



INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION**INTERNATIONAL PROGRAMME ON THE ELIMINATION OF CHILD LABOUR****Mekong Sub-Regional Project to Combat Trafficking in Children and Women**United Nations Service Building, 2nd Floor, Rajdamnern Nok Avenue, P.O. Box 2-349,
Bangkok, 10200, Thailand, Telephone: (+66-2) 288-2218, Fax: (+66 2) 288 3063www.ilo.org/asia/child/trafficking

*Lĩnh vực can thiệp kỹ thuật: TIA-G***Thu hút sự Tham gia của Báo chí và Xây dựng Quan hệ với các Cơ quan Thông tin Báo chí**

Báo chí đóng một vai trò đáng kể trong việc hình thành nên các quan điểm của công luận. Các phương tiện truyền thông khác nhau lôi kéo sự chú ý của người nghe, thông tin và giải trí cho họ, và cuối cùng là đóng vai trò là đầu não cho ý kiến của công luận.

Về nạn buôn bán người, truyền thông có thể đóng vai trò như những phương tiện truyền tải thông tin, hướng người nghe tới những phức tạp của các vấn nạn buôn bán người, đồng thời giáo dục những người có nguy cơ bị buôn bán. Các báo cáo và xuất bản của truyền thông cũng là những nguồn thông tin quan trọng để vận động, thúc đẩy và tạo điều kiện cho các cơ quan có liên quan, bởi vì những câu chuyện về buôn bán người, và đặc biệt các tổ chức cụ thể có thể có được nhà tài trợ tiềm năng thậm chí trước khi có một đề xuất dự án.

Các báo cáo chính của ILO năm 1996 và 1997 về lao động trẻ em, Cuộc Diễu Hành Toàn Cầu năm 1998, và việc áp dụng Công ước 182 về Các Hình thức Lao động Trẻ em Tội tệ nhất, tất cả đều được truyền thông mạnh mẽ và rộng rãi, giúp cho ILO được tuyên truyền với quảng đại công chúng hơn bất cứ một vấn đề nào khác.

Nhóm dự án Phòng chống Buôn bán Phụ nữ và Trẻ em có thể xây dựng trên nền móng này và tăng cường tuyên truyền thông tin ở cấp địa phương, cấp quốc gia và liên quốc gia về nạn buôn bán người và những vấn đề có liên quan.

Mặc dù ban đầu, mục tiêu chính của truyền thông Giai đoạn 2 là chuyển thông điệp của chúng ta tới cộng đồng cấp cơ sở, tuy nhiên không được đánh giá thấp tầm quan trọng của hoạt động truyền thông thông qua các phương tiện thông tin ở cấp quốc gia và quốc tế. Việc này sẽ làm tăng thêm tầm quan trọng của dự án đối với các đối tác của chúng ta, đầu tiên là với các đại diện cấp cao của các chính phủ, những người sẽ phải gây ảnh hưởng để đảm bảo hoạt động lồng ghép có hiệu quả. Nói cách khác, mặc dù chúng ta muốn làm việc tích cực ở cấp địa phương để chuyển được thông điệp của chúng ta tới đó, chúng ta cũng không muốn biến mất khỏi diễn đàn chính. Các chính phủ làm việc với nhiều vấn đề phát triển khác nhau. Nạn buôn bán người là một trong những vấn đề đó. Và nếu như nằm ngoài tầm nhìn của họ tức là nằm ngoài suy nghĩ của họ.

Do vậy, tất cả các phương tiện thông tin đều là những điểm quan trọng của Giai đoạn 2 Dự án Phòng chống Buôn bán Phụ nữ và Trẻ em.

