

GIẢI PHÁP CẢI THIỆN THÔNG ĐIỆN CỦA BÁO ĐIỆN TỬ VỀ HÌNH ẢNH TÂY BẮC DƯỚI GÓC NHÌN TRUYỀN THÔNG PHÁT TRIỂN

Trương Thị Phương^{1*}, Nguyễn Thị Loan²

¹Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông – ĐH Thái Nguyên

²Đại học Thái Nguyên

TÓM TẮT

Bài báo giới thiệu kết quả của nghiên cứu gần đây với 2 mục tiêu: (1) Nghiên cứu, khảo sát, đánh giá thực trạng cũng như tác động của thông điệp trên báo điện tử đối với phát triển bền vững vùng Tây Bắc. (2) Đề xuất các định hướng và giải pháp nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả của thông điệp trên báo điện tử vì mục tiêu phát triển bền vững vùng Tây Bắc. Phương pháp nghiên cứu lịch sử và sử dụng tài liệu thứ cấp, phương pháp phân tích nội dung, mô hình truyền thông phát triển được áp dụng để phân tích 619 tin, bài được đăng trên một số báo điện tử. Kết quả nghiên cứu cho thấy hình ảnh vùng Tây Bắc xuất hiện mờ nhạt trên các báo điện tử; các báo điện tử đang tập trung nhiều vào việc thông tin về những khó khăn, bất cập của Tây Bắc mà ít tập trung vào các nội dung về chỉ dẫn đầu tư, tiềm năng, thế mạnh phát triển của vùng Tây Bắc, hình thức truyền tải thông tin đơn điệu, đa phần là chữ viết, rất ít bảng, biểu, sơ đồ, đồ thị minh họa... Dựa trên kết quả đó, nhóm tác giả đã đề xuất các nhóm giải pháp nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả của hoạt động báo chí truyền thông vì mục tiêu phát triển bền vững vùng Tây Bắc.

Từ khóa: Truyền thông phát triển; phát triển bền vững; vùng Tây Bắc; truyền thông dân tộc; thông điệp trên báo điện tử.

Ngày nhận bài: 20/5/2020; Ngày hoàn thiện: 24/6/2020; Ngày đăng: 29/6/2020

SOLUTIONS FOR IMPROVING THE ONLINE NEWSPAPER'S MESSAGE ON THE NORTHWEST IMAGE FROM THE PERSPECTIVE OF DEVELOPMENT COMMUNICATION

Trương Thị Phương^{1*}, Nguyễn Thị Loan²

¹TNU - University of Information and Communication Technology

²Thai Nguyen University

ABSTRACT

The paper introduces the results of recent research with the aims to: (1) Research, survey and evaluate the situation as well as the impact of online newspaper's newspaper on the Northwest sustainable development. (2) Propose orientations and solutions to improve the quality and effectiveness of online newspaper's messages on the Northwest sustainable development. The researching method includes: history researching & secondary documents using, content analyzing. Moreover, development communication model was applied to analyze 619 news, articles published in several internet newspapers. The results show that the Northwest image appears faintly in online newspapers. The online newspapers are focusing more on the difficulties and inadequacies of the Northwest, but less on the contents of its investment guidelines, potentials and development strengths. The forms of information are monotonous, mostly in written words, very few tables, diagrams, graphs illustrating... Based on the results, the authors have proposed solutions to improve quality and efficiency of media activities for the sustainable development of the Northwest region.

Keywords: Development Communication; sustainable development; the Northwest region; ethnic communication; message on the online newspaper.

Received: 20/5/2020; Revised: 24/6/2020; Published: 29/6/2020

* Corresponding author. Email: phuongtt@ictu.edu.vn

1. Đặt vấn đề

Hội nghị các Ban chỉ đạo Tây Nam Bộ, Tây Bắc và Tây Nguyên ngày 30/9/2016, tổ chức tại Đà Lạt (Lâm Đồng), các đại biểu đã chỉ rõ các tuyến thông tin tuyên truyền về 3 vùng đặc biệt là vùng Tây Bắc còn yếu, hạn chế và thiếu toàn diện như: nội dung thể hiện chưa phong phú, đa dạng, hình ảnh Tây Bắc trên truyền thông chưa hấp dẫn các nhà đầu tư, cũng như sự am hiểu về văn hóa các dân tộc thiểu số còn bất cập [1].

