò, nhiệm vụ của mình để đề ra kế hoạch cụ thể phù hợp trong việc phối hợp truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Những kết luận trên đây cho thấy sự cần thiết phải có những giải pháp hữu hiệu, cụ thể nhằm nâng cao thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí trong thời gian tới.

3.2. Giải pháp nâng cao chất lượng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí

Thực hiện truyền thông về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí bằng hình thức thông điệp là một việc làm rất có ý nghĩa, mang lại hiệu quả cao, góp phần quan trọng vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng và người lao động trong tất cả các ngành nghề khác nói chung. Để nâng cao truyền thông về người lao động nói chung và thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí nói riêng, tác giả luận văn xin được đề xuất một số giải pháp như sau:

3.2.1. Tăng cường phối hợp giữa các cấp có liên quan, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và báo chí trong việc tổ chức thực hiện thông điệp

Như đã thấy, sự tác động đối với công chúng lao động nói chung và công chúng người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng về thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là rất lớn, nên chỉ cần một sai sót có thể gây ra những mâu thuẫn, tranh chấp, đình công giữa người lao động và chủ doanh nghiệp, tạo ra sự hoang mang trong xã hội, làm ảnh hưởng đến mọi mặt của đời sống kinh tế xã hội của đất nước. Do đó, việc tăng cường phối hợp giữa các cấp có liên quan, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam với các cơ quan báo chí trong việc tổ chức thực hiện

thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí là rất cần thiết:

Nghị quyết Đại hội Đảng lần VIII (1986): “*Để phát triển sức sản xuất cần phát huy khả năng của mọi thành phần kinh tế thừa nhận trên thực tế còn có bóc lột, sự phân hóa giàu nghèo nhất định trong xã hội, nhưng phải luôn quan tâm, bảo vệ lợi ích của công nhân lao động...*”. Quán triệt tinh thần đó, không chỉ những người làm công tác truyền thông về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, những người tham gia thiết kế phát hành thông điệp người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cũng đã xác định đây là một nhiệm vụ quan trọng và cấp bách trong việc phát triển kinh tế bền vững của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Thông điệp vừa là tiếng nói của những người có trách nhiệm, lương tâm trước những vấn đề liên quan đến lợi ích, quyền lợi của người lao động nói chung và công chúng người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng. Hoạt động tăng cường phối hợp giữa các cấp có liên quan, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam với các cơ quan báo chí trong việc tổ chức thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí sẽ giúp cho các thông điệp thể hiện đúng định hướng, bám sát vào mục tiêu truyền thông, và đặc biệt giúp cho các nhà hoạch định chính sách truyền thông có cái nhìn toàn diện, bao quát về quá trình sản xuất, từ đó, có những kế hoạch và biện pháp thích hợp tăng cường tính mục đích và hiệu quả thông tin, nhằm làm cho thông điệp nhận được sự ủng hộ tích cực của cả cộng đồng.

Bên cạnh đó, tăng cường sự phối hợp giữa các cấp có liên quan, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam với các cơ quan báo chí trong việc tổ chức thực hiện thực hiện thông điệp còn mang ý nghĩa thiết lập sự cân đối hài hòa giữa lực lượng các nhà chuyên môn về quản trị nhân lực và các cơ quan báo chí truyền thông trong việc cùng phối hợp thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, đồng thời cũng thúc đẩy được sự

hợp tác, phối hợp nhịp nhàng trong các khâu từ nghiên cứu công chúng đến sản xuất, thử nghiệm và phát hành thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Việc tiến hành tăng cường sự phối hợp giữa các cấp có liên quan, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam với các cơ quan báo chí trong việc tổ chức thực hiện thông điệp ngay từ khâu tiến hành nghiên cứu tài liệu, khảo sát thực tế, tổ chức sản xuất, kiểm duyệt và phát đi thông điệp, cũng như theo dõi thông tin phản hồi từ công chúng để hạn chế tối đa hiện tượng thông điệp phát đi chưa chính xác hoặc kém chất lượng, không hiệu quả, từ đó có những biện pháp thích hợp và kịp thời xử lý.

Sự tăng cường phối hợp giữa các cấp có liên quan, ngành Than - Khoáng sản Việt Nam với các cơ quan báo chí trong việc tổ chức thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí là nhằm tạo ra một hành lang thông thoáng, một chỗ dựa vững chắc cho hoạt động chuyên môn, đảm bảo nguồn thông tin cần thiết, đúng, đủ để thực hiện các tin bài chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam; từ đó nâng cao chất lượng và hiệu quả của thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

3.2.2. Đổi mới nội dung và hình thức thể hiện tác phẩm báo chí truyền thông

3.2.2.1. Về nội dung thông điệp

Cũng giống như bất kỳ một sản phẩm thông tin báo chí nói chung, chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí nói riêng cần phải có những nội dung thông điệp đặc sắc và hấp dẫn, phù hợp với khả năng tiếp nhận của công chúng nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng. Việc lựa chọn những thông điệp có ý nghĩa xã hội, phục vụ đúng đối tượng, đúng mục đích là điều hết sức cần thiết. Để tránh những sai sót, lệch lạc trong việc thiết kế và phát hành thông điệp đến với cộng đồng, cũng như tăng cường chất lượng của sản

phẩm, thì sản phẩm cần được đảm bảo những tiêu chí về thông tin như sau:

Thứ nhất là thông điệp phải phù hợp với đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước cũng như mục tiêu tuyên truyền về người lao động nói chung của Tổng Liên đoàn Lao động đặt ra.

Thứ hai là thông điệp phải phù hợp với trình độ nhận thức của các đối tượng công chúng khác nhau.

Thứ ba là thông điệp phải rõ ràng, tuyệt đối chính xác, không được bóp méo và làm sai lệch thông tin.

Thứ tư là thông điệp phải đặc sắc và hấp dẫn, luôn bám sát với các nội dung xoay quanh người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Thứ năm là thông tin điệp phải khách quan, dựa trên những cơ sở khoa học vững chắc và tạo được niềm tin trong cộng đồng.

Thứ sáu là thông điệp phải đạt hiệu quả xã hội, có ý nghĩa xã hội và mang tính lợi ích cho cộng đồng chung.

Và đặc biệt lưu ý không nên gộp quá nhiều thông điệp vào cùng một chủ đề để công chúng dễ tiếp nhận và ghi nhớ được thông điệp đưa ra. Ví dụ như cùng một thông tin thể hiện thông điệp về kiến thức chuyên môn và luôn sáng tạo trong công việc của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, người thiết kế thông điệp về mảng nội dung này có thể tách ra thành nhiều chủ đề, mỗi chủ đề là một thông điệp khác nhau. Điều này vừa giúp công chúng tiện theo dõi và có điều kiện thẩm định lại thông tin, vừa giúp cho các nhà thiết kế thông điệp có cái nhìn sâu sắc hơn về nội dung để tìm ra các hình thức thể hiện thích hợp.

Ngoài ra, các cơ quan báo chí (đặc biệt là các báo chí có liên quan đến người lao động) cần chú ý đến việc mở các chuyên trang, chuyên mục về người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản nói riêng.

3.2.2.2. Về hình thức thể hiện thông điệp

Đối với một thông điệp mang tính chất tuyên truyền, phổ biến và định

hướng cho quần chúng thì hình thức là một yếu tố hết sức quan trọng, nó có vai trò tương tự như diễn xuất của một ca sĩ trên sân khấu. Do vậy, cho dù mang nội dung thông điệp hay, bổ ích nhưng lại chưa hấp dẫn, sinh động về hình thức thể hiện thì thông điệp giống như một người ca sĩ hát hay nhưng lại không biết diễn xuất, khó có tác động như mong đợi của công chúng.

Xét từ góc độ chuyên môn và trên cơ sở tham khảo ý kiến của các chuyên gia và độc giả của báo chí, chúng tôi xin đưa ra một số tiêu chí về hình thức thông điệp người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí như sau:

Thứ nhất là thông điệp đó phải đa dạng về hình thức thể loại báo chí. Điều này vừa giúp công chúng được tiếp nhận thông điệp một cách sâu sắc qua nhiều cách thể hiện, lại vừa tạo điều kiện cho phóng viên phát huy tích cực tính sáng tạo trong nghề nghiệp chuyên môn của mình, đồng thời thấy được vai trò, trách nhiệm của mình trước công chúng.

Ngôn ngữ của bài viết thường là thể hiện rõ tính chất thông báo. Do đó, nó thường sẽ phải đơn giản, trực tiếp, cụ thể, không có tính hình tượng, không giàu cảm xúc và cũng hầu như không có sự trau chuốt về câu chữ (như ngôn ngữ trong phóng sự, ký sự...).

Sapo (đoạn mở đầu hoặc câu văn mở đầu) của tin bài có khả năng tóm tắt toàn bộ nội dung thông điệp, phải thông báo ngay được điều quan trọng nhất, chủ yếu nhất của sự kiện mới. Đoạn này thường ngắn gọn nhưng phải chứa đựng được những chi tiết, số liệu, tính chất.

Thân bài phải nêu lên được các chi tiết, số liệu bổ sung nhằm làm sáng tỏ những điều đã được nêu rõ ở phần mở đầu.

