

Ảnh Hòa Tấn



Làm gì trước cơn hồng thủy thông tin?

DANH ĐỨC

“Tự nhiên chủ nghĩa”

Những năm gần đây, báo chí đã “chạy đua” nhiều hơn với thời sự. Nếu có những mảng thời sự hơi “bị khó” phản ánh trung thực thì lặng thinh như thóc, thì cũng có những mảng rất dễ phản ánh “nguyên xi”, tự nhiên chủ nghĩa như: giá vàng, giá chứng khoán, giá nhà đất...

Năm ngoái, khi giá vàng lên, các báo đua nhau đưa đôi trang 1, in biểu đồ giá vàng: Nay đã vượt ngưỡng 13 triệu! Nay đã vượt qua 14 triệu! Nay đã lên đến 15 triệu! Thậm chí kèm theo chi tiết: Ít người bán ra, chỉ thấy mua vào.

Báo càng vẽ biểu đồ cho thiết bị, bàn dân thiên hạ càng “lên cơn sốt” rủ nhau bỏ tiền giấy, mua vàng để dành. Điều này báo hại giá càng tăng khi mà áp lực tâm lý nơi cầu ngày càng lớn! Đến khi giá vàng xuống, cũng chưa thêm chi tiết: Nhiều người đã bán ra. Bàn dân thiên hạ bán theo, bỏ của chạy lấy người! Năm nay, đến

phiên giá cổ phiếu và giá đất, cũng cùng kịch bản, thị trường đã “sốt” lại thêm “sốt”! Có báo trang 1 đăng giá cổ phiếu tăng, trang “địa ốc” cũng “bon chen” mô tả: Các nhà đầu tư chứng khoán trúng lớn nên mua nhà, đất, giá nhà đất tăng mỗi tuần... Tháng 3 vừa qua, vàng mới qua 13 triệu/lượng, đã có tờ nhanh nhẩu vẽ biểu đồ kèm dự báo: “Liệu sẽ tăng đến 15 triệu?”.

Mười bảy năm trước, cũng vào những ngày tháng này, khi “nước hoa Thanh Hương” bể, hàng vạn người “tan tác”, lại đúng vào lúc kinh tế khó khăn trong giai đoạn “hậu Liên Xô”, những ai còn chút tiền bèn mua vàng vào. Tòa soạn báo *Tuổi trẻ* lúc đó sẵn thấy tôi giữ mục “Kinh tế học từ A đến Z” trên báo, nên báo: “Ông xem có cách nào viết về vấn đề vàng cho hạ nhiệt bớt”. Thời điểm đó, thông tin phân tích kinh tế thị trường thế giới hầu như không có, chỉ mỗi *Tuổi trẻ* có mục giá vàng hàng ngày, ghi lại từ đài phát thanh Pháp RFI. Từ *Phát*

triển kinh tế chính vì thế mới nhờ tôi giữ mục “Kinh tế thế giới trong tháng qua”. Hôm sau, có ngay mẫu “Gold: vàng” qua đó chứng minh giá vàng trong nước đang là “ảo” so với giá vàng thế giới... Không còn nhớ giá vàng sau đó có xuống chút nào hay không song, ít nhất động thái đó cũng phản ánh một cách làm báo khác với nay.

Khác ở chỗ: Tuy đầu vào thông tin cực ít, song ý thức về các qui luật truyền thông nơi giới làm báo lại lớn hơn. Một số nhà báo phía Nam lúc đó (các ê kíp báo *Tuổi trẻ* và *Lao động* mà một số chuyển qua từ *Tuổi trẻ*) khi còn là sinh viên (đấu tranh) đều đã kinh qua thực tế kinh tế thị trường và đào tạo trong môi trường đó. Họ đi học và lớn lên trong môi trường tư thực 100% và công lập 100% chứ không “nửa nạc, nửa mỡ”. “Kinh sách” họ học trong nhà trường là “tư bản chủ nghĩa” 100%. Thậm chí, có người đã làm việc trong một xã hội kinh tế thị trường 100% (cho dù là dựa trên ngoại viện).

