*Y:\THU KY TOA SOAN\2023\Diễn đàn Tổng biên tập\Tham luận/ TBT Anh Vũ văn hóa*

**Báo chí với sứ mệnh truyền thông chính sách**

*Nguyễn Anh Vũ-*

*Tổng Biên tập báo* *Văn hóa*

Truyền thông chính sách hiểu một cách đơn giản đó là hình thức tuyên truyền các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến người dân, với mục đích làm sao để mọi chính sách phải đến được với người dân một cách hiệu quả nhất trên tinh thần “*lấy dân làm gốc, với phương châm dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng*”.

 Có thể khẳng định rằng, làm tốt công tác truyền thông chính sách sẽ góp phần nâng cao hiệu quả lãnh đạo, quản lý của các cơ quan quản lý nhà nước các cấp, các ngành. Bên cạnh đó, nếu công tác truyền thông chính sách thực hiện tốt sẽ mở ra những nguồn lực không nhỏ, tạo nên sức mạnh lớn, hiệu quả cao trong xây dựng, thực hiện các chính sách. Thực tế đã cho thấy, truyền thông chính sách tốt là giải pháp quan trọng để đưa chính sách pháp luật vào cuộc sống, hòa quyện hơi thở cuộc sống vào quá trình xây dựng chính sách, đưa chính sách đến với người dân- đối tượng trực tiếp thụ hưởng, chịu tác động của chính sách- một cách hữu hiệu nhất. Điều này sẽ gia tăng hiệu quả, hiệu lực của chính sách. Ngược lại, thời gian qua, một số chủ trương, chính sách mặc dù đúng đắn, tuy nhiên do công tác truyền thông không tốt đã không tạo được sự đồng thuận cao trong xã hội, không mang lại sự hiệu quả của chính sách khi áp dụng vào đời sống xã hội, không bám sát với thực tiễn cuộc sống.

Truyền thông chính sách là một phần quan trọng trong hoạt động truyền thông của Đảng, Nhà nước. Chính vì vậy, một lẽ dĩ nhiên, báo chí và các loại hình truyền thông khác, với ưu thế nhanh chóng cập nhật và lan tỏa thông tin, đặc biệt trong bối cảnh thừa hưởng những thành quả của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 với cách thức hoạt động đa nền tảng, đa phương tiện như hiện tại, chắc chắn là kênh thông tin, là phương thức cơ bản, quan trọng để thực hiện công tác truyền thông chính sách.

**Vai trò của báo chí trong công tác truyền thông chính sách**

Trước hết cần xác định rõ hệ thống báo chí ở đây được hiểu theo nghĩa rộng bao gồm Cổng Thông tin điện tử của các cơ quan nhà nước, các báo, đài, các trang thông tin điện tử tổng hợp, hệ thống thông tin ở cơ sở, các phương thức truyền thông mới qua mạng xã hội, tin nhắn qua hệ thống viễn thông... Với một lực lượng hùng hậu như vậy, nếu có sự phối hợp, liên kết chặt chẽ, chủ động, đồng bộ và khoa học giữa các cơ quan chủ trì soạn thảo chính sách với các cơ quan thông tấn báo chí, chắc chắn công tác truyền thông chính sách sẽ có được sự lan tỏa mạnh mẽ, sâu rộng và hiệu quả đến đông đảo người dân.

Lâu nay, các cơ quan báo chí vẫn thực hiện sứ mệnh làm cầu nối giữa Đảng và chính quyền đối với nhân dân, thực sự là diễn đàn dân chủ, là kênh thông tin hai chiều, phản ánh chân thực, trách nhiệm tâm tư và nguyện vọng chính đáng của nhân dân. Đối với công tác truyền thông chính sách, với lợi thế sẵn có một khối lượng độc giả, khán thính giả rất lớn, báo chí chắc chắn sẽ là một kênh thông tin tuyên truyền hiệu quả nhất. Ở chiều ngược lại, báo chí cũng là nơi phản ánh những đề xuất, kiến nghị của người dân với các cấp chính quyền về các chính sách, các quy định pháp luật chưa thật phù hợp, về những bất cập, những vướng mắc, bức xúc trong việc thực thi và chấp hành pháp luật.