Thứ hai là cần phải tăng cường nhiều hình ảnh minh họa đẹp, phù hợp với nội dung cho các thông điệp trên các ấn phẩm báo chí. Bố trí tít chính, tít phụ, sapo, box, chú thích.... hài hòa, nhất quán trên các báo trong một số báo.

Bên cạnh đó, việc sử dụng ngôn ngữ uyển chuyển, sáng tạo và ngắn

gọn, dễ nhớ, dễ hiểu... Để thông điệp đưa ra được lập luận một cách thuyết phục, những lí lẽ được công chúng chấp nhận..

Thứ ba là thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí phải vừa mang tính hiện đại, vừa thể hiện được bản sắc văn hóa dân tộc, đặc biệt là bản sắc văn hóa của những đối tượng mà thông điệp hướng tới nhiều nhất.

Thứ tư là muốn nâng cao chất lượng thông điệp, các nhà truyền thông về nhân lực, lao động xã hội và các nhà thiết kế thông điệp phải thường xuyên theo dõi dư luận và lắng nghe có chọn lọc những thông tin phản hồi từ phía khán giả để kịp thời điều chỉnh, bổ sung những yếu tố cần thiết phục vụ đúng nhu cầu của công chúng.

Nói tóm lại, nội dung và hình thức thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là hai yếu tố vô cùng quan trọng luôn gắn bó mật thiết với nhau trong bất kỳ một tác phẩm báo chí nào. Trong đó, hình thức giúp cho nội dung thông điệp thêm phần hấp dẫn và nội dung thông điệp cũng chính là khởi nguồn cho sự sáng tạo ra hình thức thể hiện. Đối với việc thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí thì sự hòa quyện một cách nhuần nhuyễn, hài hòa hợp lí giữa nội dung và hình thức thể hiện sẽ tạo ra một hiệu quả đáng kể trong ý thức và trí tưởng tượng của công chúng, thuyết phục được công chúng, mang đến sự thành công cho hoạt động truyền thông.

Theo chúng tôi thì sự phù hợp giữa nội dung và hình thức thông điệp cần được gắn với những nguyên tắc cụ thể như: thông điệp phải thu hút sự chú ý của cộng đồng, tác động vào lí trí và tình cảm của đối tượng. Thông điệp phải rõ ràng, dễ nhớ, dễ hiểu. Thông điệp phải nâng cao niềm tin của cộng đồng. Thông điệp phải có sức mạnh kêu gọi cộng đồng tham gia tích cực vào việc bảo vệ quyền lợi của người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng. Đồng thời, thông điệp cũng

phải kiên định và nhất quán đối với những tiêu chí đặt ra.

Tuy nhiên, cần lưu ý là sự kết hợp giữa nội dung và hình thức của thông điệp cho dù đạt đến mức hoàn hảo thì cũng mới chỉ thành công bước đầu trước khi nó đến được với công chúng thông qua báo chí truyền thông.

3.2.2.3. Về kết cấu thông điệp

Khảo sát các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được khảo sát (báo Lao động in, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) trong thời gian từ 01/2018- 12/2018 chúng tôi nhận thấy thường có kết cấu cơ bản như sau: 1. Giới thiệu vấn đề; 2. Giải quyết vấn đề; 3. Kết luận kêu gọi hành động.

Chúng ta biết rằng mỗi thông điệp đều có đời sống riêng qua một quá trình phát sinh, xuất hiện, phát triển, chín muồi và sau đó kết thúc. Những thông điệp mà nhiều người quen biết có thể làm giảm hoặc làm mất đi tính hấp dẫn cần tạo ra thông điệp mới hoặc về nội dung, hình thức cũng như kết cấu. Cho nên, trong quá trình truyền thông phải kiểm tra, theo dõi tác động của thông điệp tới đối tượng, nhận sự phản hồi từ đối tượng, điều chỉnh những thông điệp cũ cho phù hợp hơn.

Theo chúng tôi, để có những hình thức phong phú và hấp dẫn độc giả báo chí, thì cần phải có sự mạnh dạn sáng tạo thay đổi về kết cấu, hay nói cách khác là phải có sự đột phá về kết cấu tác phẩm. Hơn nữa sự tìm tòi sáng tạo ra những cách thức mới luôn đem lại hiệu quả cao trong hoạt động chuyên môn cũng như khả năng tiếp cận với công chúng báo chí truyền thông. Tương tự như quảng cáo trên các phương tiện truyền thông đại chúng, đối với thông điệp về bảo vệ quyền lợi người công nhân, sự mới lạ cũng là yếu tố hấp dẫn đối với độc giả và làm sinh động thêm hình thức truyền thông.

Ở thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí cũng vậy, không nhất thiết phải trung thành với một kiểu kết cấu duy nhất như chúng tôi đã nêu trên (bao gồm: giới thiệu vấn đề; giải quyết

vấn đề; kết luận kêu gọi hành động) mà nhiều khi cần phải có sự thay đổi cho phù hợp với từng nội dung. Theo chúng tôi, trong một số trường hợp có thể sử dụng kiểu kết cấu sau: nêu khẩu hiệu hành động (kết luận), sau đó giải thích tại sao chúng ta phải hành động như vậy (giải quyết vấn đề).

Thực tế cho thấy, thông điệp sẽ hiệu quả hơn khi kết cấu chỉ giới hạn trong một ý tưởng hay tập trung vào một vấn đề riêng biệt và liên quan đến một số đối tượng nhất định. Ngoài ra, cần phải đảm bảo các yếu tố như: phù hợp với văn hóa, phù hợp với tình huống và đặc điểm tâm lý người đọc, có nhiều kiểu dáng đặc trưng riêng và không quá tải thông tin.

3.2.3. Nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhà báo viết về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam

Trên một bình diện khác, chất lượng, hiệu quả của thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí xét cho cùng phụ thuộc vào chất lượng phóng viên thiết kế các thông điệp này. Hiện tại, số lượng người tham gia thiết kế thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí còn ít. Nhìn tổng thể, lực lượng này vẫn còn một số hạn chế sau đây:

Thứ nhất là đội ngũ này chưa được đào tạo cơ bản về kỹ năng truyền thông về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam mà chủ yếu làm việc theo kinh nghiệm và kiến thức học hỏi được một cách chắp vá.

Thứ hai là đội ngũ này chưa thực sự biết cách tổ chức thực hiện từng khâu thiết kế sao cho hợp lí, ổn định và điều quan trọng là đảm bảo được tính chuyên môn cao.

Thứ ba là đội ngũ này hầu hết chưa có kiến thức phối hợp ở mức độ cần thiết, chẳng hạn như người làm báo không hiểu sâu về kiến thức khai khoáng, quản lý nhân lực....

Thứ tư là yếu tố đạo đức nghề nghiệp nhiều khi còn bị xem nhẹ cho nên đã dẫn tới tình trạng sử dụng hình ảnh và ngôn ngữ mang tính miệt thị gây

ảnh hưởng tới hiệu quả công tác truyền thông.

Trong điều kiện như trên, để nâng cao chất lượng đội ngũ phóng viên, biên tập viên, những người chuyên thiết kế thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí cần phải giải quyết các vấn đề như:

Muốn có sự kết hợp cân đối, ổn định và chính xác giữa pháp luật, hành chính và báo chí truyền thông, nhằm tạo nên một hình thức thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí có sức sống lâu bền và hiệu quả thì việc tổ chức các lớp tập huấn những kỹ năng làm thông điệp phải được tiến hành một cách bài bản và duy trì thường xuyên.

Trong tập huấn nâng cao nghiệp vụ, cần có sự tham gia của các thành phần như: cán bộ làm công tác truyền thông về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam; các phóng viên, biên tập viên là những người chuyên thiết kế thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí; các chuyên gia về pháp luật, nhà quản lý và các lãnh đạo cơ quan truyền thông của trung ương, địa phương cùng các ngành liên quan.

Cần thường xuyên nghiên cứu tài liệu, trao đổi học hỏi kinh nghiệm làm thông điệp truyền thông của các nước trên thế giới, từ đó căn cứ vào thực tế ở Việt Nam hình thành những giáo trình hướng dẫn về kỹ năng cơ bản cho hoạt động này.

Trong điều kiện việc sáng tạo của các loại hình truyền thông nhằm thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đang chịu sự tác động lớn các kiến thức về chuyên ngành, cho nên, nhất thiết phải có sự đào tạo chuyên biệt, một sự đào tạo có hệ thống, bao gồm những kiến thức về lí luận truyền thông, truyền thông về thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, trang bị những kiến thức, hiểu biết về ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và người lao động của ngành cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên nhằm đẩy lùi hiện tượng có những nhìn

nhận phiếu điện, không hiểu biết đầy đủ khi những người không có kiến thức chuyên môn làm việc trong lĩnh vực này.

Cần nâng cao phẩm chất đạo đức, ý thức trách nhiệm đối với những người tham gia thiết kế thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Người tham gia thiết kế thông điệp về người lao động ngành Than – Khoáng sản Việt Nam cần phải tạo được niềm tin cho công chúng bằng sự cống hiến hết mình cho sự nghiệp. Sự cống hiến đó được thể hiện như: có năng lực chuyên môn cao; quan hệ giao tiếp tốt với các đối tượng trong cộng đồng; tôn trọng ý kiến của công chúng; biết lắng nghe và biết cách chọn lọc những thông tin phản hồi; có lòng say mê kiên trì với nghề nghiệp; chịu khó tìm tòi sáng tạo cái mới trong cách thể hiện; có tinh thần tập thể trong hoạt động nghề nghiệp; cương quyết đấu tranh chống lại các khuynh hướng đi ngược với lợi ích của người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng.