Có người đã làm báo. Họ chẳng xa lạ gì từ hình thức đến nội dung báo chí tư bản quốc tế để biết rằng các trang mục Kinh tế luôn nằm ở vị trí đã ấn định trong những *section* nhất định của tờ báo đầy cộm có khi đến cả trăm trang, rằng những thăng trầm giá cả (ngoại tệ, chứng khoán, xăng dầu, nguyên liệu, kim loại, khoáng sản, nông sản...) hàng ngày, thậm chí hàng tuần, hàng tháng... đều phải được đăng tải sao cho tránh tạo ra những cú xóc tâm lý, phải được theo dõi bằng "cái đầu lạnh" của những nhà phân tích dài hạn, chứ không phải bằng những "cái đầu nóng" cảm tính nhiều hơn là kiến thức chỉ phân tích trên cơ sở hàng ngày. Đối để lắm, như khi có chiến tranh vùng Vịnh, mới đưa ra trang 1. Chứ ở những quốc gia có nền sản xuất công nghiệp, thậm chí chưa đến cỡ đó như Thái Lan hay Malaysia, mà ngày nào cũng "bốc" giá vàng lên đến tận mây xanh, thì nền kinh tế đó có mà loạn! Các nền kinh tế "áp cuối" như Thái Lan hay Malaysia đó có "độ chín" đủ để cho các nhà kinh doanh, công kỹ nghệ, đầu tư quên hẳn giá vàng, để chỉ chú ý làm ăn trong lĩnh vực của họ. Cũng thế báo đăng giá cả tham khảo là để... cho biết, chứ đợi đọc báo rồi mới có quyết định, thì có nước "xoi cám"!

Khác biệt giữa các nền kinh tế và xã hội đó với nền kinh tế và xã hội VN rất lớn:

1. Đó là những nền kinh tế thị trường thật, trong khi ta mới đang ở giai đoạn bước đầu được các nước như... Venezuela, Nam Phi... thừa nhận là kinh tế thị trường. Thật ra, kinh tế thị trường chưa, tự bản thân ta biết rõ hơn ai hết.

2. Đó là những nhà đầu tư thật trên cơ sở dài hạn, chứ không phải những "nhà đầu tư" một sớm một chiều.

3. Đó là những xã hội theo kinh tế thị trường từ lâu, từ khi đứa trẻ chào đời, cấp sách đi học, chứ không phải đến nửa đời người hơn mới tưng tưng theo kiểu "tam tự kinh" "kinh tế thị

trường là...", (lốc cốc), "thị trường chứng khoán là..." (lốc cốc)...để rồi "ăn phải bả" của "kinh tế thị trường kiểu man rợ" (capitalisme sauvage) như đã từng chứng kiến ở Nga, ở Đông Âu, ở TQ, rồi bây giờ bắt đầu ở đây.

Sự sợ hãi

Trong cái mớ bong bong thông tin đó, người ta đã quên rằng hoặc không biết rằng trong khoa học truyền thông, có định luật cơ bản gọi là *appeal to fear* (viện dẫn đến sự sợ hãi, nôm na mà nói là "nhát ma") mà bất cứ ai làm nghề này đều phải hiểu và nắm rõ. Dư luận sơ di nháo nhào cuồng tín hoặc nhắm mắt nhắm mũi như bầy cừu non, ai muốn lôi đến đâu thì lôi, là do bị đưa vào tâm cảnh sợ hãi, hoảng hốt, bất luận tin đó chính xác hay không.

- "Ngày mai tăng giá xăng!" = rủ nhau ra cây xăng, chen nhau mua, cứ như là mua lần đó đủ xài cả đời!

- "Vàng lên giá", "đất lên giá" do chứng khoán = đổ xô đi mua.

- "Giá đất dự án quận 7 tăng" = rủ nhau đi mua.

Vàng lên, cổ phiếu lên, giá đất lên... Không đọc báo à? Có bao nhiêu xách ra mua kéo mất cơ hội! Trong cơn sợ hãi được "bơm căng" từng ngày, cái phao an toàn là đổ xô kiếm cho tất cả để tránh chịu thiệt thòi trong một nguy cơ khả dĩ. Chẳng qua do tác động *appeal to fear*!

Appeal to fear là một công cụ tuyên truyền mà ngành truyền thông học phải giành chỗ vị trí thứ nhất vì tính "hung hăng" của nó. Ông Bush có hốt phiếu trong kỳ bầu cử 2004 là do "con ma" khủng bố. Sợ hãi, mà sợ là phải khi đã có 3 ngàn người chết trong vòng 1 giờ hôm 11.9. Từ sợ hãi chuyển qua nhu cầu tìm sự an toàn. Ông Bush cung cấp ngay cái "áo giáp" chống khủng bố là luật Patriot, cho dù có hạn chế quyền công dân. Khám xét khắp nơi, khắp mình mẩy, đi máy bay cũng xét, vô dancing nhảy đầm cũng phải chui qua cánh cổng dò kim loại... Được xét là hạnh phúc do được yên

tâm! Bởi thế, các biện pháp an ninh bên Mỹ cứ thế mà tăng.

