

Quản lý phương tiện truyền thông đại chúng ở Trung Quốc ngày nay và bài học kinh nghiệm nhằm phát triển các loại hình báo chí của Việt Nam

PGS, TS LÊ THANH BÌNH

Học viện Ngoại giao; Email: vquehuong@gmail.com

Nhận ngày 10 tháng 9 năm 2022; chấp nhận đăng tháng 10 năm 2022

Tóm tắt: Đất nước Việt Nam đang ngày càng chủ động hội nhập, phát triển về mọi lĩnh vực. Việc trao đổi, học tập kinh nghiệm các nước nói chung và nước láng giềng Trung Quốc nói riêng là nhu cầu cần thiết. Việc nghiên cứu, học tập kinh nghiệm phải đứng vững trên lập trường vì lợi ích quốc gia, dân tộc mình nhằm tiếp thu những cái tiến bộ, phù hợp hoàn cảnh, môi trường chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội nước ta.

Từ khóa: phương tiện truyền thông; truyền thông đại chúng ở Trung Quốc; kinh nghiệm quản lý.

Abstract: Vietnam is more and more actively integrating and developing in all fields. The exchange and learning experiences of countries in general and China in particular is necessary. Doing research and learning experiences must base firmly on the benefits of the nation and its people in order to absorb the suitable things to our country's political, socio-economic, cultural environment and circumstances.

Keywords: media; mass media in China; management experience.

1. Một số góc nhìn liên ngành khi nghiên cứu phương tiện truyền thông đại chúng Trung Quốc

Muốn hiểu khái quát cơ bản, toàn diện hoạt động truyền thông đại chúng (TTĐC) Trung Quốc, trước hết cần làm rõ hai khái niệm “truyền thông đại chúng” và “văn hóa đại chúng”. Nói đến phương tiện TTĐC tất yếu phải nhắc đến Internet, điện thoại di động, máy ảnh, máy quay kỹ thuật số... còn “văn hóa truyền thông” là hình thức văn hóa xuất hiện sau khi văn hóa đại chúng phát triển đến một giai đoạn mới, đặc trưng của nó chịu sự quy định bởi đặc trưng của bản thân phương tiện truyền thông. Nghĩa là nếu không có phương tiện truyền thông mới thì cũng không thể có văn hóa truyền thông. Tuy nhiên, phải đợi đến thời đại truyền thông kỹ thuật số xuất hiện, chúng ta mới có lý do để bàn về văn hóa truyền thông. Trong thời đại văn hóa truyền thông, về mặt lý thuyết, văn hóa bác học tao nhã và văn hóa đời thường, văn hóa tinh anh và văn hóa đại chúng... đều có cơ hội thể hiện bản thân mình trên diễn đàn

phương tiện TTĐC. Ngoài ra, chúng ta còn có thể xem văn hóa truyền thông là một loại văn hóa hỗn hợp, không ngừng sinh thành, phát triển, biến đổi.

Dưới ảnh hưởng của phương tiện truyền thông, biến đổi mạnh mẽ nhất của văn hóa là chuyển từ văn hóa thâm mỹ sang văn hóa tiêu dùng, từ hàm lượng tri thức trong sản phẩm (có tư tưởng) sang số lượng dữ liệu thu thập được ví dụ như Big Data (coi trọng thu thập tư liệu, chú trọng bề mặt vấn đề). Về “văn hóa tiêu dùng” có đặc trưng sau: đó là sản phẩm của xã hội tiêu dùng, biến văn hóa thành hàng hóa, vận hành theo quy luật của thị trường, xóa bỏ ranh giới giữa hàng hóa và nghệ thuật, hàng hóa nghệ thuật hóa, nghệ thuật hàng hóa trở thành xu hướng chủ yếu.

Sự kết hợp giữa tri thức của sản phẩm có tư tưởng và phương tiện truyền thông đã làm xuất hiện loại tri thức gắn với truyền hình. Họ làm đơn giản hóa những tư tưởng sâu sắc, làm giản đơn hóa những vấn đề phức tạp. Ý niệm, tư duy, phương án chế tác đều bị

hạn chế. Những trí thức gắn với truyền hình bị truyền thông hóa, thậm chí bị truyền thông vui chơi giải trí hóa. Bên cạnh truyền thông, tinh thần thời đại, trào lưu xã hội, quan niệm lợi ích, các nhóm công chúng riêng... cũng góp phần tạo ra sự chuyển đổi này.