Báo chí truyền thông cần phản ánh đúng hiện trạng Tây Bắc, ghi nhận những thành công của Tây Bắc trong quá trình phát triển bền vững, phản ánh những hạn chế, bất cập của Tây Bắc nhằm giúp các cơ quan hoạch định chính sách, các nhà đầu tư, doanh nghiệp và cộng đồng công chúng trong xã hội hiểu đúng về Tây Bắc, từ đó, chung tay giúp sức hợp tác với Tây Bắc để đưa Tây Bắc phát triển bền vững.

Việc nghiên cứu, tìm hiểu, đánh giá thực trạng hình ảnh Tây Bắc trên báo điện tử cũng như thực trạng, thói quen, tâm lý tiếp nhận và ý kiến đánh giá của công chúng Tây Bắc với nội dung, hình thức các sản phẩm truyền thông dành cho họ và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng truyền thông phục vụ phát triển bền vững Tây Bắc là việc làm cấp thiết, có ý nghĩa lý luận và thực tiễn to lớn.

2. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, nhóm tác giả sử dụng một số phương pháp nghiên cứu:

Phương pháp nghiên cứu lịch sử và sử dụng tài liệu thứ cấp: Nhóm tác giả đã tiến hành sưu tập các văn kiện, chỉ thị, tư liệu của Đảng và nhà nước liên quan đến việc xã hội hóa thông tin báo chí, nhằm tìm hiểu chủ trương, đường lối, định hướng của Đảng và Nhà nước về vấn đề phát triển Tây Bắc. Bên cạnh đó, tài liệu thứ cấp được thu thập từ tài liệu công bố chính thức như đề tài KHCN.TB14X/13-18 “Truyền thông dân tộc, truyền thông phát triển – Những vấn đề lý luận và thực tiễn”, các báo cáo, tài liệu, số liệu các cuộc điều tra, các sách báo, tạp chí, các văn bản pháp quy, các Website có liên quan.

Phương pháp phân tích nội dung: Nhóm tác giả khảo sát, phân tích nội dung và hình thức tin, bài của một số báo điện tử (báo Đầu tư điện tử, báo VnExpress, báo Dân tộc) để đánh giá thực trạng, thành công và hạn chế của báo điện tử trong việc đưa thông tin về Tây Bắc.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Vài nét khái quát về truyền thông phát triển và vùng Tây Bắc

Truyền thông phát triển

Truyền thông phát triển (hay truyền thông phục vụ phát triển) là một kiểu truyền thông, trong đó tất cả những chủ thể tham gia đều được tự do đối thoại và có quyền tiếp cận các kênh truyền thông, tham gia vào quá trình quảng bá tiếp nhận thông tin những kiến thức mới của mỗi chủ thể. Về cơ bản, truyền thông phát triển là sự kết hợp của: Truyền thông nhằm phổ biến kiến thức/truyền bá cái mới. Lý thuyết phổ biến kiến thức/truyền bá cái mới được phát triển dựa trên những giả thuyết cho rằng, việc thiếu các ý tưởng mới sẽ dẫn đến sự kém phát triển và truyền thông được sử dụng như một công cụ để thuyết phục các nhóm công chúng mục tiêu (thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng và phi đại chúng, như người lãnh đạo dư luận (opinion leaders),...) [2]. Tuy nhiên, truyền thông phát triển phê phán lý thuyết phổ biến kiến thức ở tính một chiều, áp đặt và không xem xét đến các yếu tố địa phương, văn hóa...

Vùng Tây Bắc

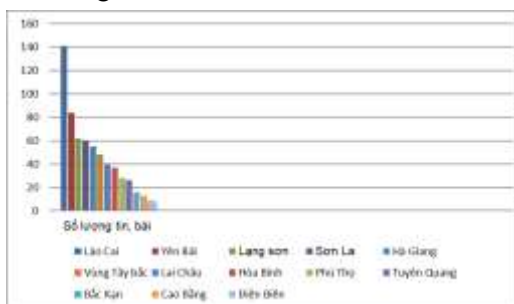
Theo phân loại của các nhà địa lý học, vùng Tây Bắc bao gồm các tỉnh Lai Châu (cả Điện Biên), Sơn La, Hòa Bình, vùng núi Thanh - Nghệ và một phần các tỉnh Lào Cai, Yên Bái như là “vùng đệm” giữa Tây Bắc và Đông Bắc... Tuy vậy, trong công trình nghiên cứu này, nhóm tác giả xét vùng Tây Bắc theo địa bàn hoạt động của Ban Chỉ đạo vùng Tây Bắc. Theo đó, vùng Tây Bắc gồm 12 tỉnh là Hà Giang, Lào Cai, Yên Bái, Lai Châu, Điện Biên, Sơn La, Hoà Bình, Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Phú Thọ, Tuyên Quang, 11 huyện phía Tây Thanh Hóa gồm: Quan Hoá, Quan

