

ỦY BAN DÂN TỘC

Chương trình Khoa học và Công nghệ cấp quốc gia giai đoạn 2016-2020
Những vấn đề cơ bản và cấp bách về dân tộc thiểu số và chính sách dân tộc
ở Việt Nam đến năm 2030, mã số CTDĐT/16-20

BÁO CÁO TÓM TẮT

ĐỀ TÀI

**TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ,
THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**
Mã số: CTDĐT.31.18/16-20

Cơ quan chủ trì: Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Chủ nhiệm đề tài: PGS,TS Lưu Văn An

HÀ NỘI, 2020

ỦY BAN DÂN TỘC

Chương trình Khoa học và Công nghệ cấp quốc gia giai đoạn 2016-2020
Những vấn đề cơ bản và cấp bách về dân tộc thiểu số và chính sách dân tộc
ở Việt Nam đến năm 2030, mã số CTDT/16-20

BÁO CÁO TÓM TẮT

ĐỀ TÀI:

**TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ,
THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**
Mã số: CTDT.31.18/16-20

Cơ quan chủ trì

Chủ nhiệm đề tài

PGS, TS. Lưu Văn An

HÀ NỘI, 2020

CÁC THÀNH VIÊN CHÍNH CỦA ĐỀ TÀI

1. PGS.TS Lưu Văn An, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Chủ nhiệm đề tài
2. PGS.TS. Nguyễn Thị Trường Giang, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Phó Chủ nhiệm đề tài
3. PGS.TS Đỗ Đức Minh, Đại học Quốc gia Hà Nội, Thư ký đề tài
4. GS.TS Dương Xuân Ngọc, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
5. PGS.TS Nguyễn Văn Dũng, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
6. PGS.TS Nguyễn Xuân Phong, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
7. PGS.TS Bế Trung Anh, Học viện Dân tộc
8. TS. Phí Hùng Cường, Học viện Dân tộc
9. TS. Phạm Hải Chung, Đại học Quốc gia Hà Nội
10. Nhạc Phan Linh, Viện Nghiên cứu công nhân và công đoàn
11. TS. Phạm Thị Hoa, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Thư ký hành chính

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	3
1. Tính cấp thiết của đề tài	3
2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài	6
3. Mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu.....	7
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	7
5. Cơ sở lý luận, phương pháp nghiên cứu và cách tiếp cận.....	8
6. Đóng góp mới của đề tài	9
7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn	10
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ	11
1.1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ.....	11
1.2. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ TRUYỀN THÔNG VÀ TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ.....	12
1.3. HIỆU QUẢ, TÁC ĐỘNG TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ.....	18
1.4. KINH NGHIỆM MỘT SỐ NƯỚC VỀ TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ VÀ GỢI MỞ ĐỐI VỚI VIỆT NAM.....	19
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ	22
2.1. THỰC TRẠNG NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG	22
2.2. THỰC TRẠNG PHƯƠNG THỨC, PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG.....	25
2.3. ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ VÀ TÁC ĐỘNG CỦA TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ.....	30
CHƯƠNG 3 NHỮNG VẤN ĐỀ CẤP BÁCH ĐẶT RA, QUAN ĐIỂM, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ HỆ THỐNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG, HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ ĐẾN NĂM 2030	37
3.1. NHỮNG VẤN ĐỀ CẤP BÁCH ĐẶT RA ĐỐI VỚI TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ NƯỚC TA HIỆN NAY	37
3.2. DỰ BÁO TÌNH HÌNH THẾ GIỚI, TRONG NƯỚC VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN TRUYỀN THÔNG ĐẾN NĂM 2030	38
3.3. NHỮNG QUAN ĐIỂM CƠ BẢN	38
3.4. NHỮNG PHƯƠNG HƯỚNG CHỦ YẾU	38
3.5. HỆ THỐNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ ĐẾN NĂM 2030	39
KẾT LUẬN	42

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

1.1. Việt Nam là quốc gia đa dân tộc, bao gồm 54 dân tộc anh em. Phần lớn các DTTS sinh sống ở miền núi, vùng biên giới, hải đảo với địa hình hiểm trở, đi lại khó khăn, nhưng lại là địa bàn chiến lược về phát triển KT-XH và đặc biệt là an ninh quốc phòng của đất nước. Đồng bào vùng DTTS đã có những đóng góp to lớn trong lịch sử dựng nước và giữ nước, nhất là trong công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc hiện nay. Tuy nhiên, do nhiều yếu tố khách quan và chủ quan, đời sống đồng bào các vùng DTTS còn gặp nhiều khó khăn so với các vùng, miền khác trên cả nước. Trong những năm qua, để tạo điều kiện cho đồng bào các DTTS có cơ hội vươn lên, thu hẹp dần khoảng cách giữa các vùng miền, Đảng, Nhà nước ta đã ban hành và triển khai thực hiện nhiều chính sách đặc thù, ưu tiên đầu tư các nguồn lực để phát triển các vùng DTTS. Nhờ đó, trình độ phát triển KT-XH ở các vùng này ngày càng được cải thiện, đồng thời nhu cầu thông tin, nhất là thông tin về kinh tế, chính trị - xã hội, văn hóa cũng ngày càng được nâng cao cả về số lượng và chất lượng.

1.2. Truyền thông có vai trò rất quan trọng trong đời sống xã hội, kết nối cộng đồng, chia sẻ thông tin, làm thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi con người, là một trong những yếu tố duy trì và phát triển xã hội bền vững. Vì vậy trong những năm qua, công tác truyền thông nói chung, truyền thông ở vùng DTTS nói riêng, đã được Đảng và Nhà nước đặc biệt quan tâm. Tất cả những chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước luôn được các cơ quan BCTT triển khai tích cực thông qua nhiều kênh khác nhau, từ trực tiếp đến gián tiếp, nhất là thông qua TTĐC. Do xác định rõ, truyền thông ở vùng DTTS cần phải đi trước một bước, đặc biệt là trong thời kỳ KHCN, nhất là công nghệ thông tin, phát triển như vũ bão, trong những năm gần đây Nhà nước đã triển khai nhiều dự án tăng cường cơ sở vật chất về truyền thông cho vùng DTTS, các hoạt động truyền thông phát triển mạnh mẽ. Các kênh truyền thông trực tiếp (tuyên truyền miệng, hội họp, thăm hộ gia đình...) và gián tiếp (báo chí, cổng thông tin điện tử, trang thông tin điện tử, MXH, điện thoại...) ngày càng đổi mới nội dung và hình thức, đã phần nào đáp ứng được nhu cầu thông tin ngày càng cao của công chúng DTTS - nhóm công chúng chiếm tỷ lệ không lớn nhưng lại

có vai trò rất quan trọng trong phát triển kinh tế- xã hội và an ninh quốc phòng đất nước hiện nay. Thực hiện Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, trong những năm qua, các cơ quan chức năng ở Trung ương, chính quyền các địa phương đã phối hợp chặt chẽ với các cơ quan BCTT đẩy mạnh truyền thông ở vùng DTTS, đưa báo chí, radio miễn phí về với đồng bào. Bên cạnh đó, các phương tiện truyền thông cơ sở như hệ thống loa, đài truyền thanh công cộng, pano, áp phích, câu lạc bộ truyền thông ở cụm dân cư ngày càng được tăng cường, đã góp phần nâng cao nhận thức cho đồng bào về các vấn đề chính trị - xã hội, phát triển kinh tế, văn hóa, qua đó củng cố lòng tin vào sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước. Tuy nhiên, vùng DTTS là trọng điểm tấn công về tư tưởng của các thế lực thù địch. Họ lợi dụng những khó khăn về KT-XH của đồng bào, những hiện tượng tiêu cực đang diễn ra trong xã hội để công kích, xuyên tạc quan điểm, chính sách của Đảng và Nhà nước về vấn đề dân tộc, gây chia rẽ giữa người Kinh và người DTTS; lợi dụng vấn đề dân tộc và tôn giáo, vấn đề lịch sử một số dân tộc để kích động ly khai, đòi thành lập nhà nước riêng... Bên cạnh các phương tiện truyền thống, họ cũng thường xuyên ứng dụng công nghệ, nhất là các phương tiện truyền thông mới để tăng cường tấn công về tư tưởng nhằm phá vỡ khối đại đoàn kết các dân tộc Việt Nam, gây hoang mang, dao động trong cán bộ và người dân vùng DTTS.

1.3. Mặc dù đạt được những kết quả bước đầu, công tác truyền thông ở vùng DTTS cũng bộc lộ nhiều hạn chế. Nhà nước đã đầu tư khá nhiều nguồn lực, kinh phí cho công tác truyền thông, nhưng hiệu quả chưa cao; lực lượng tham gia công tác truyền thông đông đảo, ở nhiều cấp từ Trung ương đến cơ sở, nhưng chưa mạnh, sự phối hợp chưa tốt, chưa huy động được đông đảo người dân tham gia. Đồng bào DTTS chủ yếu đón nhận thông tin từ các kênh khác nhau, nhưng chưa thật sự chủ động phổ biến và lan tỏa thông tin cho những người xung quanh. Nội dung thông tin còn nghèo nàn, trùng lặp, các phương thức truyền thông ở một số vùng còn cứng nhắc, chưa hấp dẫn, thiếu tính thuyết phục. Một số sản phẩm truyền thông chưa đề cập đầy đủ đến đặc trưng văn hóa các dân tộc, vùng miền; chưa có sự chuyên biệt phù hợp với nét văn hóa, tập quán của từng dân tộc; chưa có sự khác biệt rõ rệt về nội dung và hình thức truyền thông giữa các tỉnh đồng bằng và các tỉnh miền núi. Một số cơ quan BCTT chưa quan tâm đúng mức đến số lượng và chất lượng thông tin dành cho

vùng DTTS, chưa chú ý đến sự khác biệt về nhu cầu và năng lực tiếp nhận thông tin của đồng bào. Không ít tờ báo, tạp chí, tập san còn đưa tin phiến diện một chiều, không biên tập ngôn ngữ, văn phong phù hợp cho đối tượng đặc thù; lạm dụng văn phong hành chính, ít đề cập đến đời sống thường nhật của đồng bào; vẫn còn hiện tượng đưa tin thiếu chính xác, “giật gân”, câu khách... Bên cạnh đó, hầu hết các sản phẩm BCTT dành cho vùng DTTS thể hiện bằng tiếng Việt, còn ít sản phẩm bằng ngôn ngữ DTTS. Đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông ở vùng DTTS còn thiếu và yếu cả về kiến thức và kỹ năng truyền đạt, nhiều người chưa am hiểu phong tục tập quán đồng bào, không biết ngôn ngữ dân tộc. Kinh phí dành cho công tác truyền thông cơ sở còn hạn hẹp, điều kiện cơ sở vật chất như thư viện, tủ sách, nhà văn hóa, hệ thống loa truyền thanh công cộng còn thiếu thốn... Vẫn còn hiện tượng do “nghèo thông tin”, thiếu thông tin, nhiều đồng bào DTTS bị các thế lực thù địch tuyên truyền, xúi giục hoạt động chống phá chính quyền, gây mất ổn định chính trị, ảnh hưởng đến phát triển KT-XH.

1.4. Trong giai đoạn toàn cầu hóa hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của Cách mạng Công nghiệp 4.0, xuất hiện nhiều phương tiện truyền thông mới, nhiều kênh thông tin, cả chính thống và không chính thống, cả những thông tin lành mạnh, giúp nâng cao nhận thức về các vấn đề của đời sống xã hội, và cả những thông tin xấu, độc hại. Chính vì thế, Đảng và Nhà nước ta chủ trương tiếp tục đẩy mạnh truyền thông trong vùng DTTS, phấn đấu đến năm 2020 sẽ có trên 90% đồng bào DTTS&MN, biên giới, hải đảo được tuyên truyền vận động; 100% tuyên truyền viên, cộng tác viên được tập huấn, bồi dưỡng; trên 80% số huyện được thụ hưởng; 100% cán bộ, công chức làm công tác dân tộc được đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao năng lực quản lý và tuyên truyền, vận động¹. Để khắc phục những hạn chế và đạt mục tiêu nêu trên, vấn đề cấp thiết đặt ra là nghiên cứu một cách hệ thống, bài bản, đánh giá sát thực thực trạng, hiệu quả và tác động của truyền thông, từ đó đề xuất phương hướng và giải pháp nâng cao chất lượng và phát huy hiệu quả truyền thông đối với đối tượng công chúng đặc biệt quan trọng là người dân vùng DTTS; đồng thời kiến nghị Đảng, Nhà nước đổi mới chính sách truyền thông ở vùng DTTS trong thời gian tới. Vì vậy, việc triển khai nghiên cứu đề tài “*Truyền thông ở vùng DTTS, thực trạng và giải pháp*” là

¹ Số liệu của Ủy ban Dân tộc, năm 2017.

rất cần thiết, góp phần thực hiện tốt chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước, đồng thời giúp các DTTS nhận thức sâu sắc hơn về quyền lợi và trách nhiệm của mình trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam XHCN.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

2.1. Những công trình nghiên cứu của tác giả nước ngoài

Thứ nhất, các nghiên cứu về đặc điểm, tình hình DTTS ở các quốc gia trên thế giới và Việt Nam

Thứ hai, các nghiên cứu về truyền thông, truyền thông vùng đồng bào các DTTS

Các nghiên cứu về truyền thông cho DTTS rất đa dạng, nhiều góc cạnh nghiên cứu được đề cập đến. Hầu hết các nghiên cứu đều khẳng định vai trò quan trọng của truyền thông đối với sự phát triển về mọi mặt. Đây là những tài liệu quan trọng nhằm cung cấp những kiến thức cần thiết về truyền thông ở một số nước trên thế giới, từ đó có cái nhìn bao quát và toàn diện hơn phục vụ cho quá trình nghiên cứu của đề tài.

