

Phát thanh chuyên biệt về sức khỏe qua góc nhìn lý thuyết truyền thông phát triển

17:08 26/06/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Truyền thông phát triển là một khái niệm truyền thông hiện đại với hệ thống lý thuyết đa dạng, bao gồm nhiều mô hình truyền thông nhằm thay đổi nhận thức và hành vi của các bên liên quan vì mục tiêu phát triển bền vững của mỗi cá nhân và cộng đồng. Trong số các loại hình báo chí truyền thông, phát thanh luôn khẳng định khả năng và thế mạnh của mình, đóng góp tích cực trong mô hình truyền thông phát triển. Phát thanh chuyên biệt về sức khỏe là lĩnh vực có nhiều đổi mới đáng quan tâm trong chiến lược truyền thông chăm sóc sức khỏe cộng đồng, hướng tới những mục tiêu phát triển kinh tế xã hội bền vững. Bài viết này phân tích trường hợp phát thanh chuyên biệt về sức khỏe tại Việt Nam dưới góc nhìn của truyền thông phát triển nhằm đặt ra một số vấn đề là cơ hội và thách thức của lĩnh vực này.

Truyền thông phát triển và các mô hình

Khái niệm về truyền thông phát triển có nhiều cách hiểu và tiếp cận khác nhau, về cơ bản, các nhà nghiên cứu đều chia sẻ ý tưởng chung về khái niệm truyền thông phát triển là sự kết hợp của các mô hình truyền thông nhằm phổ biến, truyền bá tri thức với vai trò tham gia tích cực, hai chiều giữa những chủ thể tham gia nhằm thay đổi xã hội theo hướng tiến bộ, bền vững. Truyền thông phát triển quan tâm tới cộng đồng địa phương, tính bản địa, vai trò của truyền thông đối được nhìn nhận trên diện rộng, quy mô và đa chiều. Theo đó, tiếp cận theo chiều từ trên xuống là đánh giá vai trò, thực tiễn hoạt động của báo chí và các phương tiện thông tin đại chúng; chiều tiếp cận từ dưới lên là mô hình truyền thông cộng đồng có sự tham gia của người dân vào các hoạt động phục vụ cho chính mục tiêu phát triển, cải thiện, nâng cao chất lượng cuộc sống của họ. Đồng thời, các cơ quan hoạch định chính sách và thực thi chính sách, các chuyên gia, nhà khoa học, doanh nghiệp... có vai trò rất quan trọng trong quá trình thực hiện chiến lược truyền thông phát triển.

Trong quá trình nghiên cứu và thực tiễn áp dụng truyền thông phát triển, thế giới đã có nhiều mô hình truyền thông. Sự đa dạng và tính mở của lý thuyết truyền thông phát triển. Các mô hình cơ bản của truyền thông phát triển gồm: Mô hình tuyên truyền (thông tin một chiều, thường xuyên, lặp đi lặp lại), Mô hình truyền thông thay đổi hành vi (nhấn mạnh vào khả năng thuyết phục, tư

vấn, chỉ dẫn và cách thức thực hiện), Mô hình khuếch tán đổi mới (thể hiện quy trình tiếp nhận thông tin và thay đổi hành vi, nhấn mạnh tới vai trò của các phương tiện truyền thông và phân cấp các nhóm công chúng theo từng mức độ ảnh hưởng), Mô hình giáo dục, giải trí (nhấn mạnh chức năng giáo dục và giải trí của truyền thông, đặc biệt là các hình thức giải trí cộng đồng), Mô hình tham gia (thể hiện rõ nhất vai trò của truyền thông cộng đồng trong phát triển bền vững, khẳng định vai trò chủ thể của các cá nhân, các tổ chức cơ sở, các hoạt động truyền thông thông qua sinh hoạt cộng đồng), Mô hình tiếp thị xã hội (là được áp dụng rộng rãi nhất, kết hợp cả hai ngành marketing và truyền thông, với sự tham gia của nhiều bên liên quan từ cấp quản lý vĩ mô, hoạch định chính sách, các nhà khoa học, các phương tiện truyền thông đại chúng, các doanh nghiệp, đoàn thể xã hội... để tạo thành một chương trình truyền thông quy mô, dài hạn), Mô hình đa đường (coi truyền thông cơ bản là một quá trình theo chiều ngang, không phải theo chiều dọc một chiều từ trên xuống và có sự tham gia, ngay từ trong giai đoạn đầu khi nghiên cứu để xác định và đánh giá các vấn đề).