Vai trò của báo chí trong truyền thông chính sách còn là vấn đề tuyên truyền từ sớm, từ xa với một kịch bản được xây dựng công phu, chi tiết cho các giai đoạn trước, trong, sau khi ban hành chính sách. Có nghĩa là ngay khi các cơ quan soạn thảo chính sách bắt tay vào xây dựng dự thảo, các cơ quan báo chí đã phải lập tức vào cuộc để “xới xáo” mở đường cho những vấn đề mới, những nội dung sẽ thay đổi, những tác động đến người dân cũng như đời sống xã hội... của chính sách mới. Thực hiện tốt công đoạn này, phần nào đó báo chí đã phát huy vai trò định hướng dư luận, đi trước để thống nhất nhận thức, tạo sự đồng thuận trong xã hội, giúp người dân sớm nắm bắt thông tin, thực hiện quyền lợi, nghĩa vụ, trách nhiệm công dân trong việc xây dựng, góp ý, thậm chí phản biện tích cực đối với những chính sách mới. Bên cạnh đó, vào cuộc từ sớm, từ xa còn để kịp thời phát hiện và xử lý những thông tin nhiễu loạn, sai lệch... gây bất lợi cho quá trình tuyên truyền chính sách. Đặc biệt, trong bối cảnh công tác truyền thông chính sách trên các nền tảng công nghệ với khả năng tương tác cao rất dễ xuất hiện những bình luận, nhận xét có tính chất xuyên tạc, bóp méo, thậm chí cực đoan, chống phá từ đó sẽ phần nào tác động tiêu cực đến người dân.

Với sự phát triển không ngừng của công nghệ cùng với công cuộc chuyển đổi số mạnh mẽ đang diễn ra ở tất cả các cơ quan báo chí, hầu hết hiện nay các cơ quan báo chí đều hoạt động theo phương thức đa nền tảng, đa phương tiện, tích hợp được cả báo viết, báo nói, báo hình, tạo nên một hệ sinh thái truyền thông hết sức đa dạng, phong phú. Đây chính là yếu tố quan trọng để công tác truyền thông chính sách trở nên sinh động hơn, hấp dẫn, thay vì các hình thức khô khan, thiếu cuốn hút như trước đây.

Cũng với lợi thế của việc ứng dụng công nghệ, các cơ quan báo chí hiện nay hoàn toàn có thể rà quét, phân tích dữ liệu người dùng để tạo nên những công cụ đo lường đánh giá hiệu quả của công tác truyền thông chính sách. Thao tác này sẽ đưa đến những đánh giá, đo đếm chính xác về những thông tin được người dân quan tâm, những phương thức, cách thức tuyên truyền đem lại hiệu quả cao nhất để từ đó có sự điều tiết, định hướng xu hướng truyền thông, thông tin.

**Thực trạng công tác truyền thông chính sách trên báo chí thời gian qua**

Có thể khẳng định rằng, công tác truyền thông chính sách trong thời gian qua đã được các cơ quan báo chí quan tâm, chú trọng, góp phần hết sức to lớn vào việc tuyên truyền kịp thời những thông điệp quan trọng trong chính sách của Đảng, Nhà nước, Quốc hội, Chính phủ, bộ, ngành, địa phương... đến người dân. Trên tinh thần bám sát thực tế, với vai trò là cầu nối giữa nhân dân và các cấp chính quyền, công tác truyền thông chính sách đã được các cơ quan báo chí thực hiện chủ động, kịp thời với nhiều cách làm sáng tạo trên tinh thần dân chủ, công khai, minh bạch đã mang lại hiệu quả cao, phù hợp với nội dung tuyên truyền, tình hình, điều kiện và bối cảnh của từng cơ quan, địa phương, đơn vị.

Bên cạnh việc tuyên truyền chính sách, các cơ quan báo chí cũng đã kịp thời phát hiện, phản bác lại các quan điểm sai trái, những thông tin xấu độc, cố tình xuyên tạc, gây nhiễu loạn, làm sai lệch các chủ trương, chính sách, từ đó góp phần định hướng dư luận, tạo sự ổn định, đồng thuận xã hội, trấn an tâm lý người dân. Trong quá trình truyền thông chính sách, các cơ quan báo chí cũng đã nhanh chóng phát hiện những bất cập, bất hợp lý, những quy định không phù hợp, lỗi thời, chồng chéo, những vấn đề còn bỏ ngỏ, thiếu sự điều chỉnh của các chính sách để đề xuất các cơ quan có thẩm quyền xem xét, sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện.

