

Đặt hàng tạo nguồn thu cho cơ quan báo chí: Gỡ khó thế nào?

14:42 07/03/2023

Tác giả: Từ Hải

Nguồn thu, hoạt động kinh tế của các cơ quan báo chí hiện nay gặp nhiều khó khăn, cần có những giải pháp nhằm phát triển bền vững, mạnh mẽ hơn.



Diễn đàn Kinh tế báo chí 2023 tổ chức tại thành phố Quy Nhơn (Bình Định) với sự tham gia của hơn 120 đại biểu là đại diện các cơ quan báo chí Trung ương và địa phương. (Ảnh: Cổng thông tin UBND tỉnh Bình Định)

Phát biểu tại Diễn đàn Kinh tế báo chí năm 2023 được tổ chức ngày 24/2, Chủ tịch UBND tỉnh Bình Định Phạm Anh Tuấn cho rằng, báo chí hiện nay đang gặp khó khăn về tài chính. Do vậy, kinh tế báo chí là một vấn đề cấp thiết cần có lời giải đáp để báo chí Việt Nam phát triển.

Đặc biệt, giải được bài toán kinh tế báo chí cũng giúp báo chí có thể từng bước tự chủ tài chính, để có bước phát triển đột phá nhằm thực hiện tốt vai trò, chức năng báo chí cách mạng Việt Nam, là tiếng nói của Đảng bộ, chính quyền và nhân dân địa phương.

Nguồn thu báo chí sụt giảm

Ông Phạm Anh Tuấn nêu rõ, trong điều kiện nguồn thu của báo chí bị ảnh hưởng nghiêm trọng, nhiều cơ quan báo chí trong đó có cơ quan báo chí của tỉnh Bình Định đang gặp nhiều khó khăn,

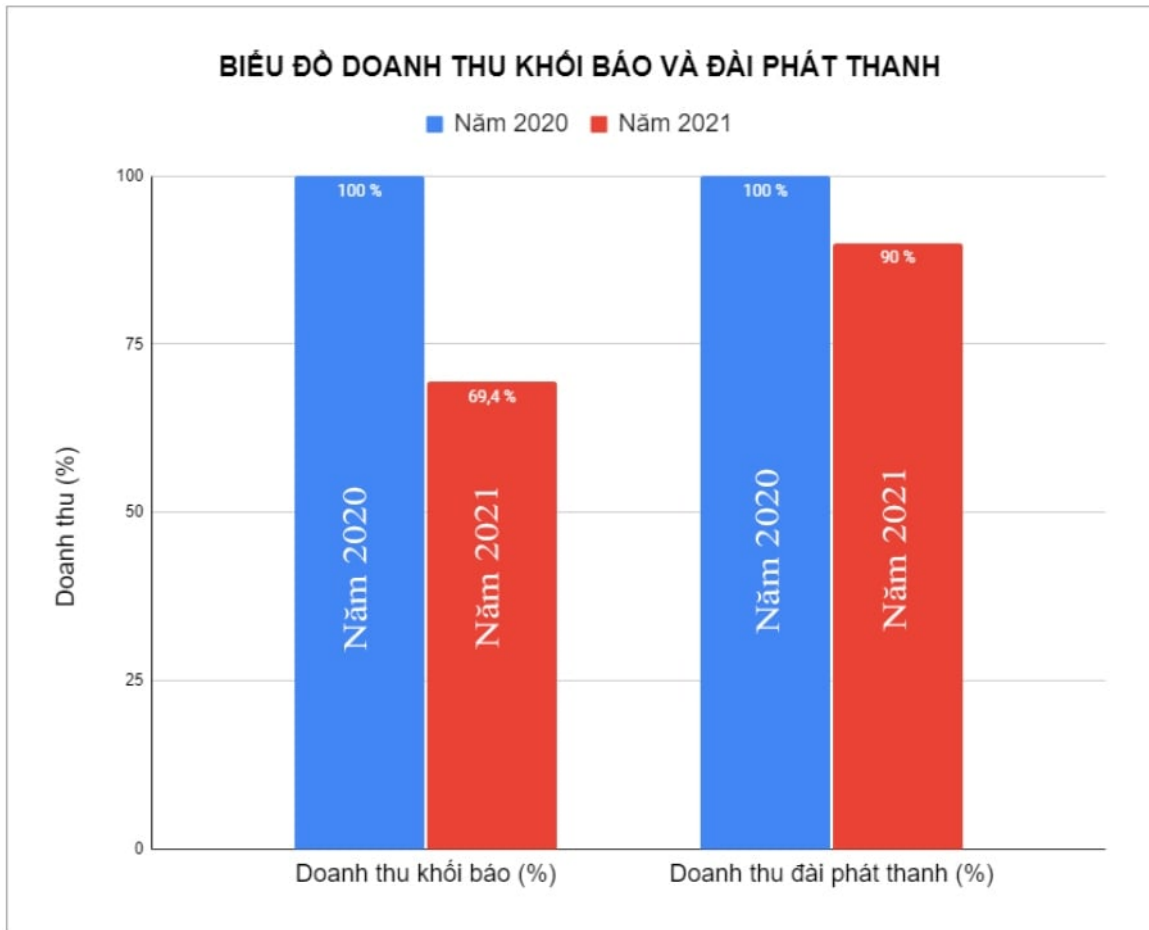
báo in ngày càng sụt giảm, trong khi vẫn phải đầu tư cho báo điện tử mà không thu được doanh số đáng kể; truyền hình mất dần doanh thu, nguồn thu quảng cáo bởi các nền tảng mạng xã hội, dẫn đến các cơ quan báo chí thiếu nguồn lực đầu tư phát triển hạ tầng, trang thiết bị và nhân lực.