2.2. Những công trình nghiên cứu trong nước

Thứ nhất, những công trình nghiên cứu về đặc điểm, tình hình vùng dân tộc, chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước

Thứ hai, những công trình nghiên cứu về truyền thông, công tác truyền thông ở vùng DTTS

Vấn đề truyền thông ở vùng DTTS đã có khá nhiều bài viết, công trình nghiên cứu, tuy nhiên các tác giả chủ yếu tìm hiểu vấn đề trên phương diện lý thuyết, chưa phân tích cụ thể thực trạng từng vùng và trên tổng thể cả nước; chưa chỉ ra các yếu tố tác động của truyền thông đến sự phát triển mọi mặt các dân tộc thiểu số. Mặc dù vấn đề này được tiếp cận nghiên cứu dưới những góc độ, phương pháp khác nhau và đạt được kết quả nhất định, nhưng chưa đủ cơ sở để dựa vào đó kiến nghị hoạch định chiến lược, chính sách phát triển các vùng đồng bào DTTS, đòi hỏi cần tiếp tục nghiên cứu một cách hệ thống, hoàn thiện hơn. Vì vậy, việc triển khai nghiên cứu đề tài *Truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số, thực trạng và giải pháp* mang tính cấp thiết, nhằm giúp đội ngũ lãnh đạo, quản lý các cấp, đội ngũ cán bộ BCTT có cái nhìn tổng thể và toàn diện hơn về vai trò,

tác động của truyền thông đến đời sống đồng bào DTTS, từ đó kiến nghị với Đảng, Nhà nước đưa ra những chủ trương, chính sách dân tộc, chính sách phát triển KT-XH các vùng DTTS một cách hợp lý, tạo tiền đề cho sự phát triển bền vững của cả nước trong những thập kỷ tới.

3. Mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu

Xây dựng khung lý thuyết, phân tích thực trạng hiệu quả, tác động của công tác truyền thông ở vùng DTTS nước ta từ năm 1986 đến nay, từ đó nhận diện những vấn đề cấp bách, đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông ở vùng DTTS nước ta đến năm 2030, góp phần thực hiện tốt chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước trong thời kỳ đổi mới toàn diện đất nước và hội nhập quốc tế

Nhiệm vụ cụ thể:

- Hệ thống hóa, xây dựng cơ sở lý luận về công tác truyền thông ở vùng DTTS; xây dựng khung lý thuyết nghiên cứu truyền thông ở vùng DTTS;
- Nghiên cứu những bài học kinh nghiệm của một số quốc gia trên thế giới về truyền thông ở vùng DTTS.
- Trình bày, luận giải làm rõ những kết quả đạt được về truyền thông ở vùng DTTS Việt Nam từ năm 1986 đến nay;
- Phân tích làm rõ hiệu quả, tác động của truyền thông ở vùng DTTS nước ta;
- Nhận diện những vấn đề cấp bách trong công tác truyền thông ở vùng DTTS hiện nay.
- Đề xuất quan điểm, phương hướng, giải pháp, cơ chế, chính sách, nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông ở vùng DTTS Việt Nam đến năm 2030

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là: truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu:

Về nội dung: nghiên cứu các loại hình truyền thông, truyền thông gián tiếp

(chủ yếu qua báo chí) và truyền thông trực tiếp đối với vùng DTTS.

Về địa bàn: các vùng DTTS ở Việt Nam: Tây Bắc, Đông Bắc, Tây Nguyên, Duyên hải miền Trung, Tây Nam Bộ.

Về thời gian: từ năm 1986 đến nay, chủ yếu từ năm 2000 đến nay, mà tập trung từ năm 2015-2020, định hướng đến năm 2030.

5. Cơ sở lý luận, phương pháp nghiên cứu và cách tiếp cận

Cơ sở lý luận của đề tài là chủ nghĩa Mác- Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm của Đảng CSVN về dân tộc, về truyền thông và BCTT, nhất là vai trò của BCTT; các lý thuyết truyền thông.

Phương pháp luận của đề tài là chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử. Khi nghiên cứu vấn đề truyền thông ở vùng DTTS phải quán triệt nguyên tắc lý luận gắn bó chặt chẽ với thực tiễn, tổng kết thực tiễn để làm sáng tỏ lý luận.

Các phương pháp cụ thể: lịch sử và logic, tổng hợp và phân tích, so sánh, quy nạp và diễn dịch, thống kê, nghiên cứu tài liệu, điền dã, tham gia của người dân, quan sát, điều tra xã hội học, phỏng vấn sâu...:

Phương pháp điều tra xã hội học:

Quy mô: Tổng số phiếu điều tra xã hội học: 2.500

Tổng số phiếu phỏng vấn sâu: 120

Địa bàn khảo sát: 14 tỉnh/thành thuộc các vùng DTTS tiêu biểu của Việt Nam: Hà Nội, Sơn La, Quảng Ninh; Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam, Đắk Lắk, Kon Tum, Ninh Thuận, Tp.Hồ Chí Minh, Bình Phước, Cần Thơ, Sóc Trăng, Kiên Giang, An Giang.

Đối tượng khảo sát: phỏng vấn sâu: 1) Các nhà lãnh đạo, quản lý, hoạch định chính sách truyền thông; 2) Những người làm công tác truyền thông ở vùng DTTS; 3) Cán bộ lãnh đạo, phóng viên các cơ quan BCTT; 4) Cán bộ lãnh đạo, quản lý địa phương ở vùng DTTS; 5) Người dân ở vùng DTTS.

Xin ý kiến bằng phiếu điều tra xã hội học: 1) Cán bộ BCTT, nhà báo; 2) Đội ngũ làm công tác truyền thông không chuyên vùng DTTS: những người có uy tín trong cộng đồng, cán bộ HTCT cơ sở; bộ đội, công an, giáo viên, báo cáo

viên, tuyên truyền viên...; 3) Người dân vùng DTTS.

Phương pháp điều tra, khảo sát: Sử dụng các phương pháp điều tra xã hội học: bảng hỏi, phiếu phỏng vấn sâu, quan sát để thu thập các thông tin phục vụ công tác nghiên cứu. Các thông tin sau khi đã thu thập sẽ được xử lý trên máy vi tính bằng 2 phần mềm phân tích thông tin định lượng và định tính chuyên dụng là SPSS và NVIVO.

6. Đóng góp mới của đề tài

- Hệ thống hóa các vấn đề lý luận liên quan đến truyền thông ở vùng DTTS, làm rõ các khái niệm, phân tích đặc điểm; hệ thống hóa các lý thuyết, mô hình truyền thông liên quan đến vùng DTTS; xác định chủ thể, nội dung, phương thức, phương tiện và cơ sở vật chất phục vụ công tác truyền thông ở vùng DTTS; hiệu quả và tác động của truyền thông đến phát triển KT-XH và cuộc sống của đồng bào vùng DTTS;

- Trình bày những kinh nghiệm thực tiễn truyền thông ở vùng DTTS của một số nước trên thế giới (Mỹ, Áo, Thụy Điển, Trung Quốc, Ấn Độ, Malaixia, Singapore, Niu Dilan) và nêu những vấn đề gợi mở cho Việt Nam về vấn đề này;

- Trên cơ sở khảo sát thực trạng công tác truyền thông ở các vùng DTTS Việt Nam (điển hình là Tây Bắc, Đông Bắc, Tây Nguyên, Tây Duyên hải miền Trung, Tây Nam Bộ), kết quả điều tra xã hội học 2500 phiếu, phỏng vấn sâu 120 người, quan sát thực tiễn, các tác giả đề tài đã dựa vào khung lý thuyết để phân tích, đánh giá những kết quả đạt được, đặc biệt là đánh giá hiệu quả, tác động của công tác truyền thông đến nhận thức, thái độ, hành vi của người dân vùng DTTS; từ đó nêu rõ những vấn đề đặt ra đối với công tác truyền thông ở các vùng DTTS Việt Nam hiện nay;

- Đề tài trình bày các quan điểm, phương hướng và hệ thống giải pháp để nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông ở vùng DTTS Việt Nam trong những năm tới;

- Những kiến nghị của đề tài đối với các cơ quan Trung ương và địa phương có giá trị tham khảo trong hoạch định đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, nhất là chính sách thông tin, truyền thông đối với các vùng DTTS ở nước ta từ nay

đến năm 2030.

7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

Về lý luận, đề tài cung cấp khung lý thuyết về truyền thông ở vùng DTTS, bao gồm hệ thống các khái niệm nền tảng, đặc điểm, vị trí, vai trò, chủ thể, khách thể, nội dung và phương thức truyền thông nói chung, của từng loại hình BCTT nói riêng, trong việc nâng cao nhận thức của cán bộ và người dân vùng DTTS, góp phần phát triển KT-XH.

Về thực tiễn, kết quả nghiên cứu của đề tài sẽ cung cấp cho các cơ quan Đảng, Nhà nước các cấp (nhất là Ban Tuyên giáo Trung ương, Ủy ban Dân tộc, Bộ Thông tin và Truyền thông, chính quyền các tỉnh có đông đồng bào DTTS) các tổ chức chính trị- xã hội (Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Hội Nông dân...), các cơ sở nghiên cứu và đào tạo, như Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Học viện Dân tộc, Đại học Khoa học xã hội và nhân văn... bức tranh chung và những yếu tố đặc thù của công tác truyền thông ở vùng DTTS, góp phần hình thành những chủ trương, chính sách đối với các vùng này. Những bài học kinh nghiệm từ thực tiễn của một số nước trên thế giới cũng có ý nghĩa to lớn đối với Việt Nam. Kết quả đề tài là tài liệu tham khảo hữu ích cho các địa phương, giúp nâng cao chất lượng, hiệu quả của công tác truyền thông vùng DTTS ở nước ta trong thời gian tới.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ

1.1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ

1.1.1. Khái niệm, đặc điểm vùng dân tộc thiểu số

DTTS là khái niệm dùng để chỉ những dân tộc có số dân ít, chiếm tỷ trọng thấp trong tương quan so sánh về lượng dân số trong một quốc gia đa dân tộc.

Vùng DTTS là địa bàn cư trú tập trung, ổn định của một hoặc nhiều cộng đồng DTTS trong phạm vi lãnh thổ quốc gia. Các vùng DTTS Việt Nam có các đặc điểm sau:

- Các DTTS chủ yếu sống ở miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới.
- Trình độ phát triển KT-XH của các DTTS còn thấp.
- Văn hóa, ngôn ngữ các DTTS rất đa dạng, phong phú
- Tình hình chính trị, an ninh và trật tự an toàn xã hội các vùng DTTS tiềm ẩn nhiều yếu tố phức tạp.

Ở Việt Nam có các vùng DTTS chính sau đây: *Vùng Tây Bắc* gồm 6 tỉnh (Hòa Bình, Sơn La, Lai Châu, Điện Biên, Lào Cai, Yên Bái), *Vùng Đông Bắc* gồm 9 tỉnh (Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Thái Nguyên, Tuyên Quang, Hà Giang, Phú Thọ, Bắc Giang, Quảng Ninh), *Vùng Tây Nguyên* gồm 5 tỉnh (Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng), *Vùng Tây Duyên hải Nam Trung Bộ* gồm 8 tỉnh (Thừa Thiên Huế, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận), *Vùng Tây Nam Bộ* gồm 13 tỉnh/thành (Cần Thơ, Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, Trà Vinh, Hậu Giang, Sóc Trăng, Đồng Tháp, An Giang, Kiên Giang, Bạc Liêu và Cà Mau).

1.1.2. Nhu cầu và năng lực tiếp nhận thông tin của người dân tộc thiểu số

1.1.2.1. Nhu cầu thông tin tiếp nhận thông tin

Đó là nhu cầu thông tin về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh quốc phòng, KH-CN và bảo vệ môi trường. Để đáp ứng những nhu cầu thông tin nêu trên, Đảng, Nhà nước đã thi hành nhiều chính sách đáp ứng ngày càng đầy

đủ nhu cầu của đồng bào.

1.1.2.2. Năng lực tiếp nhận thông tin

Thứ nhất, khả năng nghe, nói, viết tiếng Việt..

Thứ hai, trình độ học vấn, chuyên môn.

Thứ ba, sự quan tâm và điều kiện tiếp cận các sản phẩm truyền thông.

Thứ tư, năng lực vận dụng tri thức, thông tin hữu ích trong đời sống.

1.1.3. Vấn đề phát triển bền vững vùng dân tộc thiểu số

Thứ nhất, khai thác tiềm năng, lợi thế vùng DTTS để phát triển kinh tế.

Thứ hai, xây dựng, kiện toàn HTCT, nâng cao năng lực lãnh đạo của tổ chức đảng, bảo đảm ổn định chính trị vùng DTTS.

Thứ ba, thực hiện công bằng xã hội, giải quyết việc làm với phát triển giáo dục, y tế, chăm sóc, hỗ trợ người nghèo.

Thứ tư, bảo tồn và phát triển văn hóa các dân tộc, coi đây là động lực to lớn để phát triển vùng DTTS.

Thứ năm, bảo vệ môi trường sống trong sạch, an toàn.

Thứ sáu, bảo đảm an ninh quốc phòng vùng DTTS, nhất là vùng biên giới.

1.2. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ TRUYỀN THÔNG VÀ TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ

1.2.1. Một số vấn đề lý luận về truyền thông

1.2.1.1. Khái niệm truyền thông, một số lý thuyết và mô hình truyền thông

Truyền thông là một quá trình truyền tải ý tưởng thông qua cảm xúc và hành vi từ người này sang người khác; là thuyết phục và tìm cách nhận được phản hồi mong muốn cho những thông điệp đang được truyền đi. Truyền thông không tuyến tính, mà là một quá trình hai chiều và đa chiều, là một quá trình truyền đạt, tiếp nhận và trao đổi thông tin nhằm thiết lập các mối liên hệ giữa con người với con người với mục đích đạt được sự hiểu biết, nâng cao nhận thức, hình thành thái độ và thay đổi hành vi của con người.

