

Quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí Việt Nam

TS. NGUYỄN THANH HÀ

Ban Tuyên giáo Trung ương; Email: nguyen.thanh.ha910@gmail.com

Tóm tắt: Trong bối cảnh truyền thông hội tụ ngày nay, vấn đề quản lý dự án truyền thông tại các cơ quan báo chí nói chung và tại Việt Nam nói riêng trở nên cấp thiết cả trên phương diện lý luận và thực tiễn. Nghiên cứu thực trạng quản lý dự án truyền thông tại một số cơ quan báo chí Việt Nam: Thông tấn xã Việt Nam (TTXVN), báo Nông nghiệp Việt Nam và báo Thanh Niên, từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp tăng cường quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí thời gian tới.

Từ khóa: quản lý dự án truyền thông, cơ quan báo chí, thực trạng, giải pháp.

1. Kết quả nghiên cứu thực trạng quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí

Tại ba cơ quan báo chí Việt Nam, là Thông tấn xã Việt Nam (TTXVN), báo Nông nghiệp Việt Nam và báo Thanh Niên, chúng tôi đã chọn 3 dự án truyền thông là: dự án *Cuộc chiến chống tin giả - Những ý tưởng sáng tạo và giải pháp hiệu quả* của TTXVN; dự án truyền thông *Đẩy mạnh truyền thông chiến lược phát triển thủy sản: đảm bảo giữ gìn an ninh chủ quyền biển đảo, ổn định chính trị - xã hội và phát triển kinh tế đất nước giai đoạn 2021 - 2025* trên báo Nông nghiệp Việt Nam và dự án *Trợ lý ảo AI* báo điện tử Thanh Niên ngày 23/9/2019 làm đối tượng phân tích thực trạng quản lý dự án truyền thông. Đây là những dự án truyền thông đã được triển khai và thành công trên nhiều phương diện.

Về cơ bản, TTXVN, báo Nông nghiệp Việt Nam và báo Thanh Niên đã xây dựng và tổ chức thực hiện quản lý các dự án truyền thông đạt kết quả như mục đích đặt ra. Các chủ thể quản lý đã có nhận thức đúng về sự cần thiết phải quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí, có năng lực trong xây dựng dự án và tổ chức các hoạt động để quản lý dự án truyền thông về phương diện nội dung, sử dụng có kết quả các phương thức, phương tiện quản lý.

Nhìn chung, các dự án đều tiến hành quản lý nội dung dự án, đảm bảo các nội dung truyền thông được thiết kế hấp dẫn, đảm bảo tính chính xác và đầy đủ của thông tin. Các nguồn lực của dự án có tính khả thi. Chủ thể quản lý nhân sự phân công nhiệm vụ, làm việc nhóm và giao tiếp để đảm bảo hoạt động được diễn ra suôn sẻ và đạt được kết quả tốt nhất. Các chủ thể quản lý dự án truyền thông, trong quá trình thực hiện nhiệm vụ, đã kết hợp quản lý bằng văn bản pháp quy là quản lý mệnh lệnh, thông qua văn bản, thông qua các cuộc họp..., đề cao trách nhiệm của thành viên tham gia dự án.

Ví dụ: TTXVN đã lập kế hoạch và quản lý tốt kế

hoạch, tiến độ dự án truyền thông [Cuộc chiến chống tin giả - Những ý tưởng sáng tạo và giải pháp hiệu quả]. Trong thời gian qua, TTXVN đã có nhiều dự án truyền thông liên quan đến các vấn đề xã hội, trong đó có dự án *Cuộc chiến chống tin giả - Những ý tưởng sáng tạo và giải pháp hiệu quả* được xã hội quan tâm. Kể từ năm 2019, TTXVN đã triển khai một loạt ý tưởng sáng tạo, đưa cuộc chiến chống fake news lên một cấp độ mới. Sử dụng sản phẩm rap news, kết hợp nhạc rap với tin tức vốn rất được ưa chuộng. Cụ thể, vào tháng 4/2020, TTXVN đã tung ra một ca khúc chống tin giả, tập trung những hệ lụy xung quanh việc phát tán tin giả về đại dịch Covid-19. Ca khúc được thể hiện bằng tiếng Việt, sau đó được biên dịch và chạy phụ đề bằng 14 ngôn ngữ khác gồm tiếng Anh, Pháp, Tây Ban Nha, Nga, Italy, Đức, Trung, Nhật, Hàn, Thái, Indonesia, Khmer, Lào và Arab. Chương trình đầu tiên được tổ chức vào tháng 12/2019 cho khoảng 100 học sinh trường trung học cơ sở tại Đà Nẵng, sau đó là các trường tại Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Hải Phòng, Cần Thơ, Đồng Tháp. Với sự tham dự của các phóng viên trẻ thuộc mạng lưới cơ quan thường trú của TTXVN ở toàn bộ 63 tỉnh thành trong cả nước, đã có hàng vạn học sinh được trang bị các kỹ năng chống tin giả mỗi năm. Các em cũng được phát tờ rơi để có thể chia sẻ kiến thức với bạn bè và các thành viên trong gia đình.

