*Y:\THU KY TOA SOAN\2023\Diễn đàn Tổng biên tập\Tham luận/ TBT Nguyễn Thành Lợi*

**Truyền thông chính sách qua góc nhìn báo chí truyền thông**

*Ông Nguyễn Thành Lợi-*

*Tổng Biên tập Báo Kinh tế Đô thị*

Trong những năm gần đây, số lượng hội thảo và các công trình nghiên cứu có liên quan đến truyền thông chính sách ở Việt Nam đang gia tăng một cách đáng kể. Đặc biệt những nội dung có tính định hướng chỉ đạo trong thông báo số 387/TB-VPCP ngày 22/12/2022 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 có ý nghĩa quan trọng, có thể khẳng định chúng ta đang nhận thức đầy đủ, hành động quyết liệt, sáng tạo và chú trọng hiệu quả thực chất về truyền thông chính sách. Vậy, làm thế nào hiểu đúng về truyền thông chính sách và đề cao vai trò của báo chí truyền thông? Rất cần những nghiên cứu chuyên sâu, có tính hệ thống và bài bản. Trong khuôn khổ Diễn đàn, bài viết này chỉ tiếp cận từ góc nhìn của báo chí truyền thông, để tìm một phần lời giải của vấn đề này.

**Nhận thức và tầm quan trọng**

Gần đây, khái niệm “truyền thông chính sách” được sử dụng nhiều ở Việt Nam, tuy nhiên, vẫn còn nhiều quan điểm chưa thực sự tương đồng. Ví dụ trong thời kỳ phòng chống đại dịch Covid-19, ảnh hưởng của truyền thông trong việc tạo ra hiệu quả cho chính sách khá rõ ràng, nhất quán và đạt kết quả khá quan trọng. Do vậy, nhiều nhà nghiên cứu và nhiều chính phủ các nước đang dần thay đổi suy nghĩ và ngày càng chú trọng vào công tác truyền thông chính sách hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, quá trình này lại phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố như môi trường chính trị, hệ thống pháp luật và quan điểm của các nhà lãnh đạo tại mỗi quốc gia.

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của xã hội, truyền thông chính sách tại Việt Nam ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm hơn, đồng thời có sự thay đổi về cách thức và phương tiện theo sự phát triển chung của xã hội. Khi truyền thông chính sách đạt hiệu quả sẽ đóng vai trò quan trọng góp phần to lớn vào sự phát triển chung của đất nước; tuyên truyền quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng; chính sách, pháp luật của Nhà nước; phát hiện và phản ánh tâm tư, nguyện vọng của quần chúng; những vấn đề bức xúc trong đời sống xã hội… Tuy nhiên, thực tế cho thấy truyền thông chính sách chủ yếu mới đang chỉ dừng lại ở việc thông báo về chính sách tới người dân khi chính sách đó đã được ban hành và giai đoạn gần đây được chú ý thêm những phản ánh tâm tư, nguyện vọng của người dân… Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, cùng với sự phát triển của công nghệ khoa học kỹ thuật hiện đại, truyền thông chính sách đang ngày càng đặt ra nhiều yêu cầu mới, đòi hỏi cần có sự quan tâm và đổi mới hơn bao giờ hết.

Do đó, có thể hiểu, truyền thông chính sách là việc tương tác giữa đối tượng là người làm chính sách và đối tượng là người thực hiện chính sách “nhằm tăng cường sự hiểu biết, nhận thức và thay đổi hành vi của các chủ thể chính sách để đạt mục tiêu chính sách, hoặc nói theo cách của học giả khác thì đây là quá trình sử dụng các phương tiện truyền thông nhằm tuyên truyền, giáo dục, phổ biến nội dung của chính sách đến người dân để giúp người dân hiểu và làm theo, tạo dựng sự đồng thuận xã hội. Truyền thông chính sách còn được coi là công cụ quan trọng, cơ bản trong công tác quản lý. Nó tác động trực tiếp hoặc gián tiếp làm thay đổi hành vi của con người trong cộng đồng, từ đó thúc đẩy họ tự nguyện tham gia vào các hoạt động của chính sách có liên quan… Do đó, 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. Truyền thông chính sách cần bám sát thực tế, tôn trọng thực tế, lấy thực tế làm thước đo, được thực hiện công khai, minh bạch, chủ động, kịp thời hơn, có nhiều cách làm sáng tạo, đột phá, 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, góp phần quan trọng đưa chính sách pháp luật vào cuộc sống và đưa cuộc sống vào quá trình xây dựng chính sách, nâng cao hiệu lực, hiệu quả của chính sách, từ đó thống nhất nhận thức, ý chí và hành động trong triển khai thực hiện, tạo đồng thuận cao trong xã hội.