Xét về phương thức, có hai loại truyền thông: truyền thông gián tiếp và truyền thông trực tiếp. *Truyền thông gián tiếp là thông tin được trao truyền thông qua người khác (trung gian) hoặc các phương tiện là TTĐC- phổ biến cho đông đảo công chúng, không phân biệt giai cấp, trình độ, giới tính, thời gian, không gian... Truyền thông trực tiếp là việc phổ biến, trao đổi thông tin trực tiếp giữa người với người, không qua một trung gian nào khác.*

Một số lý thuyết truyền thông có thể vận dụng ở vùng DTTS: Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự; Lý thuyết truyền thông phát triển; Lý thuyết thâm nhập xã hội.

Một số mô hình truyền thông: *Mô hình truyền thông của Shanon và Weave; Mô hình truyền thông hai bước (đa bậc); Mô hình truyền thông hiệu quả phát triển vùng nông thôn.*

1.2.1.2. Các phương tiện truyền thông hiện nay

Các phương tiện truyền thông (media) là *những phương thức cụ thể mà các chủ thể truyền thông truyền tải những thông điệp (nội dung) đến đối tượng truyền thông.*

Thứ nhất, các phương tiện truyền thông gián tiếp: báo chí (báo in, sách, tạp chí, phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử), cổng thông tin điện tử, trang thông tin điện tử (Website), MXH...

- Thứ hai, các phương tiện truyền thông trực tiếp: loa, đài, pano, áp phích, tờ rơi, tranh cổ động; tranh lật; bảng tin, bảng thông báo; băng đĩa ghi hình, máy quay phim, máy ghi âm, máy ảnh...

1.2.1.3. Vai trò và xu hướng phát triển truyền thông trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp 4.0

- Vai trò: Cung cấp thông tin, nâng cao dân trí; giáo dục chính trị - tư tưởng, định hướng dư luận xã hội; góp phần phát triển KT-XH của địa phương, đất nước; giải trí, làm phong phú đời sống văn hóa, tinh thần của xã hội; xây dựng không gian công cộng, thúc đẩy dân chủ và phát triển; tham gia quản trị xã hội và thúc đẩy phát triển xã hội; thúc đẩy “dịch vụ công cộng tốt hơn”; là một lĩnh vực kinh doanh.

- Những xu hướng mới của truyền thông: Toàn cầu hóa BCTT; sự phát triển báo mạng điện tử và truyền thông di động; các cơ quan BCTT thay đổi mô hình, phương thức hoạt động, mở rộng truyền thông trên MXH; xu hướng tòa soạn hội tụ; xu hướng siêu tác phẩm BCTT (Digital mega-stories); xu hướng báo chí di động và báo chí dữ liệu; quyền tự do BCTT ngày càng được mở rộng.

1.2.2. Quan điểm của Đảng, chính sách của Nhà nước về truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số

1.2.2.1. Trong thời kỳ 1986-2000

Bắt đầu từ năm 1991, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định về cấp phát miễn phí 5 ấn phẩm báo in cho các địa phương thuộc vùng miền núi, vùng đặc biệt khó khăn.

Với Chỉ thị số 08-CT/TW, ngày 31/3/1992 của Ban Bí thư Trung ương Đảng “*Về tăng cường sự lãnh đạo và quản lý nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác báo chí, xuất bản*”, vấn đề củng cố và tăng cường sách, báo cho vùng DTTS&MN lần đầu tiên được đề cập đến.

1.2.2.1. Trong thời kỳ 2001-2020

Đảng, Nhà nước ban hành nhiều văn bản để phát triển BCTT ở vùng DTTS: Quyết định số 1637/QĐ - TTg ngày 31/12/2001 về việc cấp một số loại báo, tạp chí của 17 tòa soạn báo được Chính phủ cấp kinh phí xuất bản để phát hành không thu tiền đối với đồng bào DTTS&MN; Quyết định 170/2003/QĐ-TTg ngày 14/8/2003 về Chính sách ưu đãi hưởng thụ văn hóa; Quyết định 975/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 20/7/2006 thay thế Quyết định 1637 với nội dung “*cấp một số loại báo, tạp chí cho vùng DTTS & MN, vùng đặc biệt khó khăn*”, Quyết định 06/2007/QĐ-UBDT ngày 12/1/2007 của Ủy ban Dân tộc về chiến lược truyền thông cho Chương trình 135; Nghị quyết số 16-NQ/TW ngày 1/8/2007 về công tác tư tưởng, lý luận và báo chí trước yêu cầu mới; Nghị định 82/2010/NĐ-CP ngày 20/7/2010 của Chính phủ về dạy và học tiếng dân tộc ở các trường học; Chỉ thị 525/CT-TTg ngày 30/3/2011 về “*Một số chủ trương, biện pháp tiếp tục phát triển KT- XH miền núi*”; Nghị định 05/CP năm 2011 về công tác dân tộc; Quyết định 1212/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 5/9/2012, về Chương trình mục tiêu quốc gia đưa thông tin về cơ sở

miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo giai đoạn 2012-2017; Quyết định 633/QĐ-TTg ngày 19/4/2016 của Thủ tướng Chính phủ Về việc cấp một số ấn phẩm, tạp chí cho vùng DTTS&MN vùng đặc biệt khó khăn; Quyết định 1860/QĐ-TTg ngày 23/11/2017 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Đề án "Thí điểm cấp ra-đi-ô cho vùng DTTS&MN, vùng đặc biệt khó khăn, biên giới"; Quyết định số 59/QĐ-TTg ngày 16/1/2017 của Thủ tướng Chính phủ: Về việc "Cấp một số ấn phẩm báo, tạp chí cho vùng DTTS&MN, vùng đặc biệt khó khăn" giai đoạn 2017-2018; Quyết định số 1163/QĐ-TTg ngày 8/8/2017 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án "Đẩy mạnh công tác phổ biến, giáo dục pháp luật và tuyên truyền, vận động đồng bào vùng DTTS giai đoạn 2017 – 2021; Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định 12/2018/QĐ-TTg ngày 06/3/2018 quy định về tiêu chí lựa chọn, công nhận người có uy tín và chính sách đối với người có uy tín trong đồng bào DTTS; Quyết định 45/QĐ-TTg ngày 9/1/2019 Về việc "Cấp một số ấn phẩm báo, tạp chí cho vùng DTTS&MN, vùng đặc biệt khó khăn" giai đoạn 2019 – 2021; Quyết định 414/QĐ-TTg ngày 12/4/2019 về "Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin hỗ trợ đồng bào DTTS phát triển KT-XH và đảm bảo an ninh trật tự vùng đồng bào DTTS Việt Nam giai đoạn 2019-2025". Ngày 21/2/2019, Thủ tướng Chính phủ ban hành Đề án số 219/QĐ-TTg Về hỗ trợ thông tin, tuyên truyền về dân tộc, tôn giáo giai đoạn 2019-2021.

1.2.3. Các yếu tố của truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số

1.2.3.1. Mục tiêu, nguyên tắc truyền thông

- Thứ nhất, góp phần nâng cao nhận thức cho cán bộ, đảng viên và đồng bào vùng DTTS về đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước.
- Thứ hai, nâng cao kỹ năng tuyên truyền, phổ biến các mô hình, kiến thức, kỹ năng phát triển KT-XH vùng DTTS.
- Thứ ba, góp phần bồi dưỡng tư tưởng, tri thức, đạo đức, văn hóa dân tộc, phát huy quyền làm chủ, tăng cường niềm tin và mối quan hệ máu thịt giữa đồng bào các DTTS với Đảng, Nhà nước.
- Thứ tư, cổ vũ hành động, động viên cán bộ và đồng bào DTTS thực hiện tốt các chính sách dân tộc.

- Thứ năm, góp phần đấu tranh phản bác lại những quan điểm sai trái, thù địch.

Để đạt những mục đích nêu trên, công tác truyền thông ở vùng DTTS cần thực hiện *các nguyên tắc* sau:

- Thứ nhất, tuân thủ tính Đảng, tính khoa học, tính thực tiễn, tính chân thực, tính chiến đấu, tính phổ thông đại chúng..

- Thứ hai, tôn trọng sự đa dạng và người trong cuộc..

- Thứ ba, tiếp cận tổng thể, vì lợi ích của đồng bào DTTS và lợi ích của đất nước..

- Thứ tư, tôn trọng và tạo điều kiện để người DTTS tham gia vào công tác truyền thông.

- Thứ năm, tôn trọng và chú trọng nghiên cứu tâm lý công chúng..

1.2.3.2. Các chủ thể truyền thông

Chủ thể truyền thông ở vùng DTTS bao gồm: 1) *HTCT các cấp*, ở Trung ương là: Đảng (Ban Tuyên giáo, Ban Dân vận...), Nhà nước (Quốc hội, Chính phủ, Bộ Thông tin và Truyền thông, Ủy ban Dân tộc, các Bộ, ngành), các tổ chức chính trị- xã hội; ở địa phương là: Tỉnh ủy (Ban Tuyên giáo, Ban Dân vận...), HĐND, UBND tỉnh, Sở Thông tin- Truyền thông, Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch, Ban Dân tộc... (ở các tỉnh có đông người DTTS); các tổ chức chính trị- xã hội cấp tỉnh; HTCT cấp huyện, xã; 2) *Các cơ quan BCTT*: TTXVN, Đài TNVN, Đài THVN, Báo Nhân dân, Tạp chí Cộng sản, các cơ quan báo chí khác, các cổng thông tin điện tử, trang thông tin điện tử của các Ban, Bộ, Ngành Trung ương; ở địa phương: Đài PT-TH, Báo tỉnh; hệ thống truyền thanh cấp huyện, xã; các trang thông tin điện tử của các cơ quan thuộc HTCT, BCTT; 3) *Các tổ chức xã hội, tổ chức phi chính phủ* (NGO) nước ngoài và trong nước, các tổ chức tôn giáo, các cơ sở nghiên cứu và đào tạo; 4) *Đội ngũ truyền thông trực tiếp tại cơ sở*: đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên; các già làng, trưởng bản, trưởng họ, người có uy tín, bộ đội, công an, giáo viên... Ngoài ra, còn có các tổ chức phi chính phủ quốc tế (NGO), các thế lực thù địch, tổ chức phản động ở nước ngoài, tổ chức tôn giáo trái phép cũng là chủ thể truyền thông ở vùng DTTS.

1.2.3.4. Khách thể truyền thông

Khách thể truyền thông là đông đảo đồng bào sinh sống ở vùng DTTS, bao gồm người DTTS và người Kinh cùng sống trên địa bàn. Một đặc điểm khá nổi trội trong vùng DTTS là tính gắn kết cộng đồng và vai trò dẫn dắt, hướng dẫn, thuyết phục của những người có uy tín, như già làng, trưởng họ, thầy mo, thầy cúng, nhà sư... Vì vậy, các chủ thể truyền thông ở vùng DTTS phải quan tâm, phối hợp với họ để nâng cao hiệu quả và tác dụng của công tác truyền thông.

Tuy nhiên, với tư cách là khách thể truyền thông, người DTTS cũng có những hạn chế: Khó tiếp cận, do phần lớn họ cư trú phân tán, xen kẽ nhau, không tập trung tại một địa bàn cụ thể. Ít thể hiện nhu cầu tiếp nhận sản phẩm truyền thông. Hạn chế về năng lực tiếp nhận sản phẩm truyền thông. Rụt rè, tự ti trong giao tiếp. Thiếu tin tưởng vào lợi ích do truyền thông mang lại

1.2.3.5. Nội dung truyền thông

Thứ nhất, về chính trị: Về chủ nghĩa Mác- Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước, nhất là chính sách đối với vùng DTTS, phổ biến Hiến pháp, pháp luật, các văn bản pháp quy liên quan đến cuộc sống người DTTS; Về xây dựng HTCT và đội ngũ cán bộ người DTTS các cấp; dân chủ ở cơ sở; quyền con người, quyền công dân; về đấu tranh chống quan liêu, tham nhũng, lãng phí; Về đại đoàn kết dân tộc, mối quan hệ dân tộc, tôn giáo trong vùng DTTS; xây dựng, củng cố quốc phòng, an ninh quốc gia; đấu tranh chống các quan điểm sai trái, thù địch;

Thứ hai, về kinh tế: Về xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, kinh tế tri thức; tiến trình CNH, HĐH; chính sách kinh tế ở vùng DTTS; thực trạng chuyển dịch cơ cấu kinh tế vùng DTTS; các mô hình phát triển kinh tế: chăn nuôi, trồng trọt, phát triển làng nghề, tiểu thủ công nghiệp; Về thế mạnh, tiềm năng của vùng DTTS để kêu gọi các nhà đầu tư (công nghiệp, du lịch...); về hỗ trợ, bố trí đất sản xuất, đất ở cho đồng bào; định canh, định cư, cho vay vốn; về những tấm gương làm kinh tế giỏi trong vùng DTTS; kỹ thuật, kỹ năng sản xuất, kinh doanh...

Thứ ba, về văn hóa: Về giá trị, vai trò của văn hóa truyền thống DTTS; bảo

tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống dân tộc (tiếng nói, chữ viết, nhạc, văn học dân gian, lễ hội, thể thao dân tộc, di tích lịch sử...); Về giao lưu văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa từ bên ngoài, đấu tranh chống các hiện tượng phản văn hóa.

Thứ tư, về xã hội: Về dân số và kế hoạch hóa gia đình; vấn đề việc làm, an sinh xã hội ở vùng DTTS; về giáo dục và đào tạo, y tế, chăm sóc sức khỏe cộng đồng; Về xây dựng nông thôn mới, nếp sống văn minh, gia đình văn hóa, xóa bỏ hủ tục lạc hậu; tích cực tham gia các hoạt động xã hội; gương người tốt, việc tốt, các điển hình tiên tiến trong đồng bào DTTS.