Đoàn Thanh niên TTXVN đã soạn thảo những nội dung tham khảo cơ bản về cách thức phòng chống tin giả, xây dựng một số trò chơi online trên báo điện tử của TTXVN, in tờ rơi về dự án, đồng thời, tiến hành tập huấn cho các đoàn viên. Dự án đã giành chiến thắng ở hạng mục Best Project for News Literacy trong khuôn khổ Giải thưởng Truyền thông Digital Châu Á 2020 của WAN-IFRA cũng một phần nhờ TTXVN đã quản lý tốt kế hoạch và tiến độ dự án.

Với dự án *Trợ lý ảo AI* của báo Thanh niên cũng được quản lý chặt chẽ. Trợ lý ảo là một hệ thống sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) để đem lại trải nghiệm giao tiếp bằng giọng nói giữa người dùng và báo điện tử Thanh Niên. Với trợ lý ảo, bạn đọc có thể ra lệnh trợ lý ảo truy cập vào các chuyên mục, tìm kiếm bài viết, ra lệnh đọc bài viết bằng giọng nói mà không cần phải thao tác bằng chuột như phương thức truyền thống. Trong trường hợp không muốn dùng giọng nói để ra lệnh, có thể "chat" với trợ lý ảo để ra lệnh tìm bài, đọc bài... Chất lượng giọng đọc bằng trợ lý ảo của Thanh Niên đảm bảo tạo độ tự nhiên giống như người thật, và trong tương lai, có thể cá nhân hoá theo sở thích người dùng. Trợ lý ảo là ứng dụng ban đầu trên nền công nghệ AI, từ đó, có thể mở rộng, nâng cấp lên các tính năng khác phục vụ nhu cầu phân phối tin tới người dùng và phát quảng cáo chính xác tới đối tượng.

Dự án trợ lý ảo AI báo điện tử Thanh Niên được định hình trên cơ sở phát triển của báo điện tử trong bối cảnh công nghệ thông tin phổ biến hiện nay. Hiện tại, báo điện tử đã trở nên đa dạng với nhiều kênh thông tin và media cung cấp cho độc giả.

Về phương diện kinh tế, ứng dụng công nghệ mới tạo ra bài đọc tự động sẽ tiết kiệm chi phí và thời gian hơn rất nhiều so với việc sử dụng người thật. Ứng dụng trí tuệ nhân tạo sẽ giúp báo điện tử trở nên thông minh hơn, hiệu được người sử dụng hơn. Người sử dụng sẽ không còn mất thời gian tìm kiếm bằng cách sử dụng mắt, chuột và bàn phím. Thay vào đó là sự xuất hiện của một trợ lý ảo giao tiếp thông qua giọng nói như người thật. Đây là sự đột biến, thay đổi hoàn toàn cách giao tiếp từ xưa đến nay của người dùng trong việc đọc báo. Bên cạnh việc báo Thanh Niên sử dụng công nghệ này làm công nghệ cốt lõi, Thanh Niên hoàn toàn có thể có thêm lợi nhuận nhờ việc bán những dịch vụ tạo bài đọc này cho các đối tác khác sử dụng. Thay đổi cách người dùng tương tác với báo chí. Ví dụ: Ngay sau khi nghe xong một bài báo, người dùng có thể nói ra những suy nghĩ của mình về bài báo đó. Trí tuệ nhân tạo sẽ tự động ghi nhận lại dưới dạng comments cho bài viết, biến công cụ tìm kiếm bằng giọng nói thành sản phẩm quảng cáo (tương tự Google, ở quy mô hệ sinh thái do Thanh niên tạo ra).