Những phóng viên, biên tập viên là những người tham gia trực tiếp vào thiết kế sản xuất thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam phải chịu trách nhiệm về sản phẩm của mình trước toàn xã hội, trước các nhân vật của các bài báo được viết ra, trước đồng nghiệp và chính bản thân mình.

Không bao giờ được phép có thái độ thờ ơ, lạnh nhạt, vô cảm, tự cao, xem thường ý thức cộng đồng - công chúng báo chí. Phải thể hiện được những phẩm chất đạo đức như: dễ gần, dễ giao tiếp, hiểu rõ được đối tượng, phản ứng nhanh, biết thu hút sự chú ý, có khả năng làm việc trong những điều kiện khó khăn, có tinh thần ngăn nắp, làm việc khoa học và bên cạnh đó là tâm lý ổn định trong hoạt động nghiệp vụ.

Phóng viên, biên tập viên dù chỉ hoạt động trong môi trường truyền thông về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cũng không thể chỉ bó hẹp kiến thức của mình trong lĩnh vực này mà cần phải vươn ra nhiều

lĩnh vực khác nhau để hiểu rõ được mọi tình huống của cuộc sống cộng đồng cũng như hiểu rõ được nhiều khía cạnh của cùng một hiện tượng.

Trong thiết kế, sản xuất thông điệp, trách nhiệm của phóng viên, biên tập viên luôn được đặt lên hàng đầu. Để hoàn thành trách nhiệm đó, các phóng viên, biên tập viên cần chú ý các điểm sau:

Thứ nhất là phải luôn đề cao tính xác thực của mỗi thông tin trong thông điệp (ở cả thông tin lời nói và thông tin về hình ảnh), tính đầy đủ của các sự việc và lập trường không định kiến của tác giả. Chỉ công bố những thông tin xuất xứ từ các nguồn đáng tin cậy. Nếu có sự hoài nghi về tính xác thực của thông tin thì không nên đưa ra hoặc phải có sự kiểm chứng.

Thứ hai là cần tôn trọng và tuân thủ tính chất bất khả xâm phạm của đời tư. Không cho phép thu thập và sử dụng những thông tin, hình ảnh về đời tư của một cá nhân mà không có sự đồng ý của cá nhân ấy.

Thứ ba là người làm truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí nên hướng đến sự trong sáng, tính chính xác và tính hình tượng của ngôn ngữ tiếng Việt, không sử dụng những từ ngữ không chuẩn mực và không sử dụng tiếng lóng...

3.2.4. Coi trọng và thường xuyên nghiên cứu nhu cầu công chúng

Công chúng luôn là mối quan tâm sâu sắc nhất của bất kỳ cơ quan thông tin đại chúng nào. Để có được thông điệp mang lại hiệu quả cao, đáp ứng được nhu cầu bức thiết của xã hội trong việc thực hiện thông điệp về người lao động nói chung và người người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng, ngoài việc xác định phương hướng nhiệm vụ và mục tiêu truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cần coi trọng và thường xuyên nghiên cứu nhu cầu công chúng, thiết lập mối quan hệ gắn gũi với công chúng để việc tổ chức thực hiện thông điệp truyền thông người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam mang lại ý nghĩa xã hội như mong đợi.

Xác định công chúng là chiếc cầu nối bền vững với công tác truyền thông, trên cơ sở đó, nắm bắt được phong tục, tập quán, thói quen cộng đồng, đặc điểm ngôn ngữ, địa lí và tâm tư, nguyện vọng của họ để có những phương hướng và kế sách vẹn toàn cho vấn đề tổ chức và thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam một cách đạt hiệu quả cao nhất.

Việc thường xuyên nghiên cứu nhu cầu công chúng sẽ giúp báo chí mang lại những thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam phù hợp với trình độ, nhận thức của các đối tượng công chúng, tránh được sự xa rời nhu cầu của công chúng.

Mặc dù thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam có nhiệm vụ phục vụ quyền và lợi ích của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam và vì thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam bao gồm rất nhiều nội dung (như đã khảo sát ở chương 2 của luận văn) cho nên cần phải xây dựng đa dạng các nội dung thông điệp. Vì vậy, trong quá trình xây dựng thông điệp cần phải có những bước nghiên cứu về đối tượng (về trình độ, giới tính, phong tục, tập quán....) để hiểu rõ đặc điểm, nhu cầu thông tin của họ, từ đó, có những biện pháp lựa chọn thích hợp để thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Sự gần gũi, nắm rõ nhu cầu của công chúng độc giả báo chí giúp cho thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam đến gần hơn với cộng đồng, để họ có cái nhìn đúng, đủ và toàn diện hơn về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Nghiên cứu nhu cầu công chúng và thiết lập mối quan hệ gần gũi với họ cũng bao hàm cả việc tìm ra biện pháp, cách thức làm cho thông điệp ngày càng trở lên sinh động và hấp dẫn, mang lại hiệu quả truyền thông cao. Thiếu điều này, việc truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí sẽ khó thu được kết quả tốt. Trước hết, đó là tìm được những kênh truyền thông phù hợp, những nội dung và hình thức

hấp dẫn tương thích với tầm nhận thức của công chúng nói chung. Chỉ có những thông điệp như vậy mới có sức thuyết phục đối với công chúng và mới có khả năng khuyến khích những quan điểm đúng đắn, thay đổi những quan điểm chưa đúng hay cái nhìn lệch lạc của họ về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Đối với phóng viên, biên tập viên là những người trực tiếp tham gia thiết kế thông điệp, thông tin phản hồi của công chúng sẽ giúp cho họ có định hướng tốt hơn trong việc tìm kiếm thông tin, thỏa mãn sự quan tâm và nhu cầu của công chúng. Mặt khác, qua nghiên cứu công chúng, phóng viên có sự đánh giá được công việc của chính mình, nhận ra được mặt mạnh, mặt yếu để có sự điều chỉnh theo chiều hướng tích cực.

3.3. Kiến nghị

Để góp phần nâng cao chất lượng thông điệp về người lao động Ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí Việt Nam hiện nay, tác giả luận văn xin đưa ra một số kiến nghị sau đây:

3.3.1. Đối với cơ quan quản lý báo chí và lãnh đạo ngành Than - Khoáng sản Việt Nam

-Với cơ quan quản lý báo chí: Không ngừng nâng cao năng lực lãnh đạo của Đảng và hiệu lực quản lý Nhà nước đối với công tác báo chí. Nhất là trong việc định hướng phát triển, định hướng thông tin, công tác cán bộ, từ đó các cơ quan quản lý báo chí chỉ đạo, định hướng hoạt động theo đúng tôn chỉ, mục đích, chức năng và nhiệm vụ của cơ quan báo chí và nhà báo.

Cần tăng cường vai trò của báo chí trong việc xây dựng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Bên cạnh những thông điệp mang tính tích cực về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam vẫn có những những thông điệp mang tính tiêu cực, chưa phản ánh đúng thực tế do đó người làm báo phải phản ánh đúng vấn đề, cần phải cân nhắc trong khi xây dựng ý tưởng các thông điệp về người lao động ngành Than -

Khoáng sản Việt Nam cho công chúng.

Hội Nhà báo Việt Nam phải căn cứ vào các quy định của Luật Báo chí 2016 và tổng hợp kết quả lấy ý kiến xây dựng các quy định mới về đạo đức nghề nghiệp của người làm báo Việt Nam, trong đó cần có quy định đặc thù cho nhà báo tác nghiệp về người lao động nói chung và về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng.

-Với lãnh đạo ngành Than - Khoáng sản Việt Nam: về phía lãnh đạo của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, cần có sự chỉ đạo, giao nhiệm vụ cụ thể cho bộ phận đảm nhận công tác truyền thông của ngành trong việc chủ động phối hợp với các cơ quan báo chí để làm tốt việc tuyên truyền về hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói chung và về người lao động của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng đến với đông đảo công chúng báo chí.

Bộ phận đảm nhận công tác truyền thông của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cần xây dựng được kế hoạch truyền thông về hình ảnh người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cụ thể với các chủ đề theo tháng, quý, năm và cả kế hoạch dài hơi hơn. Sau khi được sự đồng ý từ phía lãnh đạo ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, bộ phận đảm nhận công tác truyền thông sẽ chủ động phối hợp với các cơ quan báo chí để cùng hỗ trợ nhau thực hiện sao cho đạt hiệu quả cao nhất.

Lãnh đạo ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cần có quy chế đãi ngộ cũng như những quy định cụ thể về quyền và trách nhiệm của cả cơ quan báo chí và ngành Than - Khoáng sản Việt Nam thông qua hợp đồng ký kết giữa hai bên trong việc phối hợp thực hiện tuyên truyền về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

3.3.2. Đối với tòa soạn báo chí

Cơ quan báo chí cần có chiến lược đào tạo đội ngũ nhà báo chuyên nghiệp có kỹ năng báo chí về người lao động nói chung và về người lao động

ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng. Việc đào tạo này cần phải được các cơ quan báo chí tổ chức thường xuyên.