Appeal to fear càng có tác động khi sự hiểu biết của dân chúng về lĩnh vực- mục tiêu đó không là bao. Sự cố tử vong vì thuốc chủng viêm gan B nơi trẻ sơ sinh, sau này kết luận là do sốc phản vệ (thì lại được đăng một cách âm thầm), đã được trầm trọng hóa đến mức tạo ra một nỗi sợ chủng ngừa nơi các phụ huynh, cho dù đây là một chương trình miễn phí do viện trợ quốc tế, chẳng qua là do người dân đã không được giải thích đầy đủ về khả năng sốc phản vệ cho bằng những *appeal to fear*!

Chỉ với *appeal to fear*, theo truyền thông học, người ta có thể "xỏ mũi" người khác thay đổi thái độ, thói quen, niềm tin về một sản phẩm, dịch vụ, công ty, tập đoàn và cả một tư tưởng... Thật ra, có khi *appeal to fear* đã không hề là mục tiêu tìm kiếm của những người "phóng tin", thậm chí họ cũng chưa biết thế nào là *appeal to fear*. Bất quá họ chỉ "tự nhiên chủ nghĩa", hành động theo cảm tính, và chỉ là hậu quả của "tự nhiên chủ nghĩa" đó.

Vĩ đại muôn năm!

Trong cái tự nhiên chủ nghĩa đó, còn có một hình thái biểu hiện khác, đó là chứng *megalomania* (cuồng si những gì vĩ đại). Một trong những đối tượng say mê đó là "đường bay đi Mỹ".

Mới đây, một quan chức Vietnam Airlines (VNA) giải bày trên *Vnexpress* (18.5.2007):

"Khó khăn nhất với hãng trong việc mở đường bay đi Mỹ là yếu tố cạnh tranh. Các hãng hàng không quốc tế chỉ phải nối dài đường bay của họ từ Hồng Kông và các điểm lân cận tới Việt Nam trong khi Vietnam Airlines phải hình thành hẳn đường bay mới và phải cạnh tranh với khoảng 12 hãng nước ngoài trên thị trường mới này. Người dân Mỹ có thói quen gắn bó với một hãng hàng không nội địa. Tính trung bình một hãng hàng không nước này có tới 12 triệu

khách hàng thường xuyên. Khách hàng thân thiết có nhiều quyền lợi như được tích điểm thưởng, có thể giảm giá tại nhiều điểm mua sắm, dịch vụ, nhà hàng trên khắp nước Mỹ và cả ở nước ngoài. Có những người cả đời chỉ đi một hãng hàng không, do vậy thu hút khách Mỹ đối với Vietnam Airlines là vô cùng khó khăn. Dự kiến, nếu mở đường bay đi Mỹ, trong 4 năm đầu, mỗi năm Vietnam Airlines sẽ lỗ hơn 500 tỷ đồng (tương đương 33 triệu USD).

Đây không phải lần đầu tiên VNA hoãn ngày mở đường bay này, và cũng không phải lần đầu tiên quan chức này giải bày những lý do xin hoãn. Chẳng qua, VNA cam chắc sẽ phải lỗ: 4 năm đầu lỗ mỗi năm 33 triệu đôla, sau 4 năm lỗ 33 triệu đôla đó, các năm sau sẽ còn lỗ bao nhiêu? Đến bao giờ mới thôi lỗ?

Đừng vội trách do VNA “làm ăn dở” mà lỗ. Có những thực tế khách quan ngoài khả năng của VNA hay bất cứ hãng hàng không quốc tế nào khác. Cơ bản do VN là một nước mà các công dân còn chưa được “tự do” nhập cảnh các nước bên ngoài khối ASEAN (ai có hộ chiếu cứ đi “như đi chợ”) như Mỹ, EU, Nhật, Úc... (vốn rất khắt khe trong việc cấp visa nhập cảnh). Khó có thể hình dung số người VN có khả năng xin được visa vào các nước “cấm cửa” trên là bao nhiêu so với dân số VN. Cách đây 4 năm, Air France đã từng mở đường bay trực tiếp sang Paris, song chỉ sau 6 tháng đã âm thầm đóng cửa, trở lại với trạm trung chuyển Bangkok vì lý do này. Chừng nào công dân VN được đồng đẳng tự do nhập cảnh Mỹ, Pháp, Úc... như công dân các nước khác, lúc đó mới có đông khách quanh năm.

Thế còn khách Việt kiều về nước thăm gia đình thì sao? Đây lại là một “cửa tử” khác khi mà hàng năm trước Tết (hay hè, ít hơn) chiều về (VN) thì đầy chỗ (bà con Việt kiều về nước), trong khi chiều từ VN đi, thì trống chỗ. Ngược lại, sau Tết, chiều từ VN đi thì hết chỗ, trong khi chiều về VN thì

trống chỗ (bà con Việt kiều về lại bên kia). Một năm 12 tháng, mà chỉ “làm ăn” được có 1, 2 tháng, và chỉ được 1 lượt đi hoặc về, thì rõ ràng đây là kinh doanh cầm chắc lỗ là, nếu như không đã và đang có sẵn những hub (trạm trung chuyển lớn) như là Bangkok, Hồng Kông... làm “cửa riêng” như các hãng hàng không quốc tế kia.