Cùng với sự phổ biến của sách điện tử, Internet, phương thức và hành vi viết biến đổi mạnh mẽ. Trung Quốc từng trải qua thời kỳ chuyển từ viết bằng bút lông sang viết bằng bút sắt, và hiện nay là dùng máy tính. Viết sách điện tử làm thay đổi trạng thái cơ bản của sự viết, biến lao động nhọc nhằn của sự viết trước kia thành sự thoải mái, nhẹ nhàng, kéo theo sự biến đổi trong tâm lý sáng tác. Trong thời đại truyền thông kỹ thuật số, con người sống trong đại dương tri thức, và để có thể thu được càng nhanh, càng nhiều những tri thức, con người không thể không thay đổi phương thức đọc, vì thế năng lực trầm tư mặc tưởng, năng lực dung nạp, nhào nặn thông tin, nghiền ngẫm ý nghĩa bị suy giảm, kết quả là vô tình nhiều người trở thành nô lệ của thông tin.

Đồng thời, phương tiện truyền thông hiện đại còn phá vỡ trạng thái đọc trong “cô đơn”, làm mất đi lối đọc có chiều sâu. Đọc trên mạng có thể tạo ra hiện tượng đọc giả, đọc chỉ để thu thập một thông tin, bỏ qua sự trầm tư mặc tưởng vốn không thể thiếu của sự đọc. Tài nguyên truyền thông điện tử ngày một phong phú khiến “đọc giả” dần dần biến thành “khán giả”. Không còn nghi ngờ gì nữa, trong văn hóa đương đại, văn hóa lấy hình ảnh và âm thanh làm cơ sở đã chiếm lĩnh địa vị trung tâm. Tỷ lệ người đọc sách ngày một giảm. Người ta thích xem tác phẩm điện ảnh được chuyển thể hơn là đọc trực tiếp tác phẩm văn học. Vì thông qua điện ảnh, người ta dễ dàng tiếp cận với hình tượng nghệ thuật. Tuy nhiên, cũng chính vì thế mà năng lực nắm bắt hình tượng trong tác phẩm văn học cũng dần dần mất đi. Phương tiện truyền thông thực ra đã “bôi dưỡng” thái độ ghét câu chữ, “bôi dưỡng” năng lực đọc mà không hiểu tác phẩm văn học hoặc hiểu ở bề ngọn, thiếu thấu đáo.

Cần đề cập đến điện thoại di động- smart phone- một phương tiện truyền thông mới, phổ cập với các thao tác như tin nhắn, điện thoại, email đã làm biến đổi kết cấu tình cảm của con người một cách kỳ diệu. Khi xuất hiện những phương tiện truyền thông này,

khoảng cách không gian và thời gian dường như không tồn tại, năng lực viết thư tay, khả năng dùng thư tay thể hiện tình cảm cũng dần dần mai một. Kiểu tin nhắn vui đùa gắn bó chặt chẽ với ca dao đương đại, phía sau nó là chủ nghĩa vui chơi giải trí của truyền thông hiện đại. Có thể xem tin nhắn là hình thức mỹ học đặc trưng của thời đại mà “tính ngắn ngủi” trở thành đặc điểm nổi bật này. Ở Trung Quốc đã từng tổ chức một cuộc thi viết truyện ngắn bằng tin nhắn điện thoại. Cuộc thi này đã làm bùng nổ một cuộc tranh luận khá sôi nổi về hình thức văn học trong thời đại truyền thông.

Truyền hình học thuật ngày nay biến thành truyền hình vui chơi giải trí. Để thu hút người xem, tính học thuật phải giảm đi, nhân cách kẻ sĩ theo quan niệm một thời bị mài mòn, học thuật và nguyên tắc trò chơi trong môi trường vui chơi giải trí bị trộn lẫn. Trong thời đại này xuất hiện kiểu “minh tinh học thuật” và những “chuyên gia đào tạo minh tinh học thuật”. Học giả một khi đã trở thành minh tinh tức là đã từ bỏ sự ràng buộc của nguyên tắc học thuật, trở thành nghệ sĩ biểu diễn. Hệ quả tiếp theo là học thuật được biên tập thành câu chuyện, thành hàng hóa, khiến cho người xem coi nhẹ và dường như quên đi tinh thần học thuật chân chính, quên đi sự tôn nghiêm của học thuật. Học giả lên truyền hình phần lớn là loại học giả tổng hợp tư liệu, không có tư tưởng. Đây cũng chính là một trong những lý do khiến nhiều học giả chân chính không muốn xuất hiện trên truyền hình nữa.