Lãnh đạo các cơ quan báo chí, các trưởng phòng, trưởng ban phụ trách mảng đề tài về người lao động nói chung và về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng phải quán triệt đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước về người lao động nói chung và về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng để từ đó có định hướng viết bài hoặc hướng vào tuyên truyền những chủ đề phù hợp cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên.

Cần thực hiện tốt chính sách đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, thu hút thêm những người có năng lực, trình độ bổ sung vào đội ngũ nhân sự. Trong đó, cơ quan báo chí cần đặc biệt ưu tiên lựa chọn những người đã từng được đào tạo kỹ năng báo chí về người lao động nói chung và về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng để đảm nhiệm viết bài về mảng đề tài này.

Cần có chính sách ưu đãi (khen thưởng, nhuận bút) dành cho những nhà báo có tác phẩm hay, có chất lượng, phản ánh được những vấn đề nổi bật về đề tài người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam; xử lý nghiêm khắc đối với những trường hợp đưa tin bài không chính xác, sử dụng hình ảnh về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam vi phạm và ảnh hưởng đến danh dự, nhân phẩm, tổn thất của các cá nhân ấy.

Cần xây dựng, hoàn thiện các nguyên tắc trong việc thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam một cách nghiêm túc. Lãnh đạo các cơ quan báo chí cần thường xuyên rà soát, kiểm soát chặt chẽ những bài viết thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Nếu phát hiện ra những sai sót, vi phạm trong các bài viết thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam hoặc bị độc giả phản hồi lại là chưa đúng, chưa chính xác thì phải kịp thời xử lý theo từng mức độ là đính chính, bổ sung, xin lỗi hoặc kiên quyết gỡ bài có sai

sót, vi phạm nghiêm trọng; quy trách nhiệm người vi phạm đồng thời xử lý nghiêm minh. Cần có sự kiểm duyệt nghiêm túc, đầy đủ về nội dung và hình thức các tin, bài thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trước khi phát hành. Cần có sự đổi mới nội dung và đa dạng về hình thức các chuyên trang, chuyên mục, tin bài thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Ông Trần Danh Chúc - Chủ tịch Liên đoàn Lao động tỉnh Quảng Ninh cho rằng: *“Theo tôi, các cơ quan báo chí Việt Nam cần thường xuyên đổi mới nội dung và hình thức thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn của công chúng, độc giả. Báo chí Việt Nam cần thay đổi cách thiết kế sao cho phù hợp, câu chữ ngắn gọn dễ nhớ, dễ hiểu; cần tăng cường lời bình và những hình ảnh gần gũi và sinh động hơn nữa.”* [PVS, PL1].

Các cơ quan báo chí cần xây dựng bộ quy tắc đạo đức khi tác nghiệp để chuyển tải các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đối với đội ngũ phóng viên, biên tập viên và thường xuyên bồi dưỡng, kiểm tra, đánh giá thực hiện.

Các cơ quan báo chí cũng cần kết hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông, Hội Nhà báo đầu tư kinh phí tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng nghiệp vụ về chuyên môn báo chí nói chung và nghiệp vụ báo chí viết về người lao động nói riêng cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên tại các trường Đại học, Học viện, Trung tâm đào tạo báo chí chuyên nghiệp.

Cần nghiên cứu xã hội để nắm bắt sự phản hồi và nhu cầu thông tin về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Quan tâm hơn đến việc lắng nghe ý kiến phản hồi của công chúng.

Xây dựng, bồi dưỡng mạng lưới cộng tác viên trong toàn quốc để kịp thời phản ánh những sự kiện, vấn đề có liên quan đến thực hiện thông điệp về lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

3.3.3. Đối với đội ngũ phóng viên, biên tập viên

Để thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đạt hiệu quả cao, việc xây dựng một đội ngũ phóng viên, biên tập viên có kỹ năng viết về người lao động nói chung và về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng là rất cần thiết.

Nhà báo có kỹ năng báo chí về người lao động nói chung và về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng là nhà báo có đủ những kiến thức về chuyên môn, về nghiệp vụ báo chí, có những hiểu biết, nhận thức về các vấn đề cơ bản liên quan đến người lao động nói chung và về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng.

Để thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên tác phẩm báo chí một cách hiệu quả, nhà báo phải quyết định chọn lựa nội dung và hình thức sử dụng một cách hợp lý. Nhà báo cần xem xét cẩn thận việc lựa chọn chi tiết, thông tin; việc sử dụng từ ngữ, ngôn ngữ để diễn đạt; bên cạnh đó là sự trôi chảy, hài hòa trong hình thức trình bày thông qua trình tự sắp xếp thông tin, thể hiện thông tin...

Nhà báo cần sử dụng chính xác các thuật ngữ về ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, khi nào thì dùng những ngôn từ này và có sự cân nhắc mức độ sử dụng trong các hoàn cảnh khác nhau. Kỹ năng sử dụng ngôn từ, văn phong trôi chảy, mạch lạc, tường minh về nghĩa là các yếu tố cơ bản mà nhà báo cần phải chú trọng.

Các phóng viên, biên tập viên cần không ngừng học tập nâng cao kỹ năng nghiệp vụ báo chí. Đặc biệt đối với những phóng viên, biên tập viên phụ trách thực hiện tin bài chuyên tải các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cần phải tìm hiểu sâu sắc và kỹ hơn về các văn bản pháp luật về quyền và lợi ích người lao động; về kinh tế nói chung và tình hình hoạt động của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Ngoài ra, nhà báo cũng cần chú ý đến đạo đức nghề nghiệp báo chí khi thực hiện viết về người

lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Phóng viên Thu Diệp - Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam chia sẻ quan điểm về việc nâng cao chất lượng các bài viết chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cần phải: *“Muốn nâng cao chất lượng các bài viết chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, trước hết, bản thân mỗi phóng viên phải không ngừng trau dồi kiến thức, kỹ năng nghề một cách nghiêm túc, thuần thực. Bên cạnh đó, bằng khả năng phát hiện nhân tố, đề tài để tìm ra những dẫn chứng, những lập luận chặt chẽ về thông điệp mình muốn nêu lên. Song song đó, việc duy trì liên hệ, bám sát cơ sở để không ngừng tìm kiếm những con người, những sự việc tiêu biểu mang tính đặc trưng về ngành nghề cũng rất quan trọng. Thêm nữa là cần phải có định hướng tuyên truyền thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí theo thời kỳ, thời điểm sao cho phù hợp với tình hình sản xuất của ngành để các báo và đội ngũ phóng viên bám sát thực hiện.”* [PVS, PL1].

Tóm lại, đối với vấn đề thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, nhà báo cần thể hiện sự tôn trọng đối với người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, tăng cường sự tiếp cận, tìm hiểu trực tiếp với người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng, đồng thời cần thực hiện nghiêm túc các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp, mà trong đó trên hết là không đưa ra những ý kiến chủ quan, phiến diện của cá nhân hoặc những thông tin chưa được kiểm chứng chính xác về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam vào những bài viết để chuyển tải đến công chúng.

Tiểu kết chương 3:

Sau khi phân tích, đánh giá hiệu quả, hạn chế của thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí như: công tác truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đòi hỏi ngày càng cao nhưng năng lực của cơ quan báo chí còn hạn chế; số lượng phóng viên, biên tập viên về lĩnh vực này còn hạn chế; có không ít phóng viên, biên tập viên, do hạn chế về kiến thức chuyên môn, sự hiểu biết về ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, người lao động của ngành...; các cơ quan báo chí chậm đổi mới về nội dung, phương thức chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cho nên chưa thu hút được công chúng. Vì vậy, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí hiện nay, mặc dù đã được quan tâm đến nhưng hiệu quả vẫn chưa thực sự như mong muốn.

Từ những vấn đề đặt ra trên đây, chúng tôi đã đưa ra những giải pháp nâng cao chất lượng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí trong thời gian tới như: tăng cường phối hợp với các cấp, các ngành trong việc tổ chức thực hiện thông điệp; đổi mới nội dung và hình thức thể hiện tác phẩm báo chí truyền thông; nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhà báo viết về người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng; coi trọng và thường xuyên nghiên cứu nhu cầu công chúng...

KẾT LUẬN

Trong thời đại ngày nay, không một khía cạnh nào của sự phát triển kinh tế - xã hội có thể tách rời hoạt động truyền thông. Ở một chừng mực nhất định, sự phát triển của hoạt động truyền thông, trong đó có báo chí và vai trò của nó là thước đo của sự phát triển xã hội. Điều kiện kinh tế - xã hội ngày càng phát triển, nhu cầu thông tin, nhu cầu chia sẻ thông tin của các nhóm xã hội ngày một cao hơn. Đối với vấn đề truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí hiện nay cũng vậy, truyền thông là tác nhân quan trọng nâng cao nhận thức của cộng đồng.