Có thể thấy các mô hình truyền thông phát triển rất đa dạng và khả năng ứng dụng linh hoạt. Cần lựa chọn phù hợp với từng mục tiêu, nội dung, phương tiện và thời điểm triển khai. Phân tích trường hợp phát thanh chuyên biệt về sức khỏe tại Việt Nam, có thể thấy được việc áp dụng những mô hình này ở những dạng thức, mức độ khác nhau cũng như hiệu quả quá trình truyền thông mà chúng mang lại.

Phát thanh chuyên biệt về sức khỏe

Nghị quyết 20/NQ -TW ngày 25/10/2017 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới khẳng định: “Bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe là nghĩa vụ, trách nhiệm của mỗi người dân, của cả hệ thống chính trị và toàn xã hội, đòi hỏi sự tham gia tích cực của các cấp ủy, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể, các ngành, trong đó ngành Y tế là nòng cốt. Đầu tư cho bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân là đầu tư cho phát triển.” Đường lối của Đảng là kim chỉ nam cho chiến lược truyền thông phát triển đối với công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân. Trong công tác truyền thông, phát thanh chuyên biệt về sức khỏe có vai trò quan trọng, nhằm cung cấp thông tin chính thống, uy tín, khoa học, có sức lan tỏa mạnh mẽ, tác động tới nhận thức và góp phần thay đổi thái độ, hành vi của mọi tầng lớp nhân dân.

Phát thanh đã đóng góp tích cực trong công tác truyền thông đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về công tác chăm sóc sức khỏe toàn dân. Đồng thời, phát

thanh còn là diễn đàn của nhân dân để phản ánh những vấn đề dư luận quan tâm, để được tư vấn thông tin về chăm sóc sức khỏe, nâng cao nhận thức và thay đổi thái độ, hành vi của người dân trong việc phòng chống bệnh tật, sống vui, sống khỏe, thể hiện trách nhiệm cộng đồng trong việc xây dựng một xã hội khỏe mạnh. Phát thanh có nhiều lợi thế: là phương tiện truyền thông đại chúng lâu đời, uy tín, quen thuộc với nhiều thế hệ người dân; chi phí đầu tư thấp; phủ sóng rộng khắp từ trung ương tới các địa phương, cơ sở, lan tỏa sâu rộng và kết nối mọi địa bàn dân cư với tốc độ nhanh nhất; có lợi thế về tính thân mật, gần gũi, nên đặc biệt thích hợp khi lắng nghe chia sẻ, tư vấn, thuyết phục. Phát thanh cũng là một trong những phương tiện đã nhanh chóng thích ứng linh hoạt với những biến đổi của công nghệ và các xu hướng truyền thông mới.

Phát thanh chuyên biệt về sức khỏe tại Việt Nam hiện nay đã có những đổi mới cả về nội dung, hình thức thể hiện và phương thức sản xuất nhằm đáp ứng nhu cầu công chúng trong bối cảnh bùng nổ các vấn đề về sức khỏe và truyền thông. Nội dung thông tin của thanh chuyên biệt về sức khỏe phản ánh sâu rộng các vấn đề về sức khỏe thể chất, sức khỏe tinh thần và xã hội, đặc biệt là trong giai đoạn hậu Covid-19 hiện nay.