Tóm lại, hiện nay, sự biến đổi của văn hóa là vô cùng rõ nét, có thể hệ thống thành một số sự biến động như sau: từ văn hóa thâm mỹ đến văn hóa tiêu dùng; từ văn hóa bút mực sang văn hóa máy tính rồi đến văn hóa mạng; từ văn hóa thư tay đến văn hóa tin nhắn, từ văn hóa quần chúng cách mạng đến văn hóa đại chúng thương nghiệp, rồi đến văn hóa phá cách của thanh niên; từ văn hóa truyền hình học thuật đến văn hóa truyền hình vui chơi giải trí. Văn hóa biến đổi do ảnh hưởng của phương tiện truyền thông đại chúng không phải là hiện tượng cá biệt của riêng quốc gia nào, mà là hiện tượng có tính chất toàn cầu. Đối diện với sự biến đổi của văn hóa sẽ tác động mạnh mẽ đến nhiều lĩnh vực liên quan đời sống tinh thần, trong đó có hoạt động TTĐC.

2. Quản lý quá trình phát triển về thông tin, công khai hoá ấn phẩm xuất bản và các chính sách quản lý của Trung Quốc

2.1. Chính sách cơ bản của Đảng- Nhà nước và một số thành tựu truyền thông đại chúng Trung Quốc

Chính sách cải cách và mở cửa ở Trung Quốc được thực hiện cuối 1978, các công việc về thông tin, công khai việc xuất bản có những thành tựu nhất định. Tính đến 2022, theo thống kê chưa đầy đủ, Trung Quốc có khoảng hơn 2.200 tờ báo, 8.000 tạp chí, và hơn 500 nhà xuất bản, và hơn 100.000 loại sách được xuất bản mỗi năm. Quốc gia rộng lớn này còn có khoảng hơn 300 tổ chức nghe nhìn, cung cấp gần 200 triệu băng đĩa nghe nhìn mỗi năm, và có thêm 1.500 đài phát thanh và gần 1.000 đài truyền hình. Lượng phủ sóng của đài truyền hình đạt được khoảng hơn 89 %, còn các tờ báo, tạp chí, đài phát thanh và truyền hình đều trở thành một phần quan trọng trong đời sống hàng ngày của nhân dân ở các vùng nông thôn và thành thị trong đó lượng sử dụng các công nghệ kỹ thuật cao. Chẳng hạn như máy tính, truyền thông đa phương tiện, các phương tiện truyền hình cáp và vệ tinh rộng rãi đang được nâng cấp trong việc sản xuất các thông tin, xuất bản và thúc đẩy được tính cạnh tranh của Trung Quốc trong mặt này. Hiện nay, các chương trình của Trung Quốc đang được phát sóng ở các nước trên thế giới như các nước Châu Á, Đông Âu, Bắc Phi và Bắc Mỹ, đồng thời cũng đã tăng cường việc trao đổi giao lưu văn hoá với các quốc gia khác.

Trung Quốc cho rằng: tự do báo chí theo định hướng xã hội chủ nghĩa (tự do diễn thuyết và xuất bản) là một phần trong quyền dân chủ của con người dưới chế độ xã hội chủ nghĩa, điều này đã đảm bảo quyền của con người trong đất nước. Tự do xuất bản báo chí bao gồm hai khía cạnh. *Đầu tiên đó là:* nhân dân được biết đến các sự kiện, thông tin trong và ngoài nước, được tham gia vào các vấn đề nhà nước và quản lý các vấn đề xã hội, và giám sát các tổ chức nhà nước và các phòng ban các cấp thông qua truyền thông. *Thứ hai là:* nhân dân được tự do thể hiện quan điểm và tự do thảo luận, cập nhật tư tưởng, sửa chữa những lỗi lầm và giáo dục họ thông qua truyền thông. Việc công khai tập trung vào việc hướng dẫn các vấn

đề nóng, đẩy mạnh việc giám sát truyền thông, giúp Đảng và Chính phủ cải thiện công việc của mình. Các nguyên tắc và các nhà lãnh đạo của Đảng phải kiên định việc công khai thông tin (*Nguồn: China, Hiến Lê dịch*).

