

“Đur đũa” cho báo chí trong truyền thông chính sách

19:57 11/04/2023

Tác giả: Admin

Truyền thông chính sách thực chất đã xuất hiện từ rất lâu, thậm chí có cả chuyên ngành đào tạo về lĩnh vực này ở một số cơ sở như Học viện Báo chí và Tuyên truyền. Tuy nhiên, thời gian gần đây truyền thông chính sách mới được nhắc đến nhiều vì tầm quan trọng của nó trong chiến lược phát triển bền vững và bao trùm trên mọi lĩnh vực của đời sống chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội của cả một quốc gia. Suy cho cùng mọi chính sách đều phải hướng đến sự rõ ràng, minh bạch để dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra và thụ hưởng. Để làm được thực chất điều này thì truyền thông chính sách chính là yếu tố đầu tiên để vận hành, chuyển tải chính sách đến với nhân dân để nó được “sống” và có hiệu lực trong thực tiễn. Báo chí chính là kênh quan trọng hàng đầu để thực hiện nhiệm vụ chính trị này.

Hiểu về truyền thông và truyền thông chính sách.

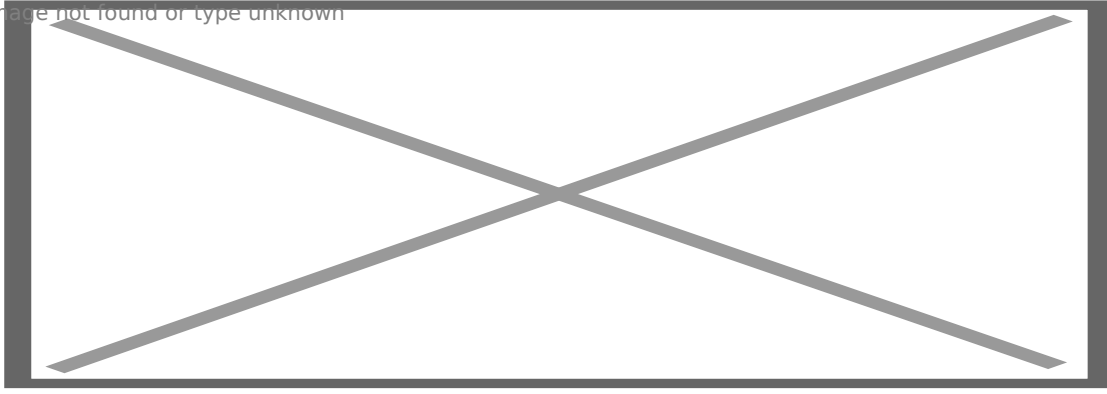
Các khái niệm công cụ thường chỉ được chú trọng trong các đề tài nghiên cứu khoa học. Nhưng thực tế nếu không nắm vững những công cụ có tính học thuật thì triển khai trên thực tế sẽ rất lúng túng, bỏ qua các giai đoạn và không biết bắt đầu từ cái gì hay từ đâu.

Ở đây cần chú ý đến khái niệm truyền thông, mô hình truyền thông có thể vận dụng cho truyền thông chính sách. Khái niệm chính sách và truyền thông chính sách là gì?

Truyền thông có nhiều cách hiểu, nhưng đơn giản và khoa học thì nó là một quá trình chuyển tải thường xuyên liên tục những thông tin có chứa thông điệp qua các kênh truyền khác nhau đến với công chúng để làm thay đổi nhận thức và hành vi của họ. Hiệu quả truyền thông chỉ có được khi có những phản hồi, có sự tiếp nhận của công chúng để đạt được những mục đích cốt lõi mà các chiến lược, chiến dịch truyền thông đưa ra trong một môi trường, thời điểm truyền thông nào đó.

Để tiện cho bạn đọc theo dõi và dễ hiểu, chúng tôi xin dẫn mô hình truyền thông của Laswell và Shannon, đây có thể xem là một mô hình còn nguyên giá trị và có thể vận dụng một cách hiệu quả vào truyền thông chính sách hiện nay.

Image not found or type unknown



Mô hình này bao hàm những phần tử chủ yếu của quá trình truyền thông, trong đó:

S - Ai (source, sender): Nguồn, người cung cấp, khởi xướng.

M - Thông điệp, nội dung thông báo.