Khảo sát các chương trình phát thanh chuyên biệt về sức khỏe của Đài Tiếng nói Việt Nam, Đài Tiếng nói nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh nội dung chuyên biệt khá đa dạng như: Chuyên về tư vấn phòng và điều trị các bệnh lý (360 độ sức khỏe, cùng bạn sống khỏe, thực khách thông thái-VOV, sức khỏe và cuộc sống, hộp thư y khoa, thầy giỏi thuốc hay, phòng mạch FM - VOH), tư vấn chuyên sâu về sức khỏe, tâm lý, chia sẻ cảm xúc, lối sống (Chuyện thầm kín, bạn hãy nói với chúng tôi, cửa sổ tình yêu...); hoặc chuyên biệt theo đối tượng (Eva làm mẹ, đàn bà 30+ của VOV, bí mật nam giới - VOH..).

Tất cả các chương trình đều phát trực tiếp, với hình thức là cuộc trò chuyện, tương tác giữa biên tập viên, khách mời và thính giả. Khách mời là các chuyên gia trong lĩnh vực y tế, nhà văn, chuyên gia tâm lý... Sự tham gia của công chúng trong các chương trình phát thanh chuyên biệt thể hiện các vai trò rất đa dạng trong mô hình truyền thông. Quá trình cung cấp thông tin, giải thích, thuyết phục được thể hiện rõ nét trong các chương trình tư vấn sức khỏe. Với hình thức thể hiện mang phong cách giao tiếp, gần gũi, thân mật, dí dỏm, giàu sắc thái cảm xúc, giúp cho phát thanh chuyên biệt về sức khỏe vừa thể hiện chức năng giáo dục phổ biến kiến thức, lại cuốn hút, mang tính giải trí.

Kênh chuyên biệt về sức khỏe đã xuất hiện và ghi dấu ấn trong bối cảnh có rất ít Kênh phát thanh chuyên biệt tại Việt Nam. JoyFM, kênh phát thanh chuyên biệt về sức khỏe đầu tiên, ra mắt từ

2012 thuộc Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội; FM89, kênh phát thanh Sức khỏe và An toàn thực phẩm (thuộc Đài Tiếng nói Việt Nam) phát sóng trong thời gian từ 2016-2023, các kênh hoạt động theo mô hình xã hội hóa. Khung chương trình của các kênh được xây dựng dựa trên các nguyên tắc thiết kế kênh phát thanh chuyên biệt, căn cứ trên cơ sở nhu cầu và đặc trưng thông tin và đối tượng công chúng.

Các chương trình đa dạng về nội dung, thể loại tác phẩm và hình thức thông tin: Tin tức sự kiện, phổ biến kiến thức, tư vấn chỉ dẫn và giải trí. Không chỉ có thông tin y tế, cách phòng và điều trị bệnh, các kênh còn có những nội dung thông tin về bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm, đời sống, thể thao... tạo nên trường thông tin đa dạng, không khô cứng, nhàm chán. Đặc biệt là những khung giờ dành cho âm nhạc, minigame mang tính giải trí, thư giãn, thu hút sự theo dõi của công chúng. Các chương trình được đầu tư sản xuất theo phương thức trực tiếp, tăng cường tương tác và kịch bản sáng tạo, cách dẫn dắt của MC tự nhiên, đa sắc thái. Là các kênh xã hội hóa nên có sự tham gia phối hợp, đặt hàng của các cơ quan chuyên môn, các đơn vị tài trợ, tạo nguồn thu và tính tự chủ cho các Kênh, đồng thời cũng thể hiện trách nhiệm cộng đồng của các bên tham gia.

Đại dịch Covid-19 cho thấy phát thanh chính là loại hình báo chí truyền thông có khả năng thích ứng linh hoạt, nhanh nhạy và phát huy nhiều thế mạnh trong bối cảnh cuộc khủng hoảng sức khỏe toàn cầu. Với sự phát triển của Podcast, nhu cầu nghe phát thanh tăng trưởng vượt lên trên toàn thế giới. Tại Việt Nam, Đài VOV, VOV cùng một số báo điện tử đi đầu về công nghệ như Báo Nhân Dân, Vietnamplus, VnExpress, Zingnews... đã nhanh chóng ứng dụng Podcast để truyền thông trong đại dịch, là những kênh thông tin chính thống, đáng tin cậy và hữu ích đối với người dân trong công cuộc “chống dịch như chống giặc”.