Mặc dù thời gian nghiên cứu có hạn, tài liệu xung quanh vấn đề còn ít, nhưng bằng cách tiếp cận với lý thuyết và khảo sát thực tế, bằng sự trải nghiệm của bản thân sau nhiều năm gắn bó với thực tiễn truyền thông nói chung và các chuyên mục về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng, chúng tôi đã cố gắng hoàn thành những mục tiêu mà luận văn đã đề ra.

Thứ nhất, luận văn cố gắng làm rõ những khái niệm về truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí trên cơ sở xuất phát từ thực tế thiết kế và sản xuất các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí; quan điểm của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước và chức năng bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng cho người lao động của báo chí. Đồng thời, bước đầu khẳng định vai trò và nhiệm vụ của báo chí trong chuyển tải thông điệp về người lao động trên báo chí; và một số tiêu chí đánh giá hiệu quả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

Thứ hai là qua khảo sát thực trạng thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên các báo được khảo sát (báo Lao động, báo Quảng Ninh và Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam) thời gian từ tháng 1/2018-12/2018, đồng thời qua nghiên cứu các ý kiến đánh giá của các lãnh

đạo Liên đoàn Lao động, lãnh đạo và phóng viên, biên tập viên các báo thực hiện khảo sát về chất lượng thông điệp này, luận văn đã chỉ ra bài học kinh nghiệm từ những thành công và hạn chế trong việc chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí.

Hoạt động truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là một vấn đề không mới mẻ nhưng lại hết sức quan trọng. Do vậy, nếu thiếu sự cẩn trọng trong việc thiết kế, chuyển tải thông điệp sẽ khiến cho những thông điệp trở nên một chiều, tẻ nhạt, kém sức hấp dẫn đối với công chúng nói chung và nhóm đối tượng công chúng là người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng.

Hiện tại, nội dung thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí mới chỉ được xây dựng kế hoạch theo từng tháng, từng thời điểm thích hợp, chứ chưa có kế hoạch và định hướng dài hạn. Thêm vào đó, phong cách làm việc chủ yếu là việc vận dụng kinh nghiệm một cách máy móc đã làm cho thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí không thể có chất lượng như mong muốn.

Công tác quản lý, tổ chức, chỉ đạo sản xuất thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cũng như phân công theo dõi thông tin phản hồi từ phía công chúng còn chưa được chú trọng quan tâm và còn nhiều bất cập cho nên nhiều khi thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam xuất hiện trên các báo một cách thiếu khoa học và chưa đạt hiệu quả cao.

Đội ngũ những người tham gia thiết kế thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam chưa được trang bị một cách hệ thống những kiến thức cần thiết về lĩnh vực truyền thông về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cũng như những kiến thức chuyên sâu về pháp luật. Điều này khiến họ gặp nhiều khó khăn trong công việc, thường bị lúng túng trước những vấn đề nhạy cảm, mới nảy sinh.

Thứ ba là trong phạm vi nghiên cứu của mình, chúng tôi đã đưa ra một số đề xuất nhằm nâng cao chất lượng hiệu quả truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, trong đó tập trung vào các giải pháp và kiến nghị chủ yếu sau: tăng cường phối hợp với các cấp, các ngành trong việc tổ chức thực hiện thông điệp; đổi mới nội dung và hình thức thể hiện tác phẩm báo chí truyền thông; nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhà báo viết về người lao động; coi trọng và thường xuyên nghiên cứu nhu cầu công chúng.

Thứ tư là từ những luận điểm và kết luận, thiết nghĩ, mới chỉ là những kết quả khảo sát bước đầu, chắc chắn còn chưa thỏa mãn tất cả những yêu cầu đối với một công trình nghiên cứu khoa học. Vì vậy, chúng tôi rất mong được các nhà nghiên cứu, hội đồng chấm luận văn và các thầy cô giáo, cùng các bạn đồng nghiệp đóng góp ý kiến để chúng tôi có hướng nghiên cứu bổ sung, hoàn thiện đề tài, làm cho nó có ý nghĩa lí luận và thực tiễn cao hơn, phục vụ hiệu quả công tác truyền thông về người lao động nói chung và truyền thông thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí nói riêng.

Thứ năm là sau khi nghiên cứu đề tài luận văn này, tác giả luận văn cũng đã rút ra cho mình những kinh nghiệm trong việc tiếp cận với phương pháp triển khai, nghiên cứu một vấn đề khoa học. Đây cũng sẽ là bài học bổ ích để tác giả vận dụng vào việc tổng kết thực tiễn, rút ra kinh nghiệm mới, nhằm không ngừng hoàn thiện kỹ năng nghiệp vụ, nâng cao chất lượng hiệu quả công việc của bản thân.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Anh (2003), *Một số vấn đề sử dụng ngôn ngữ báo chí*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.
2. Ban chấp hành Trung ương (1997), *Chỉ thị số 22-CT/TW của Ban Chấp hành Trung ương về tiếp tục đổi mới và tăng cường sự lãnh đạo, quản lý báo chí xuất bản*.
3. Ban chấp hành Trung ương (2007), *Nghị quyết hội nghị lần thứ 5 của Ban chấp hành Trung ương khóa X về công tác tư tưởng, lý luận báo chí trước yêu cầu mới*.
4. Ban tuyên giáo Trung ương (2007), *Tăng cường lãnh đạo, quản lý để báo chí nước ta phát triển mạnh mẽ, vững chắc trong thời gian tới*, Nxb Lí luận chính trị, Hà Nội.
5. Bộ Chính trị (2004), *Thông báo 162-TB/TW, Kết luận của Bộ chính trị về một số biện pháp tăng cường quản lý báo chí trong tình hình hiện nay*, Hà Nội.
6. Hoàng Đình Cúc, Đức Dũng (2007), *Những vấn đề của báo chí hiện đại*, Nxb Lí luận chính trị, Hà Nội.
7. Báo Lao động (2017-2018)
8. Báo Quảng Ninh điện tử:
<http://www.baoquangninh.com.vn/>
9. Caudia Mass (2003), *Truyền thông đại chúng – Những vấn đề kiến thức cơ bản*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
10. Trần Bá Dung (2008), *Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của công chúng Hà Nội*, Luận án Tiến sĩ báo chí, Học viện báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.
11. Đức Dũng (2002), *Sáng tạo tác phẩm báo chí*, Nxb Văn hoá - Thông tin, Hà Nội.

12. Đức Dũng (2010), *Báo chí và đào tạo báo chí*, Nxb Văn hoá - Thông tin, Hà Nội.
13. Nguyễn Văn Dũng - Hoàng Anh (1998- sách dịch), *Nhà báo bí quyết kỹ năng nghề nghiệp*, Nxb Lao động, Hà Nội.
14. Nguyễn Văn Dũng (2000), *Báo chí – những điểm nhìn từ thực tiễn, tập 1*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
15. Nguyễn Văn Dũng (2011), *Báo chí truyền thông hiện đại*, Nxb Đại học quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
16. Nguyễn Văn Dũng (2012), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Lao động, Hà Nội.
17. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện đại hội lần thứ XII Đảng Cộng sản Việt Nam*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
18. Vũ Cao Đàm (2005), *Phương pháp luận nghiên cứu khoa học*, Nxb Khoa học kỹ thuật, Hà Nội.
19. Hà Minh Đức (chủ biên) (1994) (1996), *Báo chí – những vấn đề lý luận thực tiễn*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
20. Vũ Quang Hào (2001), *Ngôn ngữ báo chí*, Nxb Đại học quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
21. Đỗ Thu Hằng (2000), *Những vấn đề cơ bản về Tâm lý tiếp nhận của công chúng báo chí*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
22. Đinh Thị Thúy Hằng (2007), *PR-Kiến thức và Đạo đức nghề nghiệp*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.
23. Phạm Thị Thu Hằng (2015), “Sự hài lòng của người lao động tại các tổ chức nước ngoài cung cấp dịch vụ đào tạo ở Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN*, số 3, tr. 25-30.
24. Đinh Văn Hường (2006), *Các thể loại báo chí thông tấn*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
25. Mai Xuân Huy (2005), *Ngôn ngữ quảng cáo dưới ánh sáng lý thuyết giao tiếp*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.