Dưới đây là một số bước đi cơ bản và đơn giản để lôi kéo sự tham gia của các cơ quan thông tin:

XÂY DỰNG DANH SÁCH CÁC CƠ QUAN THÔNG TIN

Hãy chuẩn bị kỹ để đảm bảo thành công. Xây dựng một danh sách đầy đủ các chi tiết liên lạc của các cơ quan thông tin, bao gồm các cơ quan lớn và nhỏ, các mạng lưới thông tin nổi tiếng và không nổi tiếng được thành viên của các nhóm người nghe đối tượng đọc. Bên cạnh các cơ quan thông tin quốc gia, đảm bảo đưa vào cả các cơ quan thông tin ở địa phương và ở vùng:

- . Báo
- . Tạp chí

- . Đài truyền hình
- . Đài phát thanh
- . Các dịch vụ theo đường dây
- . Bản tin
- . Tạp chí công đoàn
- . Mạng internet

Tạo lập một danh sách liên lạc của các cơ quan thông tin bằng tên của những cá nhân. Danh mục các cơ quan thông tin có thể đưa ra tên, địa chỉ, số điện thoại của những người sẽ nhận được ấn phẩm của bạn. Nơi bắt đầu tốt nhất là các cơ quan quan hệ công cộng của chính phủ, những cơ quan này thường có một danh sách rất đầy đủ các phóng viên quốc gia và quốc tế thường trú. Các câu lạc bộ thông tin/báo chí quốc gia và quốc tế cũng có danh sách tương tự như vậy. Nhưng những người đưa tin và các phóng viên thường đến rồi lại đi. Cũng có thể gọi điện trực tiếp và hỏi lại chi tiết để liên lạc. Cũng có thể như đã thoả thuận cùng nhau, bạn có thể hỏi xin các cơ quan khác của Liên Hợp Quốc hay các tổ chức phi chính phủ danh sách các cơ quan thông tin của họ. Một nguồn khác là liên lạc với văn phòng báo chí của các đại sứ quán nước ngoài ở thủ đô.

Cập nhật danh sách ít nhất là 2 lần trong một năm, đưa thêm vào các địa chỉ e-mail, số fax. Tốt nhất là tìm ra cách liên lạc tiện lợi nhất đối với từng địa chỉ.

Hãy làm việc **hiệu quả**. Không nên đưa vào danh sách những địa chỉ của các cơ quan thông tin không quan tâm đến nạn buôn bán người và dự án của ILO. Sửa lại theo nhu cầu và cập nhật danh sách thường xuyên, bỏ bớt đi và giữ lại các địa chỉ liên lạc theo thông tin mới nhất.

Hãy **kịp thời**. Những người đưa tin / biên tập viên là những người làm việc với các tin tức mới nhất. Đừng chờ 1-2 ngày rồi mới gửi tin của mình đi. Như thế sẽ không được đưa một thông tin gì cả. Hãy thông báo cho các địa chỉ thông tin của mình sớm nhất khi có thể được.

LÀM VIỆC VỚI CÁC PHÓNG VIÊN

Những phóng viên là các cầu nối với công chúng, nên tương tác qua lại với họ là rất cần thiết. Xây dựng mối quan hệ cá nhân với các nhà báo bất cứ lúc nào có thể được, các nhà báo thường đi săn lùng các khía cạnh và thông tin mới, và họ sẽ biết nhiều hơn và quan tâm hơn đến những vấn đề mấu chốt của bạn nếu bạn biết họ với tư cách cá nhân. Và luôn luôn nhớ, và giả thiết rằng bạn có thể đang được ghi âm (xem: **Các Hướng dẫn Phòng vấn** dưới đây).

Hãy nhớ rằng các nhà báo:

- . Muốn một “tin sốt dẻo” hay một khuynh hướng
- . Chịu áp lực về hạn thời gian
- . Lựa chọn kỹ càng vì họ tiếp xúc với nhiều thông tin hơn là lượng thông tin họ tìm kiếm
- . Hãy nhớ tới những việc bạn làm chưa tốt khi làm việc với các nhà báo trước đây.

Hãy làm quen với cách đưa tin của các phóng viên; khi có thể rà soát lại xuất bản của những phóng viên hoặc xem/nghe tin của họ trước khi gặp họ; bày tỏ sự quen thuộc hoặc quan tâm đến các ấn phẩm hay cách trình bày của họ.

Hãy giữ liên lạc. Nhớ rằng các nhà báo luôn chịu áp lực về thời gian trong cả ngày. Cho họ số điện thoại để có thể liên lạc với bạn sau giờ làm việc và luôn luôn sẵn sàng đối với nguồn thông tin của bạn.