Thông tin tập trung vào các mảng nội dung: Tuyên truyền về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về công tác phòng chống dịch bệnh, phản bác lại các thông tin sai lệch, tin giả, tin đồn; phổ biến kiến thức về dịch bệnh, tư vấn, chỉ dẫn cách phòng và chữa bệnh; nêu gương người tốt việc tốt, những câu chuyện truyền cảm hứng nhằm động viên, khích lệ tinh thần, trách nhiệm cộng đồng của người dân. Sau đại dịch Covid-19, các mục Podcast trên nền tảng số của các đài và các báo điện tử tiếp tục tập trung vào chủ đề về lối sống, “chữa lành”, cân bằng cảm xúc... rất thu hút công chúng.

Hiện nay, cùng với hệ thống phát thanh từ cấp trung ương tới cơ sở, từ kênh radio truyền thống cho tới các ứng dụng trên nền tảng số, phát triển fanpage trên mạng xã hội... phát thanh chuyên biệt về sức khỏe có mạng lưới nền tảng phong phú và hiện đại để nâng cao hơn nữa hiệu quả

truyền thông trong thời kỳ mới.



Kênh phát thanh chuyên biệt về sức khỏe_nguồn: doanhnhanhvietnam.vn

Một số vấn đề đặt ra đối với lĩnh vực phát thanh chuyên biệt về sức khỏe

Để phát huy vai trò của một trong những phương tiện báo chí truyền thông chủ lực trong công tác truyền thông bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe người dân. Chiến lược, kế hoạch truyền thông được xây dựng thống nhất, phối hợp hiệu quả giữa Bộ Y tế và các bộ, ban, ngành, các cơ quan chức năng và các cấp từ trung ương đến địa phương. Khi những quan niệm, thông tin trong lĩnh vực y tế, chăm sóc sức khỏe còn thiếu nhất quán, không được cập nhật kịp thời sẽ dẫn đến thông tin, tư vấn chỉ dẫn không đồng bộ, hoặc tạo ra “khoảng trống” để cho tin giả, tin đồn bùng phát, gây hoang mang cho người dân. Vấn nạn tin giả, tin đồn càng phức tạp, khó lường, khó kiểm soát hơn khi những tác động của trí tuệ nhân tạo vào lĩnh vực báo chí truyền thông. Phát thanh chuyên biệt về sức khỏe phải là một trong những kênh truyền thông chính thống, đáng tin cậy nhất về chăm sóc sức khỏe toàn dân.

Phát thanh trong bối cảnh bùng nổ truyền thông số đã phát triển thêm đa loại hình, đa nền tảng, xuất hiện những dạng truyền thông mới như Podcast và có thể còn thêm những dạng thức mới khác trong tương lai. Các kênh website, fanpage của chương trình trên các nền tảng mạng xã hội cần được đầu tư nâng cấp, quản trị hiệu quả. Điều này giúp cho kênh truyền thông của phát thanh chuyên biệt về sức khỏe càng mở rộng khả năng lan tỏa tới công chúng, đặc biệt là thế hệ công chúng số.

Tuy nhiên, để đảm bảo cho các mục tiêu phát triển chung trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe toàn dân, phát thanh chuyên biệt về sức khỏe cần phát huy trên những nền tảng truyền thống để truyền thông hiệu quả tới các đối tượng công chúng ở vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa, biên giới hải đảo, nơi các thiết bị và ứng dụng số trong đời sống còn hạn chế.