Các hình thức truyền thông chính sách thời gian qua cũng đã được các cơ quan báo chí đầu tư, chăm chút, đặc biệt với sự ứng dụng đầu tư công nghệ đã tạo sự mới mẻ, lôi cuốn, sinh động, hấp dẫn, trực diện, đáp ứng nhu cầu tiếp cận, tương tác mọi lúc, mọi nơi, đa nền tảng, đa phương tiện của người dân.

Tuy nhiên, bên cạnh đó, công tác truyền thông chính sách trên báo chí thời gian qua vẫn còn không ít những tồn tại, hạn chế.

Trước hết, đó là sự phối hợp thiếu chặt chẽ giữa các cơ quan chủ trì soạn thảo, ban hành chính sách với các cơ quan báo chí. Câu chuyện này đến từ hai phía. Về phía cơ quan chủ trì soạn thảo, ban hành chính sách chưa thực sự chủ động tiếp xúc, cung cấp thông tin cho báo chí, từ đó dẫn đến việc các cơ quan báo chí gặp khó khăn khi tiếp cận nguồn thông tin chính thống để giải thích cho người dân hiểu chính sách. Sự thiếu chủ động này dẫn đến phía các cơ quan báo chí không xây dựng được một kế hoạch truyền thông chính sách mang tính chất dài hơi, bài bản từ sớm, từ xa, thậm chí đôi khi bị động do thiếu thông tin, thông tin không đầy đủ dẫn đến công tác tuyên truyền không đạt hiệu quả như mong muốn. Thực tế cho thấy không ít sự cố “khủng hoảng truyền thông” liên quan đến việc thực thi các chủ trương, chính sách trong thời gian qua đều bắt nguồn từ việc thiếu chủ động cung cấp thông tin hoặc truyền thông chưa đúng, chưa hiệu quả...

Có một thực tế cần phải thừa nhận rằng, thời gian qua báo chí mới dừng lại ở câu chuyện thông tin, hay nói cách khác là đưa tin về chính sách. Hầu hết báo chí chỉ tập trung tuyên truyền khi chính sách đã hoàn thiện bản dự thảo và được đem ra lấy ý kiến rộng rãi nhân dân, thậm chí là khi chính sách đã được ban hành. Phần nào đó là chú trọng xử lý các sự vụ, chưa có nhiều những đánh giá tác động chính sách, tác động truyền thông trong quá trình xây dựng, ban hành và thực thi chính sách. Điều này khiến cho người dân chỉ tiếp nhận được một phần thông tin, không nắm được quá trình nghiên cứu, xây dựng và ban hành chính sách từ đó dẫn đến việc chưa tác động được nhiều đến nhận thức để nhân dân hiểu, nắm vững và làm theo các chính sách được ban hành.

Công tác truyền thông chính sách trên báo chí thời gian qua chưa lượng hóa được thành các số liệu để phân tích, đánh giá mức độ hiệu quả. Chưa chú trọng xây dựng những công cụ để đo đếm, rà quét, thu thập phân tích dữ liệu người dùng để từ đó điều tiết, định hướng thông tin, lựa chọn những phương thức thể hiện thích hợp và đặc biệt là để gợi ý, cung cấp những nội dung mà người dân quan tâm. Vẫn còn sự mất cân đối giữa công tác truyền thông chính sách về chính trị, kinh tế với truyền thông chính sách về văn hóa trên báo chí thời gian qua. Về hình thức thể hiện, mặc dù các cơ quan báo chí đã có nhiều nỗ lực trong việc ứng dụng công nghệ để đem đến những sản phẩm tinh gọn, sinh động, bắt mắt, hấp dẫn, tuy nhiên do không có một kế hoạch dài hơi nên sự đầu tư vẫn còn thiếu chiều sâu, không thực sự bài bản nên sự lan tỏa, thu hút chưa xứng với tiềm năng sẵn có.