Nói trong băng. Như đã nói ở trên, luôn luôn giả thiết rằng tất cả những gì bạn nói đều được ghi âm lại. Nếu bạn không muốn nhìn thấy những thông tin của mình được in ra hoặc được phổ biến cho công chúng, thì đừng nói ra. Hãy trung thực và cởi mở. Nếu do bảo mật, bạn không thể thảo luận được vấn đề thì hãy giải thích lý do. Đơn giản là trả lời và không nhận xét là dấu hiệu “đèn đỏ” đối với nhiều phóng viên và điều này có thể làm cho họ phản ứng lại.

Không nói quá đà. Chỉ đưa ra quan điểm, nói bằng ngôn ngữ đơn giản. Sử dụng các ví dụ thực tế nếu cần thiết. Nhưng không làm mờ nhạt đi quan điểm chính của bạn.

Không bao giờ nói dối; Không bao giờ phóng đại. Bạn phải chắc chắn điều này. Bạn là một nhân viên đang thực hiện nhiệm vụ thay mặt cho một cơ quan của Liên Hợp Quốc. Bạn là một người trung thực đang cố gắng làm cho thế giới và cộng đồng của mình được tốt hơn. Bạn không cần phải bịa ra mọi chuyện.

Gắn với lĩnh vực hoạt động và chuyên môn của mình. Không chỉ là ý thức chung, đây là hướng dẫn chung của hệ thống Liên Hợp Quốc và của ILO. Đừng đưa ra ý kiến cá nhân của mình. Bởi vì điều này sẽ dẫn đến thông tin tiêu cực về dự án, về ILO và Liên Hợp Quốc.

Đừng bao giờ sợ nói ra là “tôi không biết”. Chỉ nói ra những điều mình biết. Nếu bạn không biết cũng không sao cả. Hãy nói với người phóng viên là bạn không biết, nhưng bạn có thể tìm ra người biết câu trả lời, và/hoặc bạn có thể trả lời người phóng viên sau. Đảm bảo bạn giữ lời hứa sẽ gọi lại, thậm chí chỉ để nói rằng bạn vẫn chưa tìm ra câu trả lời.

Hãy tự do đặt câu hỏi. Nếu bạn càng biết nhiều về người phóng viên, tổ chức của người phóng viên, cũng như lý do đặt lịch phỏng vấn của anh ta thì bạn sẽ điều chỉnh tốt hơn câu trả lời của mình.

Gọi điện/e-mail trả lời. Bên cạnh những lịch sự chung, bỏ qua việc gọi điện/e-mail trả lời ít nhất cũng là một cử chỉ thô bạo, tồi hơn thì đó là thái độ lảng tránh. Nếu bạn không thể gọi điện lại, hãy thu xếp để ai đó trong văn phòng bạn có thể làm được điều đó. Một lần nữa, nếu bạn không biết câu trả lời, hãy nói như vậy và chỉ ra ai đó có thể giúp được. Bạn luôn luôn có thể hướng dẫn người phóng viên liên lạc với Cán bộ Truyền thông ở Dự án Phòng chống Buôn bán Phụ nữ và Trẻ em ở Bangkok. Hãy nhớ rằng đây là cơ hội vàng để chuyển thông điệp của chúng ta đến với đồng đảo công chúng, do vậy tại sao lại không hướng dẫn người phóng viên đến gặp một cán bộ khác.

Cuối cùng, hãy sử dụng quan điểm nhất quán. Tất cả những phóng sự dài và những hướng dẫn trên thế giới đều không phải là thay thế cho quan điểm nhất quán của bạn. Nếu như người phóng viên đối lập với bạn, hoặc rõ ràng muốn hướng bạn đến các lĩnh vực chính trị hay những lĩnh vực đối nghịch mà bạn cảm thấy không thoải mái, hãy hướng dẫn anh ta liên lạc với Cán bộ Truyền thông ở Dự án Phòng chống Buôn bán Phụ nữ và Trẻ em ở Bangkok.