Cho đến nay tại Trung Quốc đã có hơn 40 tập đoàn báo chí được thành lập, trong đó có tập đoàn báo chí Bắc Kinh, Phương Nam, Quảng Châu, Dương Thành... Trong thập kỷ đầu thế kỷ XXI, nước này đã đình bản hơn 670 tờ báo từ trung ương đến địa phương hoạt động không hiệu quả. Về nguyên tắc, báo chí là cơ quan ngôn luận của Đảng Cộng sản và chính quyền, tuy nhiên một số tờ báo thực chất do tư nhân mua lại mặng - sét để kinh doanh. Báo chí Trung Quốc chia làm 2 khu vực: khu vực công ích phi lợi nhuận và khu vực kinh doanh vì lợi nhuận. Báo chí nước này ngày càng đa dạng hơn nhằm đến nhiều nhóm độc giả khác nhau. Trước những năm 1980 ngược về thời điểm thành lập nước Cộng hòa nhân dân Trung Hoa năm 1949, truyền thông Trung Quốc đơn thuần chỉ là truyền thông truyền thống: truyền hình, phát thanh, báo in và tạp chí. Năm 2000, Internet và báo điện tử mới chính thức xuất hiện và lập tức trở thành dạng truyền thông quan trọng tại quốc gia đông dân nhất thế giới này.

Truyền hình phát triển nhanh nhất. Nếu như năm 1978, cứ 100 người dân Trung Quốc mới có một người được tiếp cận với sóng truyền hình mỗi ngày và chỉ có chừng 10 triệu hộ gia đình có máy thu hình thì tới năm 2022, tỉ lệ này là 85/100 và cả nước có khoảng hơn 1 tỷ chiếc tivi. Năm 1965 Trung Quốc có 15 đài truyền hình và 93 đài phát thanh, hiện nay có khoảng hơn 7.000 đài truyền hình theo kỹ thuật analog thông thường, 3.000 kênh truyền hình cáp, 20 kênh truyền hình vệ tinh và 1.000 đài phát thanh. Đứng ở vị trí hàng đầu là Đài truyền hình Trung ương Trung Quốc (CCTV) với 16 kênh phủ sóng quốc gia.

Báo in cũng có những bước phát triển nhanh chóng, tuy nhiên sang thế kỷ XXI, cũng tương tự như xu hướng thế giới, báo in đang bị suy giảm. Nếu như năm 1968 trên toàn đại lục chỉ có 42 tờ báo thì 12 năm sau, con số này đã lên tới 382 và hiện nay là hơn 2.200 tờ báo, 8.000 tạp chí và bản tin, nổi bật trong số đó là *Nhân dân nhật báo*. Tờ báo của Đảng Cộng sản Trung Quốc không chỉ tăng liên tục lượng phát

hành bằng tiếng Trung Hoa mà còn phát triển mạnh mẽ phiên bản tiếng Anh nhằm tăng cường ảnh hưởng ra bên ngoài. Đội ngũ làm báo Trung Quốc có trình độ ngày càng cao do được tuyển chọn kỹ càng, đào tạo bài bản.

Tân Hoa xã (THX) là Hãng Thông tấn nổi tiếng của Trung Quốc, tiêu biểu cho TTĐC của quốc gia 1,3 tỷ dân. Trong hơn 90 năm xây dựng và phát triển (thành lập ngày 7.11.1931), Hãng đã trở thành trung tâm thu thập và phân phối thông tin lớn nhất Trung Quốc với đội ngũ nhân viên lên tới 10.000 người làm việc tại 31 trụ sở trên cả nước và 107 văn phòng đại diện trên khắp thế giới. THX còn có 20 đầu báo và hơn 10 tạp chí bằng nhiều thứ tiếng. Trung bình mỗi ngày THX phát đi 1.700 thông tin bằng chữ và 1.500 thông tin hình ảnh, 700 phút thông tin video, duy trì mạng thông tin bằng 8 thứ tiếng. Năm 2008, THX đã khai trương sàn giao dịch thông tin tài chính tại Thượng Hải (TH08). Ngày 1.7.2009, THX khai thông dịch vụ thông tin trên máy di động.

