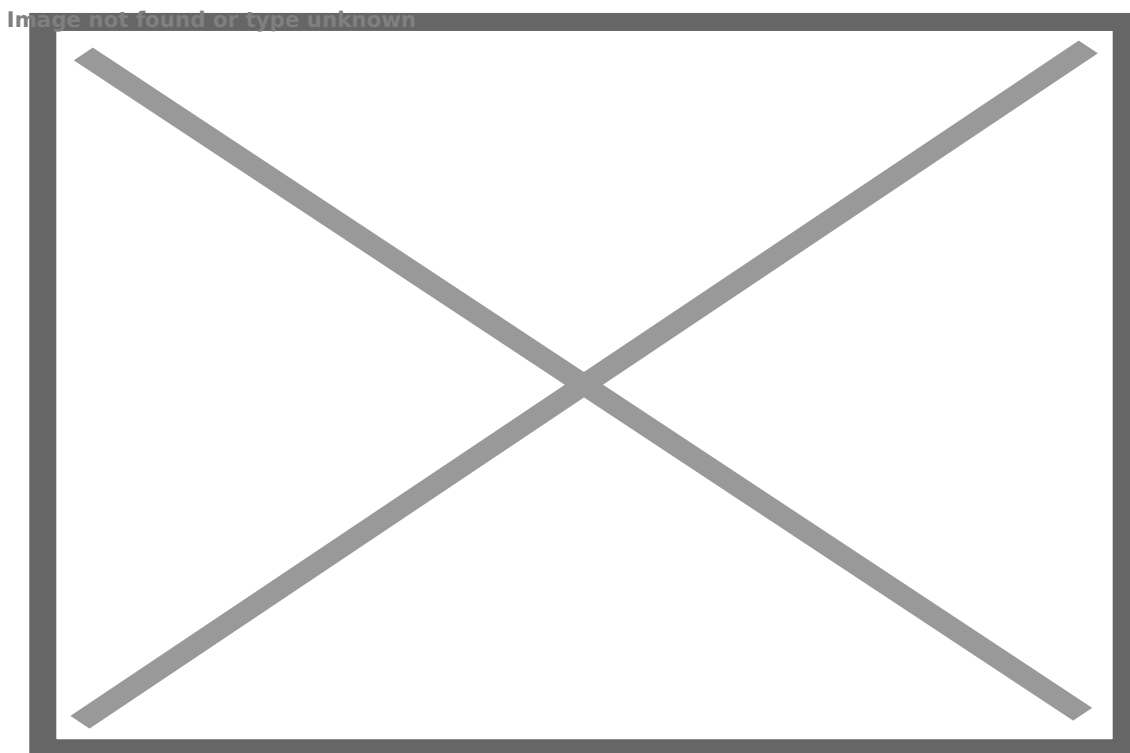


Thông điệp của báo điện tử về hình ảnh Tây Bắc dưới góc nhìn truyền thông phát triển

15:28 28/06/2022

Tác giả: Admin

Tây Bắc là vùng đất giàu tiềm năng, công cuộc xóa đói, giảm nghèo đã đạt được một số thành tựu nhất định. Tuy nhiên, trên thực tế kinh tế vẫn lạc hậu, chậm phát triển. Năng lực sản xuất còn hạn chế, sức cạnh tranh yếu ớt, sản phẩm làm ra khó tiêu thụ. Hiện Tây Bắc vẫn là vùng có tỷ lệ hộ nghèo cao nhất cả nước. Đối với khu vực Tây Bắc, một trong những giải pháp quan trọng để phát triển bền vững là cần nâng cao hiệu quả truyền thông.



Tây Bắc mùa lúa chín. Ảnh: TL

Vấn đề từ thực tiễn

Thứ nhất, các tiềm năng lớn của Tây Bắc là khoáng sản, năng lượng tái tạo, thủy điện, nông, lâm nghiệp, du lịch và kinh tế biên mậu đều được các báo điện tử giới thiệu, tuy nhiên, mức độ đậm nhạt thông tin khác nhau. Cụ thể, thông tin về các sản phẩm nông, lâm nghiệp được nhắc đến nhiều nhất, tiếp đến là tiềm năng du lịch và tiềm năng khai khoáng, năng lượng, thủy điện, cuối cùng là thông tin kinh tế biên mậu.