Một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến công tác truyền thông chính sách trên báo chí thời gian qua đó là do kinh tế báo chí gặp nhiều khó khăn dẫn đến sụt giảm nguồn thu từ hoạt động quảng cáo. Báo chí chính thống đang hụt hơi trong cuộc đua thu hút doanh thu quảng cáo trực tuyến với các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới. Điều đó dẫn đến việc nguồn kinh phí phục vụ cho công tác truyền thông chính sách ngày càng khó khăn. Bên cạnh đó, do thiếu nguồn lực để thực hiện chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ đã khiến báo chí chính thống tụt hậu về công nghệ, trở nên yếu thế trước các nền tảng mạng xã hội trong việc thu hút người dùng, không thể trở thành dòng chủ lưu để chiếm lĩnh, dẫn dắt thông tin, từ đó định hướng dư luận, truyền thông chính sách hiệu quả.

**Đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông chính sách trên báo chí**

Cần có cơ chế phối hợp hết sức chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước với các cơ quan thông tấn báo chí. Cơ chế phối hợp này rất cần thiết, bởi việc đại diện các cơ quan chủ trì soạn thảo, ban hành chính sách trả lời báo chí về các chính sách là nguồn tin tin cậy, khi được cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời, chính xác sẽ khiến công chúng tin tưởng vào thông tin được truyền tải, từ đó giúp chính sách sẽ được lan tỏa rộng hơn.

Cần phân định rõ vai trò, trách nhiệm giữa các cơ quan chủ trì soạn thảo và các cơ quan báo chí trong công tác truyền thông chính sách. Về phía cơ quan chủ trì soạn thảo cần phải có kế hoạch truyền thông một cách cụ thể, xác định rõ nội dung, thời điểm tuyên truyền. Cơ quan soạn thảo cần chủ động tiến hành biên soạn tài liệu nguồn đảm bảo thông tin trung thực, khách quan, chính xác, kịp thời về nội dung cần truyền thông, đặc biệt là những vấn đề “nóng” được xã hội quan tâm để cung cấp cho cơ quan báo chí thực hiện truyền thông. Các cơ quan báo chí phải chủ động phối hợp, nắm bắt các kế hoạch, chương trình xây dựng chính sách của các cơ quan chủ trì, soan thảo theo từng lộ trình để từ đó xây dựng kế hoạch truyền thông một cách phù hợp, khả thi và hiệu quả. Kế hoạch truyền thông cần phải có mục tiêu rõ ràng, có thể đo lường được, xác định rõ ràng thời gian thực hiện từng mục tiêu cụ thể, từng giai đoạn truyền thông. Hai bên cần xác định rõ quan điểm truyền thông chính sách phải từ sớm, từ xa, đảm bảo sự xuyên suốt trước, trong và sau khi ban hành chính sách. Ngay từ khi bắt tay xây dựng dự thảo cần gợi mở những vấn đề mới, những vấn đề dư luận quan tâm, những vấn đề tác động nhiều đến đời sống xã hội để lấy ý kiến chuyên gia, người dân hay những tổ chức thụ hưởng, chịu tác động trực tiếp từ chính sách nhằm bảo đảm, phát huy quyền làm chủ, thể hiện ý chí của người dân trong xây dựng và ban hành chính sách, để chính sách thực sự mang hơi thở của cuộc sống và xuất phát từ nhu cầu thực tiễn.

 Để thực hiện tốt công việc phối hợp này, các cơ quan chủ trì soạn thảo chính sách cũng như các cơ quan thông tấn, báo chí cần thiết lập đầu mối, bộ phận chuyên trách, thường trực, chuyên sâu, chuyên nghiệp về truyền thông chính sách. Các bộ phận này cần phải có cơ chế phối hợp chặt chẽ, thường xuyên, liên tục nhằm tạo thành cầu nối thông suốt hai chiều giữa các bên.