Thứ năm, về KH-CN và bảo vệ môi trường: Về áp dụng thành tựu KH - CN vào sản xuất, kinh doanh, nâng cao chất lượng cuộc sống; Về xây dựng, bố trí khu dân cư hợp lý, sạch sẽ, đảm bảo vệ sinh; nâng cao ý thức bảo vệ rừng, bảo vệ nguồn nước; chấm dứt phát nương, đốt rẫy, du canh du cư; không tham gia khai thác tài nguyên, khoáng sản bất hợp pháp; các hoạt động hỗ trợ phòng, chống thiên tai .

1.2.3.6. Phương thức truyền thông

- Truyền thông qua báo chí và Internet: qua các loại hình báo chí và hệ thống đài truyền thanh; qua Internet và MXH.

- Truyền thông ở cơ sở: tuyên truyền miệng; các cuộc họp (thôn, bản, đoàn thể); hội nghị, hội thảo, thảo luận nhóm, thăm hộ gia đình và tư vấn trực tiếp; tổ chức các sự kiện, truyền thông lưu động, biểu diễn nghệ thuật, bảng tin, khẩu hiệu, pa no, áp phích, tờ rơi, tranh cổ động, ảnh...; truyền thông qua thư viện, tủ sách, điếm bưu điện, nhà văn hóa.

1.3. HIỆU QUẢ, TÁC ĐỘNG TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ

1.3.1. Truyền thông làm thay đổi nhận thức, tình cảm, niềm tin và hành vi của người dân

1.3.2. Truyền thông thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội vùng

1.3.3. Truyền thông giúp giữ vững ổn định chính trị, phát triển văn hóa, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, tăng cường khối đại đoàn kết dân tộc

Truyền thông có hiệu quả và tác động to lớn đến người dân vùng DTTS, giúp họ hiểu được vai trò, vị trí của mình trong công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, sự quan tâm của cả nước, từ đó nhận thức được trách nhiệm của mình, có tư duy tích cực hơn, ý thức chính trị- xã hội cao hơn, quyết tâm học hỏi, áp dụng thành tựu KH-CN, kinh nghiệm hay để phát triển KT-XH, giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, xây dựng cuộc sống ổn định, ấm no, hạnh phúc; giúp “chuyển hóa sự bất mãn của công chúng thành sự tham gia tích cực hơn vào việc xây dựng chính sách công”¹.

1.4. KINH NGHIỆM MỘT SỐ NƯỚC VỀ TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ VÀ GỢI MỞ ĐỐI VỚI VIỆT NAM

Từ kinh nghiệm Mỹ, Áo, Ấn Độ, Trung Quốc, Malaixia, Singapore, New Zealand, có một số mở về cách tiếp cận và bài học kinh nghiệm truyền thông ở vùng DTTS Việt Nam:

Thứ nhất, các tổ chức quốc tế, NGO nhìn chung đều tích cực tham gia vào truyền thông cho cộng đồng DTTS. Một mặt, họ giúp nâng cao nhận thức về truyền thông trên phạm vi toàn cầu, đồng thời hỗ trợ tài chính, nhân lực và giám sát việc thực hiện truyền thông cho vùng DTTS ở các quốc gia.

Thứ hai, quy mô của các chủ thể truyền thông DTTS rất đa dạng, từ cấp địa phương, quốc gia đến đa quốc gia. Nhiều cá nhân, tổ chức hoạt động vì mục đích phi lợi nhuận. Họ mong muốn tạo ra dịch vụ có giá trị cho cộng đồng, giúp cộng đồng DTTS giữ gìn và phát triển bản sắc truyền thống dân tộc mình, đồng thời hội nhập vào cộng đồng ở quốc gia đang sinh sống.

Thứ ba, từ cơ sở lý luận và thực tiễn, kinh nghiệm các nước trên thế giới, truyền thông ở vùng DTTS Việt Nam cần thực hiện các chức năng: 1) Kết nối; 2) Biểu tượng; 3) Định hướng.

Thứ tư, về chủ thể và quy mô truyền thông. Không giống các nước phương Tây BCTT dành cho DTTS phần lớn của tư nhân, tự thành lập tòa soạn báo và viết về cộng đồng mình; ở Việt Nam báo chí đều thuộc các cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội, coi cung cấp thông tin cho vùng DTTS là trách nhiệm chính trị. Các tổ chức chính trị- xã hội, già làng, trưởng bản, người uy tín, thầy

¹ UNDP, 2009.

mo, nhà sư, cha đạo... cũng là những chủ thể truyền thông trực tiếp quan trọng ở vùng DTTS. Nghĩa là kết hợp cả phương thức gián tiếp với phương thức trực tiếp; giữa quy mô lớn và quy mô nhỏ để thường xuyên, liên tục truyền thông cho vùng DTTS thì mới đạt hiệu quả.

Thứ năm, truyền thông cho cộng đồng DTTS cần tập trung vào những *nội dung* sau: 1) Tập trung cung cấp thông tin về các sự kiện diễn ra xung quanh cộng đồng DTTS, và những vấn đề mà họ đang quan tâm; 2) Truyền thông về những tấm gương tiêu biểu, người tốt việc tốt của người DTTS trong các lĩnh vực, từ chính trị gia, doanh nhân, trí thức, văn nghệ sĩ, nghệ nhân...; 3) Những chủ trương, chính sách, pháp luật có liên quan trực tiếp đến cộng đồng DTTS; 4) Những thông tin cung cấp địa chỉ các dịch vụ xã hội như giáo dục, chăm sóc sức khỏe, việc làm cần sát với thực tiễn và thuận tiện với người thiểu số tại địa phương; 5) Thông tin về thực hiện quyền của cộng đồng thiểu số, lên án những hành vi coi thường, miệt thị người DTTS; 6) Thông tin về giữ gìn và phát triển giá trị văn hóa truyền thống, đặc biệt ngôn ngữ DTTS và những chuẩn mực văn hóa, hành vi ở cộng đồng người Kinh cho quá trình hội nhập; 7) Các chương trình giải trí bằng tiếng DTTS (âm nhạc, sân khấu, phim ảnh, trò chơi truyền hình...).

Thứ sáu, về *phương thức truyền thông ở vùng DTTS*, cần khảo sát hệ sinh thái thông tin ở vùng DTTS theo nhiều mục đích (về những sự kiện, về sức khỏe, về chính sách cho cộng đồng, giải trí...) trước khi tiến hành truyền thông. Trên cơ sở đó, đưa ra các tác động đến các kênh khác nhau, kết hợp giữa TTĐC với truyền thông trực tiếp. Tăng cường phát thanh bằng tiếng DTTS (dành cho người không biết tiếng Kinh). Tiếp tục sử dụng các phương tiện in ấn như báo in, sách, tờ rơi dành cho những người biết chữ Việt, họ có thể đọc lại cho những người không biết chữ nghe. Tăng cường sử dụng MXH trong công tác truyền thông (trên điện thoại di động và máy tính), cho giới trẻ.

Kinh nghiệm cho Việt Nam

- Ở Mỹ và các nước phương Tây, hầu hết các cơ quan BCTT dành cho người DTTS do chính người DTTS tự thành lập, điều hành và sản xuất, nên họ hiểu rõ những vấn đề mà đồng bào họ đang mong chờ được thông tin. Vì vậy, cần tăng cường tuyển dụng và đào tạo, bồi dưỡng phóng viên, cộng tác viên

người DTTS trực tiếp tham gia quản lý, và sản xuất nội dung cho các sản phẩm truyền thông phục vụ DTTS.

- Truyền thông Ấn Độ chưa phản ánh đầy đủ, đa dạng, sinh động về tình hình kinh tế, văn hóa, xã hội... của vùng DTTS, chưa hỗ trợ hiệu quả cho các cấp lãnh đạo trong việc quản lý, chỉ đạo triển khai các chủ trương, chính sách và chương trình hỗ trợ phát triển chính phủ. Tuy nhiên, mặt tích cực là với công nghệ phần mềm phát triển, họ tận dụng rất tốt MXH như Facebook, Twitter, các chương trình nghe nhìn sử dụng các thứ tiếng của người DTTS để tuyên truyền tới người dân thông qua các chương trình ca múa nhạc dân gian và phim ảnh (người dân Ấn Độ vốn rất mê ca hát và phim ảnh). Ngoài ra, họ còn tận dụng nhiều nguồn lực khác để phục vụ công tác truyền thông DTTS.

- Trong bối cảnh cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 và từ kinh nghiệm của Anh, Áo, New Zealand, phải đẩy mạnh áp dụng thành tựu công nghệ thông tin trong truyền thông cho người DTTS. Bên cạnh đó, cũng cần đẩy mạnh các chương trình truyền thông trên các trang web và các ứng dụng công nghệ mới hướng tới người DTTS để tạo điều kiện thuận lợi cho công tác truyền thông về chính sách.

- Cần tham khảo kinh nghiệm Áo và New Zealand trong việc phát huy vai trò của chính người DTTS trong xây dựng và phát các chương trình truyền thông về cuộc sống thực sự của họ. Nhà nước cần đầu tư xây dựng những cơ quan truyền thông hỗ trợ người DTTS (nhất là người trẻ), đào tạo, tập huấn cho họ kỹ năng, kinh nghiệm quay phim, chụp ảnh, dựng kịch bản truyền hình để họ xây dựng chương trình truyền thông và phát trên các kênh. Người thiểu số có cơ hội phát ngôn tâm tư, nguyện vọng của mình, qua đó tác động vào nhận thức của xã hội, tạo sự cảm thông, chia sẻ và đồng thuận xã hội.

- Từ kinh nghiệm Trung Quốc, cần tăng cường đầu tư, nâng cao chất lượng và nguồn lực đầu tư cho các chủ thể và cơ sở vật chất ở cơ sở để truyền thông trực tiếp đạt hiệu quả cao hơn. *Đầu tư nhiều hơn cho truyền thông cấp tỉnh*, vì mỗi tỉnh có các DTTS đặc thù trên địa bàn, việc truyền thông sẽ cụ thể, sát thực với từng dân tộc; không nên thực hiện đại trà một mô hình truyền thông cho tất cả các vùng DTTS.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ

2.1. THỰC TRẠNG NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

2.1.1. Truyền thông về chính trị

Giai đoạn 1986-2000:

Giai đoạn 2001-2020:

BCTT phổ biến rộng rãi các nghị quyết, chỉ thị của Đại hội Đảng, Ban chấp hành Trung ương, Ban Bí thư về các vấn đề của đời sống xã hội, nhất là về phát triển KT-XH vùng DTTS, phát huy khối đại đoàn kết toàn dân tộc;

TTĐC tích cực hướng dẫn, khuyến khích, động viên người DTTS thực hiện đúng chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước;

Truyền thông pháp luật là nội dung được các cơ quan BCTT thực hiện tích cực, nhằm hình thành ý thức tôn trọng pháp luật, thuyết phục người DTTS tuân thủ pháp luật;

Các chủ thể truyền thông vận động đồng bào DTTS tự giác tham gia bảo vệ khối đại đoàn kết dân tộc, tin tưởng vào sự lãnh đạo Đảng, quản lý của Nhà nước;

TTĐC phản ánh thành tựu đổi mới về chính trị, nhất là nội dung về xây dựng HTCT trong sạch, vững mạnh; về xây dựng, chỉnh đốn Đảng, xây dựng chính quyền, cải cách hành chính, đổi mới hoạt động của các đoàn thể nhân dân;

Truyền thông về vai trò của các cấp ủy đảng trong lãnh đạo công tác dân tộc. TTĐC cũng đẩy mạnh tuyên truyền về tính tiên phong gương mẫu của cán bộ, đảng viên, nhất là của cán bộ cấp ủy và tổ chức đảng các cấp;

Tham gia đấu tranh chống quan liêu, tham nhũng, lãng phí; góp phần xây dựng đội ngũ cán bộ người DTTS, từ công tác đào tạo, bồi dưỡng đến tuyển dụng, sử dụng, đánh giá cán bộ, chú trọng công tác phát triển đảng viên là người DTTS...

Theo kết quả điều tra xã hội học (khảo sát 2.000 người dân vùng DTTS), trong số các nội dung thông tin tiếp nhận từ TTĐC, đồng bào DTTS quan tâm

nhất là thông tin về chính trị, trong đó nội dung chính trị trong nước đạt tỉ lệ cao nhất (55,3%); an ninh quốc phòng xếp thứ hai (43,3%); tiếp đến là nội dung các vấn đề xã hội (38,2%), tổng hợp, chính trị quốc tế (30,8%)...

2.1.2. Truyền thông về kinh tế

Giai đoạn 1986-2000:

Giai đoạn 2001-2020:

Thứ nhất, truyền thông về chủ trương và tiến trình xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, kinh tế tri thức; đẩy mạnh CNH, HĐH

Thứ hai, đẩy mạnh truyền thông về chính sách kinh tế ở vùng DTTS; chủ trương định canh định cư, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng sản xuất hàng hoá, phát huy thế mạnh của địa phương, hỗ trợ sản xuất

Thứ ba, truyền thông về các mô hình phát triển kinh tế nông nghiệp ở vùng DTTS.

Thứ tư, truyền thông về thế mạnh, tiềm năng của địa phương vùng DTTS để kêu gọi các nhà đầu tư. Nội dung này đã được chỉ đạo tăng cường đưa tin, nhưng trên thực tế số lượng bài chưa nhiều, chưa đạt hiệu quả rõ nét, chưa tạo ra bước phát triển đột phá.

2.1.3. Truyền thông về văn hóa

Giai đoạn 1986-2000:

Giai đoạn 2001-2020:

Thứ nhất, truyền thông về bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống dân tộc;

Thứ hai, truyền thông về xây dựng nông thôn mới, nếp sống văn minh, gia đình văn hóa.

2.1.4. Truyền thông về xã hội

Giai đoạn 1986-2000:

Giai đoạn 2001-2020:

Thứ nhất, truyền thông về dân số, sinh đẻ có kế hoạch, xóa bỏ tảo hôn và hôn nhân cận huyết.

Thứ hai, truyền thông về vấn đề việc làm, xóa đói giảm nghèo, an sinh xã hội ở vùng DTTS.