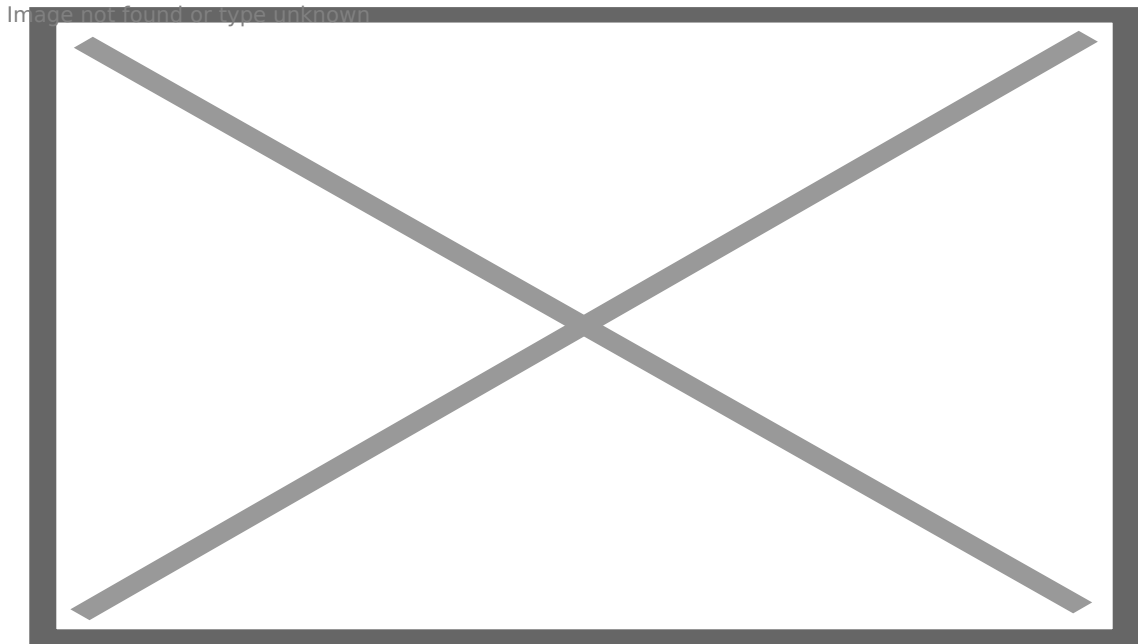
Các nhóm nội dung thông tin chỉ dẫn đầu tư gồm: Thông tin chỉ dẫn địa điểm đầu tư; Thông tin chỉ dẫn thủ tục đầu tư; Thông tin chỉ dẫn lĩnh vực, ngành nghề đầu tư; Thông tin chỉ dẫn đối tác đầu tư; Thông tin chỉ dẫn vốn đầu tư; Thông tin chỉ dẫn dự án đầu tư; Thông tin chỉ dẫn về môi trường đầu tư (bao gồm các khía cạnh về văn hóa, đời sống, xã hội) được đề cập mờ nhạt. Hình thức chuyển tải thông tin còn đơn điệu, đa phần là chữ viết, rất ít biểu bảng, sơ đồ, đồ thị minh họa,... Phần lớn các báo điện tử chưa có định hướng xây dựng database, mặc dù có nguồn thông tin dồi dào, nhưng chưa chiết xuất, xử lý thông tin dưới một cấu trúc, thiết kế riêng. Đa phần thông tin chỉ dẫn đầu tư chưa được tổ chức một cách bài bản, định kỳ, mà chủ yếu thụ động dựa vào nguồn tin cung cấp hoặc khi có sự kiện xúc tiến xảy ra. Nội dung thực hiện chỉ dẫn đầu tư phần lớn đều thực hiện theo yêu cầu xúc tiến hoặc yêu cầu thương mại của các địa phương hoặc doanh nghiệp nên đôi khi nội dung nặng về thông tin dàn trải theo hướng địa phương hoặc ngành muốn mời đầu tư chứ chưa theo đúng nhu cầu tìm kiếm, chỉ dẫn cho nhà đầu tư đến với dự án.

Về cách thức chỉ dẫn đầu tư: Trên các ấn phẩm việc chú trọng sử dụng các yếu tố phi văn tự để nâng cao hiệu quả chỉ dẫn - tư vấn chưa được chú ý. Qua khảo sát nhận thấy đa phần là các bài viết mới được trình bày bằng kiểu liệt kê, không tạo được điểm nhấn về dự án hoặc lĩnh vực đầu tư trọng điểm để nhà đầu tư dễ dàng tiếp cận.

Việc sử dụng biểu đồ, bố cục và chọn ảnh vẫn chưa được tòa soạn lưu ý dẫn đến hiệu quả truyền thông chưa cao. Đa phần thông tin về tiềm năng, về cơ hội, khả năng hợp tác đầu tư vào Tây Bắc được đưa trên báo chí là tin hoặc bài phản ánh. Vì vậy, tuy có đề cập mức độ khác nhau về tiềm năng và cũng ít nhiều giới thiệu về cơ hội hợp tác đầu tư, nhưng các bài chưa đáp ứng được đầy đủ các yêu cầu của dạng bài chỉ dẫn đầu tư.