Sơn, Mường Lát, Bá Thước, Lang Chánh, Cẩm Thủy, Ngọc Lặc, Thạch Thành, Thường Xuân, Như Xuân, Như Thanh và 10 huyện phía Tây Nghệ An gồm: Kỳ Sơn, Tương Dương, Con Cuông, Anh Sơn, Tân Kỳ, Quế Phong, Quỳnh Châu, Quỳnh Hợp, Nghĩa Đàn, Thanh Chương. Tổng diện tích toàn vùng là 7.488.031 km², trong đó, đất nông nghiệp của toàn khu vực chiếm một tỷ lệ nhỏ, còn lại phần lớn là rừng núi [1].

3.2. Thực trạng nội dung và hình thức thông điệp của báo điện tử về hình ảnh Tây Bắc dưới góc nhìn truyền thông phát triển

Để làm rõ thông điệp của báo điện tử về hình ảnh Tây Bắc dưới góc nhìn truyền thông phát triển, nhóm tác giả đã khảo sát tần suất tin, bài trên các báo điện tử và tiến hành phân tích nội dung, hình thức các tin, bài truyền thông về vùng Tây Bắc.

Kết quả hình 1 cho thấy, trong số các địa danh thuộc vùng Tây Bắc, Lào Cai xuất hiện nhiều nhất với 141 tin, bài chiếm 22,8% trên tổng số tin, bài, tiếp đó là Yên Bái với 84 tin, bài chiếm 13,6% trên tổng số tin bài, Lạng Sơn cũng là một trong 3 địa phương xuất hiện nhiều hơn cả với số tin bài là 62 tin, bài chiếm 10%. Trong khi đó, các địa phương như Bắc Kạn có 16 tin, bài chiếm 2,6% trên tổng số tin, bài, Cao Bằng chỉ có 13 tin, bài chiếm 2,1% trên tổng số tin bài, và xếp cuối cùng là tỉnh Điện Biên, chỉ có 9 tin, bài chiếm 1,5% trên tổng số tin, bài.



Hình 1. Biểu đồ thể hiện số lượng tin, bài các báo điện tử viết về các địa danh Tây Bắc

Trung bình mỗi ngày báo VnExpress có khoảng 500 tin bài, như vậy một năm báo sẽ có khoảng 182.500 tin, bài. Tuy nhiên, theo kết quả khảo sát của nhóm tác giả, chỉ có 426

tin, bài viết về Tây Bắc trong giai đoạn 2018 - 2019, chiếm 0,2% số lượng tin, bài trong 1 năm của báo VnExpress. Số lượng tin bài mà báo VnExpress viết về Tây Bắc trong một năm không bằng số lượng tin, bài trên báo này trong một ngày. Trên báo Dân tộc cũng tương tự, số lượng tin, bài về hình ảnh Tây Bắc chỉ chiếm 3,2% tổng số tin, bài của báo trong 1 năm, và trên báo Đầu tư là 3,6%.

Mặt khác, dựa trên lý thuyết tâm lý tiếp nhận của công chúng [2], trong địa lý, các địa danh xuất hiện như nhau, đều là đơn vị tỉnh, tuy nhiên, trên truyền thông, tần suất xuất hiện của mỗi địa phương lại không giống nhau, điều đó dẫn đến hệ quả, những địa phương xuất hiện nhiều trên truyền thông sẽ được mọi người biết đến nhiều hơn, trong khi những địa phương ít xuất hiện khiến công chúng ít hoặc không biết đến.

Ngoài việc đo tần suất xuất hiện của các địa danh thuộc vùng Tây Bắc, nhóm tác giả đã tổng hợp, phân tích số liệu thống kê về số lượng các tác phẩm dựa trên các tiêu chí nội dung: tiềm năng - thành tựu, khó khăn - bất cập và hình ảnh người dân Tây Bắc. Kết quả được thể hiện chi tiết trong bảng 1.

