

Xu hướng cập nhật thông tin chính trị, xã hội của đội ngũ cán bộ làm công tác tuyên giáo, báo chí, truyền thông

TS. DƯƠNG THỊ THU HƯƠNG

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Email: duonghuong_xhh@yahoo.com

PGS, TS. NGUYỄN THỊ TRƯỜNG GIANG

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Email: truonggiangbmdt@yahoo.com.vn

Nhận ngày 20 tháng 2 năm 2023; chấp nhận đăng tháng 3 năm 2023.

Tóm tắt: Bài viết tìm hiểu thực trạng cập nhật thông tin chính trị, xã hội của đội ngũ cán bộ làm công tác tuyên giáo, báo chí truyền thông trên các kênh thông tin truyền thống đại chúng (TTĐC) truyền thống và mạng xã hội (MXH). Kết quả phân tích cho thấy mức độ thường xuyên cập nhật thông tin trên MXH phổ biến hơn so với các kênh TTĐC. Đội ngũ cán bộ cũng có xu hướng cập nhật và sử dụng hiệu quả thông tin chuyên sâu về chính trị trên MXH, đặc biệt, thông tin về đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước Việt Nam, thông tin về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, bài viết nêu một số giải pháp nâng cao hiệu quả cập nhật và tuyên truyền các thông tin chính trị, xã hội trên các kênh, phương tiện TTĐC và MXH của đội ngũ cán bộ làm công tác tuyên giáo, báo chí, truyền thông.

Từ khóa: công tác tuyên giáo; báo chí; truyền thông; mạng xã hội.

Abstract: The article explores the current status of updating political and social information among staff working in media, communication and propaganda who use traditional mass media channels and social media. The analysis results show that the frequency of updating information on social networks is higher than that of social media channels. The staff also tends to update and effectively use in-depth political information on social networks, especially information related to the guidelines, policies and laws of the Party and State of Vietnam, Marxism-Leninism, and Ho Chi Minh Thoughts. On that basis, the article outlines some solutions to improve the effectiveness of updating and disseminating political and social information on social media channels among staff working in media, communication and propaganda.

Keywords: social network; propaganda, media, communication.

1. Giới thiệu

Đội ngũ cán bộ làm công tác tuyên giáo, báo chí truyền thông đóng vai trò nòng cốt, tiên phong và quan trọng trong công tác tuyên truyền, quản lý truyền thông, định hướng dư luận xã hội. Những thông tin họ cập nhật, truyền tải, chia sẻ trên các kênh, phương tiện truyền thông khác nhau tại các địa phương đều đem lại những tác động nhất định đối với công chúng, như cung cấp thông tin, định hướng dư luận. Bên cạnh những kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp được trang bị thường xuyên, họ cần được cập nhật thông tin trên các kênh, các nền tảng truyền thông khác nhau. Trong bối cảnh bùng nổ

truyền thông, sự phát triển nhanh của các kênh, MXH như hiện nay, việc cập nhật thông tin của đội ngũ nòng cốt này không chỉ giới hạn ở các phương tiện truyền thống như truyền hình, phát thanh, báo in, báo mạng điện tử mà còn cần mở rộng, tiếp nhận thông tin trên các nền tảng khác nhau trong đó có MXH.

Bài viết tập trung phân tích tổng quan về thực trạng đội ngũ cán bộ nòng cốt trong công tác tuyên giáo, báo chí truyền thông sử dụng các kênh thông tin khác nhau để cập nhật thông tin chính trị, xã hội, bao gồm TTĐC truyền thống (truyền hình, phát thanh, báo in, báo mạng) và MXH (facebook, zalo,

Zalo, Google, Tiktok...). Đây là một phần kết quả nghiên cứu được phân tích từ bộ dữ liệu đề tài nghiên cứu cấp bộ "Đổi mới công tác tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội ở nước ta hiện nay" do PGS, TS. Nguyễn Thị Trường Giang làm chủ nhiệm đề tài. Mẫu nghiên cứu gồm 407 cán bộ được chọn ngẫu nhiên từ nhiều cơ quan báo chí, truyền thông, tuyên giáo tại Hà Nội ở những nhóm tuổi khác nhau, bao gồm cả cán bộ lãnh đạo cũng như cán bộ trực tiếp làm việc trong các lĩnh vực nói trên.