THX vừa thành lập Hãng truyền hình riêng (China Xinhua News Network Corporation - CNC). Phát biểu tại lễ khai trương ngày 31.12.2009, Tổng Giám đốc THX, Lý Tòng Quân cho biết CNC bắt đầu phủ sóng ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương và một số nước châu Âu từ ngày 1.1.2010. CNC có các kênh tin tức, phân tích sự kiện, phỏng vấn, tài chính, thương mại... phát bằng tiếng Trung Quốc suốt ngày đêm. Từ tháng 7.2010, CNC bắt đầu chương trình truyền hình bằng tiếng Anh và trong tương lai sẽ có các chương trình bằng các thứ tiếng Nga, Pháp, Tây Ban Nha và Ả-Rập. Thực tế lâu nay THX vẫn cung cấp các bản tin truyền hình bằng tiếng Anh cho khoảng 50 hãng truyền thông quốc tế như CNN, Reuters... Những cố gắng trên của THX là một bước cạnh tranh với CCTV. Hè 2009, “đại gia” này đã triển khai kênh truyền hình tiếng Ả-Rập tới 22 quốc gia với số người xem lên tới 300 triệu. Bên cạnh các kênh tiếng Pháp và Tây Ban Nha sẵn có, CCTV đã phát kênh tiếng Nga từ tháng 9.2009 và đang xây dựng kênh ngữ Bồ Đào Nha. Tham vọng của CCTV là cuối năm 2025 sẽ có hơn 15 kênh truyền hình phạm vi chi phối toàn cầu.

THX hiện đang duy trì quan hệ với các hãng thông tấn và cơ quan báo chí của hơn 110 nước và

khu vực, trong đó có Thông tấn xã Việt Nam. Mục tiêu chiến lược của hãng là phấn đấu trở thành hãng thông tấn lớn thứ 5 trên thế giới.

2.2. Quản lý báo chí, báo chí điện tử của Trung Quốc

Trung Quốc được coi là một trong những nước có kinh nghiệm trong quản lý báo chí, nhất là báo chí điện tử, thông tin trên Internet. Trước năm 1998, Trung Quốc quản lý báo chí và hoạt động báo chí theo cơ chế tập trung, có kế hoạch. Chỉ riêng từ năm 1998 - 2003, Trung Quốc tiến hành 3 đợt chỉnh đốn và cải cách báo chí (1998-2000-2003), theo hướng cải cách thể chế và cơ chế quản lý phù hợp với nền kinh tế thị trường xã hội chủ nghĩa đặc sắc Trung Quốc. Báo chí hoạt động theo sự chỉ đạo của Đảng thông qua Bộ Tuyên truyền và sự quản lý của Quốc Vụ Viện. Bộ Truyền truyền thuộc Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc chỉ đạo báo chí bằng đường lối, công tác cán bộ, chỉ đạo trực tiếp các sự kiện quan trọng, phức tạp, nhạy cảm. Đơn vị trực tiếp giúp Bộ Tuyên truyền và Quốc Vụ Viện là Tổng Nha Báo chí - xuất bản. Cơ quan này có nhiệm vụ kiểm soát nội dung các sản phẩm truyền thông. Quy định của Trung Quốc cấm đưa những thông tin phức tạp, nhạy cảm có ảnh hưởng xấu đến Đảng, Nhà nước Trung Quốc.

Tính đến nay, Trung Quốc vẫn chưa có Luật Báo chí, nên báo chí và xuất bản được quản lý bằng các điều lệ, thông tư, nghị định... từ trung ương đến cơ sở. Ở mỗi cấp quản lý, cơ quan quản lý căn cứ quy định chung của Trung ương (chủ yếu là căn cứ vào các quy định trong Điều lệ quản lý báo chí - xuất bản do Quốc Vụ viện ban hành) và tình hình thực tế tại địa phương hay đơn vị để đưa ra các quy định cụ thể về quản lý báo chí - xuất bản. Tháng 3.2011, Quốc Vụ viện Trung Quốc ban hành Điều lệ sửa đổi về quản lý xuất bản. Trên cơ sở đó, các địa phương, ban ngành hoặc cơ quan quản lý báo chí - xuất bản các cấp ban hành thông tư, quy định chi tiết về quản lý báo chí - xuất bản ở cấp mình, ví dụ như: Thông tư “Tăng cường công tác quản lý về tuyên truyền quảng cáo trên báo chí” của thành phố Hàng Châu (Triết Giang); Thông tư về “Tăng cường công tác thông tin tuyên truyền đối ngoại trên các phương tiện thông tin đại chúng” của thành phố Nam Kinh (Tô Châu)...