C- Kênh (channel): Bằng kênh nào, mạch truyền nào.

R - Cho ai (receiver): Người tiếp nhận, nơi nhận.

E - Hiệu quả (effect): Hiệu quả, kết quả của quá trình truyền thông.

Trên cơ sở của mô hình này việc vận dụng nó vào truyền thông chính sách có thể bắt đầu từ các câu hỏi nghiên cứu theo hướng:

Cơ quan, đơn vị nào là nơi khởi xướng chính sách? Với đặc thù của nguồn khởi xướng thông tin thì việc tiếp cận với nguồn bằng cách nào?

Nội dung chính sách là gì và đâu là thông điệp chính của chính sách?

Đâu là kênh truyền quan trọng để chuyển tải chính sách này? Vai trò của báo chí ở đâu với tư cách là một kênh truyền chính thống, chính yếu, chính xác về chính sách?

Chính sách này hướng đến nhóm hay các nhóm đối tượng nào? Nghiên cứu công chúng nhóm này từ tâm lý tiếp nhận, thói quen tiếp nhận, khu vực địa lý, môi trường văn hóa... để truyền thông chính sách có hiệu quả cao nhất.

Làm thế nào để tăng hiệu quả truyền thông của chính sách này để nó tác động một cách sâu rộng, để thay đổi được nhận thức và hành vi của nhóm công chúng mà chính sách hướng đến?

Như vậy việc hiểu đúng và nhận thức đúng khái niệm công cụ truyền thông và mô hình truyền

thông sẽ giúp tất cả những ai, bao gồm cả báo giới không lúng túng để thực hiện nhiệm vụ của mình đối với truyền thông chính sách.

Còn về khái niệm chính sách, ở đây chúng ta hướng đến phần lớn là các chính sách công bao gồm các biện pháp của Đảng, Chính phủ thể chế hóa và bảo đảm thực thi để giải quyết các vấn đề xã hội hoặc phát triển xã hội. Nó là những hành động có chủ đích, mang tính quyền lực nhà nước, được ban hành theo những trình tự, thủ tục nhất định, nhằm mục tiêu giải quyết các vấn đề phát sinh trong thực tiễn hay dự báo các vấn đề sẽ phát sinh trong thực tiễn để quản lý và điều hành xã hội. Và như vậy chính sách công sẽ mang tính chính trị và thể hiện quyền lực của Nhà nước.

Từ nhận thức về truyền thông và chính sách có thể đi đến cách hiểu về truyền thông chính sách. Truyền thông chính sách là quá trình liên tục chuyển tải thông tin về chính sách của Đảng, Nhà nước trong một thời gian nhất định, về những lĩnh vực cụ thể thông qua các kênh truyền dẫn khác nhau, trong đó lấy báo chí làm trọng để đưa chính sách đến với các đối tượng khác nhau nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa chủ thể ban hành chính sách và các nhóm thụ hưởng, điều chỉnh bởi chính sách đó trong xã hội. Từ đó góp phần thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân, của nhóm, của cộng đồng và của toàn xã hội vì mục đích và lợi ích chung của quốc gia, dân tộc và của toàn thể nhân dân.

Dur địa của báo chí và truyền thông chính sách

Như đã nói, truyền thông chính sách có thể thực hiện qua nhiều kênh truyền khác nhau, trong đó không thể không tính đến vai trò của mạng xã hội. Tuy nhiên yếu tố chính trị trong chính sách công quyết định đến việc xác định kênh truyền phù hợp để đảm bảo rằng quá trình truyền thông không bị gây nhiễu, không bị xuyên tạc hay bị hiểu một cách méo mó lệch lạc. Cùng với đó truyền thông chính sách trên nền tảng mạng xã hội có thể xuất hiện các nhận xét, bình luận thiếu tính xây dựng, thậm chí cực đoan, chống phá...cũng sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến nhận thức của đối tượng tiếp nhận.

Chính vì vậy, việc truyền thông một cách đầy đủ, trọn vẹn về chính sách công sẽ thực sự phù hợp nếu xác định kênh truyền là báo chí và báo chí sẽ luôn là một kênh truyền 3C về chính sách công: Chính thống, chính xác và chính yếu và vai trò của báo chí với chính sách công là yếu tố không thể phủ nhận. Nó luôn được Đảng, Nhà nước xác định có vai trò đặc biệt quan trọng trong truyền thông chính sách.