2. Các kênh thông tin và nội dung chính trị mà đội ngũ cán bộ lựa chọn để thường xuyên cập nhật tin tức chính trị, xã hội

Trong bối cảnh hiện nay, thông tin chính trị, xã hội hàng ngày được cập nhật trên nhiều phương tiện, nền tảng khác nhau, rất đa dạng, phong phú. Một mặt, nó góp phần đa dạng hoá phương tiện để công chúng có thể linh hoạt lựa chọn, sử dụng tùy thuộc vào thời gian tiếp cận, nhu cầu về loại hình, tần suất, tốc độ đưa tin, nhưng mặt khác, nó cũng khiến cho việc quản lý, chọn lọc thông tin trở nên khó khăn hơn nhiều. Kết quả khảo sát cho thấy, đội ngũ cán bộ trong mẫu nghiên cứu đã tiếp cận thông tin thông qua các phương tiện và công cụ rất đa dạng: từ các phương tiện truyền thông truyền thống đến những kênh thông tin mới như: mạng xã hội Facebook, Zalo, Google, Tiktok.... Tuy nhiên, mức độ thường xuyên tiếp nhận thông tin ở các kênh, các nền tảng là khác nhau. Cụ thể kết quả khảo sát như sau:

Bảng 1: Tần suất tiếp cận thông tin chính trị, xã hội qua các kênh TTTT và MXH của đội ngũ cán bộ trong mẫu nghiên cứu (%)

Nguồn	5. Rất thường xuyên	4. Thường xuyên	3. Thi thoảng	2. Hiếm khi	1. Không sử dụng/ không tiếp cận
1. Truyền hình	29,5	44	22	3,1	1,3
2. Phát thanh	10	24,2	36,4	22,2	7,2
3. Báo in/ tạp chí	11,6	24,7	35,7	20,2	7,8
4. Báo mạng điện tử	47,8	40,9	9,2	1,3	0,8
5. Facebook	49,9	36,1	10,6	2,6	0,8
6. Zalo	34,7	29,3	20,6	11,1	4,3
7. YouTube	20,3	24,2	34,5	14,8	6,1
8. Google +	24,3	27,6	28,8	14,1	5,1
9. Tiktok	14,5	13,3	19,4	16	36,8

Từ bảng số liệu trên cho thấy, những người thuộc diện khảo sát đã lựa chọn báo mạng điện tử và MXH Facebook là những kênh truyền thông "thường xuyên" và "rất thường xuyên" để tiếp cận thông tin chính trị, xã hội, trong đó 88,7% thông qua báo mạng điện tử, 86% thông qua kênh Facebook. Tỷ lệ cán bộ không tiếp cận thông tin chính trị, xã hội thông qua hai kênh này là không đáng kể (0,8%). So với kênh thông tin có tính phổ biến khác là truyền hình, kết quả phân tích dữ liệu cho thấy, tỷ lệ cán bộ tiếp cận thông tin chính trị, xã hội thông qua truyền hình ở mức độ "rất thường xuyên" là 73,5%, thấp hơn đáng kể so với Facebook và báo mạng điện tử. Điều đó cho thấy, mặc dù truyền hình là kênh thông tin phổ biến với các hộ gia đình và cũng là kênh truyền tải các thông tin chính trị, xã hội chính thống, tuy nhiên lại không có ưu thế như báo mạng điện tử hay Facebook, đó là người dùng có thể tiếp cận thông tin bất kỳ thời điểm nào, không gian nào mà chỉ chủ yếu xem/nghe tin tức sau giờ làm việc.