Nhà báo Lê Xuân Trung - Phó Tổng Biên tập Báo Tuổi trẻ TP.HCM nêu ý kiến, nguồn thu từ quảng cáo của nhiều báo đài đã giảm dần kể từ khi xuất hiện mạng xã hội. Nguồn thu từ bán báo giấy giảm với tốc độ nhanh hơn cả quảng cáo nên nhiều tờ báo sống bằng nguồn thu phát hành báo trở nên chới với trong thị trường báo chí mới.

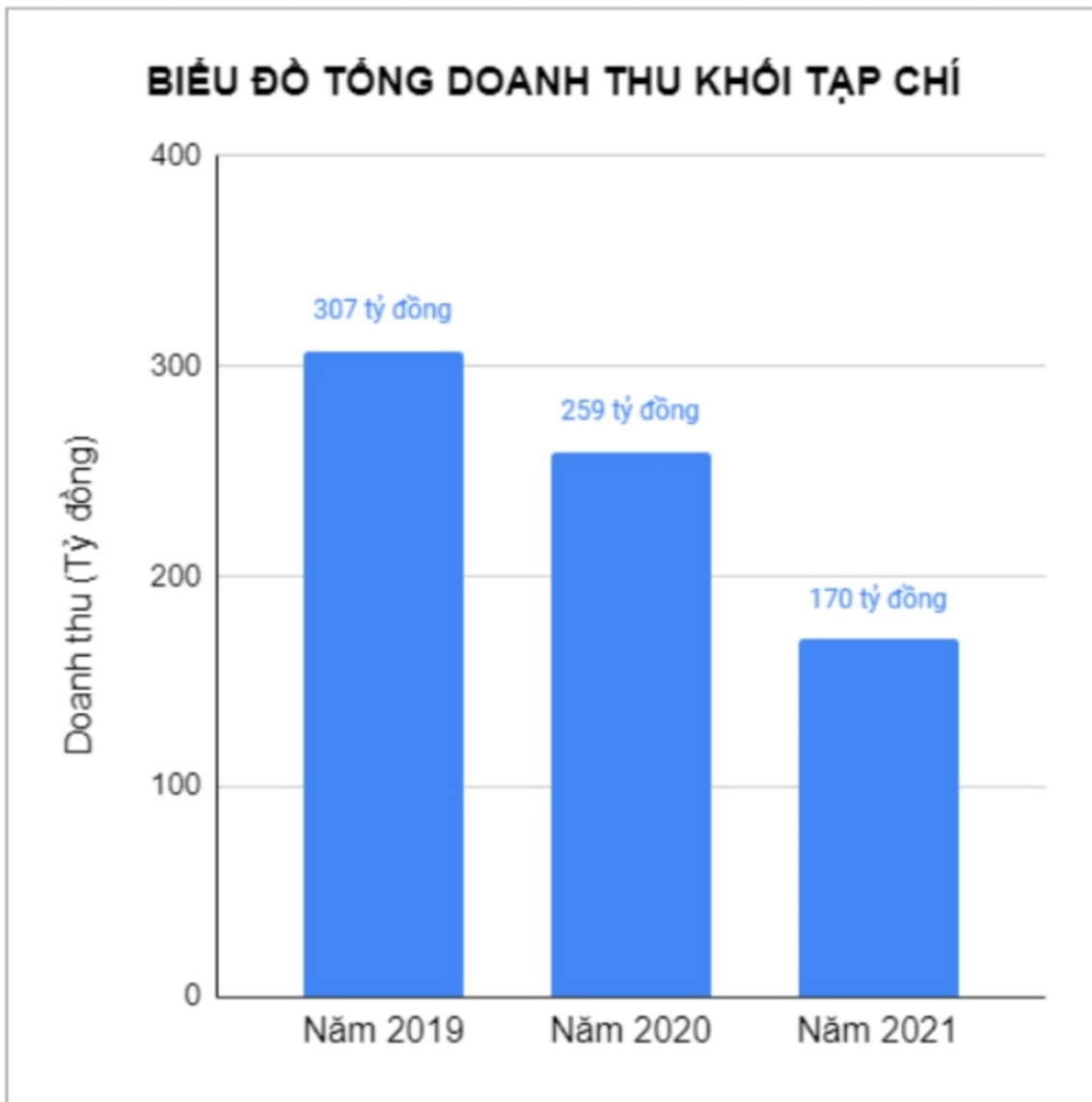
Nguồn thu từ báo online tăng không tương xứng với độ tăng của người dùng. Như vậy, hai nguồn thu chính của các báo truyền thống là phát hành và quảng cáo trong 3 năm qua đã giảm rất nhanh và khó hy vọng có thể ngăn chặn sự sụt giảm này trong những năm tới.

Cũng tại diễn đàn, Cục Báo chí (Bộ Thông tin và Truyền thông) cho biết, doanh thu báo chí ghi nhận có sự sụt giảm mạnh dù tỷ lệ người xem, người đọc tăng lên.

Qua khảo sát, nắm bắt số liệu của 159 cơ quan báo chí in và điện tử (81 báo, 78 tạp chí), trong 2 năm đại dịch COVID-19, tổng doanh thu đều giảm, trong đó, tổng doanh thu khối báo trong năm 2021 giảm 30,6% so với năm 2020; tổng doanh thu khối tạp chí từ 307 tỷ đồng năm 2019 giảm còn 259 tỷ đồng trong năm 2020 và năm 2021 tiếp tục giảm mạnh xuống chỉ còn 170 tỷ đồng. Doanh thu đài phát thanh, truyền hình năm 2021 cũng giảm 10% so với năm 2020.



Biểu đồ doanh thu khối báo và đài phát thanh trong các năm 2020 và 2021.



Biểu đồ tổng doanh thu khối tạp chí liên tục giảm trong các năm gần đây.