Một trong những yêu cầu bắt buộc đối với hệ thống quy định về quản lý báo chí, xuất bản các cấp ở Trung Quốc là phải tuyệt đối tuân thủ các quy định của Hiến pháp và các điều lệ, kế hoạch, quy hoạch của cấp trên. Với phương thức quản lý như vậy, báo chí Trung Quốc tuy phát triển mạnh mẽ nhưng rất nhất quán về phương thức cũng như nội dung và hình thức tuyên truyền. Tuy chưa hoàn chỉnh pháp luật về báo chí, nhưng rõ ràng Đảng Cộng sản Trung Quốc và Chính phủ nước này rất quan tâm đến vấn đề quản lý báo chí.

Báo mạng điện tử Trung Quốc bắt đầu xuất hiện và phát triển từ những năm đầu thập kỷ 90 của thế kỷ XX. Báo mạng điện tử được coi là loại hình chủ đạo của hình thái thông tin tuyên truyền mới, nó làm thay đổi cơ bản quan niệm và phương thức tuyên truyền truyền thống. Trung Quốc quản lý thông tin trên mạng bằng Luật Internet. Theo đó, Luật quy định những trang báo, tạp chí, trang thông tin điện tử... có nội dung phù hợp với tư tưởng, quan điểm chính trị của Đảng, Nhà nước Trung Quốc được phép xuất bản trên mạng Internet. Đồng thời cấm lưu hành các trang tin, bài báo, bản tin... có nội dung đi ngược lại với quan điểm, tư tưởng của Đảng, Chính phủ và sự quan tâm của độc giả. Nội dung cơ bản của Luật này nhằm khống chế các thông tin độc hại có ảnh hưởng xấu đến tư tưởng, chính trị, an ninh và văn hóa Trung Quốc.

Ngoài việc quản lý nội dung thông tin trên Internet bằng Luật, Trung Quốc còn có các biện pháp ngoài luật như xây dựng bức tường lửa "Great Wall Firewall", giới công nghệ các nước phương tây gọi nó là "Vạn Lý Trường Thành trên mạng". Bức tường lửa này được tạo dựng bởi những bức tường lửa chuẩn trên các proxy server (máy chủ), những bức tường này ngăn việc truy cập tới các nội dung bằng cách chặn vào địa chỉ IP Route được chỉ định. Với hệ thống này, Chính phủ Trung Quốc hoàn toàn chủ động trong việc tìm kiếm và ngăn chặn các nguồn tin mà họ nghĩ rằng sẽ gieo rắc những tư tưởng không tốt cho người dân và gây ra những bất lợi cho Chính phủ.

Cùng với việc sử dụng Great Wall Firewall, Trung Quốc còn phát triển một dự án với tên gọi "Lá chắn", hay Golden Shield. Dự án này là một phần của Great

Wall Firewall. Golden Shield, đã được hoàn thành vào năm 2005. Khác với công việc chính của Great Wall Firewall là ngăn chặn, Golden Shield tập trung vào việc giám sát và kiểm duyệt người dùng. Hệ thống này được vận hành bởi Cục An ninh công cộng (PSB) và lực lượng cảnh sát Trung Quốc. Khi những nội dung, thông tin nhạy cảm được gửi qua mail hoặc đăng tải trên Internet bị phát hiện bởi Golden Shield, một vài lực lượng đặc biệt có thể được cử đến, nếu nghiêm trọng thì bị bắt giữ ngay để điều tra. Có thể nói rằng, với sự xuất hiện của Great Wall Firewall và Golden Shield Chính phủ Trung Quốc đang có trong tay một công cụ đắc lực để vận hành Internet và báo chí điện tử.