Kết quả phân tích dữ liệu cũng cho thấy, chỉ khoảng 1/3 tổng số cán bộ được hỏi cho biết họ tiếp cận "thường xuyên" hoặc "rất thường xuyên" với thông tin chính trị, xã hội qua kênh phát thanh và mức độ tiếp cận thấp hơn so với kênh MXH. Như vậy, có thể thấy thực tế đội ngũ cán bộ, lãnh đạo làm công tác báo chí, truyền thông, tuyên giáo đã sử dụng khá phổ biến và đa dạng các loại MXH để cập nhật thông tin về tình hình chính trị, xã hội bên cạnh các phương tiện truyền thông phổ biến. Việc cập nhật thông tin đa dạng trên nhiều nền tảng khác nhau giúp đội ngũ cán bộ có thông tin đa chiều, có thể kiểm chứng lẫn nhau, đặc biệt thông tin từ MXH thường chia sẻ và truyền tải nhanh, cập nhật và gần với cuộc sống thực tế, đồng thời nhanh chóng đưa ra những biện pháp quản lý thông tin kịp thời trong trường hợp các nhóm xã hội sử dụng MXH thông tin chưa chính xác hay sai lệch.

Nội dung thông tin chính trị, xã hội mà đội ngũ cán bộ cập nhật

Với riêng kênh thông tin là các MXH, nghiên cứu cũng đã tập trung tìm hiểu cụ thể những nội dung thông tin chính trị, xã hội mà đội ngũ cán bộ

quan tâm cập nhật, tìm kiếm. Có thể nói, đây là một phần công việc đối với đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông, báo chí, tuyên truyền: việc thường xuyên nắm bắt thông tin giúp họ tham gia hiệu quả vào nhiệm vụ bảo vệ nền tảng tư tưởng chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước trên không gian mạng. Kết quả phân tích số liệu được thể hiện ở bảng dưới đây:

Bảng 2: Mức độ thường xuyên tiếp nhận những thông tin chính trị, xã hội trên các nền tảng mạng xã hội (Facebook, zalo, Tiktok, YouTube) (%)

Hãy chọn điểm số đánh giá mức độ thường xuyên từ 0 đến 5 (<i>thang điểm từ 0 đến 5: 0 điểm = không tiếp nhận; 3 điểm = trung bình và 5 là thường xuyên,</i>							Điểm TB
Nội dung	0	1	2	3	4	5	
1. Thông tin về đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng, nhà nước Việt Nam	3,1	1,9	3,3	35,6	10	46,1	3,86
2. Thông tin về các giá trị chính trị của dân tộc và nhân loại	9,3	4,3	9	42	12,2	23,2	3,13
3. Thông tin về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh	2,3	0,6	3,8	36,3	14,5	42,4	3,88
4. Thông tin, bình luận về tình hình thời sự trong nước và quốc tế	8,3	2,0	4,6	37	14,8	33,3	3,48
5. Luận điểm phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, xuyên tạc về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.	11,3	2,8	4,8	38,2	15,6	27,2	3,25
6. Thông tin phản bác các quan điểm xuyên tạc về thực tiễn công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam.	11,6	4,6	10,4	39,3	5,2	28,9	3,09

Về các thông tin chính trị, xã hội tiếp cận trên MXH, với 6 nhóm thông tin như đề cập ở bảng trên, kết quả phân tích cho thấy có đến từ 89% đến 97% đội ngũ cán bộ trong mẫu nghiên cứu có tiếp cận với các nhóm thông tin chính trị, xã hội ở các mức độ khác nhau. Trong đó, có 2 nội dung được đội ngũ cán bộ tiếp cận phổ biến nhất bao gồm: *Thông tin, bình luận về tình hình thời sự trong nước và quốc tế; Thông tin về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh*. Tuy nhiên, so sánh trong 6 nội dung trên, tỉ lệ đội ngũ cán bộ tiếp cận *thông tin phản bác các quan điểm xuyên tạc về thực tiễn công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam* ở mức độ thường xuyên và rất thường xuyên là thấp nhất.