Thứ hai, vấn đề truyền thông về khó khăn, tham nhũng, tệ nạn, hủ tục của Tây Bắc trên báo điện tử. Những khó khăn về thiên tai, nghèo đói được các báo đưa tin liên tục trong khoảng thời gian ngắn khiến hình ảnh Tây Bắc hiện lên trên báo điện tử khá thiên lệch giữa những thành tựu đạt được, tài nguyên, tiềm năng và những khó khăn, tiêu cực.

Thứ ba, hình ảnh người dân tộc trên báo điện tử mang tính tiêu cực nhiều hơn. Qua các bài báo, công chúng có thể hình dung ra được người dân tộc thiểu số là những người chủ động, sáng tạo, nghị lực, thông minh, vượt khó, cần cù, hay khoẻ mạnh, xinh đẹp, tốt bụng, chân thành, thật thà, đoàn kết, hiền lành...nhưng cũng không khỏa lấp được hình ảnh xuất hiện nhiều hơn đó là nghèo đói, khó khăn, thiếu thốn, lam lũ, vất vả, vay mượn, nợ nần, thiếu hiểu biết (học vấn thấp, thất học), lạc hậu, mê tín dị đoan...



Đường lên Tây Bắc không còn khó khăn như xưa. Ảnh: TL

Để cải thiện thông điệp của báo điện tử về hình ảnh Tây Bắc

Về nhận thức, phát triển bền vững là bài toán chung cần sự phối hợp của nhiều ngành, nhiều lĩnh vực khác nhau. Trong đó, báo chí có vai trò vô cùng quan trọng trong việc thông tin, tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng, Nhà nước, những thành công cũng như vướng mắc, trở ngại của địa phương trong quá trình phát triển. Tham gia vào công tác tuyên truyền này, các loại hình báo chí khác nhau do những đặc trưng riêng của mình mà có những cách tham gia khác nhau sao cho đạt hiệu quả truyền thông cao nhất.

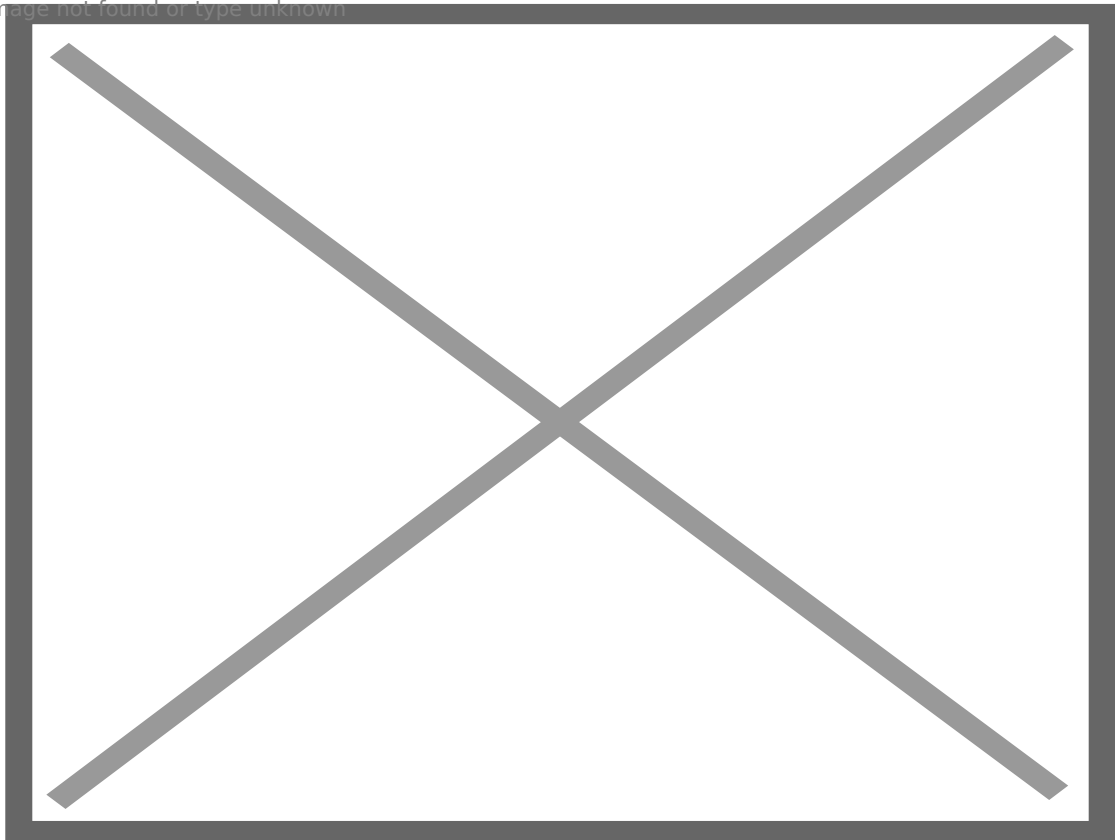
Để góp phần thúc đẩy sự nghiệp phát triển bền vững vùng Tây Bắc, lãnh đạo các bộ, ban, ngành liên quan và lãnh đạo các cơ quan báo điện tử cần bám sát định hướng, chủ trương đường lối của Đảng, Nhà nước về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc để từ đó xác định rõ công tác tuyên truyền nội dung liên quan là một trong những ưu tiên lớn, đòi hỏi phải quán triệt những phương châm chủ yếu, những nhiệm vụ chính những nội dung trọng tâm cần tập trung tuyên truyền trong

từng thời kỳ.