HƯỚNG DẪN GỬI MỘT BẢN THÔNG CÁO BÁO CHÍ CHO CÁC CƠ QUAN TRUYỀN THÔNG

Báo chí liên tục có đầy các thông tin có giá trị và được cập nhật, do vậy các bản tin cô đọng và hiệu quả là rất quan trọng để được các báo đăng.

Thông tin chính xác, cô đọng. Trang bị cho báo chí các thông tin có giá trị và đáp ứng được những tiêu chuẩn sau:

- Kịp thời: phù hợp/có tác động tới người đọc
- Tính mới mẻ: câu chuyện đặc sắc hoặc hay
- Hiệu quả: tác động đến một số/hoặc tất cả người đọc
- Lợi ích với con người
- Tính nổi bật
- Gần gũi về không gian: có ảnh hưởng đến những người sống trong vùng

Tạo ra một câu chuyện tin tức. Viết cho báo như là một câu chuyện tin tức; một số báo in sẽ thực sự in lại bản tin nếu nó đáp ứng tiêu chuẩn này. Nguyên tắc cơ bản là đặt thông tin mới nhất và quan trọng nhất lên trên cùng. Không quay trở lại bằng cách nói về bối cảnh hay sự quan liêu v.v. Mỗi đoạn dài khoảng 3-6 dòng. Đảm bảo bản tin không quá 2 trang. Biên tập viên sẽ có rất nhiều thông tin được gửi tới và thường nói rằng **bạn chỉ có 10 giây để gây ấn tượng**. Nên đừng bao giờ cho rằng họ sẽ đọc toàn bộ!

Xem xét nhiều góc cạnh để làm cho bản tin của bạn sẽ có nhiều cơ hội được in ra. Hãy nghĩ ra 3-5 khía cạnh khác nhau có thể nói về buôn bán người, làm sao cho độc giả nhớ được. Nhưng hạn chế mỗi bản tin 1 khía cạnh. Giữ cho bản tin đơn giản và rõ ràng.

Trả lời những câu hỏi cần thiết. ai, cái gì, khi nào, ở đâu, và đặc biệt là TẠI SAO nhà báo và người đọc lại quan tâm đến vấn đề buôn bán phụ nữ và trẻ em và những hình thức lao động trẻ em tồi tệ nhất.

Lối viết hiệu quả và hấp dẫn. Hầu hết các câu chuyện tin tức được viết theo hình thức chớp nón lộn ngược, tất cả các thông tin cần thiết (trả lời những câu hỏi thiết yếu nêu ở trên) được trình bày trong 1, 2 hay 3 đoạn đầu tiên. Các chi tiết và phát triển thêm được đưa ra ở những đoạn cuối. Xem xét những cơ quan thông tin sẽ xuất bản tin của bạn (ấn phẩm kinh doanh, tạp chí di cư, ấn phẩm trực tuyến v.v) và học phong cách viết và trình bày của cơ quan đó.

Lối viết phải **cô đọng và rõ ràng**: hạn chế bài tin trong 2 trang. Nếu không thể viết ngắn gọn trong 2 trang được thì nên kèm theo 1 bản tóm tắt những thông tin chính cô đọng.

Ngôn ngữ: nói và viết những câu đơn giản sao cho người đọc trung bình có thể hiểu được; xem xét đến mục tiêu của người nghe. Luôn luôn giải thích nguồn số liệu và cách thu thập số liệu. Tránh dùng từ chuyên môn, các từ viết tắt, tránh ngôn ngữ quan liêu. Công chúng nói chung sẽ không hiểu được những từ như *các hoạt động can thiệp, khung hoạt động lồng ghép và có sự tham gia*. Nhớ rằng không phải bạn viết cho những cán bộ của ILO và ngôn ngữ dài dòng hay quá nhiều từ viết tắt có thể làm người đọc nhầm lẫn và làm họ không muốn đọc nữa. Bản tin của bạn là cho TẤT CẢ công chúng nói chung, không chỉ đơn giản là một bản tin!