Bảng 1. Số lượng các tin, bài trên các báo điện tử thông tin về các nội dung chính liên quan đến truyền thông hình ảnh vùng Tây Bắc

STT	Tên báo điện tử	Số lượng tin, bài			
		Tiềm năng - thành tựu	Khó khăn - bất cập	Hình ảnh người dân Tây Bắc	Tổng số tin, bài
1	VnExpress	107	258	61	426
2	Dân tộc	59	39	24	122
3	Đầu tư	47	15	9	71
4	Tổng số tin, bài	213	312	94	619

Xét trên tổng thể, các báo điện tử đang tập trung nhiều vào việc thông tin về những khó khăn, bất cập của Tây Bắc mà ít tập trung vào các nội dung khác. Cụ thể, trong tổng số 619 tin, bài thông tin về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc thì có 312 tin, bài, chiếm 50,4% tổng tin, bài thông tin về những khó

khăn, bắt cập của vùng Tây Bắc. Tiếp đó, là nội dung thông tin về những tiềm năng, thành tựu với 213 tin, bài, chiếm 34,4% tổng số tin, bài. Cuối cùng là nội dung thông tin về hình ảnh người dân vùng Tây Bắc có 94 tin, bài chiếm 15,2% tổng số tin, bài.

3.2.1. Thực trạng nội dung thông tin trên báo điện tử về vùng Tây Bắc

Nội dung thông tin về tiềm năng - thành tựu

Đặc thù của các tỉnh vùng Tây Bắc là phát triển kinh tế chủ yếu dựa vào sản xuất nông nghiệp, diện tích không lớn, năng suất cây trồng, vật nuôi chưa cao, địa hình đồi đất chia cắt, lại hay xảy ra thiên tai. Bên cạnh đó, trình độ canh tác của đồng bào còn hạn chế, chưa có thói quen sản xuất hàng hóa, trồng lúa gạo còn mang tính tự cung tự cấp, thu nhập của người dân nông thôn chỉ đạt 400.000 đ/tháng, rất thấp so với mặt bằng chung [3]. Trước thực trạng đó, báo điện tử khi thông tin về những tiềm năng, của vùng Tây Bắc thường tập trung khai thác ở các khía cạnh về sản xuất nông nghiệp như những mô hình nông nghiệp ưu việt và hiệu quả của bà con. Những tin, bài này thường nằm trong phần Nông nghiệp sạch thuộc chuyên mục Thời sự của báo điện tử Vnexpress. Hoặc các tin, bài viết về nét đẹp của Tây Bắc và một số thành tựu của các địa phương vùng Tây Bắc Bắc như “Tương cổ truyền Dục Mỹ thơm ngon hơn nhờ gió đông”, “4.000 ha mận hậu Sơn La quả to nhờ kỹ thuật tỉa cành”, “Vị ngon thơm đặc trưng của mía tím Hòa Bình”, “Đồi chè Tam Đường nghìn ha trồng để xuất khẩu”, “Chè đen đặc sản xuất khẩu tỉnh Tuyên Quang”, “Hơn 700 tấn rau sạch Mộc Châu bán về Hà Nội”, “Nuôi cá tại lòng hồ thủy điện thu về 5 tỷ đồng mỗi năm”,...

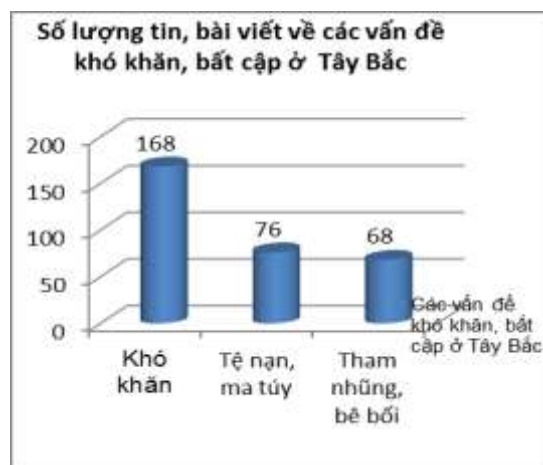
Khi thông tin về tiềm năng du lịch, các bài viết về thế mạnh du lịch vùng Tây Bắc đều theo motif tin ảnh, bài biết có nội dung khá đơn giản, chỉ mang tính giới thiệu, ít bài viết phân tích theo chiều sâu với các hướng khai thác và phát triển những tiềm năng du lịch như nghỉ dưỡng, du lịch gắn với nông nghiệp...