Báo Thanh Niên đã nhận ra rằng, về phương diện chính trị, ứng dụng AI có nhiều lợi thế. Để sử dụng tính năng trí tuệ nhân tạo, người dùng sẽ phải đăng ký thành viên - có trả phí. Hệ thống sẽ tự động theo dõi và đánh giá quan điểm tiêu cực hay tích cực, quan tâm đến những mục nào, sở thích là gì... Những dữ liệu này rất

quan trọng để định hướng tư tưởng và truyền đạt thông tin nhìn ở góc độ chính trị. Trí tuệ nhân tạo sẽ tự động ẩn những comments có tính挑激, gây thù hận, chia rẽ, tránh tạo ra những xung đột không cần thiết. Bên cạnh đó, hệ thống sẽ tự động ghi nhận và báo cáo chi tiết cho quản trị viên. Quan trọng nhất là hệ cơ sở dữ liệu của hệ thống sẽ liên tục được cập nhật những xu hướng mới nhất, những cụm từ đặc biệt mới nhất của giới trẻ. Ứng dụng AI đáp ứng được yêu cầu cấp bách và chủ trương chung của thủ tướng chính phủ về việc "chuyển đổi số" (digital transformation) để thích nghi với sự thay đổi và yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Về phương diện xã hội, ứng dụng AI đã thay đổi cách mà người sử dụng tương tác với báo chí, tạo nên tiếng vang lớn cho báo Thanh Niên. Ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào báo điện tử làm cho báo trở nên thông minh hơn. Từ đó sẽ có nhiều dạng độc giả tiếp cận được với báo hơn. Ví dụ, người già hoặc những người phụ nữ đang bận nấu ăn vẫn có thể nắm bắt được nhiều tin tức nhờ giao tiếp trực tiếp bằng hội thoại trong khi vẫn đang làm việc. Người đang lái xe hoặc ngồi trên xe đang di chuyển đọc báo bằng mắt sẽ gây mất tập trung và nhức đầu. Giao tiếp bằng giọng nói và tai nghe sẽ khiến việc đọc báo dễ dàng hơn và thuận tiện hơn bao giờ hết.

Từ trước đến nay, người khiếm thị luôn bị thiệt thòi trong việc tiếp cận thông tin. Họ phải đọc báo dưới dạng chữ Braille và nguồn báo có dạng Braille rất hiếm. Chi phí in báo Braille cao và tốn thời gian. Việc có trợ lý ảo có thể giao tiếp qua giọng nói và đọc báo trực tiếp là cách mang lại thông tin nhanh chóng và rõ ràng nhất, ít tốn kém nhất cho những người khiếm thị. Đây có thể nói là một bước phát triển vượt bậc và hết sức nhân văn giúp cho cuộc sống của những người bị thiệt thòi trở nên phong phú và hạnh phúc hơn. Mặt khác, thị phần quảng cáo trên phương tiện thông tin đại chúng như báo in, báo điện tử, truyền hình đang ngày càng bị thu hẹp dần. Trước sự lớn mạnh của blog, mạng xã hội, Youtube - các kênh chính thống như báo điện tử và truyền hình ngày càng phải cạnh tranh gay gắt hơn và chịu nhiều chi phí sản xuất hơn trước đây. Thêm vào đó, người sử dụng ngày càng có yêu cầu cao hơn và khắt khe hơn về trải nghiệm đọc báo và cách họ tiếp cận thông tin. Vì thế, nội dung dự án được báo Thanh niên quản lý là để đáp ứng tất cả các yêu cầu trên.

Nguồn lực về tài chính, về phương tiện kỹ thuật, về khoa học - công nghệ... cũng cần được các cơ quan báo chí chủ động xây dựng, quản lý hiệu quả. Các cơ quan

báo chí đã áp dụng công nghệ tiên tiến trong quản lý dự án truyền thông tại cơ quan mình. Sử dụng công cụ quản lý dự án dựa trên điện toán đám mây (cloud-based project management tools) nhằm cung cấp khả năng làm việc từ xa, chia sẻ tài liệu và theo dõi tiến độ một cách hiệu quả. Sử dụng phần mềm quản lý mối quan hệ đối tác và hệ thống tự động hóa marketing, giúp tối ưu hóa quy trình tương tác, phân tích dữ liệu và tạo chiến lược truyền thông dựa trên dữ liệu.

Để tiến hành dự án của mình, báo Nông nghiệp Việt Nam đã phân công trách nhiệm rõ ràng cho từng cá nhân và nhóm. Nhà thầu huy động các nhân viên và chuyên gia có chuyên môn và kinh nghiệm thực tiễn phù hợp với dự án để thực hiện kế hoạch công việc đã đề ra. Ông Trần Văn Cao, Phó Tổng biên tập Báo Nông nghiệp Việt Nam, chuyên gia chiến lược truyền thông là tư vấn trưởng, chịu trách nhiệm về các nhiệm vụ xây dựng nội dung, kế hoạch làm việc, các hoạt động và hướng dẫn cho từng nhiệm vụ theo hợp đồng; giám sát và chịu trách nhiệm đảm bảo chất lượng của tất cả các sản phẩm được giao; kết nối với quản lý dự án WWF-Việt Nam; giám sát các thành viên trong nhóm; giám sát tất cả các giai đoạn thực hiện hợp đồng.

