

Hình trong gương quay về phía người cầm gương

ISSN: 2734-9195 13:16 14/09/2026

Soi để thấy mình đang đứng ở đâu. Soi để biết ánh sáng đang chiếu vào sự thật hay vào cái tôi. Soi để nhận ra giữa được nhìn thấy và tự làm cho mình được nhìn thấy có một khoảng cách rất lớn.

Có những người làm việc tốt trong nhiều năm mà chẳng mấy khi nói về mình. Họ cứ làm. Làm xong rồi đi. Người khác nhìn thấy thì ghi nhận, không nhìn thấy cũng không sao. Bởi với họ, giá trị của một việc không nằm ở số lần được kể lại, càng không nằm ở ánh sáng chiếu vào người thực hiện.

Nhưng trong thời đại truyền thông, mọi chuyện đôi khi khác đi. Một việc tốt có thể được kể. Một người tử tế có thể được giới thiệu. Một câu chuyện đẹp có thể truyền cảm hứng cho cộng đồng. Điều đó vốn chẳng có gì sai. Thậm chí, nếu được thực hiện đúng cách, truyền thông còn giúp điều tốt lan xa hơn.

Vấn đề bắt đầu từ một câu hỏi rất nhỏ: *Ai đang kể câu chuyện đó và người được kể có quan hệ gì với người kể?*

Câu hỏi tưởng đơn giản nhưng lại chạm vào một vùng rất nhạy cảm của nghề truyền thông, đó là sự minh bạch.

Một người làm truyền thông có thể viết về một người xa lạ. Cũng có thể viết về người mình quen biết. Nhưng càng gần nhau, trách nhiệm minh bạch càng lớn. Bởi khi người kể và người được kể cùng đứng trong một mái nhà, cùng một tổ chức, cùng một hệ thống hoặc ảnh hưởng, người đọc cần được biết điều đó để tự đánh giá câu chuyện.

Minh bạch không phải là một lời thú tội. Cũng không phải vì người ta đã làm điều gì sai. Minh bạch đơn giản là tôn trọng quyền được biết của người đọc.

Nếu một nhân vật có quan hệ với chính cơ quan đang giới thiệu họ, chỉ một dòng thông tin rõ ràng đôi khi đã đủ để mọi thứ trở nên ngay ngắn. Người đọc biết. Người viết biết. Người biên tập biết. Và câu chuyện được đặt đúng vị trí.

Ngược lại, khi mối quan hệ đó bị bỏ qua, một câu chuyện dù đẹp tới đâu cũng có thể để lại một khoảng trống.

Khoảng trống đó thường được lấp bằng câu hỏi. Và trong truyền thông, khi thông tin thiếu đi, suy đoán sẽ bước vào.

Có một ranh giới rất mỏng manh giữa chia sẻ điều tốt và đánh bóng người làm điều tốt. Ranh giới đó không nằm ở số chữ, số bài hay số lần xuất hiện, mà nằm ở mục đích và vị trí của người kể.

Một người làm được một việc tốt cho xã hội, xã hội sẽ nhìn thấy qua kết quả. Người được giúp sẽ nhớ. Cộng đồng sẽ biết. Thời gian sẽ làm phần việc còn lại.

Không phải việc tốt nào cũng cần người làm việc đó tự đứng dưới ánh đèn.

Đôi khi, cách đẹp nhất để giữ cho một việc tốt còn nguyên vẻ đẹp vốn có và được nói bằng tiếng nói của người khác.

Bởi khi chính mình cầm micro nói về mình, chiếc micro đó không còn hoàn toàn trung tính. Điều này càng đáng suy nghĩ đối với người làm truyền thông.

Họ có trong tay một thứ “*quyền lực mềm*” mà nhiều người không có: quyền lựa chọn câu chuyện nào được kể, ai được xuất hiện, xuất hiện ở đâu, với tiêu đề nào và trong ánh sáng nào.

Quyền lực đó không nhất thiết phải lớn mới đáng thận trọng. Một bài viết cũng là một cách đặt ánh sáng. Đặt ánh sáng quá đúng chỗ thì làm nổi bật sự thiệt. Đặt ánh sáng quá gần thì có thể biến thành sân khấu.

Khi người cầm đèn cũng là người đứng trong khung hình, việc tự hỏi mình có đang chiếu sáng sự việc hay đang chiếu sáng chính mình là một câu hỏi rất đáng có.