Nguyên nhân có thể xuất phát từ cả hai phía: mức độ quan tâm của đội ngũ cán bộ với nội dung này hoặc tần suất xuất hiện thông tin về nội dung này còn chưa phổ biến trên MXH. Trong khi đó, những năm gần đây, với sự phát triển mạnh mẽ của MXH, đi kèm theo đó là sự phổ biến của nhiều

thông tin xấu, độc hại, đặc biệt là những thông tin thiếu kiểm chứng, cực đoan, xuyên tạc chủ trương, đường lối của Đảng, chống phá gây mất ổn định chính trị, kinh tế, xã hội.

Theo báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông, từ đầu năm 2020 đến nay, Bộ đã gỡ bỏ gần 400 trang giả mạo tên các đồng chí lãnh đạo cấp Trung ương, 4.500 tin bài xấu độc trên Facebook và 30.000 video xấu độc trên Youtube⁽¹⁾. Theo số liệu thông kê của các cơ quan chức năng năm 2021, 80% trong tổng số thông tin xấu, độc trên không gian mạng tập trung vào việc xuyên tạc, bôi nhọ công tác cán bộ⁽²⁾. Trong Nghị quyết số 35-NQ/TW ngày 22/10/2018 của Bộ Chính trị xác định rõ: *“Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng là nội dung cơ bản, hệ trọng, sống còn của công tác xây dựng, chỉnh đốn Đảng; Là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu của toàn Đảng, toàn quân, toàn dân, trong đó lực lượng tuyên giáo các cấp là nòng cốt; Là công việc tư giác, thường xuyên của cấp ủy, tổ chức đảng, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và đoàn thể chính trị - xã hội các cấp, của từng địa phương, cơ quan, đơn vị, của cán bộ, đảng viên, trước hết là người đứng đầu”*⁽³⁾.

Như vậy, thông tin xấu, độc hại trên MXH là khá phổ biến, việc tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trên MXH là nhiệm vụ quan trọng của cán bộ trên mặt trận thông tin, truyền thông. Việc tích cực tiếp cận *thông tin phản bác các quan điểm xuyên tạc về thực tiễn công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam* rất cần được quan tâm hơn nữa, để từ đó có kế hoạch xây dựng nội dung cho các kênh truyền thông làm tốt nhiệm vụ bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

Việc thường xuyên cập nhật thông tin chính trị trên MXH được đội ngũ cán bộ đánh giá đem lại cho họ những kết quả tích cực. Đánh giá từ chính đội ngũ cán bộ trong mẫu điều tra về việc cập nhật thông tin chính trị, xã hội trên MXH đối với cá nhân và xã hội cho thấy hiệu quả thông tin đem lại là tương đối hữu ích. Kết quả cụ thể như sau:

Bảng 3: Đánh giá hiệu quả cập nhật thông tin chính trị, xã hội thông qua các nền tảng MXH của đội ngũ cán bộ

Nội dung	Hiệu quả được đánh giá theo thang điểm (Thang điểm từ 0 đến 3: 0 điểm = không hiệu quả; 1 = ít hiệu quả; 2 = trung bình; 3 = hiệu quả)				
	0	1	2	3	Điểm TB
1. Hiệu quả trong việc sử dụng thông tin CHÍNH TRỊ vào công việc (giảng dạy/ nghiên cứu/ tuyên truyền ...)	0,9	7,1	47,4	44,6	2,36
2. Hiệu quả trong việc duy trì sự theo dõi, quan tâm của ông/bà với thông tin CHÍNH TRỊ được đăng tải, chia sẻ trên mạng xã hội.	0,5	7,2	53,3	39	2,31
3. Hiệu quả cho mục đích phổ cập, nâng cao nhận thức CHÍNH TRỊ đúng đắn đối với toàn xã hội.	0,9	7,1	47,4	44,6	2,35
4. Hiệu quả đối với tạo dựng khối đại đoàn kết toàn dân tộc, sự thống nhất ý kiến và hành động trong Đảng và giữa Đảng với nhân dân.	0,5	7,2	53,3	39,0	2,35
5. Hiệu quả trong việc đẩy lùi tin giả, thông tin sai lệch, xuyên tạc.	0,8	7,8	45,6	45,8	2,36