Thứ ba, truyền thông về phát triển giáo dục và đào tạo.

Thứ tư, truyền thông về y tế, chăm sóc bảo vệ sức khỏe người dân.

2.1.5. Truyền thông về khoa học – công nghệ và bảo vệ môi trường

Giai đoạn 1986-2000:

Giai đoạn 2001-2020:

Các vùng DTTS đang từng bước thoát khỏi thế “ốc đảo” trong lĩnh vực ứng dụng KH-CN vào sản xuất. Ngày càng xuất hiện nhiều hơn các mô hình ứng dụng KH-CN, từ đó nâng cao thu nhập, góp phần làm thay đổi tập quán canh tác của người dân các DTTS.

Truyền thông về bảo vệ môi trường:

Thứ nhất, truyền thông về xây dựng, bố trí nhà cửa, bếp, nhà vệ sinh, khu chăn nuôi gia súc sạch sẽ, đảm bảo vệ sinh;

Thứ hai, truyền thông nâng cao ý thức bảo vệ rừng- không gian sinh tồn của nhiều DTTS, chấm dứt phát nương, đốt rẫy, du canh du cư, khai thác rừng bừa bãi; không săn bắn thú hoang dã; tích cực trồng rừng, trồng cây công nghiệp, cây ăn quả, rau trên đất rừng...

Thứ ba, truyền thông không tham gia khai thác tài nguyên, khoáng sản bất hợp pháp;

Thứ tư, truyền thông bảo vệ nguồn nước (sông, suối, nước ngầm), không xả rác bừa bãi; không sử dụng hóa chất trong trồng rau, quả, chăn nuôi (thuốc trừ sâu, trừ bệnh, thuốc trừ cỏ dại, cám tăng trọng...); không dùng đồ nhựa.

Thứ năm, truyền thông các hoạt động hỗ trợ phòng, chống thiên tai và ứng cứu người dân ở vùng bị thiên tai, lũ lụt trên các địa bàn vùng DTTS, nhất là ở miền núi.

2.1.6. Truyền thông về quốc phòng, an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, đấu tranh chống các quan điểm sai trái, thù địch

** Truyền thông về quốc phòng, an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội*

Đấu tranh, ngăn chặn lợi dụng vấn đề dân tộc, tôn giáo gây rối ở vùng DTTS:

Tăng cường quan hệ hợp tác, đoàn kết, hữu nghị giữa nhân dân vùng biên giới.

Các cơ quan BCTT cũng đăng tải nhiều bài về chủ đề bảo vệ quốc phòng, an ninh quốc gia vùng DTTS. Truyền thông về an ninh, bảo vệ chính quyền và chống phá chính quyền. Nhóm chủ đề tệ nạn xã hội và phạm pháp cũng được đề cập ở mức độ thấp hơn.

*** *Truyền thông đấu tranh chống các quan điểm sai trái, thù địch***

Theo kết quả khảo sát *thực trạng truyền thông trực tiếp* vùng DTTS, người DTTS rất quan tâm đến thông tin về chủ đề an ninh quốc phòng, trật tự an toàn xã hội, tỉ lệ tiếp cận thông tin về phòng chống tệ nạn xã hội đạt cao nhất, chiếm 62,3%; tiếp cận thông tin về chủ quyền biên giới, hải đảo đạt tỉ lệ cao thứ hai, là 42%; thông tin về các xung đột vũ trang có tỉ lệ tiếp cận thấp nhất, chỉ chiếm 9,9%.

2.1.7. Nội dung truyền thông của các tổ chức phi chính phủ

* *Nội dung truyền thông của các tổ chức phi chính phủ nước ngoài (NGO)*

* *Nội dung truyền thông của các thế lực thù địch*

* *Nội dung truyền thông của các tổ chức tôn giáo*

2.2. THỰC TRẠNG PHƯƠNG THỨC, PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG

2.2.1. Truyền thông qua truyền thông đại chúng ở Trung ương

Giai đoạn 1986-2000: do điều kiện kinh tế nước ta còn nhiều khó khăn, các phương tiện truyền thông và các cơ quan báo chí còn ít, cho nên việc phục vụ nhu cầu thông tin cho bà con vùng DTTS còn hạn chế. Trước năm 1991, báo in phục vụ bà con thời kỳ đầu chủ yếu là báo Nhân dân, Quân đội nhân dân, báo tỉnh; Đài THVN và Đài TNVN đã có chuyên mục dành cho DTTS&MN, tuy nhiên, số bài và thời lượng chương trình chưa nhiều và chưa phong phú. Từ năm 1991, thực hiện Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, 5 ấn phẩm báo in đã được cấp phát miễn phí cho các địa phương thuộc vùng miền núi, vùng đặc biệt khó khăn. Người DTTS có thêm cơ hội để đọc báo, nghe đài, tiếp cận nhiều thông tin

bổ ích. Từ năm 1998, thực hiện chủ trương *đẩy mạnh công tác văn hóa-thông tin ở miền núi và vùng đồng bào các DTTS*, số lượng báo in phục vụ đồng bào tăng lên, một số vùng được cấp phát radio miễn phí, sóng phát thanh và truyền hình đã phủ sóng phần lớn các vùng DTTS, đa số bà con đã có điều kiện xem tivi, nghe đài.

Tuy nhiên, thời kỳ này, công tác truyền thông trực tiếp chưa được chú ý đúng mức, chủ yếu dựa vào cán bộ HTCT địa phương; còn ít vận động những người có uy tín trong thiết chế cổ truyền của cộng đồng tham gia công tác truyền thông. Do thiếu thôn về cơ sở vật chất, nhất là nhà văn hóa, thư viện... nên các hoạt động tập thể gặp nhiều khó khăn.

Giai đoạn 2001-2020, với sự phát triển mạnh mẽ của KH-CN, xuất hiện nhiều phương tiện truyền thông mới, theo đó cũng đa dạng hóa các phương thức truyền thông cho đồng bào vùng DTTS. Kết quả điều tra xã hội học cho thấy, trong các phương tiện TTĐC, truyền hình được đánh giá có mức độ sử dụng cao nhất, đạt 3,53/4 điểm; Internet cao thứ hai, đạt 2,95 điểm; Loa truyền thanh địa phương thứ ba, 2,57 điểm; Báo mạng điện tử 2,09 điểm; mức độ sử dụng thấp nhất là báo/tạp chí in (1,63 điểm) và Đài/ radio (1,52 điểm).

** Truyền thông qua báo in và báo mạng điện tử*

Từ năm 1991 đến nay, Chính phủ đều cấp phát miễn phí một số ấn phẩm báo, tạp chí nhằm tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền tại vùng DTTS&MN, vùng đặc biệt khó khăn. Từ năm 1991-2006, cấp 5 ấn phẩm; từ năm 2006- 20 ấn phẩm; từ năm 2017- 18 ấn phẩm. Để phục vụ nhiệm vụ chính trị nêu trên, nhiều báo in, báo mạng điện tử mở các chuyên trang, chuyên đề, phụ trương *Dân tộc và miền núi*. Riêng hệ thống báo chí của các cơ quan, bộ ngành ở Trung ương có hơn 20 loại ấn phẩm chuyên đề phục vụ riêng đối tượng này

Đối với báo mạng điện tử, các báo Vietnamnet.vn, Vnexpress.net, Dantri.vn, dangcongsanvietnam.org.vn... và các phiên bản điện tử của các báo in được công chúng DTTS đón xem ngày càng nhiều, nhất là thanh niên, cán bộ công chức ở các đô thị, nơi có sóng internet.

Truyền thông qua ảnh báo chí.

** Truyền thông qua đài phát thanh và truyền hình Trung ương*

Năm 1993, tại Đài TNVN, Ban biên tập các chương trình phát thanh tiếng dân tộc ra đời, đến năm 2010 phát triển thành Hệ tiếng DTTS VOV4. Hiện nay, VOV4 đang phát trên sóng quốc gia 12 thứ tiếng DTTS (miền Bắc có Mông, Thái, Dao; Miền Trung- Tây Nguyên có Ba Na, Cơ Ho, Ê Đê, Gia Rai, Xơ Đăng, Mnông, Cơ Tu; miền Nam có Chăm, Khmer), tổng thời lượng phát sóng 30 giờ/ngày. Đồng thời Đài TNVN còn có 4 chương trình tiếng Việt phục vụ bà con DTTS: Dân tộc và phát triển (VOV1), Các dân tộc Việt Nam trên đường hội nhập (VOV1), Sắc màu dân tộc Việt Nam (VOV2), Tìm hiểu các dân tộc Việt Nam (VOV2).

Năm 2002, Kênh truyền hình Tiếng dân tộc - VTV5 ra đời, đến năm 2004 tách ra thành kênh độc lập, tổ chức sản xuất các chương trình, chuyên mục dành cho đồng bào DTTS. Ngoài phát bằng các tiếng DTTS, VTV5 còn xây dựng chương trình *Tạp chí Truyền hình dân tộc* phát trên kênh VTV1, chương trình *Sắc màu văn hóa* trên kênh VTV2; một số chương trình được phát lại trên kênh VTV4. Hiện nay, VTV5 đã phát sóng chương trình *bằng 22 thứ tiếng DTTS*, đồng thời còn phối hợp với 41 Đài PT-TH tỉnh/thành phố, 4 trung tâm khu vực của Đài THVN và *Điện ảnh Biên phòng* sản xuất các chương trình bằng tiếng DTTS.

2.2.2. Truyền thông qua hệ thống báo chí – truyền thông địa phương

Hiện nay, tất cả các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương đều có 1 báo in (và phiên bản điện tử), 1 đài PT-TH (riêng Tp Hồ Chí Minh có 2 đài), vừa phát thanh, vừa phát hình; 1 tạp chí (văn học- nghệ thuật), một số tỉnh có báo ảnh. Tỉnh ủy, UBND, HĐND, các ban, sở, ngành... đều có công thông tin điện tử hoặc trang thông tin điện tử (Website). Một số tỉnh có nhà xuất bản in sách, lịch, tờ rơi, áp phích... Cấp huyện có đài truyền thanh, một số nơi có đài truyền thanh- truyền hình; cấp xã có đài truyền thanh, ở các thôn, bản có hệ thống loa truyền thanh. Các cơ quan huyện, trường học, bệnh viện, chính quyền xã đều có trang thông tin điện tử. Ở các vùng DTTS, hầu hết các đài PT-TH tỉnh, các báo in, báo mạng điện tử, trang thông tin điện tử đã phát bằng tiếng/chữ DTTS địa phương, thu hút được lượng độc giả lớn là người DTTS.

2.2.3. Truyền thông qua mạng xã hội

Kết quả điều tra xã hội học cho thấy, khi xét theo vùng DTTS, Tây Nguyên và Tây Nam Bộ vẫn chiếm tỷ lệ sử dụng cao hơn các khu vực còn lại: Tây Nguyên 80,6%, Tây Nam Bộ 74,9%. Các khu vực còn lại tỷ lệ sử dụng MXH tương đối cao: Tây Bắc 62,1%, Đông Bắc Bộ 52,7%. Dù là thấp nhất, nhưng vùng Trung Bộ vẫn chiếm tỷ lệ 50,7%.

Trong số những người sử dụng Internet, hơn 2/3 là nhằm mục đích tìm kiếm thông tin; tiếp theo là nhu cầu chat và thứ ba là e-mail với tỷ lệ tương ứng là 35% và 25%. Cũng có một số người sử dụng Internet để chơi *trò chơi*. Không hiếm trường hợp khác vào mạng để giải trí bằng cách xem phim, video, nghe đọc truyện. Giới trẻ (dưới 30 tuổi) sử dụng Internet nhiều nhất, với nhiều mục đích khác nhau, nhưng tìm thông tin và chat vẫn chiếm ưu thế.

2.2.4. Truyền thông trực tiếp ở cơ sở

- Thứ nhất, hoạt động tuyên truyền miệng
- Thứ hai, truyền thông qua các cuộc họp thôn, bản và đoàn thể
- Thứ ba, truyền thông qua hội nghị, thảo luận nhóm, thăm hộ gia đình và tư vấn trực tiếp, các chương trình học, hỗ trợ học nghề
- Thứ tư, truyền thông thông qua tổ chức sự kiện, truyền thông lưu động và biểu diễn nghệ thuật, bảng tin, khẩu hiệu, tranh ảnh
- Thứ năm, hoạt động truyền thông thông qua hệ thống thư viện, tủ sách, điểm bưu điện, nhà văn hóa, trường học

2.2.5. Thực trạng cơ sở vật chất và phương tiện truyền thông ở cơ sở

2.2.5.1. Về cơ sở vật chất truyền thông

- * *Hệ thống thư viện, tủ sách, điểm bưu điện, nhà văn hóa*
- * *Cơ sở hạ tầng, hệ thống truyền dẫn công nghệ thông tin*

Ở hầu hết các thôn, bản vùng DTTS, nhất là các vùng miền núi được hưởng chương trình trợ cấp, trợ giá, được trang bị loa phóng thanh. Ở một số xã, ngoài đài xã còn có đài truyền thanh thôn, bản.

Một số nơi thành lập các câu lạc bộ thông tin tuyên truyền và bảo tồn dân ca, tổ chức chiếu phim hàng tháng phục vụ nhân dân vào các dịp lễ lớn và thực hiện truyền thông chính sách.

2.2.5.2. Về phương tiện truyền thông

Hiện nay, 98% người dân ở các vùng DTTS có cơ hội xem truyền hình và nghe đài phát thanh; số lượng báo được đọc ở vùng DTTS đạt gần 300 triệu bản, bình quân 15 bản báo/người/năm. Tỷ lệ người thuê bao di động 140/100 dân, độ phủ sóng di động đạt 94%. Mặc dù vậy, ở các vùng miền núi, số hộ có tivi đạt trên 90%¹. Từ năm 2012, các đài PTTH địa phương đều phát sóng trên vệ tinh VINASAT, hầu hết các vùng sâu, vùng xa cũng bắt được sóng. Tuy nhiên, số hộ sử dụng truyền hình cáp chưa nhiều, chỉ đạt 21%; gần 10% số hộ có máy tính kết nối internet; số lượng máy tính công cộng, ở trường học, nhà văn hóa, công sở ngày càng tăng.