Theo Cục Báo chí, có một thực tế dù là báo in, báo điện tử hay phát thanh, truyền hình, vẫn dựa khá nhiều vào nguồn thu quảng cáo. Nếu như trước đây, doanh thu từ quảng cáo luôn chiếm trên 60%, thậm chí với một số cơ quan báo chí là 90% thì giờ đây sụt giảm nghiêm trọng, đặc biệt là báo in.

Nhiều người đặt kỳ vọng vào báo chí điện tử, song nguồn thu từ báo chí điện tử dù tăng nhưng vẫn cần nhiều thời gian để có được nguồn thu bền vững hơn.

Quan tâm hơn đến đặt hàng báo chí

Để tháo gỡ nút thắt liên quan đến kinh tế báo chí, Chủ tịch UBND tỉnh Bình Định Phạm Anh Tuấn đề nghị, các cơ quan báo chí phải nhanh chóng chuyển sang cơ chế đặt hàng, trong đó có các cơ quan báo chí của tỉnh.

“Nhà nước vẫn đảm bảo ngân sách đặt hàng, đảm bảo nuôi sống cơ quan báo chí. Ngoài ra cơ quan báo chí có thể ký hợp đồng thêm với các đơn vị có nhu cầu về mặt truyền thông. Khi tự chủ về mặt tài chính, cơ quan báo chí hoàn toàn có quyền, đặt ra quy chế tài chính cho chi tiêu nội bộ, đảm bảo chi trả đúng người, đúng việc, theo chất lượng.

Năm nay, tỉnh Bình Định cũng dành khoản kinh phí cho hoạt động truyền thông theo nhu cầu của tỉnh, trong đó tỉnh ưu tiên cho những hoạt động truyền thông chính sách, tập trung truyền thông các nhiệm vụ chính trị, thông tin tuyên truyền thiết yếu của địa phương...”, ông Phạm Anh Tuấn thông tin.

Theo Chủ tịch UBND tỉnh Bình Định, hiện nay, chính quyền địa phương cũng như các sở, ngành đã bắt đầu quan tâm đến cơ chế đặt hàng báo chí, với các khoản kinh phí dành cho truyền thông. Như vậy, bài toán về kinh phí cho cơ quan báo chí hoạt động là có.

Tuy nhiên, ông Phạm Anh Tuấn cho rằng, để việc này được triển khai thuận lợi, các cơ quan báo chí phải xây dựng định mức, đơn giá và phải có sự thống nhất từ cơ quan chủ quản, cơ quan liên quan. Đối với những tác phẩm nằm trong cơ chế đặt hàng sẽ được nghiệm thu, đánh giá. Bên cạnh đó, các cơ quan báo chí cần ứng dụng công nghệ số. Nếu làm tốt việc này, các cơ quan báo chí sẽ hoạt động ổn định, đời sống đảm bảo.

Đại diện Cục Báo chí chia sẻ, việc khai thác cơ chế đặt hàng của các cơ quan nhà nước cũng là một trong những phương thức hiệu quả giúp cơ quan báo chí vừa tăng được doanh thu, vừa thực hiện tốt chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước.

Theo ông Mai Tuấn Vũ - Giám đốc, Tổng Biên tập Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh, do nguồn thu từ các doanh nghiệp hoạt động quảng cáo mang lại giảm mạnh nên các hoạt động quảng cáo hiện nay của Trung tâm đang tập trung hướng vào các doanh nghiệp cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh.

Ông Mai Tuấn Vũ kiến nghị Bộ Thông tin và Truyền thông phối hợp với Bộ Tài chính để ban hành các đơn giá định mức hoạt động của đơn vị sự nghiệp báo chí như phương tiện đi lại, trang thiết bị phục vụ tác nghiệp, có chính sách miễn giảm nghĩa vụ tài chính nhất là thuế thu nhập doanh

nghiệp cho các cơ quan báo chí.

Ngoài ra, ban hành các quy định về bản quyền báo chí trước thực trạng hiện nay nhiều tin tức báo chí được đưa lên mạng xã hội mà không trả bản quyền.