Sự tham gia của các chuyên gia, nhà quản lý trong lĩnh vực y tế, sức khỏe trong các chương trình rất quan trọng. Bên cạnh uy tín chuyên môn, để đảm bảo truyền thông trên sóng phát thanh đạt hiệu quả, các chuyên gia cũng cần có những yếu tố phù hợp như: khả năng trình bày những kiến thức y khoa, giao tiếp trên sóng phát thanh, tương tác với các đối tượng thính giả sao cho hiệu quả, vì hoạt động này rất khác với cách khám bệnh, tư vấn trực tiếp.

Đối với các chương trình phát thanh có yếu tố xã hội hóa, có tài trợ của các nhãn hàng, cần thực hiện nghiêm các quy định về quảng cáo thuốc và thực phẩm chức năng, tránh tình trạng buông lỏng, thả trôi, thông tin không chính xác, ảnh hưởng tới lòng tin của người dân, an toàn sức khỏe và sự phát triển của xã hội.

Một trong những hạn chế thuộc về của phát thanh là tính trực quan, khó thể hiện các nội dung cần minh chứng trong việc thăm khám sức khỏe. Điều này đòi hỏi chủ đề, đề tài và cách thể hiện của các chương trình phải phù hợp với đặc tính của phát thanh, dễ tiếp nhận và phải sáng tạo, hấp dẫn. Chương trình cần có sự đầu tư để tăng cường tính thực tế hơn là chỉ giao lưu tương tác trong phòng thu. Có thể thực hiện các phóng sự phát thanh thực tế thâm nhập thực tiễn đời sống, người dân có thể được khám bệnh, giao lưu, tư vấn trực tiếp. Các tác phẩm báo chí gắn với các chương trình chăm sóc sức khỏe được Bộ Y tế triển khai tới địa bàn dân cư. Đây cũng là sự kết hợp cần thiết giữa truyền thông đại chúng và truyền thông cộng đồng trong mô hình truyền thông phát triển.

Từ những khảo sát thực tế và phân tích trên, có thể thấy phát thanh chuyên biệt về sức khỏe có vai trò quan trọng, góp phần xây dựng mô hình truyền thông sức khỏe của Việt Nam không chỉ là

mô hình truyền thông toàn trị một chiều mà là mô hình truyền thông hai chiều có sự tham gia. Đặc trưng của mô hình này là kết hợp được các yếu tố tích cực của các mô hình truyền thông phát triển riêng lẻ như: Tuyên truyền, thay đổi hành vi, khuếch tán đổi mới, tham gia, giáo dục, giải trí, tiếp thị xã hội và phần nào thể hiện mô hình đa đường. Điều này đảm bảo tính thống nhất, vừa tạo cơ hội cho công chúng tham gia tích cực vào quá trình truyền thông.

Tuy nhiên, hiện nay chưa có những nghiên cứu quy mô lớn để đánh giá được hiệu quả đồng bộ của phát thanh chuyên biệt về sức khỏe trong mô hình truyền thông phát triển nói chung. Đây là việc làm cần thiết để các cơ quan báo chí truyền thông, các cơ quan quản lý và hoạch định chính sách có thể thiết kế các chương trình truyền thông phát triển về sức khỏe hay rộng hơn là chính sách về các vấn đề văn hóa xã hội của đất nước.

ThS Lê Thu Hà

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội trong đề tài mã số CS.2022.08

Tài liệu tham khảo:

1. Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam (2017), Nghị quyết số 20-NQ/TW ngày 25/10/2017, Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới.
2. Đỗ Thị Minh Hiền (2018), Xây dựng mô hình truyền thông phát triển ở Việt Nam giai đoạn hiện nay, Tạp chí Người Làm Báo, số tháng 5/2018.
3. Đặng Thị Thu Hương, Chủ biên (2018), Truyền thông phát triển, truyền thông dân tộc, những vấn đề lý luận và thực tiễn (Nghiên cứu trường hợp vùng Tây Bắc, Việt Nam), Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. Paolo Mefalopulos (2008), Development Communication Sourcebook, The World Bank.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/index.php/phat-thanh-chuyen-biet-ve-suc-khoe-qua-goc-nhin-ly-thuyet-truyen-thong-phat-trien>