Trong số các phương tiện TTĐC, báo in được bà con tiếp nhận nhiều thứ 3 sau, tuy nhiên tỷ lệ thấp. Bưu điện đã có nhiều cố gắng để chuyển phát nhanh đến đồng bào, tuy nhiên số lượng độc giả báo in vẫn còn khiêm tốn: gần 70% số người dân được hỏi không đọc báo. Hiện nay, việc cấp báo miễn phí còn bất cập: chỉ về trung tâm xã, khó đến người dân. Do đường xa nên báo thường chậm, chủ yếu đến trụ sở UBND xã; có nơi chậm 4-5 ngày, thông tin đã lạc hậu.

2.2.5.3. Thực trạng hệ thống thư viện, tủ sách, điểm bưu điện, nhà văn hóa

Nhiều tỉnh (nhất là vùng Tây Bắc) triển khai thực hiện *Đề án Phát triển văn hóa đọc trong cộng đồng*. Thời gian gần đây, các dịch vụ thư viện đã được đổi mới đa dạng hóa; hệ thống thư viện lưu động tại các địa phương, trường học, khu dân cư được mở rộng; phối hợp, liên kết với trung tâm văn hóa, thể thao, trung tâm học tập cộng đồng, điểm bưu điện - văn hóa xã... Đặc biệt, hệ thống thư viện của các cơ sở giáo dục, các phòng đọc, tủ sách cơ sở ở địa phương đã dần đi vào ổn định và phát huy hiệu quả. Một số nơi có *xe ô tô thư viện lưu động* đa phương tiện tới các điểm sinh hoạt văn hóa cộng đồng trên địa bàn.

2.2.5.4. Thực trạng cơ sở hạ tầng, hệ thống truyền dẫn công nghệ thông tin phục vụ công tác truyền thông

¹ Số liệu của TTXVN năm 2018.

Mấy năm gần đây, việc mở rộng diện phủ sóng Internet đã và đang góp phần không nhỏ trong việc thúc đẩy công tác truyền thông ở vùng DTTS, đáp ứng nhu cầu thông tin của đồng bào trên địa bàn. Hầu hết các trường phổ thông được trang bị máy tính, kết nối được hệ thống Internet. Mạng lưới thông tin, văn hóa, thể thao nông thôn có sự phát triển nhanh, góp phần cải thiện đời sống vật chất và tinh thần của đồng bào. Đến nay, cả nước đã có hơn 30 tỉnh có 100% số xã có điểm bưu điện-văn hoá xã và hơn 2.600 điểm trong số này có kết nối Internet.

Như vậy, ở vùng DTTS, song song với các loại hình TTĐC, đồng bào DTTS còn tiếp cận thông tin qua các hình thức trực tiếp tương đối hiệu quả như *điện thoại, thư điện tử, gửi văn bản, pano, áp phích, tờ rơi, tranh cổ động; tranh lật; bảng tin, bảng thông báo tại thôn bản; băng đĩa ghi hình, phim ảnh*. Ở nhiều địa phương, các cuộc họp quan trọng như giao ban nắm bắt tình hình của Đảng bộ xã/phường hay họp thôn/bản, họp liên tịch hàng tháng là những hình thức thông tin 2 chiều được bà tích cực hưởng ứng tham gia và hiệu quả cao. Tuy nhiên, cần khắc phục tình trạng phản hồi yếu và xu hướng hành chính hóa trong gặp gỡ, tiếp xúc, tiếp nhận phản ánh kiến nghị của cử tri. Cần đầu tư xây dựng Nhà văn hóa ở tất cả các xã/thôn bản để bà con có nơi sinh hoạt ổn định. Chú trọng truyền thông theo hướng thuyết phục, dùng tình, ngán gọn, động viên vật chất, tăng cường sử dụng tiếng dân tộc để bà con dễ hiểu, dễ nắm bắt. Việc tuyên truyền về chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước nên tóm tắt lại cho ngắn gọn, tránh khô khan, đơn điệu.

Đánh giá về kỹ thuật trang thiết bị phục vụ cho công tác truyền thông ở vùng DTTS, *kết quả khảo sát các nhà báo cho biết*, độ thuận tiện cho vùng DTTS tiếp cận và sử dụng được đánh giá với số điểm cao nhất, đạt 2,4/5 điểm, thứ hai là mức độ sử dụng bảo quản (2,37 điểm); thấp nhất là kinh phí đầu tư (chỉ 2,17 điểm).

2.3. ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ VÀ TÁC ĐỘNG CỦA TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ

2.3.1. Hiệu quả và tác động của truyền thông đến nhận thức, thái độ, hành vi và nghĩa vụ công dân

Kết quả điều tra khảo sát cho thấy, trong thời kỳ đổi mới, công tác truyền thông đã có tác dụng rõ rệt đến nhận thức, thái độ của người DTTS, giúp họ đổi mới tư duy, và đã có những hành vi tiến bộ, văn minh hơn, nhất là về những vấn đề xã hội, những công việc diễn ra hàng ngày. Công chúng ở các vùng DTTS cho rằng vấn đề được cải thiện nhiều nhất do tác động của truyền thông là “tự hào về nguồn gốc xuất thân” (đạt 4,11/5 điểm); thứ hai là biết cách “phòng tránh tệ nạn xã hội, ma túy” (đạt 3,86 điểm)

Đại đa số các DTTS rất tự hào về nguồn gốc xuất thân, lịch sử và tôn giáo, tín ngưỡng của dân tộc mình. Đây là điểm lưu ý đối với các chủ thể truyền thông, phải tìm hiểu kỹ lịch sử hình thành và phát triển của dân tộc mình đang hướng tới, trong nội dung nên khơi gợi niềm tự hào dân tộc, nguồn gốc tổ tiên, những phong tục tập quán tiến bộ gắn với tín ngưỡng cổ truyền. Ví dụ, cần ghi nhận và trân trọng lịch sử oai hùng, oanh liệt của người Mông, Dao, khi trong thời kỳ cổ đại, họ đã có những vương quốc hùng mạnh ở Nam Trung Quốc; người Khmer, người Chăm gắn với các nhà nước cổ đại và những nền văn minh phát triển rực rỡ trong thời kỳ trung đại.

2.3.2. Hiệu quả và tác động của truyền thông xét theo lĩnh vực

2.3.2.1. Trong lĩnh vực chính trị

- TTĐC đã thể hiện được là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước và đồng bào vùng DTTS.

- Các nhà truyền thông, cả gián tiếp lẫn trực tiếp đã góp phần nâng cao trình độ hiểu biết chính trị- xã hội, ý thức chính trị cho đồng bào vùng DTTS. - Công tác truyền thông tăng cường sự hiểu biết và tình đoàn kết giữa các dân tộc ở Việt Nam.

- Công tác truyền thông giúp đồng bào nhận thức được âm mưu, thủ đoạn của các thế lực thù địch, từ đó có ý thức xây dựng và bảo vệ chính quyền nhân dân, giữ vững ổn định chính trị, an ninh quốc phòng, bảo vệ vững chắc biên giới, lãnh thổ quốc gia.

Truyền thông giúp nâng cao nhận thức, niềm tin chính trị ở vùng DTTS được ghi nhận là rất hiệu quả khi có trên 90% người trả lời đánh giá là có tác dụng ở những mức độ khác nhau.

Khi so sánh giữa các vùng DTTS, đánh giá về tác dụng của truyền thông giúp cải thiện hiểu biết về chính sách, pháp luật của Nhà nước đạt tỷ lệ rất cao với 94,7%. Trong đó mức đánh giá tác động khá đáng kể trung bình khoảng 34,4%. Trong đó, tỷ lệ cao nhất là vùng Nam Trung Bộ, đạt 40,4%, thấp nhất là vùng Đông Bắc Bộ, đạt 21%.

2.3.2.2. Trong lĩnh vực kinh tế

Kết quả điều tra xã hội học cho thấy, truyền thông đã có tác dụng đáng kể trong phát triển kinh tế vùng DTTS.

- *Giúp cải thiện các vấn đề sinh kế*: Trong các thông tin được tuyên truyền phổ biến giúp người DTTS cải thiện điều kiện lao động sản xuất, kinh doanh, thông tin “được sử dụng điện lưới quốc gia” có tác dụng đáng kể nhất, đạt 4,01/5 điểm; tiếp theo là “được sử dụng nguồn nước sạch” (3,72 điểm), “chăm sóc sức khỏe cá nhân, gia đình” 3,65; “khắc phục tình trạng đói nghèo” 3,39...; thấp nhất là thông tin về “khai thác tiết kiệm các nguồn tài nguyên”, nhưng cũng đạt 3,17 điểm. Tất cả các tiêu chí đưa ra được đánh giá khá cao, chứng tỏ hiệu quả của công tác truyền thông.

- *Giúp cải thiện, khắc phục tình trạng đói nghèo*: Đánh giá về các thông tin “được tuyên truyền phổ biến giúp cá nhân và gia đình khắc phục tình trạng đói nghèo”, tỉ lệ “có tác dụng” đạt cao nhất, chiếm 38,8%; “khá đáng kể” cao thứ hai, chiếm 30,6%; “rất đáng kể” đạt 14,5%. Nghĩa là đại đa số người dân đánh giá cao vai trò, hiệu quả của công tác truyền thông ở vùng DTTS, nó thực sự giúp nâng cao đời sống vật chất, phát triển kinh tế gia đình và địa phương.

- *Giúp tiếp cận các nguồn vốn vay ưu đãi*: Đánh giá về các thông tin tuyên truyền phổ biến giúp người DTTS tiếp cận được các nguồn vốn vay ưu đãi, tỉ lệ đánh giá “có tác dụng rất đáng kể” đạt cao nhất, chiếm 34,2%; “rất đáng kể” cao thứ hai, với 22,7%. Trong so sánh giữa các nhóm DTTS, nhóm Việt – Mường đánh giá cao nhất, chiếm 29,6%; nhóm Môn – Khmer cao thứ hai, chiếm 27,1%; thấp nhất là nhóm H’Mông – Dao, chỉ 5,2% (*Xem Bảng 49*).

Đánh giá về truyền thông giúp người DTTS tiếp cận được các nguồn vốn vay ưu đãi có tỉ lệ đánh giá có tác dụng *rất đáng kể* có sự chênh lệch lớn khi so sánh giữa các vùng DTTS, đến 26%. Trong đó các vùng có mức tác động rất

đáng kể đạt mức cao là Nam Trung Bộ - 30,3%, Tây Nam Bộ - 25,9%, Tây Nguyên - 22,2%. Còn lại hai khu vực có mức tác động rất đáng kể về yếu tố nguồn vốn vay thấp là Đông Bắc Bộ đạt 9,1%; thấp nhất là Tây Bắc chỉ đạt 4,3%.

Truyền thông góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế hộ gia đình, nhất là chuyển đổi vật nuôi, cây trồng, chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Mặc dù các phương tiện truyền thông đã tích cực quảng bá, thu hút các nhà đầu tư vào vùng DTTS, tuy nhiên hiệu quả chưa cao. Theo số liệu của 26 tỉnh vùng DTTS, trong 3 năm (2016-2018), những tỉnh này thu hút được 4.699 dự án đầu tư, với số vốn đăng ký hơn 365 nghìn tỷ đồng. Lĩnh vực đầu tư chủ yếu là khai thác, chế biến khoáng sản, chế biến nông, lâm sản, thủy điện, khu đô thị mới. Quy mô dự án không lớn, ít có tác động mạnh mẽ đến phát triển KT-XH địa phương và cả vùng. Nguồn vốn đầu tư chủ yếu là trong nước, ít dự án FDI, các dự án đầu tư có công nghệ ở mức trung bình, ít dự án có công nghệ mới, khả năng cạnh tranh của sản phẩm còn thấp.

- Công tác truyền thông giúp đồng bào DTTS xóa đói, giảm nghèo.

2.3.2.3. Trong lĩnh vực văn hóa

truyền thông ở vùng DTTS về văn hóa có vai trò quan trọng trong việc đem lại kết quả bền vững cho khu vực này. Thông qua các phương tiện truyền thông, người dân đã hiểu, gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa tốt đẹp của dân tộc như tiếng nói, chữ viết, trang phục, lễ hội truyền thống, các di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh, kiến trúc, công cụ sản xuất, tôn giáo, tín ngưỡng, phong tục tập quán, văn hóa, nghệ thuật. Nhờ truyền thông, các loại hình, giá trị văn hóa truyền thống mới được nhiều người biết đến và lan tỏa ảnh hưởng đến nhận thức, tình cảm của người dân. Nhờ sức mạnh của truyền thông, văn hóa trở thành nền tảng tinh thần, sức mạnh nội sinh to lớn của DTTS.

2.3.2.4. Trong lĩnh vực xã hội

Theo kết quả khảo sát người dân vùng DTTS, đại đa số người được hỏi đánh giá cao hiệu quả và tác động tích cực của truyền thông đối với các vấn đề xã hội, như: Xóa mù chữ (tiếng Việt)/nâng cao trình độ học vấn (với các tỷ lệ: Rất đáng kể 29,8%, khá đáng kể 33%, có tác dụng 25,7%); Phòng tránh tệ nạn xã hội, ma

túy; Sinh đẻ có kế hoạch; Tổ chức cưới hỏi, ma chay theo hướng gọn nhẹ, tiết kiệm; Từ bỏ hủ tục, mê tín dị đoan...