Tuy nhiên, qua phân tích, nhóm tác giả nhận thấy, thông tin về tiềm năng – thành tựu của

vùng Tây Bắc chưa được các báo chú trọng. Số lượng các bài viết về chủ đề này khiêm tốn, đa phần các bài viết đều là các tin, bài phản ánh, nội dung chưa sâu, chưa đáp ứng các thông tin của dạng bài tư vấn, chỉ dẫn đầu tư [4]. Cụ thể, nội dung các tin bài còn khá nghèo nàn so với tiềm năng tài nguyên vốn có của vùng. Các tiềm năng ở vùng Tây Bắc hiện lên qua các báo điện tử mới chỉ tập trung nhiều ở tiềm năng về du lịch, nông sản sạch là chủ yếu, trong khi nhiều tiềm năng, thế mạnh của Tây Bắc ít được nhắc đến như khoáng sản, thủy điện, lâm sản, thảo dược... Các địa phương được nhắc đến nhiều trên các báo chưa đồng đều, chủ yếu là các địa danh Lào Cai, Lai Châu, Sơn La.

Nội dung thông tin về khó khăn - bất cập

Hình ảnh Tây Bắc trên các báo điện tử hiện lên là một vùng đất nhiều thiên tai với lũ ống, sạt lở đất vào mùa mưa, băng giá, sương muối vào mùa khô, và chồng chất những khó khăn về đường sá nghèo nàn, nguy hiểm, thường xuyên xảy ra tai nạn. Đây cũng là vùng đất đứng đầu cả nước về tệ nạn và tội phạm ma túy. Các hủ tục vẫn tồn tại ảnh hưởng trực tiếp tới sự phát triển con người nơi đây. Và đặc biệt, tình trạng tham nhũng, bê bối xuất hiện hầu khắp các bộ máy chính quyền địa phương Tây Bắc. Số liệu chi tiết về lượng tin, bài viết về các vấn đề khó khăn, bất cập ở Tây Bắc được thể hiện ở hình 2.



Hình 2. Số lượng tin, bài phản ánh các vấn đề khó khăn, bất cập ở Tây Bắc

Số bài viết về khó khăn, bất cập chiếm 1 nửa trên tổng số lượng bài viết mà các báo điện tử viết về vùng Tây Bắc và gấp 1,5 lần so với thông tin về tiềm năng, lợi thế phát triển của vùng. Mặt khác, những bài viết về khó khăn, bất cập lại được khắc họa rõ nét bằng những hình thức đa dạng như video, ảnh động, các bài phóng sự... khiến cho hình ảnh Tây Bắc hiện lên càng nghèo nàn và thiếu bền vững.

Nội dung thông tin về hình ảnh người dân Tây Bắc

Khảo sát trên báo điện tử VnExpress - báo điện tử có đông độc giả nhất hiện nay và các tờ Dân tộc, Đầu tư trong giai đoạn 2018 - 2019, nhóm tác giả có một số nhận xét sau:

Thống kê khái quát về tần suất đăng tải các bài viết về dân tộc thiểu số trên các tờ báo điện tử nằm trong diện nghiên cứu phần nào cho thấy sự khiêm tốn của mảng đề tài này. Trong số 619 bài viết được đưa vào phân tích, chỉ có 94 tin, bài viết về người dân tộc, cho thấy đề tài dân tộc thiểu số ít khi được coi là đặc biệt quan trọng hay có thể thu hút sự chú ý đặc biệt của độc giả. Nguyên nhân của vấn đề này có thể lý giải bằng kết quả khảo sát của Thông tấn xã Việt Nam (TTXVN) phỏng vấn 80 phóng viên của các cơ quan báo chí Đài THVN, Đài tiếng nói Việt Nam, Đài TH VTC, đài TH Hà Nội, Báo Nhân dân, Công An nhân dân, Sinh viên, Đời sống pháp luật, Tiền Phong, Sài Gòn Giải phóng có viết bài liên quan đến đề tài dân tộc thiểu số, đều cho biết, các cơ quan báo chí chưa có sự ưu tiên với tuyến thông tin về đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, và lượng tin, bài viết về đề tài này chỉ chiếm từ 5-10% tin, bài mà họ đã viết trong năm qua [5].