Với 5 nội dung đánh giá nói trên, kết quả phân tích cho thấy hiệu quả đạt được từ phản hồi của của đội ngũ cán bộ cho thấy hiệu quả là tương đối cao: tỉ lệ cho rằng không hiệu quả gần như không đáng kể, tỉ lệ đánh giá "ít hiệu quả" chỉ khoảng 7% - 8%, còn lại là trên 80% đánh giá hiệu quả ở mức trung bình hoặc cao, trong đó khoảng từ 40% đến 45% đánh giá hiệu quả cao. Đáng chú ý, có 44,6% ý kiến của đội ngũ cán bộ đánh giá thông tin chính trị, xã hội được họ cập nhật trên MXH có hiệu quả đối với công việc giảng dạy, nghiên cứu. Trong 5 nội dung thì có đến 4 nội dung có điểm trung bình đánh giá hiệu quả tương đương nhau (2,35 - 2,35 điểm/ 3 điểm), chỉ có nội dung đánh giá hiệu quả trong việc duy trì sự theo dõi, quan tâm trên MXH về các thông tin chính trị có điểm số đánh giá hiệu quả đạt mức thấp hơn (2,31 điểm/ 3 điểm), nó cho thấy định hướng tương lai, muốn duy trì sự quan tâm theo dõi của công chúng đạt hiệu quả cao hơn nữa, cần có thêm nhiều đổi mới sáng tạo về nội dung, hình thức, công nghệ đưa tin.

Như vậy, hiệu quả của việc đổi mới công tác tuyên truyền các nội dung chính trị trên MXH về mọi mặt là đáng ghi nhận, đặc biệt hiệu quả đem lại đối với thay đổi nhận thức, thái độ, niềm tin và sự phổ cập thông tin, sự lan toả thông tin chính trị chính thức đến với đông đảo tầng lớp nhân dân. Tuy nhiên, hiệu quả của đổi mới chỉ có thể duy trì được nếu tiếp tục có sự chỉ đạo tích cực từ các cấp, các ban ngành, sự đổi mới không ngừng mang tính sáng tạo và đột phá về cả khâu quản lý, công nghệ, nhân sự, chất lượng nguồn nhân lực tham gia vào công tác tuyên

truyền chính trị trên MXH trong thời gian tới.

Qua nghiên cứu trường hợp và phỏng vấn sâu, nhóm nghiên cứu nhận thấy một số cơ quan, địa phương đã làm khá tốt quá trình đổi mới sử dụng MXH trong tuyên truyền các nội dung chính trị. Cụ thể, Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh là một ví dụ.

Theo như lãnh đạo Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh cho biết, từ cuối năm 2014, trong xu thế phát triển của truyền thông mới, nhận thấy việc công chúng sử dụng MXH để tìm kiếm thông tin và cách phân phối thông tin đến với công chúng đã có nhiều thay đổi, Đài phát thanh - truyền hình (PT-TH) Quảng Ninh trước đây và nay là Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh đã chủ trương sử dụng MXH trong tuyên truyền, thực hiện các nhiệm vụ chính trị của tỉnh, đất nước. Kể từ thời điểm đó, bộ phận được giao nhiệm vụ phát triển truyền thông trên MXH là Phòng Thông tin điện tử của Đài PT-TH Quảng Ninh đã bắt đầu làm việc với các đơn vị truyền thông để nghiên cứu và phát triển, cùng hợp tác xây dựng các kênh truyền thông của Đài trên MXH. Chỉ trong một thời gian ngắn, các kênh MXH đã được xây dựng, triển khai tuyên truyền các nhiệm vụ chính trị, các chủ trương, đường lối của tỉnh đến với đông đảo người xem; đồng thời quảng bá về mảnh đất, con người, tiềm năng thế mạnh của tỉnh Quảng Ninh trên MXH, phù hợp với xu thế truyền thông mới và tiếp cận được nhiều hơn với công chúng trong thời đại số:

- Ngày 1/1/2015, kênh Youtube Quangninhhtv chính thức ra đời và đi vào hoạt động với nhiệm vụ đăng tải các chương trình truyền hình do Đài sản xuất và phát sóng, cùng với đó là các video clip do bộ phận Thông tin điện tử tự sản xuất. Đến tháng 1/2021, kênh youtube này được phát triển thành kênh tuyên truyền của Ban chỉ đạo 35 tỉnh Quảng Ninh.

- Tháng 7/2015, Đài PT-TH Quảng Ninh tiếp tục đưa vào hoạt động trang fanpage QTV-Tin tức Quảng Ninh 24/7 trên MXH facebook, nay đổi tên kênh thành QMG Tin tức Quảng Ninh 24/7.

- Tháng 12/2020, Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh tiếp tục phối hợp với BH Media để phát triển thêm 1 kênh youtube thứ 2.

- Tháng 12/2021, Trung tâm Truyền thông tỉnh tiếp tục xây dựng và đưa vào hoạt động kênh Tiktok QMG - Tin tức Quảng Ninh và kênh zalo QMG Tin tức Quảng Ninh.

Về đổi mới hình thức thể hiện các nội dung chính trị, theo Phó Giám đốc Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh cho biết: *“Để tăng tính hấp dẫn và thu hút công chúng, Ban quản trị đã thay đổi cách thức viết nội dung theo hướng ngắn gọn, hấp dẫn, trẻ trung, gắn liền với các vấn đề công chúng quan tâm, có gắn hashtag, nội dung bắt theo các trend trên MXH hoặc tổ chức các cuộc thi trên fanpage để thu hút độc giả quan tâm, tăng tính tương tác”* (NTL, PGD Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh). Cụ thể, Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh đã có những đổi mới về nội dung và phương thức tuyên truyền chính trị như sau:

Xây dựng, sản xuất các nội dung riêng cho mạng xã hội, thay vì chỉ đăng lại các tin tức trên website hoặc chia sẻ các đường link từ báo chí. Các thông tin chính trị có chọn lọc, gần gũi, dễ hiểu, không khô cứng. Xây dựng thông tin theo xu hướng *“online first”* (ưu tiên các nội dung trên mạng trước) sang *“mobile first”* (ưu tiên các nội dung cho di động) và *“social first”* (ưu tiên các nội dung cho mạng xã hội trước). Tăng cường sử dụng tin ngắn, hình ảnh, chứa đựng cảm xúc, không quan tâm nhiều đến những vấn đề lý luận trừu tượng. Thông qua những sự kiện, sự việc thời sự, những câu chuyện giản dị người thật việc thật để tạo hiệu ứng thông tin lan tỏa, sử dụng ngôn ngữ của cộng đồng mạng” (NTL, PGD Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh).

Về đổi mới phương thức truyền tải thông tin, theo lãnh đạo trung tâm truyền thông tỉnh Quảng Ninh, đổi mới được chú trọng *“Tăng cường truyền thông thị giác như hình ảnh, đồ họa, video, video streaming... Đặc biệt hình thức live stream đang được công chúng mạng ở Việt Nam rất ưa thích. Tăng cường truyền thông qua người nổi tiếng, người có tầm ảnh hưởng (KOLs), định hướng phát ngôn cho các cán bộ, đảng viên và các cá nhân thuộc cơ quan”* (NTL, PGD Trung tâm Truyền thông tỉnh Quảng Ninh).