26. Đinh Văn Hường (2007), *Tổ chức và hoạt động của tòa soạn*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
27. Lương Minh Hiếu (2013), *Giáo trình lý thuyết truyền thông*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
28. *Hiến pháp nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam* (Có hiệu lực từ 01/01/2014) (2019), Nxb Tư pháp, Hà Nội.
29. Khoa Báo chí – Đại học khoa học xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Hà Nội (1996), *Báo chí những vấn đề lý luận và thực tiễn*, tập 2, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
30. Luật Báo chí (2016):
<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Luat-Bao-chi-2016-280645.aspx>
31. Luật Lao động 2012:
<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/lao-dong-tien-luong/Bo-Luat-lao-dong-2012-142187.aspx>
32. Lê Thị Minh Loan (2016), *Sự gắn kết với tổ chức của người lao động trong các doanh nghiệp liên doanh*, Luận văn thạc sỹ Tâm lý học, trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn (ĐHQGHN), Hà Nội.
33. Nguyễn Thành Lợi (2014), *Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
34. Nguyễn Thành Lợi, *Bàn về “Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự” trong môi trường truyền thông Internet*
<http://nguoiambao.vn/ban-ve-ly-thuyet-thiet-lap-chuong-trinh-nghi-su-trong-moi-truong-truyen-thong-internet-n2275.html>
35. Nguyễn Đăng Minh (2018), *Tạo động lực cho người lao động tại Công ty Bất động sản Viettel*, Luận văn thạc sỹ chuyên ngành Quản trị Kinh doanh, Đại học Kinh tế (ĐHQGHN), Hà Nội.
36. Nghị quyết Đại hội lần thứ VI, nhiệm kỳ 2015-2020

- <http://www.qtv.vn/channel/5982/201504/dang-bo-dai-ptth-quang-ninh-dai-hoi-lan-thu-vi-nhiem-ky-2015-2020-2408988/>
37. Nghị quyết Đại hội lần thứ VIII:
<http://www.qtv.vn/channel/5982/201504/dang-bo-dai-ptth-quang-ninh-dai-hoi-lan-thu-vi-nhiem-ky-2015-2020-2408988/>
38. Nghị quyết Đại hội lần thứ X:
<http://www.qtv.vn/channel/5982/201504/dang-bo-dai-ptth-quang-ninh-dai-hoi-lan-thu-vi-nhiem-ky-2015-2020-2408988/>
39. Nghị quyết Đại hội lần thứ XI:
<http://www.qtv.vn/channel/5982/201504/dang-bo-dai-ptth-quang-ninh-dai-hoi-lan-thu-vi-nhiem-ky-2015-2020-2408988/>
40. Nhiều tác giả (1996), *Từ điển báo chí*, Nxb Thành Phố. Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
41. Đỗ Chí Nghĩa (2014), *Nhà báo và sáng tạo báo chí trong tư tưởng Hồ Chí Minh*, Nxb Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
42. Lê Thị Nhã (2010), *Lao động nhà báo, lí thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb Chính trị - Hành chính, Hà Nội.
43. Hoàng Phê (1992) *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb Trung tâm từ điển ngôn ngữ, Hà Nội.
44. Trần Quang (2005), *Các thể loại báo chí chính luận*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
45. Trần Hữu Quang (2008), *Xã hội học truyền thông đại chúng*, Nxb Đại học Mở thành phố Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
46. Dương Xuân Sơn (2009), *Giáo trình báo chí truyền hình*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
47. Tạp chí Than khoáng sản (2017-2018).
48. Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

49. Tạ Ngọc Tấn (2005), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
50. Hữu Thọ (1987), *Nghĩ về nghề báo*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
51. Nguyễn Thị Hoài Thương (2015), *Bảo vệ quyền nhân thân của người lao động trong pháp luật lao động ở Việt Nam*, luận văn thạc sỹ Luật học, trường khoa Luật (ĐHQGHN), Hà Nội.
52. Nguyễn Thị Ngọc Tú (2012), *Báo chí của Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam trong việc bảo vệ quyền lợi người lao động (Khảo sát các báo: Lao động, Lao động thủ đô từ tháng 6/2011-6/2012)*, Luận văn thạc sỹ Báo chí học, Học viện Báo chí tuyên truyền, Hà Nội.
53. Nguyễn Thanh Tuấn (chủ biên) (2014), *Quyền con người trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
54. Phan Ánh Tuyết (biên soạn) (2018), *Sổ tay pháp luật lao động và công đoàn dùng cho công nhân lao động trong các doanh nghiệp*, Nxb Lao động, Hà Nội.
55. Trung tâm truyền thông giáo dục sức khỏe – Bộ y tế (2005), *Báo cáo tổng kết hoạt động truyền thông giáo dục sức khỏe*, Hà Nội.
56. Tuyên ngôn nhân quyền (1948):
<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Quyen-dan-su/Tuyen-ngon-quoc-te-nhan-quyen-1948/65774/noi-dung.aspx>
57. Trung tâm từ điển học (2010), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Từ điển bách khoa, Hà Nội.
58. *Từ điển bách khoa Việt Nam* (2005), Nhà xuất bản Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
59. Vũ Thanh Vân (2011), *Hệ thống truyền thông quốc tế*, Đề tài cấp cơ sở Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.

60. Nguyễn Viết Vượng (chủ biên) (2004), *Vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về dân chủ trong xây dựng tổ chức công đoàn Việt Nam hiện nay*, Nxb Lao động, Hà Nội.
61. Nguyễn Xuân Vinh (2005), *Bảo vệ quyền lợi người lao động trong và sau quá trình cổ phần hóa Doanh nghiệp Nhà nước*, Luận văn thạc sỹ Chính trị học, Học viện Báo chí tuyên truyền, Hà Nội.
62. Nguyễn Như Ý (1999), *Đại từ điển Tiếng Việt*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội, Hà Nội.

PHỤ LỤC

Nội dung phỏng vấn sâu

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập- tự do- hạnh phúc

-----oOo-----

ĐƠN ĐỀ NGHỊ CUNG CẤP THÔNG TIN

Kính gửi: - Nhà quản lý/ lãnh đạo cơ quan báo chí
- Phóng viên/biên tập

Tôi là: Lê Thị Thanh Thảo

Chức vụ: Phó phòng Biên tập Tổng hợp

Đơn vị công tác: Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam

Email: thaonhi176@gmail.com

Hiện nay, Tôi đang thực hiện một đề tài nghiên cứu khoa học phục vụ luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ tại Trường Đại học khoa học xã hội và Nhân văn (ĐHQGHN), đề tài có tựa đề như sau: *“Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí”*.

Vì vậy, Tôi làm đơn này kính đề nghị Quý vị tạo điều kiện hỗ trợ cung cấp những thông tin cần thiết giúp tôi trong việc khảo sát các nội dung và phương thức báo chí về: *“Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí”*. Kèm theo đơn này là các biên bản phỏng vấn sâu các thông tin tôi cần thu thập trong quá trình khảo sát phục vụ cho việc nghiên cứu của mình.

Rất mong nhận được sự giúp đỡ của Quý vị để tôi hoàn thành Luận văn tốt nghiệp.

Mọi chi tiết xin liên hệ:

Tôi xin chân thành cảm ơn!

ĐT: 0984147679

Email: thaonhi176@gmail.com

BIÊN BẢN PHÒNG VẤN SÂU 1

Dành cho Các nhà quản lí

Đề tài: *Thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt*

Nam trên báo chí

Thời gian phỏng vấn: tháng 07/2019

1.1. Ông Trần Danh Chúc - Chủ tịch Liên đoàn Lao động tỉnh Quảng Ninh

Câu hỏi: *Thưa ông, ông đánh giá như thế nào về những đóng góp của báo chí hiện nay trong chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam?*

Trả lời: Thời gian qua theo quan sát của tôi thấy rằng báo chí Việt Nam đặc biệt rất chú ý, quan tâm trong việc chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam như: người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc; người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc; người lao động ngành than sống đơn giản và thân thiện.

Đặc biệt là thời gian gần đây, công tác tổ chức thiết kế thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí đã được tổ chức khoa học, hệ thống và có bài bản hơn. Liên đoàn Lao động Việt Nam đã chủ trì, phối hợp cùng với các tổ chức, cơ quan báo chí để xây dựng các chương trình, hội thi, sân chơi nhằm cho các đối tượng, nhóm đối tượng là người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Cung cấp cho họ những kiến thức về pháp luật để họ ngày càng ý thức được rõ hơn những quyền lợi của chính mình trong quá trình tham gia lao động, để từ đó làm việc ngày càng hiệu quả hơn.

Câu hỏi: *Theo ông, báo chí hiện nay và trong thời gian tới cần làm gì để nâng cao hiệu quả chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than -*

Khoáng sản Việt Nam?

Trả lời: Theo tôi, các cơ quan báo chí Việt Nam cần thường xuyên đổi mới nội dung và hình thức thể hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn của công chúng, độc giả. Báo chí Việt Nam cần thay đổi cách thiết kế sao cho phù hợp, câu chữ ngắn gọn dễ nhớ, dễ hiểu; cần tăng cường lời bình và những hình ảnh gần gũi và sinh động hơn nữa.

Xin cảm ơn ông!

1.2. Ông Nguyễn Ngọc Hiến - Tổng biên tập Báo Lao động

Câu hỏi : *Thưa ông, trên cương vị lãnh đạo báo Lao động, ông đánh giá như thế nào về việc truyền thông các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo Lao động thời gian qua?*

Trả lời: Trong bối cảnh cạnh tranh thông tin ngày càng gay gắt giữa các cơ quan báo chí nói chung và báo chí về người lao động nói riêng về thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam được xem là lợi thế cạnh tranh của báo Lao động.

Cá nhân tôi thấy Báo Lao động có nhiều thông tin chi tiết và đầy đủ hơn về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam vì chúng tôi có đội ngũ nhân lực đông và có trình độ chuyên môn được đào tạo bài bản để theo dõi hoạt động của người lao động, đặc biệt là chúng tôi có phân công phóng viên chuyên trách theo dõi ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, thường trú tại khu vực Quảng Ninh. Tuy nhiên, mặt hạn chế vẫn còn tồn tại khi một số bài viết chưa thoát ly khỏi thông cáo và chưa có nhiều bài viết phân tích sâu.