Trong bối cảnh kinh tế báo chí còn nhiều khó khăn, cần phải có cơ chế đặt hàng, giao nhiệm vụ cho các cơ quan báo chí để tăng thêm nguồn lực tài chính, đảm bảo một nguồn kinh phí nhất định cho công tác truyền thông chính sách. Đặc biệt, cần có sự đầu tư mạnh mẽ đổi mới về công nghệ, về chuyển đổi số cho các cơ quan báo chí để có thể giành lại thị phần người dùng với các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới, từ đó làm chủ luồng thông tin, dẫn dắt, định hướng dư luận nhằm mang lại hiệu quả cho truyền thông chính sách. Cần thiết phải xây dựng bộ chỉ số công cụ đo lường để đánh giá hiệu quả công tác truyền thông chính sách cho từng loại hình báo chí, từng phướng thức thể hiện...

Để những chủ trương, chính sách “thấm” vào người dân một cách tự nhiên, không khô khan, gò ép, cứng nhắc, việc lựa chọn phương thức, hình thức thể hiện có thể được xem là một thao tác nghệ thuật trong công tác truyền thông chính sách. Mỗi loại hình báo chí cần phải có những cách thức tuyên truyền với đặc thù riêng để có thể tạo bản sắc, thế mạnh theo đặc trưng từng thể loại. Với thế mạnh trong việc sở hữu một khối lượng lớn người dùng cùng khả năng tương tác cao của các nền tảng mạng xã hội, các cơ quan chủ trì soạn thảo chính sách và các cơ quan báo chí không thể bỏ qua công cụ hết sức hữu hiệu này cho công tác truyền thông chính sách. Thực tế cho thấy nhiều quốc gia trên thế giới đã sử dụng mạng xã hội cho công tác truyền thông chính sách đặc biệt hiệu quả. Mỗi lĩnh vực chính sách cũng cần có những cách thức truyền thông riêng, hình thành những điểm nhấn cho từng lĩnh vực. Trong những trường hợp nhất định có thể sử dụng các loại hình văn học, nghệ thuật để làm mềm mại hơn, sinh động hơn thay vì những văn bản khô cứng. Các cơ quan báo chí cũng nên cân nhắc đến việc kết hợp với những người có uy tín, những người nổi tiếng, người của công chúng trong công tác truyền thông chính sách với những hình thức thể hiện sinh động, hấp dẫn. Một điều kiện tiên quyết là dù làm theo phương thức, hình thức nào đều cần phải có sự đầu tư công phu, phướng pháp bài bản, khoa học, phù hợp với từng tình hình, hoàn cảnh, điều kiện...

Công tác truyền thông chính sách trên các cơ quan báo chí thời gian tới cũng cần có sự cân đối giữa các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, giáo dục... Đặc biệt đối với lĩnh vực văn hóa, một lĩnh vực có nhiều chính sách tác động lớn đến đời sống, xã hội. Chính sách văn hóa là một thành tố quan trọng, tạo động lực cho chính sách phát triển kinh tế - xã hội nói chung và có một ý nghĩa vô cùng to lớn trong việc sử dụng có hiệu quả nhất mọi nguồn lực về con người để phát triển đất nước. Qua nửa nhiệm kỳ thực hiện Nghị quyết XIII của Đảng, có thể thấy chưa bao giờ văn hóa được quan tâm như hiện nay, và cũng chưa bao giờ văn hóa đạt được nhiều thành tựu như hiện nay. Đẩy mạnh truyền thông chính sách văn hóa cũng chính là lan tỏa những giá trị cốt lõi của văn hóa, để văn hóa trở thành động lực của sự phát triển, là sức mạnh nội sinh, như lời Bác Hồ căn dặn: “Văn hóa soi đường cho quốc dân đi...”.

Có thể nói, thực hiện tốt công tác truyền thông chính sách sẽ tạo ra những nguồn lực, sức mạnh để tạo nên hiệu quả cho việc xây dựng, ban hành và thực thi chính sách. Báo chí Cách mạng Việt Nam với tư cách là công cụ tuyên truyền của Đảng, là diễn đàn của nhân dân chắc chắn sẽ là kênh chủ lực cho công tác truyền thông chính sách, mang hơi thở của cuộc sống để chính sách đi vào đời sống, đảm bảo quyền và lợi ích của người dân, góp phần thúc đẩy xã hội phát triển./.