Còn tại sao Tân Sơn Nhất hay Nội Bài chưa là những cái hub lớn đó, thì phải đợi khi nào nền kinh tế VN thực sự “hóa rồng” đã để thiên hạ chọn Tân Sơn Nhất hay Nội Bài làm điểm trung chuyển trên đường bay đến các nước khác.

Vấn đề là biết trước là sẽ lỗ, chưa biết bao giờ sẽ hết lỗ, để đừng gây sức ép đòi mở cho bằng được. Vấn đề là báo chí, cả cái nhà đài BBC, khi cứ đặt câu hỏi “Bao giờ mở đường bay đi Mỹ?”, này mà chẳng hề nhìn thấy sự khác biệt giữa bay sang Mỹ và bay sang Bangkok coi show, vô hình trung tạo ra một sức ép “hữu hình” cho VNA.

Một cái *megalomania* khác là xây dựng metro. Chỉ toàn những tin kiểu “sẽ xây dựng tuyến metro X-Y, trị giá tỷ đôla”. Chỉ toàn những câu hỏi như: “Bao giờ người dân TP.HCM hay (Hà Nội) mới được đi metro?”, “Monorail ở TP. HCM khi nào khởi công?” Những tựa tit như: “Tập đoàn Nippon Koei (Nhật Bản) muốn tham gia dự án metro tại TP.HCM”... Những than trách như: “Có vẻ như hình ảnh người dân TPHCM sử dụng xe điện ngầm (metro) để đi từ đầu Đông sang đầu Tây, từ phía Nam sang phía Bắc thành phố trong những năm cuối thập niên này đang trở thành một viễn cảnh xa xôi, khi mà cho đến giờ này chính quyền TP.HCM vẫn chưa có được câu trả lời cụ thể về nguồn vốn cho dự án. (*Metro vẫn chờ vốn*) (Thời báo Kinh tế Sài Gòn tháng 03.2006)...

Chỉ thấy mô tả metro như là “danh thắng” sau một chuyến tham quan Singapore, hay Paris... Chẳng thấy ai mô tả metro trong tư cách một

người sử dụng ngày ngày, đi bộ và cây số ra trạm metro, rồi từ trạm về nhà..., nó “oái” như thế nào. Hoặc có hệ thống xe buýt nội thị trong mỗi thành phố vệ tinh đưa ra đến nhà ga metro. Chưa thấy ai đề cập đến 2 điều kiện *sine qua non* là an ninh và vệ sinh trong metro. Cũng chưa thấy ai đặt câu hỏi: Tại sao chọn tuyến Bến Thành – Suối Tiên (thí dụ) vì lẽ gì? Suối Tiên có phải là một thành phố vệ tinh hay một khu công nghiệp, chạy qua một khu đại học, hay một đầu mối giao thông kết nối với các tuyến đường khác để đoán chắc rằng với trên 4 tỷ đôla đầu tư cho metro sẽ giúp làm giảm 1/4 lượng xe máy lưu thông trong thành phố vào năm 2010 và đến năm 2020 là giảm 50%. Chưa thấy ai quan sát rằng ở Pháp chẳng hạn, các tuyến RER (xe điện cao tốc) mới sau này đều được xây dựng trên những lộ trình chạy qua các thành phố vệ tinh. Mở metro mà không kèm theo xây dựng các thành phố vệ tinh cùng các khu công nghiệp, thì chỉ để... tham quan.

Nhà nghiên cứu và tháp ngà

Trong cơn lốc thông tin đó, đâu là vai trò phản biện, dự báo của nhà nghiên cứu? Tất nhiên, đã có tạp chí *Phát triển kinh tế* với cách viết “academic” (kinh điển). Thế nhưng, có thể nào, ngoài những bài viết chuyên ngành hẹp, nên có thêm những bài viết “đời thường”, không chỉ trên tạp chí này mà cả trên các cơ quan ngôn luận khác?

Sau cơn sốt thị trường chứng khoán mới thấy xuất hiện các “khóa đào tạo chứng khoán”, sao không là trước đó? Sao không xâm nhập ngay vào các tờ báo dưới hình thức các bài viết để giúp báo chí và công chúng hiểu biết rõ rệt về chứng khoán ngay từ trước?

Tất nhiên, cũng đã có những nhà nghiên cứu tham gia trong lĩnh vực góp tiếng nói với đời, như TNT, NTNT... Song, còn cần nhiều hơn nữa ■