2.3.2.5. Trong lĩnh vực quốc phòng- an ninh

Kết quả khảo sát thực tế cho thấy, người DTTS rất tin tưởng vào những thông tin phát trên TTĐC chính thống, thông tin do cán bộ HTCT, bộ đội, công an, già làng, trưởng bản, người uy tín... cung cấp, qua đó tích cực tham gia các hoạt động giữ gìn an ninh trật tự, biên giới quốc gia. Hiệu quả và tác động của truyền thông được thể hiện ở kết quả khảo sát thực tế sau:

Trong các thông tin được truyền thông ở vùng DTTS liên quan đến quốc phòng, an ninh, thông tin về “tình hình phòng chống buôn bán, sử dụng chất gây nghiện, ma túy” và “phòng chống buôn bán phụ nữ, trẻ em” được đánh giá cao nhất (3,70 điểm); tiếp đó là “công tác đấu tranh phòng chống tội phạm nói chung” và “chống truyền đạo trái phép/ lôi kéo, kích động người dân tộc chống đối chính quyền, vi phạm pháp luật” (3,67 điểm); thông tin “chống các kênh thông tin không chính thống cũng được bà con ghi nhận (3,47 điểm); thông tin “phòng chống di cư, di dân tự phát” đạt hiệu quả thấp hơn (3,46 điểm); thông tin về “tình hình kết hôn với người nước ngoài” được đánh giá thấp nhất (3,30 điểm).

2.3.2.6. Trong lĩnh vực khoa học- công nghệ và bảo vệ môi trường

Theo kết quả điều tra người dân ở các vùng DTTS trên cả nước, trong số 17 nội dung thông tin các nhà truyền thông thường xuyên cung cấp cho đồng bào (kinh tế, chính trị, xã hội nói chung; chính sách dân tộc, chính sách cho vùng DTTS;...), nội dung “khai thác, bảo vệ môi trường, tài nguyên”, có 25,6% số người được hỏi có tiếp cận, có biết; “Phòng chống tác động và hậu quả của biến đổi khí hậu” chỉ có 24,1% số người được hỏi có được tiếp cận.

Chủ đề thông tin về “môi trường - sức khỏe - y tế” được các nhà truyền thông cơ sở quan tâm nhiều hơn, nên có 34,3% số người dân được hỏi trả lời có tiếp cận; về “khoa học- giáo dục” - ít hơn, chỉ được 18,1% trả lời có biết. Khi khảo sát mức độ tiếp cận thông tin về kinh tế sản xuất nông nghiệp, những “thông tin về thành tựu KH-CN” cho bà con DTTS được đánh giá thấp nhất, chỉ đạt 11,7%. Trong các thông tin về chủ đề xã hội, tỉ lệ tiếp cận “thông tin về vấn

đề nghèo đói” đạt tỉ lệ cao nhất, chiếm 57,5%. Tiếp đến là vấn đề “việc làm, dạy nghề”, đạt 47,4%. Vấn đề “y tế, sức khỏe” đạt 41,4% và vấn đề “môi trường, tài nguyên” có tỉ lệ tiếp cận thấp nhất, chỉ chiếm 3,3%.

Như vậy, hiệu quả truyền thông về việc tiếp thu thành quả KH-CN bị bà con đánh giá thấp nhất, không tương xứng với nguồn lực (cả nguồn nhân lực và cơ sở vật chất, kinh phí) bỏ ra nhằm đổi mới tư duy người DTTS.

2.3.3. Hiệu quả và tác động của truyền thông xét theo loại hình

Đối với truyền thông trên báo chí

Đánh giá chung của những người làm báo chí về sự phù hợp, hiệu quả của các loại hình truyền thông như sau: truyền hình được đánh giá đạt hiệu quả cao nhất (3,02/5 điểm), thứ hai là truyền thanh (2,89 điểm); thứ ba là MXH (2,67 điểm); thứ tư là báo mạng điện tử (2,36 điểm); báo in đạt hiệu quả thấp nhất (2,24 điểm).

Đối với truyền thông ở cơ sở

Hiệu quả và tác động của các hình thức truyền thông trực tiếp được những nhà truyền thông cơ sở đánh giá như sau (theo thang điểm 1- 5): “Truyền thông thông qua đội ngũ già làng, trưởng bản và các tổ chức xã hội” được đánh giá cao nhất (3,02 điểm); “truyền thông nội bộ của chính người DTTS” xếp thứ hai (2,89 điểm); “truyền thông thông qua đội ngũ cán bộ, bộ đội, công an, giáo viên, báo cáo viên, tuyên truyền viên” xếp thứ ba...; “truyền thông thông qua tổ chức sự kiện” có hiệu quả thấp nhất (chỉ 2,35 điểm).

Như vậy, xét tổng quát, hiệu quả, tác động truyền thông ở vùng DTTS được đánh giá như sau:

Thứ nhất, nâng cao và mở rộng nhận thức xã hội cho đồng bào.

Thứ hai, nhận thức và tư duy đa chiều hơn.

Thứ ba, thay đổi thói quen, thái độ và hành vi của đồng bào.

Thứ tư, đẩy mạnh giao lưu, tiếp xúc văn hóa.

Như vậy, từ năm 1986 đến nay, công tác truyền thông ở vùng DTTS đã được triển khai rộng khắp, đạt được nhiều thành tựu quan trọng. Nội dung truyền thông được đổi mới, ngày càng phong phú, đa dạng, phần nào đáp ứng

được nhu cầu thông tin của công chúng DTTS. Phương thức, phương tiện truyền thông được tăng cường, nhất là khi cách mạng KH-CN phát triển, nhiều phương tiện truyền thông mới đã làm thay đổi công tác truyền thông ở vùng DTTS. Cần thẳng thắn đánh giá, giai đoạn 1986-2000, công tác truyền thông ở vùng DTTS còn hạn chế, xuất phát từ điều kiện KT-XH, nhận thức của người dân, và cả từ nhận thức và trình độ, năng lực của các chủ thể truyền thông. Giai đoạn 2001 đến nay, công tác truyền thông được đầu tư mạnh mẽ, có nhiều lực lượng tham gia; kết quả là đã tạo ra những thay đổi đáng kể về nhận thức, thái độ, hành vi của người dân sống ở vùng DTTS về các vấn đề trong đời sống xã hội, tạo động lực phát triển KT-XH, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho bà con. Với sự quan tâm đặc biệt của Đảng và Nhà nước về công tác dân tộc và truyền thông dân tộc, cả HTCT vào cuộc, các cơ quan BCTT trung ương đến địa phương, từ đội ngũ cán bộ cơ sở đến đội ngũ già làng, trưởng bản, người uy tín, thầy cúng, thầy mo, nhà sư, cha đạo; từ bộ đội, công an đến giáo viên, nhân viên y tế... đều tham gia công tác truyền thông ở vùng DTTS. Họ thật sự là những người tâm huyết với bà con, tích cực, vận động, thuyết phục, truyền cảm hứng để đồng bào các DTTS khắc phục mọi khó khăn, không trông chờ, ỷ lại vào Nhà nước; phát huy nội lực, thi đua lao động sản xuất, phát triển KT-XH, giảm nghèo bền vững. Thành tựu và hiệu quả lớn nhất mà truyền thông mang lại là bà con vùng DTTS tin tưởng vào Đảng, Nhà nước, chính quyền địa phương, xây dựng nông thôn mới; thực hiện nhiều dự án, chương trình đầu tư, hỗ trợ, tăng cường xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật. Kết quả, đến năm 2020, 98% số xã có đường ô tô đến trung tâm; 98,5% số xã có trạm y tế; 94% số xã có điện lưới quốc gia; 90% số xã được phủ sóng, phát thanh truyền hình; 100% xã có trường mầm non, tiểu học, trung học cơ sở; 92% số hộ gia đình được sử dụng điện lưới quốc gia; tỷ lệ hộ nghèo giảm xuống còn khoảng 20%; chất lượng đời sống văn hóa tinh thần của người dân ngày càng được nâng cao, an ninh quốc phòng được bảo đảm, biên giới lãnh thổ quốc gia được giữ vững.

CHƯƠNG 3
NHỮNG VẤN ĐỀ CẤP BÁCH ĐẶT RA, QUAN ĐIỂM, PHƯƠNG
HƯỚNG VÀ HỆ THỐNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG,
HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ
ĐẾN NĂM 2030

3.1. NHỮNG VẤN ĐỀ CẤP BÁCH ĐẶT RA ĐỐI VỚI TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ NƯỚC TA HIỆN NAY

3.1.1. Nội dung truyền thông phần lớn phản ánh mặt tích cực, trong nhiều trường hợp chưa phù hợp với thực tế phát triển kinh tế- xã hội vẫn đang còn nhiều khó khăn

3.1.2. Truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số cần phải được tiến hành thường xuyên, liên tục, phải đi trước một bước, nhưng chưa được quan tâm đúng mức nên thông tin lạc hậu, không cập nhật

3.1.3. Trách nhiệm chính trị của một số cơ quan báo chí- truyền thông chưa cao khi truyền tải thông tin về vùng dân tộc thiểu số

3.1.4. Thông điệp, nội dung truyền thông về vùng dân tộc thiểu số còn cứng nhắc, thiếu hấp dẫn, chưa phù hợp với thị hiếu của đồng bào dân tộc thiểu số

3.1.5. Phương thức truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số còn đơn điệu, ít đổi mới, công nghệ còn lạc hậu, chưa đáp ứng được yêu cầu

3.1.6. Nhu cầu thông tin của công chúng dân tộc thiểu số ngày càng cao, nhưng trình độ, năng lực các chủ thể truyền thông trực tiếp chưa đáp ứng được yêu cầu

3.1.7. Hệ thống chủ trương, chính sách và chính sách truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số chưa đồng bộ, chậm đổi mới, trong khi thực tiễn đời sống biến đổi nhanh chóng

3.1.8. Nguồn lực tài chính, cơ sở vật chất và phương tiện truyền thông còn thiếu lại dàn trải, khó tạo ra bước phát triển đột phá trong công tác truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số

3.1.9. Trong điều kiện công nghệ truyền thông phát triển như vũ bão, người dân tộc thiểu số vẫn còn e ngại, thiếu tự tin khi tiếp nhận công nghệ, thông tin mới

3.1.10. Các thế lực thù địch tiếp tục tấn công và áp dụng các phương thức truyền thông mới hướng tới vùng dân tộc thiểu số, nhưng sự phối hợp của các lực lượng, chủ thể truyền thông của chúng ta chưa tốt

3.2. DỰ BÁO TÌNH HÌNH THẾ GIỚI, TRONG NƯỚC VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN TRUYỀN THÔNG ĐẾN NĂM 2030

3.2.1. Dự báo tình hình thế giới và trong nước

3.2.2. Dự báo sự phát triển của truyền thông thế giới và Việt Nam

3.2.3. Dự báo tình hình phát triển kinh tế- xã hội, an ninh- quốc phòng, vấn đề dân tộc, tôn giáo ở vùng dân tộc thiểu số ở Việt Nam trong những năm tới

3.3. NHỮNG QUAN ĐIỂM CƠ BẢN

3.3.1. Quán triệt chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm của Đảng ta về dân tộc để truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số

3.3.2. Truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số phải phục vụ mục tiêu giữ vững ổn định chính trị- xã hội, bảo đảm độc lập chủ quyền và an ninh quốc gia

3.3.3. Truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số phải gắn với phát triển bền vững, trước hết là phát triển kinh tế

3.3.4. Truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số phải phục vụ nâng cao dân trí, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc

3.3.5. Truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số phải phù hợp với quan điểm phát huy sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc, thu hẹp khoảng cách phát triển giữa các dân tộc

3.4. NHỮNG PHƯƠNG HƯỚNG CHỦ YẾU

3.4.1. Xây dựng chiến lược truyền thông dựa trên cơ sở khoa học và thực tiễn cho vùng dân tộc thiểu số trên cả nước đến năm 2030

3.4.2. Xác định rõ chức năng, nhiệm vụ một số cơ quan báo chí - truyền

thông lớn trong truyền thông chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đến vùng dân tộc thiểu số

3.4.3. Làm tốt công tác phân tích, dự báo tình hình thế giới và trong nước; đổi mới, kiện toàn các cơ quan báo chí - truyền thông và xác định nhiệm vụ chính trị phục vụ vùng dân tộc thiểu số

3.4.4. Nâng cao trách nhiệm truyền thông của các tổ chức, cơ quan thuộc hệ thống chính trị các cấp ở vùng dân tộc thiểu số

3.4.5. Tiếp tục nhận diện và đấu tranh với những âm mưu, thủ đoạn mới của các thế lực thù địch trong quá trình truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số

3.5. HỆ THỐNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ ĐẾN NĂM 2030

3.5.1. Nhóm giải pháp về nhận thức

Thứ nhất, nâng cao nhận thức trong đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý thuộc HTCT các cấp về tầm quan trọng của công tác truyền thông ở vùng DTTS

Thứ hai, nâng cao nhận thức của đội ngũ cán bộ BCTT về nghĩa vụ và trách nhiệm chính trị- xã hội khi tác nghiệp phục vụ nhu cầu thông tin của đồng bào vùng DTTS

Thứ ba, nâng cao nhận thức, trách nhiệm của đội ngũ làm công tác truyền thông trực tiếp ở vùng DTTS

Thứ tư, nâng cao nhận thức của người dân vùng DTTS về vai trò, tác động của truyền thông, từ đó có thái độ và hành vi tích cực tiếp nhận và phổ biến thông tin hữu ích cho những người xung quanh

3.5.2. Nhóm giải pháp về đổi mới cơ chế, chính sách

Thứ nhất, rà soát, đổi mới những chính sách, cơ chế về công tác dân tộc nói chung, công tác truyền thông ở vùng DTTS nói riêng

Thứ hai, đổi mới cơ chế, chính sách đối với các cơ quan BCTT nhằm nâng cao chất lượng truyền thông ở vùng DTTS

Thứ ba, đổi mới cơ chế, chính sách nhằm nâng cao trách nhiệm của các tổ

chức, cơ quan thuộc HTCT các cấp đối với truyền thông ở vùng DTTS

Thứ tư, đổi mới cơ chế, chính sách nhằm động viên và phát huy vai trò của đội ngũ những người làm công tác truyền thông không chuyên ở vùng DTTS