Người làm truyền thông thường có một chiếc gương. Họ dùng nó để soi xã hội, soi những câu chuyện, soi những con người và đôi khi soi cả những điều chưa được nhìn thấy.



Hình minh họa. Nguồn: Internet

Nhưng chiếc gương đó có một đặc tính mà người cầm gương dễ quên: **Nó có thể quay về phía mình.**

Khi đó, những nguyên tắc từng dùng để đánh giá người khác cũng cần được dùng để đánh giá chính mình.

Ta có yêu cầu người khác trung thực không?

Vậy ta có minh bạch khi nói về mình không?

Ta có mong người khác không vụ lợi không?

Vậy ta có tự hỏi mình được gì từ câu chuyện đang kể không?

Ta có nhắc người khác giữ gìn chính ngữ không?

Vậy những gì ta nói về chính mình có thiệt sự cần nói và có cần nói theo cách đó không?

Những câu hỏi này không nhằm kết tội ai.

Ngược lại, giúp người làm truyền thông tự bảo vệ mình khỏi những điều rất dễ xảy ra khi ta đứng quá gần câu chuyện của chính mình. Bởi đôi khi, người ta không đánh mất uy tín vì một việc lớn.

Người ta mất uy tín từ những điều rất nhỏ: một mối quan hệ không được nói rõ, một sự việc không được công khai, một câu chuyện đáng lẽ nên để người khác

kể, hoặc một lần quên rằng mình cũng phải chịu cùng một chuẩn mực mà mình yêu cầu nơi người khác.

Trong đời sống, có những người rất giỏi làm việc tốt nhưng lại không giỏi đứng ngoài ánh sáng.

Cũng có những người rất giỏi kể về sự tử tế nhưng quên rằng cách kể cũng cần tử tế.

Tử tế không chỉ là nội dung của câu chuyện.

Tử tế còn nằm trong cách ta đưa câu chuyện tới với người đọc.

Một bài viết có thể nói về lòng từ bi, nhưng cách thực hiện cũng cần có sự vô tư.

Một thông điệp có thể nói về sự chân thật, nhưng chính cấu trúc của thông điệp cũng phải đủ minh bạch để người đọc không phải tự đoán.

Không phải cứ nói điều đúng thì cách nói cũng đúng.

Đó có lẽ là một trong những điều người làm truyền thông cần quán niệm nhiều nhất.

Có lẽ vì vậy, đôi khi điều đáng quý không phải là biết cách đưa mình lên một trang báo. Mà là biết lúc nào mình không nên xuất hiện trên trang báo.

Không phải vì mình không xứng đáng. Mà vì mình hiểu vị trí của mình. Không phải vì mình không có điều tốt để kể.

Mà vì mình biết điều tốt thiệt sự không cần lúc nào cũng có tên mình đứng cạnh.

Không phải vì mình sợ người khác nghĩ sai.

Mà vì mình tôn trọng sự phán xét độc lập của người đọc. Một người làm truyền thông càng có vị trí, càng nên tự đặt cho mình một khoảng lùi.

Khoảng lùi đó không làm mình nhỏ đi, mà làm tư cách của mình lớn lên. Có một nghịch lý khá thú vị: Người làm truyền thông có đặc quyền cầm chiếc gương soi người khác. Nhưng người có bản lĩnh nhất là người đủ bình tĩnh để đôi khi quay chiếc gương đó về phía mình.

Soi để thấy mình đang đứng ở đâu.

Soi để biết ánh sáng đang chiếu vào sự thật hay vào cái tôi.

Soi để nhận ra giữa được nhìn thấy và tự làm cho mình được nhìn thấy có một khoảng cách rất lớn.

Và cũng để nhớ rằng: *Một việc tốt không cần được đánh bóng mới trở thành việc tốt. Một người tử tế không cần tự dựng hào quang mới được người khác nhìn nhận.*

Còn một cơ quan truyền thông có lẽ chỉ thiệt sự tạo được niềm tin khi chính mình cũng sẵn sàng thực hiện những nguyên tắc mà mình dùng để kể về người khác.

Giữ một người ở lại lâu trong lòng cộng đồng không phải là họ đã xuất hiện bao nhiêu lần. *Mà là sau tất cả những lần xuất hiện đó, **người ta còn giữ được bao nhiêu niềm tin dành cho họ.***

Tác giả: **Nguyễn Hữu Chót**