**Vai trò của truyền thông chính sách**

***Giáo dục, phổ biến nội dung chính sách đến với người dân.*** Truyền thông chính sách là kênh thông tin chính giúp cung cấp nội dung chính sách đến với người dân. Quá trình này có thể được tiến hành qua nhiều kênh, dưới nhiều hình thức, có thể thông qua các báo in, tạp chí, đài phát thanh và truyền hình, hoặc qua băng rôn khẩu hiệu, qua các sự kiện xã hội... Các hoạt động này giúp người dân được cập nhật, nắm được thông tin, hiểu được nội dung của chính sách, các tác động của nó tới họ, từ đó mà có thể làm gia tăng sự tin tưởng và ủng hộ của dân chúng.

***Thuyết phục người dân ủng hộ chính sách.*** Người làm chính sách thông qua các hoạt động truyền thông khiến người dân hiểu về những lợi ích mà chính sách sẽ mang lại. Từ đó, Chính phủ sẽ nhận được sự đồng tình và ủng hộ từ phía người dân. Để đạt được sự đồng thuận xã hội như vậy, các nhà lãnh đạo nên hiểu rõ về nguyện vọng và ý kiến của người dân bằng việc tiến hành các cuộc khảo sát. Trước hết để thuyết phục người dân một chính sách là ưu việt, là mang lại nhiều lợi ích cho xã hội thì các cơ quan hoạch định chính sách cần những dẫn chứng thuyết phục từ các chuyên gia, từ các đơn vị có uy tín và truyền thông chính là công cụ để họ thực hiện điều này. Thông qua các cuộc phỏng vấn với các chuyên gia, thông qua các số liệu khoa học, các công trình được đăng tải trên các phương tiện truyền thông thì những người làm chính sách có thể sử dụng như những lý lẽ để thuyết phục, từ đó nhận được sử ủng hộ từ dân chúng. Theo chuyên gia Kepplinger, với cách đưa tin và ngôn từ sử dụng của mình, các phương tiện báo chí truyền thông có thể biến một vấn đề trở nên dễ đi vào lòng người. Như vậy, bằng các phương pháp tiếp cận, khai thác, cách xây dựng hình ảnh của mình mà các phương tiện có thể định hình một vấn đề trong lòng công chúng để khiến họ ủng hộ hay phản đối, quan tâm hay không quan tâm đến vấn đề đó.

***Phản hồi ý kiến từ phía người dân để có những điều chỉnh phù hợp.*** Khi một chính sách được ban hành sẽ rất dễ vấp phải nhiều ý kiến trái chiều và việc không hài lòng của đa số hoặc chỉ một bộ phận dân chúng. Những lúc như vậy, chính phủ các nước thường phải tiến hành tiếp cận được với số đông dân chúng, tìm kiếm, thu thập, điều tra thông tin sau đó chắt lọc để từ đó phân tích và xem xét thực tế của việc ban hành chính sách. Việc làm này giúp cho chính sách không bị một chiều giống như các mô hình cũ. Thông qua các phương tiện truyền thông, người dân có thể đóng góp ý kiến của mình tới những người hoạch định chính sách để từ đó có những điều chỉnh phù hợp. Việc đóng góp ý kiến có thể được diễn ra trên các diễn đàn, các cuộc phỏng vấn, hoặc các cuộc thăm dò ý kiến của các cơ quan báo chí truyền thông.

**Đa dạng hóa các kênh truyền thông chính sách**

Các kênh của truyền thông chính sách hiện nay khá đa dạng, thông thường được hiểu là các công cụ hoặc là các phương tiện dùng để truyền tải nội dung thông điệp. Và nội dung đó có thể dưới hình thức tranh ảnh, bản tin, các cuộc nói chuyện, tọa đàm, các hành động cụ thể, hoặc cũng có thể là sự kết hợp của các loại hình này với nhau. Những phương tiện này không chỉ giới hạn ở các phương tiện thông tin đại chúng, các chiến dịch tuyên truyền, mà nó còn có thể là con người tham gia vào quá trình truyền thông chính sách. Trong thực tế có hai cách phân loại các kênh truyền thông chính sách. Cách thứ nhất là phân loại theo cách thức. Cách này chia kênh truyền thông chính sách thành 3 loại chính: truyền thông đại chúng, việc giao tiếp giữa các cá nhân, và các tổ chức thông tin truyền thông. Trong đó, kênh truyền thông đại chúng bao gồm báo, phát thanh, truyền hình và Internet. Đây được coi là kênh chính giúp truyền tải nội dung chính sách tới người dân một cách nhanh chóng và rộng khắp. Những phương tiện này có thể định hình dư luận, thay đổi nhận thức và thái độ của dân chúng về một vấn đề, về một chính sách hay đề xuất chính sách.