Gần đây, để ngăn chặn sự chống phá trên mạng của một số nước phương Tây và lực lượng thù địch, đặc biệt là ngăn chặn sự tác động vào ý thức thể hệ trẻ những tư tưởng mà Chính phủ Trung Quốc cho là không có lợi, Trung Quốc đưa ra "7 vạch đỏ" yêu cầu cán bộ, đảng viên và nhân dân thực hiện: (1) Đưa vào pháp luật để quản lý Internet; (2) Bảo đảm quyền lợi hợp pháp của công dân; (3) Kiên định thực hiện xây dựng chủ nghĩa xã hội đặc sắc Trung Quốc; (4) Chống tin giả tạo; (5) Bảo vệ lợi ích của Đảng và Nhà nước; (6) Bảo đảm an ninh trật tự xã hội; (7) Xây dựng đạo đức xã hội, lối sống văn hóa, truyền thống lịch sử. Đồng thời Trung Quốc đưa ra cách quản lý mới về Internet: "phát triển, vận dụng, quản lý". Để thực hiện "6 chữ" này phải có ý thức về "vạch đỏ" nhằm kiểm soát và quản lý bảo đảm tự do đầy đủ hơn về pháp luật. Trong đó quản lý công nghệ thông tin có 4 yêu cầu: (1) Máy chủ đặt trong nước; (2) Quản lý người dùng; (3) Tăng cường quản lý các phần mềm, người sử dụng phải đăng ký tên thật mới được sử dụng; (4) Quản lý Internet như dùng "hai tay" trong đó một tay phản bác các tin đồn làm tổn hại lợi ích chung, còn một tay tích cực phát triển, mạnh với phương châm lấy "xây" để "chống".

Trung Quốc quản lý báo chí theo cơ chế "cơ quan chủ quản đồng thời là cơ quan xuất bản" mang tính đặc sắc Trung Quốc. Hạt nhân của chế độ quản lý này là tăng cường sự quản lý của cơ quan chủ quản đối với báo chí, chịu trách nhiệm trực tiếp về định hướng nội dung và chất lượng thông tin trên báo chí⁽¹⁾.

3. Một số bài học kinh nghiệm đối với chính sách quản lý và phát triển TTĐC Việt Nam

Trước hết, học tập cách tiếp cận liên ngành, chúng ta cần nghiên cứu cách quản lý, quản trị lĩnh vực TTĐC một cách khoa học, chú ý xem xét cả yếu tố đặc thù của TTĐC, các yếu tố quan hệ hữu cơ như văn hóa, xã hội học, chính trị, kinh tế, an ninh - quốc phòng với tầm nhìn lâu dài, hệ thống, khoa học, biện chứng, hiệu quả (cả kinh tế, lẫn văn hóa tinh thần). Về tinh gọn bộ máy, chuyên nghiệp hóa và tăng hiệu quả cơ quan TTĐC, chúng ta cần thực hiện tốt quy hoạch lực lượng báo chí theo hướng hiệu quả đầu ra, cạnh tranh lành mạnh, không dàn trải. Những cơ quan báo chí, chương trình cụ thể của Đài Phát thanh, Truyền hình nào muốn thực hiện nhiệm vụ chính trị của Đảng, Nhà nước thì cần lập dự án cụ thể và đầu tư lãnh đạo mạnh, khi trúng thầu sẽ được căn cứ vào kết quả công việc để cơ quan chức năng cấp tài chính. Những đơn vị tác nghiệp theo cơ chế tự chủ, không thuộc diện được nhà nước đầu tư (hay chỉ được đầu tư 1 phần), cần chủ động chuyển hướng về cách quản lý, bố trí đội ngũ nhà báo đa năng, tinh gọn bộ máy, tìm được hướng đi về nội dung, loại hình phù hợp để bán được sản phẩm, tăng thu nhập bằng các giải pháp hiện đại như áp dụng số hóa, báo chí đa phương tiện... để tồn tại và phát triển. Trước mắt, cần lập Quỹ hỗ trợ phát triển truyền thông thế kỷ XXI để giúp đỡ các đơn vị truyền thông gặp khó khăn trong giai đoạn chuyển đổi này. Trong khi đó nguyên tắc tăng cường sự lãnh đạo của Đảng, định hướng cho TTĐC cần giữ vững và thể hiện rõ không chỉ trong đường lối, chính sách, đầu tư mà cả trong việc lựa chọn chuẩn, chính xác đội ngũ lãnh đạo các cơ quan báo chí truyền thông.