Đánh giá thực trạng kinh tế báo chí hiện nay, Thứ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông Nguyễn Thanh Lâm cho biết, trước xu hướng sụt giảm doanh thu ngày càng rõ rệt nhưng các cơ quan báo chí còn lúng túng trong tìm giải pháp để tháo gỡ khó khăn.

Theo Thứ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông đây cũng chính là một phần trách nhiệm từ phía các cơ quan quản lý trong việc tháo gỡ các cơ chế chính sách hiện chưa kịp thời.

“Thời gian tới, khi Thủ tướng ký chỉ thị về tăng cường công tác truyền thông chính sách, các địa phương sẽ bố trí nguồn lực cho truyền thông chính sách, trong đó có đặt hàng báo chí và truyền thông cơ sở. Trong năm nay, chắc chắn sẽ có kết quả”, ông Nguyễn Thanh Lâm nói và nêu rõ những vấn đề vướng mắc như thuế, đặt hàng... sẽ được Bộ Thông tin và Truyền thông tổng hợp và báo cáo với Ủy ban Văn hóa giáo dục của Quốc hội.

Đặt hàng tạo nguồn thu cho cơ quan báo chí: Gỡ khó thế nào? - 4

Image not found or type unknown

Không thể để cơ quan báo chí lớn cứ tự chủ, tự bơi

Mới đây nhất, chiều 1/3, Ủy ban Văn hoá, Giáo dục của Quốc hội đã làm việc với Bộ Thông tin và Truyền thông về kinh tế báo chí và hoàn thiện chính sách, pháp luật về báo chí.

Theo báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông, đối với báo chí in, báo chí điện tử hiện nay có 6 cơ quan truyền thông chủ lực đa phương tiện, 127 cơ quan báo, 673 cơ quan tạp chí. Với phát thanh, truyền hình, có 72 cơ quan, gồm 2 đài quốc gia, 1 đài Truyền hình Kỹ thuật số VTC, 64 đài địa phương, 5 đơn vị hoạt động truyền hình.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, báo chí muốn giữ vững sứ mệnh báo chí cách mạng, phát triển đúng hướng, thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị đang phải đối mặt với thách thức lớn chưa từng có. Trong những năm qua, do nhiều nguyên nhân, doanh thu quảng cáo báo chí sụt giảm, 80% quảng cáo trực tuyến đã mất vào tay các nền tảng xuyên biên giới...

Về thể chế pháp luật liên quan đến kinh tế báo chí, Luật Báo chí 2016 có nhiều điểm tiến bộ, nhưng nội dung liên quan đến kinh tế báo chí chỉ đề cập mang tính nguyên tắc, chung chung; các văn bản khác liên quan đã được ban hành, nhưng hiện nay vẫn vướng chủ yếu do sự phối hợp và cách hiểu văn bản khác nhau...

Ngoài việc sửa đổi Luật Báo chí năm 2016 (dự kiến trình Quốc hội xem xét, thông qua dự án luật sửa đổi, bổ sung vào năm 2025), Cục Báo chí đề xuất sửa một số luật liên quan đến thuế, quảng cáo báo chí; kiểm soát cạnh tranh, chống độc quyền các nền tảng xuyên biên giới.

Đồng thời, Cục Báo chí đề nghị tăng nguồn lực kinh phí, kiến nghị các bộ, ngành, địa phương tăng thêm đặt hàng, giao nhiệm vụ cho cơ quan báo chí (từ dưới 0,5% lên 0,65% tổng chi thường xuyên của ngân sách Nhà nước).



Quang cảnh buổi làm việc giữa Ủy ban Văn hoá, Giáo dục của Quốc hội và Bộ Thông tin và Truyền thông về kinh tế báo chí và hoàn thiện chính sách, pháp luật về báo chí. Ảnh: Vietnamnet.