Hình ảnh người dân tộc thiểu số trên báo điện tử, ngoài một tỉ lệ thấp khoảng 18% các bài viết mô tả những trường hợp điển hình có điều kiện kinh tế khá giả do biết cách làm ăn, phần lớn mô tả người dân tộc thiểu số trong tình trạng nghèo đói, túng thiếu (58,4%) hoặc thoát nghèo (32,8%). Các từ “nghèo”, “đói” vẫn là những từ được dùng phổ biến. Đặc biệt hơn nữa, khi lý giải về nguyên nhân nghèo

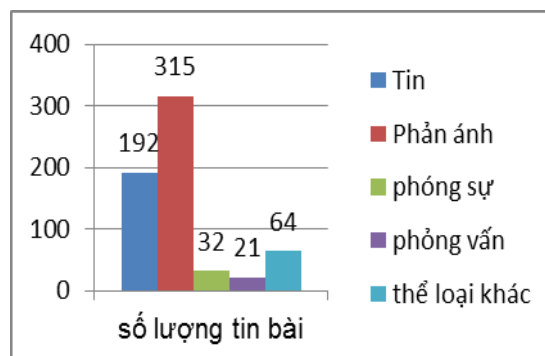
đói hầu hết các bài viết đều xoay quanh những nguyên nhân như thiếu vốn, thiếu đất, thời tiết khắc nghiệt, không áp dụng khoa học kỹ thuật, lạc hậu...

Khi vùng Tây Bắc chịu những tổn thất nặng nề do mưa lũ liên tiếp, có 9 tin, bài đề cập đến các hoạt động hỗ trợ thì hình ảnh người dân tộc thiểu số chủ yếu hiện lên như những người trong hoàn cảnh khó khăn, thụ động và thậm chí ỷ lại vào sự trợ giúp từ bên ngoài hơn là tự tìm cách vượt qua khó khăn. Các động từ phản ánh rõ sự chênh lệch vị thế như “cứu trợ”, “hỗ trợ”, “giúp”, “mong”, “quan tâm”, “trao”,... được sử dụng hết sức phổ biến, khắc sâu sự phân biệt giữa miền núi - miền xuôi, người đa số - người thiểu số. Ngoài ra, trong các vụ buôn bán ma túy, hình ảnh người dân tộc hiện lên phần lớn là làm thuê, bị kẻ xấu lợi dụng.

Như vậy, có thể thấy hình ảnh của người dân tộc chưa được phác họa chân thực, nhu cầu của họ chưa được thấu hiểu trọn vẹn, năng lực của họ chưa được đánh giá đúng mức và đây là những lí do khiến nhiều dự án phát triển, chương trình hỗ trợ cho cộng đồng tộc người thiểu số chưa đạt hiệu quả như mong đợi.

3.2.2. Thực trạng hình thức thông tin trên báo điện tử về vùng Tây Bắc

Kết quả các thể loại mà các báo điện tử trong diện khảo sát sử dụng để thông tin về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc được giới thiệu ở hình 3.



Hình 3. Các thể loại mà các báo điện tử sử dụng để thông tin về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc

Hình thức truyền tải thông tin đơn điệu, đa phần là chữ viết, rất ít bảng, biểu, sơ đồ, đồ thị minh họa... Trong các thể loại báo chí, để có hiệu quả cao nhất về chỉ dẫn, thu hút đầu tư, các thông tin cần được thể hiện dưới nhiều hình thức: bài phỏng vấn, bài phân tích, tổng hợp, đối thoại... thậm chí qua các nhân vật có tầm ảnh hưởng như doanh nhân thành đạt chia sẻ bí quyết, kinh nghiệm đầu tư thành công, cách thức lựa chọn lĩnh vực đầu tư, phương án đầu tư hiệu quả...[6]. Tuy nhiên, đa phần thông tin về tiềm năng, cơ hội của Tây Bắc trên báo điện tử chủ yếu là các tin, hoặc bài phân tích. Trong khi đó những khó khăn, bất cập lại được khắc họa sâu bằng các phóng sự, bài phân tích... Vì vậy, thông tin về Tây Bắc trên báo điện tử chưa đáp ứng đủ các yêu cầu về chỉ dẫn đầu tư phục vụ phát triển bền vững Tây Bắc [7].