Chính sách cải cách và mở cửa của Trung Quốc được phát huy khá lâu và họ tiếp tục bổ sung thêm thể chế, chính sách đồng bộ, phù hợp thời kỳ xây dựng xã hội đặc sắc của Trung Quốc, Việt Nam cũng cần tiếp tục công cuộc Đổi mới giai đoạn mới trong thế kỷ XXI, nhấn mạnh chuyển đổi số. Cần hoàn thiện, bổ sung các thể chế cũ, mạnh dạn loại bỏ cái lạc hậu, chú trọng xây dựng “thể chế liên quan đến hoạt động kinh doanh của báo chí truyền thông trong môi trường số (công nghệ mới, sản phẩm mới, dịch vụ mới, mô hình mới mới)⁽²⁾. Như vậy vừa phải sử dụng hết công suất các loại hình báo chí thông dụng, vừa phải kịp

thời phát triển các loại hình mới (có thể sử dụng thí điểm rồi rút kinh nghiệm nhân rộng), hiện nước ta theo luật có 4 loại hình: báo in, báo phát thanh, báo hình, báo điện tử (kể cả Cổng thông tin điện tử).

Trung Quốc luôn chú trọng phát triển đồng bộ các phương tiện TTĐC và kèm theo các biện pháp phòng vệ nếu bị xuyên tạc thông tin, bị đưa thông tin rác tư bên ngoài vào. Chúng ta có thể học hỏi các phương pháp kỹ thuật phù hợp, kết hợp với nâng cao dân trí. Vừa tăng cường kỷ cương, tôn vinh nhà báo chính trực giỏi giang, công dân có đạo đức, nhưng có quy định xử phạt kịp thời, đủ sức răn đe người cố tình vi phạm pháp luật. Chúng ta cần chú ý xu hướng thực tế “Xuất hiện các phương tiện truyền thông mới mẽ trên các nền tảng công nghệ hiện đại như truyền thông đa phương tiện, truyền thông điện thoại di động, có sự lồng ghép đồng thời 1 số ứng dụng truyền thông mới... để có biện pháp hữu hiệu, chủ động trong quản lý, điều hành, hợp tác với các nước khi cần thiết”⁽³⁾.

Ta còn có thể học tập kinh nghiệm vừa sử dụng Luật báo chí vừa dùng các quy định dưới luật của bộ ngành chủ quản, của địa phương để phù hợp thực tiễn ngành, địa phương. Mặt khác, trong thời đại giao lưu hợp tác ngày nay, Việt Nam vừa cần tiếp thu việc chuyển giao kinh nghiệm quản lý, quản trị TTĐC, vừa tiếp thu kinh nghiệm thiết kế hình thức, cải tiến nội dung thông điệp, giao diện, trang bìa, của các nước kể cả của Trung Quốc nếu phù hợp. Hơn nữa, ngoài các cuộc thi báo chí tiếng Việt, tranh giải của Việt Nam cần thí điểm cử nhà báo giỏi tham gia thi báo chí quốc tế. Việc đào tạo bồi dưỡng nhà báo vừa phải kiện toàn tổ chức chính quy ở các đại học, lại cần nâng cao việc bồi dưỡng ngắn hạn tại chỗ với chương trình tiên tiến. Các nhà nghiên cứu truyền thông, nhà báo cần chủ động tham gia nhiều hơn các hội thảo chuyên môn trong, ngoài nước để nắm bắt cả lý luận, thực tiễn phong phú thời hội nhập nhiều lĩnh vực, trong đó có cả lĩnh vực truyền thông - văn hóa.

(1) Nguyễn Minh Thắng, Tạp chí Công Thương điện tử, 12.12.2018

(2) Nhiều tác giả, *Chuyển đổi số báo chí Việt Nam: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb. Chính trị Quốc gia 2022, tr. 105

(3) Lê Thanh Bình (2021), *Truyền thông phát triển xã hội, văn hóa, ngoại giao văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa và cách mạng công nghiệp 4.0*, Nxb. Chính trị quốc gia, tr. 286.