Tại buổi làm việc, Phó Chủ nhiệm Ủy ban Văn hoá, Giáo dục của Quốc hội Đặng Xuân Phương nhận định, trong quy định của Luật Báo chí hiện hành, báo chí phải tuân thủ tôn chỉ, mục đích nên phải có phân loại phù hợp cơ quan theo mục tiêu hoạt động, “không phải tất cả các cơ quan báo chí đều chạy theo mục tiêu thương mại nhưng có một bộ phận nếu không thương mại thì không duy trì tự chủ được”.

Từ đây, ông Đặng Xuân Phương đề xuất Bộ Thông tin và Truyền thông cần xây dựng chiến lược kinh tế báo chí mang tính tổng thể, dài hạn. “Kinh tế báo chí, kinh tế truyền thông cũng phải trở thành một ngành công nghiệp văn hóa”, Phó Chủ nhiệm Ủy ban Văn hoá, Giáo dục của Quốc hội nhấn mạnh.

Thứ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông Nguyễn Thanh Lâm cho rằng, Nhà nước thường đặt hàng các cơ quan báo chí thực hiện các nhiệm vụ thông tin, tuyên truyền thiết yếu nhưng thường là thời sự, chính luận, chính trị. Do cách hiểu như vậy nên Nhà nước sẽ không đặt hàng những chương trình khác.

Trong khi đó những chương trình như giải trí, phim truyền hình... vẫn có tác dụng giáo dục chính trị, văn hóa, tư tưởng; về mặt kinh tế truyền thông thì đây lại là những sản phẩm đầu tư có lợi nhất “vì vòng đời dài hơn thông tin tuyên truyền”.

Ông Nguyễn Thanh Lâm nêu một thực tế, những cơ quan báo chí có ảnh hưởng lớn đến xã hội lại đang hoàn toàn tự chủ, vận hành mà không có nguồn lực đặt hàng từ Nhà nước. “Không thể để cơ quan báo chí lớn cứ tự chủ, tự bơi”, Thứ trưởng Nguyễn Thanh Lâm nói.

Việc xây dựng, hoàn thiện cơ chế, chính sách về kinh tế báo chí, để báo chí phát triển sao cho phù hợp với xu hướng truyền thông hiện đại mà vẫn đáp ứng yêu cầu hoàn thành tốt nhiệm vụ chính trị, từ đó báo chí nước ta không đánh mất vai trò là “phương tiện thông tin thiết yếu đối với đời sống xã hội” là vấn đề quan trọng đặt ra vừa có tính chất vừa cấp bách, vừa lâu dài.

Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội cho rằng cần có hướng tiếp cận chính sách mới, phù hợp hơn nữa về kinh tế báo chí và đề nghị Chính phủ, Bộ Thông tin và Truyền thông sớm xác định rõ những yêu cầu, giải pháp xây dựng, hoàn thiện cơ chế, chính sách để kinh tế báo chí nước ta tiếp tục phát triển trong quá trình đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước đến

năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Thường trực Ủy ban cũng đề xuất Bộ Thông tin và Truyền thông đẩy nhanh tiến độ tham mưu hoàn thiện đề nghị sửa đổi Luật Báo chí năm 2016; đồng thời, tiếp tục nghiên cứu, tổng kết thực tiễn để có lộ trình xây dựng Luật (mới) điều chỉnh toàn bộ lĩnh vực truyền thông đáp ứng được yêu cầu thực tiễn.

Đồng thời, Bộ Thông tin và Truyền thông tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện cơ sở lý luận để phân loại, định rõ các loại cơ quan báo, tạp chí phù hợp với tính chất hoạt động và cơ chế, chính sách phù hợp với từng loại...

Đặt hàng tạo nguồn thu cho cơ quan báo chí: Gỡ khó thế nào? - 6

Image not found or type unknown

Theo VTC News

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/dat-hang-tao-nguon-thu-cho-co-quan-bao-chi-go-kho-the-nao>