Ngoài ra, trung tâm cũng chú trọng đến hình thức phù hợp, hấp dẫn với kênh MXH như: *“Sử dụng những hình thức đang phổ biến trên mạng xã hội hiện nay để ứng dụng trong tuyên truyền chính trị, như: Kể chuyện (story telling) - người làm công tác tuyên truyền gửi gắm thông điệp thông qua những câu chuyện có ý nghĩa, chạm đến cảm xúc của độc giả nhằm thể hiện sự thấu hiểu và gắn kết; Video ngắn (short video/reel) - hình thức truyền thông qua các video ngắn 10s - 30s, đây là hình thức phổ biến nhất hiện nay với sự tham gia của hầu hết các mạng xã hội lớn, như Facebook, Tiktok, Youtube, Instagram...; nội dung do người dùng tạo ra (UGC content), có thể ứng dụng trong các cuộc thi trực tuyến (online) với sự tham gia của công chúng mục tiêu; sử dụng người có sức ảnh hưởng (KOLs) để định hướng dư luận...”*

Bên cạnh Trung tâm Truyền thông Quảng Ninh, Trung tâm PT-TH Quân đội cũng được xem là một trong những trường hợp thành công trong nhiệm vụ đổi mới tuyên truyền chính trị trên MXH, đặc biệt là đổi mới ở các nội dung chính trị cụ thể. Quá trình triển khai tuyên truyền chính trị của cơ quan được thực hiện trên web, facebook, youtube... của kênh, tuy nhiên thực hiện phổ biến nhất là trên trang web của kênh. Theo chị Đào Thu Hằng, cán bộ, đạo diễn phát sóng của Trung tâm PT-TH Quân đội cho biết, Trung tâm đã có nhiều đổi mới về nội dung, phương thức truyền thông về chính trị. Cụ thể, Trung tâm đã có những đổi mới nổi bật về phương thức tuyên truyền:

“Phương thức tuyên truyền đã đổi mới linh hoạt hơn trước rất nhiều. Đặc biệt các chương trình chính luận được chia sẻ dễ dàng trên MXH và được chia sẻ rộng rãi hơn trước đây cũng giúp cho bà con có thêm nguồn thông tin chính thống. Đặc biệt, khi thay đổi phương thức và hình thức tiếp cận khán giả dẫn đến các thông tin, đặc biệt là các thông tin chính trị cũng không còn cứng nhắc, mô tuýp cũ nữa” (Đào Thu Hằng, Trung tâm PT-TH Quân đội).

Bên cạnh đó, thông qua MXH, Trung tâm PT-TH Quân đội cũng nhận thấy sự đổi mới rõ rệt về phương thức tiếp cận công chúng: *“Cách tiếp cận công chúng thông qua MXH đã giúp xóa nhòa*

khoảng cách về địa lý lẫn trình độ và nghề nghiệp. Có những thông tin trước kia chỉ được giảng dạy hoặc tuyên truyền trong các trường Đảng, các cơ quan nghiên cứu chuyên môn, thì nay đã được tuyên truyền và phổ biến rộng rãi. Cũng thông qua MXH mà nhà báo tìm ra hướng đi mới, hiểu hơn về thị hiếu của công chúng đối với báo chí, từ đó cho ra những bài viết sắc nét và phù hợp với yêu cầu của khán thính giả hơn□
(Đào Thu Hằng, Trung tâm PTTH Quân đội)

Ngoài ra, đổi mới về kỹ thuật, công nghệ tại trung tâm PTTH Quân đội cũng được xem là đổi mới mang tính đột phá, tạo dựng cơ sở hạ tầng tốt để tiếp cận công chúng qua MXH: *Điều này giúp cho việc tạo các bài viết, livestream trực tuyến các sự kiện trong và ngoài quân đội được chia sẻ một cách nhanh chóng và gần như song song với phát sóng tại trung tâm*□
(Đào Thu Hằng, Trung tâm PT-TH Quân đội).