Xây dựng kế hoạch, lộ trình thông tin về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc một cách bài bản, đảm bảo cho những thông tin về vấn đề phát triển bền vững vùng Tây Bắc có trọng tâm, trọng điểm mà vẫn 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.

Về nghiệp vụ, để có được những tin, bài chất lượng về phát triển bền vững Tây Bắc, các cơ quan báo chí truyền thông cần tăng cường số lượng và chất lượng tin, bài. Nội dung các tin, bài chú trọng đổi mới theo chiều sâu, mở rộng làm rõ vấn đề chứ không đơn thuần là chỉ phản ánh thực tế. Người làm báo cần nắm vững, bám sát các định hướng của Đảng, Nhà nước, các ban ngành liên quan, các báo điện tử cần cụ thể hóa thành các đề tài, vấn đề cụ thể giao cho các Ban, các phóng viên.

Image not found or type unknown



Tiềm năng không nhỏ phát triển du lịch Tây Bắc. Ảnh: TL

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. Có kế hoạch tin bài đầy đủ thông tin đều về các lĩnh vực khác nhau. Đặc biệt cần đẩy mạnh hơn nữa thông tin về vấn đề nâng cao dân trí vùng Tây Bắc phục vụ cho công tác phát triển bền vững. Xây dựng hệ thống thông tin chỉ dẫn đầu tư về Tây Bắc trên báo điện tử. Thông tin chỉ dẫn đầu tư có thể trình bày dưới nhiều hình thức khác nhau có thể rõ ràng, theo chuyên mục riêng hay tiềm ẩn trong các bài viết về thông tin kinh tế. Chuyên trang thông tin chỉ dẫn đầu tư cần tổ chức xuất hiện thường kỳ trên báo và đồng thời trên website.

Mỗi lĩnh vực thông tin 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. Chẳng hạn, để có hiệu quả cao nhất về chỉ dẫn, đầu tư, thông tin chỉ dẫn đầu tư thường được thể hiện dưới nhiều hình thức: bài phỏng vấn, bài phân tích, bài tổng hợp, đối thoại bàn tròn,... thậm chí ký chân dung nhân vật - thông qua các gương doanh nhân, nhà đầu tư thành đạt chia sẻ kinh nghiệm, bí quyết đầu tư, cách thức lựa chọn lĩnh vực, phương thức đầu tư hiệu quả nhất,... Với lợi thế khả năng siêu liên kết của báo điện tử, các mảng thông tin này được tập hợp dẫn sẽ giúp nhà đầu tư tra cứu được hồ sơ đầy đủ về đất nước, địa phương, ngành nghề... muốn đầu tư.

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. Bởi phát triển bền vững là bài toán toàn diện chứ không phải đơn lẻ ở một lĩnh vực nào. Chính vì vậy, người viết về vấn đề phát triển bền vững (phát triển bền vững vùng Tây Bắc) cần am hiểu về Tây Bắc, có kiến thức chung về phát triển bền vững, cần hiểu được vai trò, mối liên hệ, tác động qua lại lẫn nhau giữa các lĩnh vực đồng thời phải nhuần nhuyễn các kỹ năng, nghiệp vụ báo chí. Do đó, 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 để từ đó phân công nhiệm vụ đúng với năng lực từng người nhằm phát huy tối đa năng lực của họ.

Bên cạnh đó, công tác 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, cộng tác viên; Mỗi phóng viên, nhà báo, cộng 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, giải pháp để cải thiện thông điệp của báo điện tử về hình ảnh Tây Bắc tập trung vào 3

lĩnh vực chính gồm nâng cao nhận thức về truyền thông phát triển, về vai trò của báo chí trong truyền thông phục vụ phát triển bền vững, giải pháp về nghiệp vụ báo chí, và then chốt nhất là giải pháp về công tác cán bộ. Trong đó, những vấn đề liên quan đến đào tạo cán bộ phóng viên chuyên sâu về truyền thông phát triển, am hiểu về các ngành, các lĩnh vực và các địa phương, nhất là khu vực Tây Bắc./.

TRƯƠNG PHƯƠNG

Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/thong-diep-cua-bao-dien-tu-ve-hinh-anh-tay-bac-duoi-goc-nhin-truyen-thong-phat-trien>