Ông Phí Hải Nam, chuyên gia phát triển cộng đồng, thành viên nhóm tư vấn, tham gia các dự án phát triển của WB, ADB, chịu trách nhiệm thiết kế các biểu mẫu phục vụ nhiệm vụ giám sát và đánh giá dự án; tham gia các buổi làm việc và trao đổi với người dân trong khu vực dự án; đánh giá ảnh hưởng của dự án đối với những hộ trong khu vực dự án; phân tích và xử lý thông tin; hỗ trợ hoàn thành báo cáo. Ông Ngô Văn Huân, chuyên gia truyền thông sáng tạo, có nhiệm vụ chính: phát triển các khái niệm cho các tài liệu truyền thông sáng tạo, dịch ý tưởng cho các nhà thiết kế và nhà sản xuất đa phương tiện và đảm bảo tất cả hình ảnh đều phù hợp với thương hiệu tổng thể; phát triển khái niệm sáng tạo cho sở tay truyền thông và các tài liệu khác; phát triển các chiến lược để tăng mức độ tương tác của cộng đồng trực tuyến và nâng cao nhận thức cho đối tượng mục tiêu; phát triển sáng tạo các kịch bản cho các sản phẩm truyền thông; xây dựng và đăng tải tài liệu của chiến dịch thông qua các nền tảng trực tuyến đã thiết lập: trang web và phương tiện truyền thông xã hội. Ông Chu Nhật Quang, chuyên gia đa phương tiện, có kinh nghiệm 20 năm trong lĩnh vực truyền thông về nông nghiệp và phát triển nông thôn. Vị trí chuyên gia tư vấn đa phương tiện sẽ chịu trách nhiệm cho các nhiệm vụ: xây dựng kịch bản cho các tài liệu nghe nhìn; sản xuất các video để phổ biến các thông điệp và khuyến nghị chính; thiết lập cơ sở dữ

liệu trực tuyến để chia sẻ ảnh và cơ sở dữ liệu video.

Thực trạng nghiên cứu cũng cho thấy, vấn đề quản lý dự án truyền thông hiện nay vẫn còn một số hạn chế, như: Chưa thống nhất cơ chế quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí; Môi trường truyền thông số và năng lực truyền thông của một số chủ thể chưa đáp ứng yêu cầu của quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí. Do vậy, cần có giải pháp tăng cường quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí thời gian tới.

2. Quan điểm và giải pháp tăng cường quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí Việt Nam

Từ kết quả nghiên cứu trên, tác giả đề xuất một số quan điểm và giải pháp tăng cường quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí Việt Nam trong thời gian tới:

Quan điểm:

- (1) Tăng cường quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí phải đi liền với định hướng quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc;
- (2) Tăng cường quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí cần gắn liền với xây dựng và hoàn thiện cơ chế quản lý dự án truyền thông;
- (3) Tăng cường quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí phải gắn với phát triển khoa học công nghệ, xây dựng môi trường truyền thông số;
- (4) Tăng cường quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí phải gắn với nâng cao nhận thức và năng lực quản lý của các chủ thể hoạt động truyền thông.

Các giải pháp:

- (1) Giải pháp đối với cơ quan quản lý báo chí truyền thông: nâng cao vai trò và trách nhiệm của mình trong lãnh đạo, quản lý; tăng cường giám sát, kiểm tra cơ quan báo chí để đảm bảo các cơ quan báo chí hoạt động đúng tôn chỉ, mục đích của mình.
- (2) Nhóm giải pháp đối với các cơ quan báo chí: tăng cường xây dựng và quản lý các dự án truyền thông tại cơ quan báo chí; đổi mới nội dung, phương thức quản lý.
- (3) Nhóm giải pháp đối với Ban quản lý dự án: cần kế thừa có sáng tạo những thành công và rút kinh nghiệm từ những hạn chế trong quản lý dự án truyền thông; cần xác định vai trò và trách nhiệm rõ ràng của từng thành viên trong dự án; cần có năng lực dự đoán và xử lý tình huống trong lĩnh vực truyền thông.
- (4) Nhóm giải pháp đối với cán bộ truyền thông của dự án: phải có năng lực quản lý dự án truyền thông; cần nắm rõ những yêu cầu của quản lý dự án truyền thông tại cơ quan báo chí; cần nắm bắt nhu cầu, thị hiếu của công chúng. /.