Như vậy có thể thấy rõ, truyền thông chính sách rất cần các cơ quan báo chí phải thông tin chính thống kịp thời, chủ động đấu tranh, phản bác quan điểm sai trái, thông tin xấu độc, "lấy cái đẹp, dẹp cái xấu, lấy tích cực, đẩy lùi tiêu cực", góp phần ổn định xã hội, tâm lý người dân, tăng cường niềm tin vào Đảng, Nhà nước. Bên cạnh đó, báo chí cũng tham gia tích cực tuyên truyền về công tác chuyển đổisố, ứng dụng công nghệ, phương thức truyền thông mới, góp phần điều tiết, định hướng thông tin dư luận, tạo chuyển biến tích cực từ nhận thức đến hành động của người dân trong việc tìm hiểu, chấp hành chủ trương, đường lối cuả Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước; thực hiện tốt chức năng góp ý, phản biện trong xây dựng chính sách, pháp luật. Tuy nhiên, bên cạnh đó, truyền thông chính sách còn thiếu bài bản, vẫn chủ yếu là một chiều, việc điều tra, khảo sát, đánh giá tác động chưa được quan tâm hoặc còn hình thức. Việc lấy ý kiến đề nghị xây dựng chính sách và dự thảo văn bản quy phạm pháp luật hiệu quả còn hạn chế. Việc ứng dụng các công cụ, mô hình truyền thông hiện đại chưa được chú trọng, nhất là chưa phát huy hết vai trò của báo chí truyền thông, đặc biệt chúng ta chưa thực sự quan tâm phân tích, dự báo về dư luận xã hội và những vấn đề người dân quan tâm để chỉ đạo, điều hành sát với tình hình thực tế môi trường bùng nổ thông tin như hiện nay…

**Đề cao vai trò của báo chí truyền thông**

Thứ nhất, các cơ quan báo chí tích cực truyền thông chính sách góp phần xây dựng hệ thống pháp luật hiệu quả, chuyên nghiệp. Để tăng cường hiệu lực, hiệu quả của công tác truyền thông chính sách, góp phần xây dựng hệ thống pháp luật đầy đủ, kịp thời, đồng bộ, thống nhất, khả thi, công khai, minh bạch, ổn định - một nhiệm vụ quan trọng trong xây dựng, hoàn thiện Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, trước hết chúng ta phải thống nhất cao nhận thức về vai trò và ý nghĩa hết sức quan trọng, thiết thực của công tác truyền thông chính sách, đặc biệt là sử dụng hiệu quả các phương tiện báo chí truyền thông đúng thời điểm.

Thứ hai, báo chí tích cực định hướng dư luận xã hội để thực hiện thành công các hoạt động truyền thông chính sách. Các cơ quan báo chí cần đổi mới sáng tạo về nội dung, cách làm truyền thông chính sách, bảo đảm đủ chất liệu, số liệu thực tế, linh hoạt, sáng tạo, chủ động, kịp thời, nâng cao hiệu quả định hướng thông tin, dư luận. Trong đó, đối với lãnh đạo các cấp cần thực hiện nghiêm quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí. Phát huy vai trò của các cơ quan thông tin, báo chí trong truyền thông chính sách.

Thứ ba, các cơ quan báo chí cần tích cực đẩy mạnh truyền thông chính sách trên các phương thức truyền thông mới, đa nền tảng; tăng cường ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số; đưa các kênh thông tin đa phương tiện phục vụ cho công tác truyền thông chính sách. Xây dựng công cụ đo lường, đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách qua các cơ quan báo chí truyền thông một cách hiệu quả, thiết thực.

Thứ tư, các cơ quan truyền thông cần đóng vai trò là một nhân tố chủ động thay vì chỉ là công cụ như trước kia. Thực tế cho thấy các cơ quan báo chí đang đóng vai trò trung gian để chuyển tải thông tin từ các tổ chức, cơ quan thuộc Đảng và Chính phủ tới người dân khi kế hoạch truyền thông đã được xây dựng hoàn chỉnh và phản ánh tâm tư, nguyện vọng của quần chúng nhân dân. Tuy nhiên, những cơ quan truyền thông có thể chủ động tư vấn tới Đảng và Chính phủ các biện pháp truyền thông hiệu quả ngay từ bước đầu và xây dựng chiến lược phù hợp. Họ đồng thời cũng là lực lượng nắm vững được tâm tư, nguyện vọng của người dân, do đó có thể đưa ra các phản hồi tới các cơ quan liên quan nhằm giúp các chính sách có sự điều chỉnh phù hợp với tâm tư và nguyện vọng của người dân. Với vai trò quan trọng như vậy, ngay trong các đề án xây dựng chính sách, họ nên được đưa vào như là một bộ phận tham gia, chứ không chỉ dừng lại với vai trò đưa tin trung gian./.