3.5.3. Nhóm giải pháp về đổi mới nội dung truyền thông

Thứ nhất, đổi mới và nâng cao chất lượng truyền thông về chính trị

Thứ hai, đổi mới và nâng cao chất lượng truyền thông về chính trị

Thứ ba, đổi mới và nâng cao chất lượng truyền thông về kinh tế

Thứ tư, đổi mới và nâng cao chất lượng truyền thông về văn hóa

Thứ năm, đổi mới và nâng cao chất lượng truyền thông về xã hội

Thứ sáu, đổi mới và nâng cao chất lượng truyền thông về khoa học- công nghệ và bảo vệ môi trường

Thứ bảy, đổi mới và nâng cao chất lượng truyền thông về bảo vệ độc lập, chủ quyền quốc gia, đảm bảo quốc phòng, an ninh

3.5.4. Nhóm giải pháp về đổi mới phương thức truyền thông

Thứ nhất, đổi mới hình thức và thể loại BCTT khi truyền thông cho vùng DTTS

Thứ hai, tăng cường số lượng ấn phẩm BCTT bằng tiếng DTTS

Thứ ba, đổi mới phương thức cung cấp sản phẩm báo chí cho vùng DTTS

Thứ tư, tăng cường khai thác MXH phục vụ công tác truyền thông ở vùng DTTS

Thứ năm, đổi mới phương thức truyền thông trực tiếp ở vùng DTTS

3.5.5. Nhóm giải pháp về tăng cường nguồn lực truyền thông

Thứ nhất, tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý các cấp những kiến thức, kỹ năng truyền thông ở vùng DTTS

Thứ hai, nâng cao chất lượng công tác tổ chức - cán bộ ở các tổ chức, cơ quan làm công tác truyền thông cho vùng dân tộc thiểu số

Thứ ba, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, phóng viên báo chí – truyền thông làm công tác truyền thông cho vùng dân tộc thiểu số

Thứ tư, tăng cường công tác phối hợp giữa các chủ thể từ Trung ương đến địa phương nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông ở vùng DTTS

Thứ năm, tăng cường nguồn lực tài chính đối với hoạt động truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số

Thứ sáu, tăng cường cơ sở vật chất, trang thiết bị, phương tiện hiện đại cho hoạt động truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số

Thứ bảy, tăng cường công tác giáo dục, đào tạo nhằm nâng cao dân trí, nâng cao trình độ khoa học - công nghệ của người dân vùng dân tộc thiểu số

KẾT LUẬN

1. Ở Việt Nam có 6 vùng DTTS. Hầu hết các DTTS sống ở miền núi, kéo dài hàng nghìn km dọc biên giới phía tây từ bắc xuống nam (trừ người Khmer, Hoa và Chăm sống ở đồng bằng), giao thông vận tải khó khăn; là những địa bàn có tầm quan trọng đặc biệt về phát triển KT-XH và an ninh quốc phòng, là phen dậu bảo vệ độc lập, chủ quyền quốc gia. Đa số người dân vùng DTTS có trình độ phát triển KT-XH thấp, cuộc sống còn nhiều khó khăn. Nhận thức rõ vai trò quan trọng của truyền thông, trong thời kỳ đổi mới, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách đề đẩy mạnh truyền thông ở vùng DTTS, trước hết để giải thích rõ quan điểm, chính sách của Đảng và Nhà nước; củng cố khối đại đoàn kết toàn dân; đồng thời động viên, khích lệ bà con yên tâm làm ăn, không hoang mang, dao động, không nghe và tin theo kẻ xấu. Các chủ thể tham gia công tác truyền thông ở vùng DTTS rất đa dạng, từ các cấp, các ngành trong HTCT từ Trung ương đến địa phương, các cơ quan BCTT Trung ương và địa phương, các chủ thể truyền thông trực tiếp, các lực lượng truyền thông không chính thống. Nội dung thông tin đề cập đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, từ chính trị, đến kinh tế (kinh tế thị trường, phát triển nông nghiệp, lâm nghiệp); đến văn hóa, xã hội, quốc phòng – an ninh. Phương thức truyền thông ngày càng đa dạng phong phú, bên cạnh các báo viết, báo mạng điện tử, các chương trình của Đài TNVN đến Đài THVN... ngày càng tăng thời lượng phát sóng và nâng cao chất lượng thông tin. Với sự phát triển của MXH, các phương tiện báo điện tử, Feceebok, zalo, yutoobe... đã phát huy tốt vai trò cung cấp thông tin cho bà con. Loa truyền thanh, các cuộc họp bản, làng; thư viện, tủ sách, pano, áp phích, tờ rơi... cũng là những phương tiện truyền thông hữu ích ở vùng DTTS. Hiệu quả và tác động của công tác truyền thông được xác định thông qua chỉ số về nhận thức, tình cảm, sau đó trở thành thái độ và hành vi tích cực của bà con vùng DTTS, được thể hiện trong từng lĩnh vực: chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh quốc phòng.

Kinh nghiệm quốc tế của một số nước trên thế giới về truyền thông ở vùng DTTS có giá trị tham khảo đối với nước ta, nhất là kinh nghiệm của Trung Quốc, Ấn Độ, Áo và Singapore.

2. *Thực trạng* truyền thông ở vùng DTTS chia làm 2 giai đoạn: 1986-2000 và 2001-2020. Thời kỳ đầu, do các thế lực thù địch vẫn liên tục chống phá Việt Nam về tư tưởng, truyền thông; điều kiện phát triển KT-XH còn khó khăn, công tác truyền thông cả nước nói chung, ở vùng DTTS nói riêng cũng còn nhiều hạn chế. Nội dung truyền thông chủ yếu tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, đấu tranh chống những quan điểm sai trái, thù địch, chống âm mưu “diễn biến hòa bình”; tuyên truyền, giải thích các chính sách, đề án, chương trình mục tiêu quốc gia cụ thể ở vùng DTTS, như định canh định cư, cung cấp đất ở và đất sản xuất cho các hộ dân, hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm, Chương trình 135, Chương trình xóa đói giảm nghèo, chính sách bảo tồn và phát triển ngôn ngữ dân tộc, xây dựng văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc... Ở thời kỳ sau, nội dung truyền thông ngày càng phong phú, đa dạng, bao quát các lĩnh vực của đời sống xã hội: chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh quốc phòng, KH-CN và bảo vệ tài nguyên môi trường. Các lực lượng truyền thông không chính thống như các NGO, các tổ chức tôn giáo, các thế lực thù địch từ nước ngoài cũng đẩy mạnh hoạt động truyền thông với những mục đích khác nhau. Cùng với sự phát triển của KH-CN, các phương tiện truyền thông ngày càng hiện đại, nhất là từ khi có Internet, máy tính, điện thoại di động, báo mạng điện tử, MXH và các phương tiện truyền thông khác đã phát triển như vũ bão. Ở các vùng DTTS, sóng đài phát thanh và truyền hình, thiết bị phát sóng Internet phủ gần kín các bản làng, vùng sâu vùng xa, phục vụ đắc lực nhu cầu tinh thần của bà con. Truyền thông đã thực sự trở thành yếu tố kết nối xã hội, chia sẻ thông tin, giúp cho cuộc sống vật chất và tinh thần của người dân vùng DTTS ngày càng tốt đẹp hơn. Tuy nhiên, cũng phải thẳng thắn thừa nhận, hiệu quả công tác truyền thông ở vùng DTTS chưa cao, lực lượng tham gia truyền thông rất lớn, nhưng chưa đều, sự phối hợp chưa tốt. Truyền thông trực tiếp có hiệu quả cao hơn truyền thông gián tiếp; trong các loại hình báo chí, truyền hình được bà con đón nhận nhiều nhất; chương trình cấp báo in miễn phí có nhiều bất cập, hiệu quả thấp. Kết quả điều tra xã hội học và thực tiễn cho thấy, truyền thông đã có *tác động và hiệu quả tích cực* đối với người dân vùng DTTS, đã giúp tăng cường mối quan hệ tốt đẹp giữa các dân tộc trong vùng, phát huy khối đại đoàn kết toàn dân tộc; cải thiện sinh kế, khắc phục tình trạng đói nghèo, tiếp cận các nguồn vay vốn ưu đãi, hướng dẫn chuyển đổi vật nuôi, cây trồng; tiếp cận kinh

tế thị trường, bảo tồn và phát triển văn hóa, đẩy mạnh giáo dục đào tạo, y tế, xóa bỏ hủ tục, tôn vinh các gương người tốt, việc tốt; phổ biến các thành tựu KH-CN đến người dân, giúp họ nâng cao cảnh giác trước các âm mưu thủ đoạn của các lực lượng thù địch.

3. Hiện nay, công tác truyền thông ở vùng DTTS đang có nhiều *vấn đề cấp bách đặt ra*. Đó là: phát triển KT-XH chưa bền vững, tình hình an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội chưa thật sự ổn định; sự cấp cập của một số chủ trương, chính sách; nhận thức của các tổ chức, cơ quan chưa thống nhất về tầm quan trọng của công tác truyền thông; trách nhiệm của một số cơ quan BCTT chưa cao; sự bất cập về nội dung, phương thức và các phương tiện truyền thông; công tác phối hợp trong truyền thông trực tiếp chưa tốt, chưa thường xuyên; sự chỉ đạo của cấp ủy, cấp trên chưa quyết liệt; năng lực, trình độ tiếp nhận thông tin của đồng bào cũng chưa đáp ứng được yêu cầu, vẫn còn tư tưởng thụ động, ngại tiếp cận cái mới.

Để giải quyết những vấn đề nêu trên, cần phải quán triệt *một số quan điểm*: truyền thông phải dựa vào chủ nghĩa Mác- Lê nin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam về dân tộc và DTTS; truyền thông phục vụ mục tiêu giữ vững ổn định chính trị-xã hội, bảo đảm độc lập và chủ quyền quốc gia, phát triển KT-XH đồng bào, nâng cao dân trí, bảo vệ bản sắc văn hóa các DTTS, phát huy khối đại đoàn kết toàn dân tộc. *Các phương hướng* truyền thông chủ yếu ở vùng DTTS trong thời gian tới là: Xây dựng chiến lược truyền thông dựa trên cơ sở khoa học và thực tiễn cho vùng DTTS trên cả nước đến năm 2030; Xác định rõ chức năng, nhiệm vụ một số cơ quan báo chí - truyền thông lớn trong truyền thông chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đến vùng DTTS; Làm tốt công tác phân tích, dự báo tình hình thế giới và trong nước; đổi mới, kiện toàn các cơ quan BCTT và chức năng phục vụ vùng DTTS; Nâng cao trách nhiệm truyền thông của các tổ chức, cơ quan thuộc HTCT các cấp ở vùng DTTS; Tiếp tục nhận diện và đấu tranh với những âm mưu, thủ đoạn mới của các thế lực thù địch trong quá trình truyền thông ở vùng DTTS.

Hệ thống giải pháp chia ra làm 4 nhóm: 1) Nâng cao nhận thức các chủ thể truyền thông, trước hết là các cơ quan thuộc HTCT, BCTT cả Trung ương và

địa phương, cả những người làm truyền thông trực tiếp, bản thân người dân vừa với tư cách là chủ thể, vừa là khách thể; truyền thông phải là dòng chảy hai chiều, có phản biện, tác động qua lại giữa chủ thể và khách thể. 2) Phải tiếp tục đổi mới cơ chế, chính sách về truyền thông, về các vùng DTTS và truyền thông ở vùng DTTS; cơ chế chính sách đối với các cơ quan BCTT, đội ngũ cán bộ, phóng viên chuyên viết về vùng DTTS, đầu tư cơ sở vật chất, thiết bị truyền thông. 3) Đổi mới nội dung truyền thông theo hướng cụ thể, sát thực với nhu cầu từng vùng, từng dân tộc; bên cạnh những chương trình chung, cần có những chương trình đặc thù cho từng vùng, từng dân tộc cụ thể. 4) Đổi mới phương thức truyền thông theo hướng đa dạng hóa và tăng cường phối hợp sử dụng các hình thức, phương tiện truyền thông, cả gián tiếp và trực tiếp, phù hợp với điều kiện từng vùng, nhất là vùng núi cao, biên giới. Tăng cường dùng ngôn ngữ DTTS trong truyền thông vì còn một phần khá lớn người DTTS chưa thành thạo tiếng Việt. Đẩy mạnh ứng dụng và khai thác MXH để truyền thông; nâng cao chất lượng âm thanh, hình ảnh trên tivi và đài phát thanh; trong trình bày sách báo và ấn phẩm dành cho đồng bào; đổi mới phương thức cung cấp các ấn phẩm báo chí dành cho vùng DTTS&MN; các chủ thể truyền thông trực tiếp phải tự mình đổi mới, nâng cao chất lượng truyền thông; 5) Tăng cường các nguồn lực truyền thông bằng cách mở nhiều lớp đào tạo, bồi dưỡng cho cán bộ HTCT, cán bộ BCTT, đội ngũ truyền thông trực tiếp những kiến thức về DTTS, về KT-XH, văn hóa các vùng DTTS, về BCTT và kỹ năng giao tiếp, truyền thông, khả năng sử dụng công nghệ trong tác nghiệp truyền thông; tăng cường nguồn lực tài chính, thù lao cho những người làm công tác truyền thông ở vùng DTTS do đặc thù xa xôi, khó khăn; tăng cường cơ sở vật chất, trang thiết bị truyền thông; tăng cường giáo dục- đào tạo, nâng cao dân trí vùng DTTS. Đây là giải pháp hiệu quả nhất, vì khi trình độ hiểu biết nâng cao, người dân sẽ tự mình nâng cao nhu cầu thông tin, sẽ tìm mọi cách để tiếp cận và xử lý thông tin, biết phân biệt thông tin đúng đắn với thông tin giả, xấu độc.