3.3. Đề xuất các giải pháp cải thiện thông điệp của báo điện tử về hình ảnh Tây Bắc

Nhóm giải pháp 1: Nhóm giải pháp về nhận thức

Mục đích: Đổi mới nhận thức về vai trò, chức năng của báo điện tử trong phục vụ phát triển bền vững Tây Bắc.

Nội dung tổ chức thực hiện:

- *Coi trọng công tác tuyên truyền*: Lãnh đạo các bộ, ban, ngành liên quan và lãnh đạo các cơ quan báo điện tử cần bám sát định hướng, chủ trương đường lối của Đảng, Nhà nước về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc để từ đó xác định rõ công tác tuyên truyền nội dung liên quan của mình là một trong những ưu tiên lớn, đòi hỏi phải quán triệt những phương châm, nhiệm vụ, nội dung trọng tâm cần tập trung tuyên truyền trong từng thời kỳ.

- *Nâng cao nhận thức về vấn đề truyền thông phát triển*:

+ Ban biên tập của các cơ quan báo chí cần xác định những nội dung chủ yếu, từ đó đẩy mạnh thông tin sâu, đậm nét kết hợp với việc không ngừng mở rộng phạm vi thông tin, đảm bảo cho những thông tin về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc có trọng tâm, trọng điểm nhưng bao quát được tất cả tình hình kinh tế, xã hội, an ninh quốc phòng của vùng.

+ Lộ trình truyền thông về vấn đề phát triển

bền vững vùng Tây Bắc sẽ tiến hành bài bản theo trình tự, kế hoạch, chiến lược truyền thông khoa học.

Nhóm giải pháp 2: Nhóm giải pháp về nghiệp vụ

Mục đích: Củng cố vị thế, nâng cao vai trò, đề cao trách nhiệm và tăng cường năng lực của báo điện tử trong xây dựng và phát triển bền vững Tây Bắc.

Nội dung tổ chức thực hiện:

- Tăng cường số lượng và chất lượng tin, bài của báo. Nội dung các tin, bài cũng phải được chú trọng đổi mới theo chiều hướng nội dung các tin bài cần đi sâu, mở rộng làm rõ vấn đề chứ không đơn thuần là chỉ phản ánh thực tế như hiện tại. Người làm báo cần phải theo sát thực tế để thông tin bài viết đậm màu sắc Tây Bắc hơn nữa.

- Nâng cao chất lượng tin, bài ngay từ khâu đầu tiên trong quy trình sản xuất tin, bài để giảm bớt thời gian biên tập tiếp theo, từ đó đẩy nhanh thời gian sản xuất tin, bài cho đảm bảo tính thời sự và đạt chất lượng cao.

- Các báo cần hình thành, xây dựng các chuyên trang, chuyên mục chất lượng, khoa học có nội dung chuyên biệt về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc tạo điều kiện thuận lợi cho độc giả theo dõi tin, bài, các sự kiện.

- Các tin, bài cần hạn chế thuật ngữ khoa học và nên đi thẳng vào vấn đề, tăng cường yếu tố phi ngôn ngữ (hình ảnh, đồ họa, bảng biểu...). Cần sáng tạo trong cách viết, tránh lối mòn, dập khuôn, tiêu chí là dễ nhớ, dễ hiểu, dễ áp dụng. Trong thông điệp truyền thông phát triển, các đặc thù về ngôn ngữ (nói, viết hình ảnh, âm thanh...) phải được thiết kế vừa phù hợp với nội dung thông tin, vừa phù hợp với các đặc thù ngôn ngữ, văn hóa, tập quán và lối sống của người dân bản địa.

- Người làm báo cần tăng cường tính khách quan khi thông tin về hình ảnh người dân vùng Tây Bắc. Để làm được điều đó, người làm báo cần đặt mình vào trong hoàn cảnh lịch sử, xã hội, những ràng buộc của giá trị văn hóa và đạo đức của những người mình đang tìm hiểu để nắm được quan điểm của họ, để nhận thức được cách nhìn của họ về thế

giới họ đang sống. Từ đó người làm báo sẽ hiểu và trân trọng các giá trị văn hóa, kiến thức bản địa để có được những bài báo nói lên được tiếng nói của người dân vùng Tây Bắc.