Mới đây nhất tại Thông báo số 387/TB-VPCP ngày 22/12/ 2022 của Văn phòng Chính phủ thông báo

Kết luận của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính tại hội nghị trực tuyến toàn quốc về Truyền thông chính sách: Nhận thức- Hành động- Nguồn lực đã nêu kết luận của Thủ tướng: “Truyền thông chính sách có vai trò, ý nghĩa rất quan trọng, là một trong những chức năng, nhiệm vụ của Chính phủ, các bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, các địa phương trong quá trình thực hiện nhiệm vụ chính trị. Làm tốt công tác truyền thông chính sách sẽ mở ra những nguồn lực lớn, tạo nên sức mạnh lớn, hiệu quả cao trong xây dựng, thực thi chính sách”.

Thông báo 387/TB- VPCP trong phần nhiệm vụ trọng tâm trong thời gian tới cũng ghi rõ: “Thực hiện nghiêm quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí. Phát huy vai trò của của cơ quan thông tin, báo chí trong truyền thông chính sách”. Tại thông báo này cũng có kiến nghị về hoàn thiện quy định pháp luật về vấn đề này. Cụ thể, thông báo ghi: “Giao Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì phối hợp với Bộ Tư pháp và các bộ, cơ quan liên quan, rà soát, hoàn thiện thể chế, văn bản quy phạm pháp luật, chính sách, chương trình, kế hoạch nhằm nâng cao hiệu quả của các cơ quan truyền thông, báo chí, bảo đảm thực hiện tốt nhiệm vụ truyền thông chính sách, vừa phát huy sự lãnh đạo, chỉ đạo, vừa phát huy tinh thần sáng tạo”...

Như vậy có thể thấy “sân chơi” của báo chí trong truyền thông chính sách là rất quan trọng và rộng lớn. Tuy nhiên có thể nói hiện nay đa phần báo chí mới dừng lại ở câu chuyện...đưa tin về chính sách. Điều này làm cho công chúng mới chỉ tiếp nhận được một phần thông tin, chưa tác động nhiều vào chiều sâu để làm nhân dân hiểu kỹ, hiểu rõ, nắm vững và làm theo các chính sách công vốn được ban hành rất nhiều trong công tác quản lý, điều hành của Nhà nước nói chung.

Cơ hội cho báo chí

Với truyền thông chính sách được quan tâm mạnh mẽ trong giai đoạn hiện nay, báo chí đang có những cơ hội mạnh mẽ để gánh vác trách nhiệm xã hội và sứ mệnh của mình cùng với Đảng và Nhà nước trong việc truyền thông chính sách. Chính phủ cũng đã có chỉ đạo Bộ Tài chính về bố trí kinh phí cho hoạt động truyền thông chính sách và nếu làm tốt công tác này, ngoài việc kịp thời chủ động đưa chính sách đến với dân, làm nhịp cầu giữa dân với Nhà nước trong góp ý, phản biện, thực thi chính sách thì báo chí còn có được nguồn ngân sách đặt hàng từ Nhà nước để thực thi những nhiệm vụ chính trị quan trọng này.

Không có bộ nào, ngành nào, cơ quan nhà nước nào mà không ban hành chính sách. Không một chủ thể ban hành chính sách nào mà không muốn chính sách đến với đối tượng điều chỉnh hay thụ hưởng của mình. Cùng với đó chủ thể ban hành chính sách bao giờ cũng muốn đạt được sự đồng

thuận, ủng hộ, nhất trí của dân để chính sách đi được vào cuộc sống.

Chính vì vậy một chính sách từ dự thảo, phản biện, chỉnh lý, ban hành...đều cần được truyền thông một cách toàn diện, sâu rộng, chính xác và báo chí với vai trò của mình sẽ “không hết việc” để làm. Tuy nhiên là truyền thông bài bản, khoa học, có kế hoạch, có chiến lược và chiến dịch truyền thông chứ không dừng lại ở việc....đưa tin về chính sách.

ThS. Trần Ngọc Hà

Phó Tổng Biên tập Báo Pháp luật Việt Nam

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/du-dia-cho-bao-chi-trong-truyen-thong-chinh-sach>