Như vậy việc sử dụng MXH vào công tác tuyên truyền các nội dung chính trị đã trở nên phổ biến ở nhiều cơ quan truyền thông. Quá trình sử dụng MXH vào công tác tuyên truyền các nội dung chính trị tuy mới mẻ nhưng đã được các cơ quan tích cực vận dụng và liên tục đổi mới ở nhiều mặt khác nhau, từ kỹ thuật đến nội dung, phương thức truyền tải nhằm nâng cao hiệu quả tuyên truyền chính trị đến với đa dạng đối tượng công chúng, đặc biệt là những người trẻ tuổi.

3. Định hướng giải pháp sử dụng MXH tăng cường công tác tuyên truyền chính trị, xã hội đến đội ngũ cán bộ và đông đảo công chúng

Số liệu khảo sát về xu hướng cập nhật thông tin chính trị, xã hội của đội ngũ cán bộ làm công tác thông tin, truyền thông, tuyên giáo cho thấy sự đa dạng trong lựa chọn các kênh thông tin của đội ngũ cán bộ. Kết quả phân tích cũng cho thấy, một số MXH nổi lên như một kênh thông tin phổ biến và thường xuyên được đội ngũ cán bộ lựa chọn cập nhật thông tin chính trị, xã hội như Facebook, Zalo, thậm chí ở mức độ thường xuyên hơn so với phương tiện TTĐC truyền thống phổ biến là truyền hình. Từ kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị định hướng giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả cập nhật thông tin chính trị, xã hội của đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông được đưa ra như sau:

- Việc đa dạng hoá nguồn cập nhật đối với các nội dung chính trị, xã hội là cần thiết và cần phát huy, tuy nhiên đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông cần tăng cường mức độ cập nhật thông tin trên các phương tiện TTĐC truyền thống như báo in, phát thanh bởi đây vẫn là những kênh thông tin chính thống, tiện ích. Việc giữ mối liên hệ với các kênh thông tin này, một mặt góp phần định hướng, quản lý thông tin, mặt khác có thêm các tư vấn về giải pháp nội dung, tăng cường mức độ phổ biến của kênh thông tin này đến với công chúng.

- Tăng cường định hướng những thông tin chính trị, xã hội quan trọng cần cập nhật cho đội ngũ cán bộ, trong đó có hai nội dung cần được chú trọng hơn: Thông tin phản bác các quan điểm xuyên tạc về thực tiễn công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam; Luận điểm phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, xuyên tạc về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước. Việc cập nhật thông tin hữu ích cho đội ngũ cán bộ trong việc tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối quan điểm của Đảng, một trong những nhiệm vụ quan trọng của cán bộ, đảng viên, đặc biệt là đội ngũ cán bộ làm công tác tuyên giáo, báo chí, truyền thông... trong bối cảnh bùng nổ thông tin trên MXH hiện nay.

Cần tổ chức thêm các tọa đàm giữa các cơ quan, tổ chức có sử dụng MXH tham gia vào quá trình truyền thông các nội dung chính trị, xã hội để cùng chia sẻ kinh nghiệm, học tập, lan toả những sáng kiến, đổi mới, những kinh nghiệm làm tốt của các đơn vị. Trên cơ sở đó, nhiệm vụ tuyên truyền các nội dung chính trị, xã hội thông qua MXH sẽ đem lại hiệu quả thiết thực cao hơn./.

(1) Nguyễn Thị Lan (2021), *Nhiệm vụ của Đảng viên trong bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng*, trang thông tin điện tử, đảng bộ khối cơ quan và doanh nghiệp tỉnh Thanh Hoá.

(2) Nguyễn Thu Trang (2022), *Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong kỷ nguyên số*, trang web Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, tại trang: <https://vass.gov.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/Bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-Dang-trong-thoi-dai-ky-nguyen-so-61>

(3) Bộ Chính trị, 2018, *Nghị quyết Nghị quyết 35-NQ/TW: Tăng cường, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới*.