Tính chính xác ngược với việc săn tìm cơ hội đăng tin. Cách để tăng cơ hội cho công chúng được tiếp xúc với tin tức của bạn không phải là viết nhiều hơn và gửi tin trên một diện rộng tới nhiều cơ quan thông tin khác nhau. Nâng cao kỹ năng viết, tìm nhóm người nghe đối tượng, và hướng các cơ quan thông tin đến những tin tức chính xác hơn là những việc làm hiệu quả hơn nhiều. Mục tiêu là **chất lượng**, không đơn giản chỉ là số lượng.

Hãy chủ động phản ứng với tin tức toàn cầu. Xem xét xem những câu chuyện trong vùng có thể gắn kết được với các sự kiện trên toàn thế giới hay không. Ví dụ, chuyện về nạn buôn bán người ở Châu Âu có thể liên quan tới những việc tương tự như vậy ở tiểu vùng Mêkông; điều chỉnh thời gian đưa bản tin cho phù hợp.

Điều chỉnh theo sở thích của nhà báo. Luôn luôn gửi tin tức dưới dạng mà các nhà báo quen dùng; một số người thích e-mail, fax, hay điện thoại để kể về một ý tưởng. Luôn luôn có ít nhất một người trong cơ quan của bạn được thông báo rất kỹ về việc này để liên lạc, đây là người trực văn phòng và có thể sẵn sàng bất cứ lúc nào để nhà báo có thể bàn bạc thảo luận về tin tức của bạn. Không bao giờ cung cấp địa chỉ liên lạc của người sắp đi công tác xa.

Gửi copy tất cả các tài liệu sang Bangkok. Luôn luôn cập nhật về các hoạt động thông tin của bạn cho Cán bộ Truyền thông ở Dự án Phòng chống Buôn bán Phụ nữ và Trẻ em ở Bangkok., bao gồm những phỏng vấn mà bạn đã thực hiện, bất cứ một tin tức nào dùng để đăng (cán bộ truyền thông muốn đọc để duyệt), và các mẫu tin đã đăng kèm theo ít nhất là bản dịch tóm tắt, tốt nhất là có bản dịch nguyên văn.

HƯỚNG DẪN PHÒNG VẤN

Chỉ chọn các mục tin có giá trị; truyền hình và truyền thanh là những phương tiện hiệu quả nhất, hai loại thông tin này đưa ra những câu chuyện thực dưới góc độ rất con người. Các bản tin tự khen và tự nâng cao mình thường không được đăng.

Biết được hoàn cảnh của bạn và người nghe:
TRƯỚC khi đồng ý phỏng vấn, phải biết được:

- . Tên của phóng viên/Tên chương trình
- . Ngày đưa tin/xuất bản
- . Chủ đề (có gây kích động hay không?)
- . Mục đích của phỏng vấn
- . Nội dung của chương trình (hoàn cảnh, tóm tắt, sự kiện)

Chọn một người phát ngôn có năng lực, người này:

- . Hiểu biết và đã được chuẩn bị
- . Đã được đào tạo
- . Đáng tin cậy và có thể biết thuyết phục
- . Tự tin và thoải mái tự nhiên

Hình thức (đối với những tin tức bằng hình ảnh):

- . Mặc trang phục của tổ chức
- . Tránh không mặc kiểu cách hay mang đồ trang sức lóng lánh
- . Ngồi thẳng, giữ yên và nhìn vào tay mình
- . Nhìn người phóng viên, chứ không nhìn vào camera
- . Tổ ra lịch sự

Hãy nhớ rằng bạn không phải là nạn nhân, bạn là khách mời.

Chuẩn bị kỹ các lời nói của mình và những câu trả lời nữa; biết đi trước thời gian bằng cách tổng hợp những điểm chính trong câu trả lời của mình. Khi sử dụng thống kê, phải đưa ra số liệu chính xác; có thể là có ích nếu vẽ ra được những tương đồng.

TÓM TẮT BẢN TIN

Những bản tóm tắt này là những công cụ giá trị để chia sẻ các thông tin có thể như thông tin cập nhật (ví dụ như các đàm phán và phát triển 3 bên, hay cập nhật các công ước của ILO).