Câu hỏi : *Có ý kiến cho rằng: thời gian qua, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo Lao động khá mờ nhạt. Xin ông cho biết thời gian tới, báo Lao động sẽ có những giải pháp gì để nâng cao hiệu quả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam?*

Trả lời: Với mục tiêu xác lập lợi thế cạnh tranh trong thông tin riêng, tạo sự khác biệt so với các báo khác, Báo Lao động đã có kế hoạch cải tiến nội dung và hình thức, trong đó quan trọng nhất là định hình phong cách viết chuyển dần từ phản ánh vĩ mô sang các vấn đề vi mô, trong đó chú trọng cung cấp thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam mà người lao động cần, chứ không phải cung cấp thông tin báo chí có. Trên cơ sở nguyên tắc này, Báo Lao động đã thiết lập kênh thông tin chính thống với Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam để thiết lập chuyên mục “Công đoàn”, từ đó cập nhật liên tục thông điệp về người lao động nói chung và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam nói riêng... Thông qua chuyên mục, các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam được cập nhật thường xuyên. Hình thức thể hiện chủ yếu dưới dạng bài phản ánh, bài tổng quan về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam ...

Xin cảm ơn ông!

1.3. Ông Nguyễn Tiến Mạnh - Nguyên Tổng biên tập, Báo Quảng Ninh

Câu hỏi : *Thưa ông, từng trên cương vị lãnh đạo báo Quảng Ninh, ông đánh giá như thế nào về sự phát triển của báo trong thời gian gần đây? Theo ông, đâu là thành công và hạn chế của báo Quảng Ninh? Những đánh giá về hiệu quả dựa trên những cơ sở nào thưa ông?*

Trả lời: Thời gian qua, báo Quảng Ninh nói chung và báo điện tử nói riêng đã có nhiều chuyển biến tích cực trong công tác tuyên truyền và chuyển tải các thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, góp phần phục vụ đời sống tinh thần, sức khỏe, nhu cầu tiếp nhận thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam như: là người có kiến thức chuyên môn, luôn sáng tạo trong công việc; là những người dám chấp nhận đương đầu với khó khăn, rủi ro trong công việc; là những người sống đơn giản và thân thiện. Có thể nói, thời gian qua báo chí Quảng Ninh đã có nhiều nỗ lực trong việc chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than -

Khoáng sản Việt Nam.

Câu hỏi : Có ý kiến cho rằng, thời gian qua, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo Quảng Ninh khá mờ nhạt. Xin ông cho biết thời gian tới, báo Quảng Ninh sẽ có những giải pháp gì để để nâng cao hiệu quả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam?

Trả lời: Để nâng cao hiệu quả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, báo chí Quảng Ninh đã không ngừng tìm kiếm những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng nội dung cũng như hình thức các sản phẩm báo chí của mình. Người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam không chỉ bao gồm những người có tri thức cao mà còn có một bộ phận người công nhân lao động có trình độ tương đối thấp so với các đối tượng công chúng khác, khả năng tiếp nhận, phân tích thông tin chưa cao. Do vậy những tác phẩm chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí dành cho công nhân lao động phải ngắn gọn, súc tích và dễ hiểu. Cần chú ý tăng cường những thông tin về bảo vệ quyền lợi người công nhân thiết thực đến công nhân như đời sống, việc làm, tâm tư, nguyện vọng của người công nhân lao động. Việc khảo sát các đối tượng công chúng cần được tiến hành để nắm bắt được nhu cầu của từng đối tượng nhằm xây dựng những nội dung và hình thức phù hợp với họ. Riêng đối với công chúng công nhân lao động do thời gian tiếp nhận các loại hình truyền thông báo chí rất hạn hẹp do tính chất công việc thì cần có những hoạt động quảng bá để công chúng công nhân biết đến mà đón theo dõi.

Xin cảm ơn ông!

1.4. Bà Nguyễn Thị Huyền - Tổng biên tập, Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam

Câu hỏi : Thưa bà, trên cương vị lãnh đạo Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam, bà đánh giá như thế nào về sự phát triển của báo trong thời gian gần đây?

Theo bà đâu là thành công và hạn chế của Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam?

Trả lời: Là cơ quan ngôn luận của Ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, do đó Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam luôn bám sát tôn chỉ, mục đích với việc tuyên truyền đa dạng và phong phú các nội dung ở nhiều khía cạnh liên quan đến Ngành, đặc biệt là tuyên truyền sâu sắc và lan toả rộng khắp thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên Tạp chí với phương châm “luôn lấy người lao động là trung tâm” trong mọi hoạt động.

Đánh giá khái quát có thể thấy thời gian qua, thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản đã được khắc hoạ rõ nét với việc sử dụng đa dạng các thể loại báo chí như bài phản ánh, phóng sự ghi chép, bình luận ngắn... để làm nổi bật những thông điệp nhân văn, đặc trưng, đặc sắc về người lao động của Ngành. Trên Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam bản in và đặc biệt là chuyên san Thọ mỗ ngày nay được tích hợp trên trang thông tin tổng hợp của Tập đoàn vinacomin.vn, ban biên tập đều chú trọng xây dựng các chuyên mục cốt lõi để tuyên truyền thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản như: chăm lo nguồn nhân lực, “điểm tựa” cho người lao động, thọ mỗ - anh là ai?, hơi thở cuộc sống thọ mỗ, điều người lao động quan tâm, văn hoá thọ mỗ... Thông qua những bài viết ấy góp phần mang lại những hiệu quả thiết thực, không chỉ giúp dư luận thêm hiểu về hình ảnh, công việc, đời sống của người lao động ngành Than - Khoáng sản mà hơn thế còn giúp dư luận có cái nhìn “công bằng”, thấu hiểu và chia sẻ với những gian nan, vất vả, nguy hiểm những người thọ mỗ đang ngày đêm lao động hăng say trên khai trường, dưới hầm mỏ để tạo ra những tấn “vàng đen” quý giá, đóng góp đắc lực vào sự phát triển lớn mạnh trong công cuộc đổi mới đất nước.

Bên cạnh những kết quả đã đạt được như đã nêu ở trên, thẳng thắn nhìn nhận, trong việc thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản trên Tạp chí Than - Khoáng sản cũng tồn tại một số hạn chế: các thể loại báo chí được sử

dạng đa dạng nhưng đa phần vẫn nhiều bài phản ánh chung chung, các bài chuyên sâu rất ít, thậm chí là “vắng bóng” trên một vài số Tạp chí. Các phóng viên chưa có nhiều sáng tạo, vẫn đi vào lối mòn trong việc thể hiện tác phẩm báo chí của mình để làm nổi bật thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản trên Tạp chí. Đó là chưa kể, Tạp chí cũng chưa xây dựng được một đến hai chuyên mục mũi nhọn hay có chiến lược dài hơi và thu hút được sự tham gia của các tay viết có tầm góp phần giúp thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản được sâu sắc và lan toả rộng rãi hơn ngay trên chính ấn phẩm Tạp chí...

***Câu hỏi :** Xin bà cho biết thời gian tới, Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam sẽ có những giải pháp gì để để nâng cao hiệu quả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam?*

Trả lời: Theo tôi, để phát huy những kết quả đã làm được, khắc phục những điểm còn tồn tại, hạn chế để ngày càng nâng cao hơn nữa hiệu quả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trong thời gian tới, Tạp chí cần tập trung vào các giải pháp như: thiết thực nâng cao hiệu quả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên tất cả các công cụ truyền thông Tạp chí đang được giao quản lý: Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam bản in, chuyên san thợ mỏ ngày nay, trang thông tin điện tử tổng hợp của Tập đoàn: vinacomin.vn. Lan toả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam tới dư luận xã hội với số lượng và tần suất nhiều hơn. Chú trọng công tác bồi dưỡng để nâng cao trình độ chuyên môn, cách tiếp cận, cách thể hiện bài viết mới mẻ tiếp cận với xu hướng của báo chí hiện đại của các phóng viên trong việc lan toả thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Có cơ chế đãi ngộ thoả đáng để thu hút các chuyên gia, các cây viết giỏi tham gia viết bài cộng tác với Tạp chí, nhất là các bài viết làm nổi bật được các thông điệp nhân văn của người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam...

Xin cảm ơn bà!

BIÊN BẢN PHÒNG VẤN SÂU 2

Dành cho Phóng viên/Biên tập viên

Đề tài: *Thông điệp về Người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt*

Nam trên báo chí

Thời gian phỏng vấn: tháng 07/2019

2.1. Phóng viên Ngọc Duy - Báo Lao động

Câu hỏi: *Để thực hiện một tác phẩm báo chí thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam anh thường làm theo cách nào?*

Trả lời: Để thực hiện một tác phẩm báo chí chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, tôi sẽ tìm hiểu, thu thập, kiểm chứng thông tin trước những nội dung xoay quanh họ cần phải phản ánh như: cuộc sống, công việc, đời sống tinh thần... Sau đó thực hiện viết, biên tập nội dung tác phẩm báo chí trước khi nộp cho tòa soạn và theo dõi xem bài viết có được đăng tải cũng như phản hồi của bạn đọc.