- Cần quan tâm xây dựng hệ thống thông tin chỉ dẫn đầu tư về phát triển bền vững Tây Bắc trên báo điện tử. Mỗi lĩnh vực đưa ra phải bao gồm 3 lớp thông tin: Thời sự (bài viết của phóng viên), bài bình luận phân tích (của chuyên gia), các số liệu tra cứu. Trên báo điện tử, các mảng thông tin này được tập hợp dần sẽ giúp nhà đầu tư tra cứu được hồ sơ đầy đủ về vùng miền, ngành nghề... muốn đầu tư.

Nhóm giải pháp 3: Nhóm giải pháp về công tác tổ chức – cán bộ

Mục đích: Xây dựng đội ngũ cán bộ, phóng viên, biên tập viên phụ trách nội dung liên quan đến vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc.

Nội dung tổ chức thực hiện:

Các báo điện tử cần thống kê, rà soát đội ngũ phóng viên, biên tập viên của mình để chọn ra những phóng viên, biên tập viên có khả năng thông tin về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc tốt.

Đào tạo, bồi dưỡng phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên phải được chú trọng thực hiện tốt ở cả ba công đoạn: Đào tạo người làm báo tại cơ sở đào tạo chuyên nghiệp; Các cơ quan báo chí sắp xếp, bố trí để thực hiện công tác đào tạo và bồi dưỡng phóng viên, biên tập viên công tác viên; Mỗi phóng viên, nhà báo, công tác viên phải tự giác học tập, rèn luyện, bồi dưỡng kiến thức và nghiệp vụ về người dân tộc, vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Như vậy, các cơ sở đào tạo Báo chí truyền thông cũng cần đưa vào giảng dạy các môn học liên quan về vấn đề truyền thông cho người dân tộc. Cụ thể:

- Đưa vấn đề của các dân tộc thiểu số và miền núi vào chương trình đào tạo người làm báo.
- Tổ chức tập huấn, hội thảo bổ sung, nâng cao kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ về văn hóa dân tộc thiểu số và miền núi cho phóng viên.
- Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu điện tử về các dân tộc và đường lối, chính sách có liên quan để phóng viên có thể tra cứu dễ dàng khi cần.

4. Kết luận

Đề tài là nỗ lực bước đầu trong việc nghiên cứu thực trạng thông tin về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc trên các báo điện tử, từ đó, nhóm tác giả căn cứ vào những hiểu biết về điều kiện tự nhiên, kinh tế, văn hóa xã hội vùng Tây Bắc, lý thuyết phát triển bền vững, truyền thông phát triển và kiến thức lý luận báo chí truyền thông để có những đánh giá, nhận xét về những thành công và hạn chế trong quá trình thông tin của các báo điện tử về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc. Dựa trên cơ sở những thành công và hạn chế đó, nhóm tác giả cũng đã đưa ra các giải pháp mang tính điển hình như là một góp ý để các báo điện tử xem xét áp dụng. Mấu chốt của thảo luận về truyền thông phát triển là việc áp dụng những mô hình truyền thông vào thực tiễn, phục vụ chiến lược phát triển bền vững quốc gia, địa phương và cộng đồng. Tuy nhiên, vấn đề phát triển bền vững nói chung và truyền thông phát triển ở Việt Nam vẫn còn là lĩnh vực mới mẻ và những vấn đề này rất cần được quan tâm trong những nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1]. Ethnic Committee, *Proceedings of the sustainable development forum in the mountains of Vietnam*, Agriculture, 2016.
- [2]. M. Lee, "Special report Africa: Unlock the potential of development," *Communication World*, vol. 103, no. 6, pp. 363-369, Mar/April 2010.
- [3]. T. L. McPhail, *Development Communication: Reframing the role of the Media*, Wiley – Blackwell, West Sussex, UK, 2009.
- [4]. M. E. McCombs, and D. L. Shaw, "The agenda-setting function of mass media," *Public Opinion Quarterly*, vol. 362, no. 7, pp. 176-187, 1972.
- [5]. T. B. Bui, *Development media - ethnic media: Theoretical and practical issues*, Ha Noi national university, 2018.
- [6]. G. Laverack, and H. D. Dao, "Transforming information, education and communication in Vietnam," *Heal Education*, vol. 103, no. 6, pp. 363-369, 2003.
- [7]. S. W. Littlejohn, and K. A. Foss, *Theoris of Human Communication*, Wadsworth Cengage learning, Belmont, CA, US, 2008.