Cho báo chí cơ hội có thể hỏi những câu hỏi đi sâu vào vấn đề; dùng những câu hỏi này như là đầu tư cho các câu chuyện sau này.

Đảm bảo tính mới mẻ của thông tin, phải có giá trị và mới.

5 điều mấu chốt để có bản thông tin cho công chúng có hiệu quả

Hiểu được báo chí
Tạo ra phong cách
Hãy chủ động
Hãy linh hoạt
Hãy tỏ ra có trách nhiệm

NHỮNG CÂN NHẮC TIẾP THEO VỀ NAN BUÔN BÁN NGƯỜI và THÔNG TIN BÁO CHÍ

Nạn buôn bán người là một vấn đề rất nhạy cảm cần phải được các cơ quan thông tin xử lý một cách thận trọng. Phụ nữ và trẻ em trong vùng cũng có quyền giữ bí mật như phụ nữ trẻ em ở các nước khác, đặc biệt là vì có nhiều nạn nhân có nguy cơ bị buôn bán lại. Sự an toàn của họ và việc bảo vệ họ là điều quan trọng tối cao. Tuy nhiên, một điều quan trọng là phải nhớ rằng nhiều mạng lưới truyền hình muốn phát tin cho công chúng với những phỏng vấn trực tiếp.

Lao động trẻ em và vấn đề lạm dụng và bóc lột cần phải được nói đến một cách tế nhị. Bất cứ một bức ảnh nào, hay một tài liệu nào có thể vẽ thành tranh đều phải được sử dụng thận trọng, bởi vì những gì hấp dẫn sự chú ý của báo chí có thể xâm phạm đến quyền cá nhân của các nạn nhân.

Điều này không có nghĩa là chúng ta không thể hay không được đáp ứng yêu cầu của thông tin báo chí về 'những nạn nhân của buôn bán người' thật sự, nhưng chúng ta cần phải đảm bảo giữ thể diện cho các nạn nhân, có thể yêu cầu người quay phim/phóng viên hay nhà nhiếp ảnh đồng ý hoá trang cho những người tham gia chương trình.

ĐI A CHỈ LIÊN LẠC:

Nếu bạn có bất khoản gì, hãy liên lạc với Cán bộ Truyền thông Dự án Phòng chống Buôn bán Phụ nữ và Trẻ em ở Bangkok, tel. 662 288 2057, mobi: 669 891 5003, e-mail: dow@ilo.org.

Các tài liệu tham khảo

“Quan tâm và cung cấp nguồn thông tin cho báo chí”, Esther Schindler, Tháng 8, 2002.

Làm việc với báo chí:

ECPAT, Hướng dẫn Xuất bản thông tin, Tháng 8, 1999.

St. John, D. Trình bày bằng powerpoint, Cuộc họp Cơ cấu Hiện trường ILO Châu Á Thái Bình Dương, Bangkok, Tháng 9, 2003.

Dự án Phòng chống buôn bán Phụ nữ và Trẻ em Tiểu vùng sông Mêkông: Tạo ra Thay đổi – Chiến lược Truyền thông cho Giai đoạn II. Adam Burke, Phiên bản cuối cùng, 30 tháng 11, 2003.

Chiến lược và Phương triện Thông tin Truyền thông áp dụng cho Chương trình Lao động Trẻ em Danai Chanchaochai, Tư vấn MDK.

Sách Hướng dẫn Thực hiện Chương trình IPEC (POM), Chương 5: Ủng hộ về Chính sách và Truyền thông, ILO Geneva, Tháng 8, 2003

Những lời khuyên để xây dựng quan hệ với các cơ quan thông tin, Chiến dịch tư vấn, Tháng 8, 2002.

Cách thực hiện truyền thông tin. Tư vấn MDK, Danai Chanchaochai. Tháng 2, 2003.

Trung tâm quan hệ báo chí: Hướng dẫn trình một bản tin lên báo. David Freeman, 2002. MRCentral.com.

Dự án liên cơ quan Liên Hợp Quốc về Buôn bán Phụ nữ và Trẻ em ở Tiểu vùng Sông Mêkông: Hướng dẫn thông tin trong vùng Mêkông, Tháng 11, 2001.