Câu hỏi: *Những khó khăn mà anh gặp phải khi thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí?*

Trả lời: Vấn đề khó khăn nhất tôi gặp phải là lấy thông tin về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam từ các nhà chức trách, lãnh đạo ngành và các đơn vị có liên quan. Đôi khi lãnh đạo ngành, các đơn vị không thực sự cởi mở cung cấp thông tin liên quan để nhà báo có nguồn thông tin chính thức và chính xác trước khi viết bài.

Câu hỏi: *Theo anh, cần phải làm gì để nâng cao chất lượng các bài viết thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí hiện nay?*

Trả lời: Theo tôi, để nâng cao chất lượng các bài viết chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than- Khoáng sản Việt Nam trên báo chí, một yếu tố quan trọng là phía ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cần chủ động cung cấp thông tin, phối hợp với báo chí để đội ngũ phóng viên có được

những thông tin chính xác, cụ thể để thiết kế thông điệp đúng và trúng. Ngôn ngữ, văn phong thể hiện các bài viết chuyên tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cần thể hiện tính gần gũi, giản dị, dễ đọc, dễ tiếp nhận. Hình thức trình bày tác phẩm cần được đổi mới, tiếp cận theo xu hướng báo chí đa phương tiện để tăng tính hấp dẫn cho bạn đọc...

Xin cảm ơn anh!

2.2. Phóng viên Phạm Tăng - Báo Quảng Ninh

Câu hỏi: Để thực hiện một tác phẩm báo chí thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, anh thường làm theo cách nào?

Trả lời: Tôi thường chọn đề tài gắn với những gương tiêu biểu về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam. Ưu tiên những đề tài mới mẻ, mang tính phát hiện gắn với câu chuyện bình dị của người lao động trong ngành.

Xác định được nội dung trọng tâm, chủ đề 1 bài viết mình cần phản ánh trên phương tiện báo chí. Những bài viết nên gắn với mốc thời gian (Ví dụ 8/3, tôn vinh những người phụ nữ trong nghề; tháng công nhân; ngày 12/11; các phong trào thi đua lao động giỏi, thu nhập cao...).

Trước khi lên ý tưởng, dàn ý bài viết phù hợp với chủ đề, đề tài đã chọn phóng viên cần tìm kiếm tài liệu thông qua trao đổi, góp ý trước với cơ sở. Kết nối đặt lịch làm việc với cơ sở và gửi nội dung cần phỏng vấn, thu thập tư liệu trước để đơn vị chủ động sắp xếp thời gian và chuẩn bị trước nội dung.

Câu hỏi: Những khó khăn mà anh gặp phải khi thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí?

Trả lời: Trong quá trình tác nghiệp, tôi thường bị gián đoạn khi gặp nhân vật (nhất là với đối tượng người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam là công nhân làm việc trực tiếp theo ca kíp).

Khi thực hiện những thông điệp tốt về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam thường dễ dàng nhận được sự hợp tác. Tuy nhiên những vấn đề hạn chế, tiêu cực thì đôi khi còn tránh né, không cung cấp thông tin.

Với những bài viết liên quan đến người lao động làm việc dưới hầm lò, phóng viên phải tác nghiệp trong điều kiện khó khăn (tối, bụi...); phương tiện máy móc chưa đáp ứng nhu cầu của đơn vị (trang bị máy ảnh có chức năng phòng nổ)...

Các phóng viên đôi khi không trực tiếp tác nghiệp để lấy thông tin và đặc biệt là hình ảnh mà sử dụng của đơn vị nên chất lượng ảnh, hình ảnh kém hơn dẫn đến ảnh hưởng đến chất lượng chung của bài viết.

Nhân vật phỏng vấn còn e ngại, dè dặt trong quá trình cung cấp thông tin nên bài viết dễ bị tẻ nhạt.

Những vấn đề mang tính chuyên môn đặc trưng của ngành Than - Khoáng sản Việt Nam thường liên quan đến nhiều thông số kỹ thuật, số liệu nên khi chuyển tải lên các tác phẩm báo chí rất dễ bị nhàm chán, khó diễn đạt, khiến cho bạn đọc khó hiểu.

Câu hỏi: Theo anh cần phải làm gì để nâng cao chất lượng các bài viết thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí hiện nay?

Trả lời: Tôi nghĩ rằng báo chí và đội ngũ phóng viên cần nắm được chủ trương, định hướng chung của Tập đoàn thông qua chủ đề công tác hằng năm. Những định hướng, điều hành xuyên suốt của TKV xuống cơ sở liên quan đến thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

Các đề tài về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cần mới mẻ, thông tin đa chiều. Muốn làm được điều đó, phóng viên cần gắn bó với cơ sở, thường xuyên trao đổi thông tin 2 chiều qua đó tìm tòi, phát hiện nhiều đề tài hay, sáng tạo.

Khi tác nghiệp, quan trọng nhất là yếu tố hợp tác của cơ sở, nhân vật liên quan bài viết sẽ quyết định đến chất liệu đầu vào (thông tin, hình ảnh) phản ánh trên các phương tiện báo chí.

Ưu tiên khai thác các đề tài liên quan đến đời sống, công việc, gia đình, thu nhập, điều kiện việc làm của thợ lò... để phản ánh chân thực nhất những thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam...

Xin cảm ơn anh!

2.3. Phóng viên Thu Diệp - Tạp chí Than - Khoáng sản Việt Nam

Câu hỏi: Để thực hiện một tác phẩm báo chí thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, chị thường làm theo cách nào?

Trả lời: Trong mỗi lĩnh vực, mỗi ngành nghề, người lao động luôn được coi là tinh hoa, là lực lượng chính trực tiếp làm nên bản sắc của chính ngành nghề đó. Ngành Than - Khoáng sản Việt Nam cũng vậy. Là những người có nghề nghiệp đặc thù với lịch sử hình thành và lao động từ thế kỷ trước, những người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam qua bao thế hệ không chỉ hun đúc tinh thần, truyền thống “Kỷ luật và Đồng tâm” mà còn mang trong mình rất nhiều những đức tính quý báu.

Để thực hiện một tác phẩm báo chí thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, trước hết, tôi thường tìm hiểu và xác định thông điệp mình muốn gửi gắm về đối tượng này là gì? Ví dụ: Truyền thống quý báu; Tinh thần đồng đội; tình yêu nghề; sức sáng tạo, vượt khó trong lao động sản xuất... Khi đã xác định được thông điệp cần chuyển tải, tôi tìm hiểu về những nhân tố tại các đơn vị sản xuất, những người thể hiện rõ nhất những yêu cầu về thông điệp tôi đang cần chuyển tải. Ví dụ: về truyền thống lao động, tôi sẽ tìm hiểu về những gia đình công nhân có nhiều thế hệ gắn bó với Ngành; về tinh thần đồng đội, tôi sẽ gặp gỡ những người thợ được đồng nghiệp, bạn bè giúp đỡ trong hoạn nạn... Xác định được đối tượng và khai thác thông tin cần thiết, bằng các thể loại báo chí phù hợp, tôi sẽ xây dựng tác

phẩm để chuyển tải tốt nhất thông điệp mình muốn, sao cho người đọc dễ tiếp nhận nhất.

***Câu hỏi:** Những khó khăn mà chị gặp phải khi thực hiện thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí?*

Trả lời: Một trong những khó khăn tôi thường gặp, đó là làm sao phải tìm được đối tượng để khai thác thông tin sao cho đúng với yêu cầu đề ra. Đối tượng cần phải thực sự tiêu biểu, thực chất có chiều sâu chứ không phải chỉ ở bề nổi. Mặt khác, với đặc thù của ngành nghề là nặng nhọc nên khi chuyển tải những thông điệp tốt đẹp trên báo chí, các bài viết thường vấp phải một số ý kiến trái chiều về đặc thù nghề. Những suy nghĩ, phản hồi từ độc giả phần nhiều chưa có cái nhìn tích cực, còn chưa hiểu đúng, hiểu rõ về nghề và người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam.

***Câu hỏi:** Theo chị cần phải làm gì để nâng cao chất lượng các bài viết thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí hiện nay?*

Trả lời: Ngành khai thác than - khoáng sản hiện nay được coi là một trong những trụ cột năng lượng chính của đất nước. Do vậy, việc tôn vinh những con người lao động với những cống hiến, đóng góp, chuyển tải những thông điệp ý nghĩa về họ là một trong những động lực quan trọng để thúc đẩy sản xuất của ngành phát triển.

Theo quan điểm của tôi, muốn nâng cao chất lượng các bài viết chuyển tải thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam, trước hết, bản thân mỗi phóng viên phải không ngừng trau dồi kiến thức, kỹ năng nghề một cách nghiêm túc, thuần thực. Bên cạnh đó, bằng khả năng phát hiện nhân tố, đề tài để tìm ra những dẫn chứng, những lập luận chặt chẽ về thông điệp mình muốn nêu lên.

Song song đó, việc duy trì liên hệ, bám sát cơ sở để không ngừng tìm kiếm những con người, những sự việc tiêu biểu mang tính đặc trưng về ngành

nghe cũng rất quan trọng.

Thêm nữa là cần phải có định hướng tuyên truyền thông điệp về người lao động ngành Than - Khoáng sản Việt Nam trên báo chí theo thời kỳ, thời điểm sao cho phù hợp với tình hình sản xuất của ngành để các báo và đội ngũ phóng viên bám sát thực hiện.

Xin cảm ơn chị!