

Giải pháp đẩy mạnh tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển ở các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng Sông Hồng đến năm 2030, tầm nhìn đến 2045

Ngày nhận bài: 11/04/2025 | Ngày phản biện: 12/04/2025 | Ngày xuất bản: 16/04/2025

Tác giả: Nguyễn Thị Hải Ninh (Trưởng Chính trị Nguyễn Văn Cừ, Quảng Ninh)

Tóm tắt: Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và yêu cầu phát triển bền vững, kinh tế biển đang ngày càng khẳng định vai trò trọng yếu trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Vùng Đồng bằng sông Hồng là khu vực có tiềm năng lớn trong phát triển kinh tế biển nhờ lợi thế về vị trí địa lý, hệ thống cảng biển, nguồn nhân lực dồi dào và hệ sinh thái ven biển phong phú. Tuy nhiên, để khai thác hiệu quả các tiềm năng đó theo hướng bền vững, công tác tuyên truyền đóng vai trò cực kỳ quan trọng. Bài viết này phân tích thực trạng tuyên truyền phát triển kinh tế biển ở các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng; đồng thời đề xuất các giải pháp nhằm đẩy mạnh hiệu quả tuyên truyền, góp phần hiện thực hóa mục tiêu phát triển bền vững đến năm 2030, tầm nhìn đến 2045.

1. Đặc điểm tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển ở các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng hiện nay

Vùng Đồng bằng sông Hồng, với hệ thống các tỉnh ven biển như Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định, Quảng Ninh, có một vị trí quan trọng trong phát triển kinh tế biển của cả nước, do đó công tác tuyên truyền đóng vai trò cực kỳ quan trọng. Đặc điểm đầu tiên trong công tác tuyên truyền là sự gắn kết chặt chẽ giữa các chính sách phát triển kinh tế biển với việc bảo vệ tài nguyên biển và môi trường. Cùng với việc thúc đẩy các hoạt động khai thác tài nguyên biển, tuyên truyền cần nhấn mạnh việc bảo vệ và duy trì các hệ sinh thái biển, bảo tồn nguồn lợi thủy sản và các loài sinh vật biển. Đặc biệt, tuyên truyền phải kết hợp với các chiến lược ứng phó với biến đổi khí hậu, bảo vệ các vùng bờ biển, hạn chế tác động tiêu cực của các hoạt động kinh tế lên môi trường biển.

Nghị quyết số 36-NQ/TW ngày 22/10/2018 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII Về chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đề cập đến một số chủ trương lớn, trong đó phát triển các ngành kinh tế biển đã nhấn mạnh: “Đến năm 2030, phát triển thành công, đột phá về các ngành kinh tế biển theo thứ tự ưu tiên: Du lịch và dịch vụ biển; Kinh tế hàng hải; Khai thác dầu khí và các tài nguyên khoáng sản biển khác; Nuôi trồng và khai thác hải sản; Công nghiệp ven biển; Năng lượng tái tạo và các ngành kinh tế biển mới”⁽¹⁾.

Nội dung tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển tại các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng cần đặc biệt chú trọng vào các vấn đề như bảo vệ tài nguyên biển, duy trì nguồn lợi thủy sản, phát triển du lịch sinh thái và ứng dụng công nghệ trong khai thác tài nguyên biển. Công tác tuyên truyền cần truyền tải những thông tin về tầm quan trọng của biển đối với sự phát triển kinh tế, đặc biệt là vai trò của các ngành kinh tế biển như thủy sản, dầu khí, du lịch biển, và năng lượng tái tạo từ biển. Tuyên truyền cũng cần làm rõ những lợi ích mà người dân có thể nhận được từ việc phát triển kinh tế biển bền vững, như việc duy trì nguồn thu nhập ổn định từ nghề thủy sản và du lịch, cũng như việc cải thiện chất lượng cuộc sống nhờ bảo vệ môi trường biển. Bên cạnh đó, tuyên truyền còn phải phản ánh các thách thức trong việc phát triển kinh tế biển, như vấn đề ô nhiễm biển, xâm nhập mặn, và tác động của biến đổi khí hậu.

Phương pháp tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển tại các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng hiện nay cần phải đa dạng và phù hợp với từng đối tượng. Để đạt được hiệu quả cao, tuyên truyền không chỉ dựa vào các phương tiện truyền thông đại chúng như báo chí, truyền hình, và mạng xã hội, mà còn cần có sự tham gia trực tiếp của các cộng đồng, tổ chức xã hội và doanh nghiệp. Một trong những phương pháp tuyên truyền hiệu quả là tổ chức các cuộc hội thảo, tọa đàm, hội nghị để trao đổi thông tin, thảo luận về các giải pháp phát triển bền vững kinh tế biển. Đây là cơ hội để các nhà quản lý, các chuyên gia và cộng đồng chia sẻ kinh nghiệm, từ đó tạo ra sự đồng thuận về các vấn đề liên quan đến phát triển bền vững. Phương pháp tuyên truyền qua các hoạt động thực tiễn như trồng cây ngập mặn, dọn dẹp bãi biển, và các chiến dịch bảo vệ môi trường biển cũng có tác dụng lớn trong việc thay đổi hành vi của cộng đồng.

Ngoài ra, việc sử dụng các hình thức truyền thông trực quan, đồ họa thông tin, video và các chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội là phương pháp hiệu quả trong việc tiếp cận đối tượng trẻ, nâng cao nhận thức và khuyến khích sự tham gia của cộng đồng vào các hoạt động bảo vệ tài nguyên biển. Các chương trình giáo dục cộng đồng, đặc biệt là đối với thế hệ trẻ, cần được chú trọng để hình thành một thế hệ có ý thức bảo vệ biển từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường.

2. Thực trạng trong tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển ở các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng hiện nay

2.1. Những điểm tích cực

Công tác tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển ở các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng thời gian qua đã đạt được nhiều kết quả tích cực, thể hiện qua việc nâng cao nhận thức cộng đồng, sự đồng thuận của người dân và sự vào cuộc mạnh mẽ của các cơ quan truyền thông, chính quyền địa phương và các tổ chức xã hội. Một trong những ưu điểm nổi bật chính là việc các tỉnh, thành phố như Quảng Ninh, Hải Phòng, Thái Bình và Nam Định đã chủ động tích hợp nội dung tuyên truyền phát triển kinh tế biển vào các chương trình truyền thông chính trị, phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Năm 2023, tổng sản lượng thủy sản toàn tỉnh Thái Bình đạt 289.493 tấn, chủ yếu là các loại như tôm, cua, cá, ngao, hào, đặc biệt là tôm sú và tôm thẻ chân trắng, các loài hải sản có giá trị kinh tế cao⁽²⁾. Tổng số tàu cá đã được đăng ký cập nhật trên phần mềm dữ liệu tàu cá Quốc gia Vnfishbase là 725 tàu, trong đó, có 175 tàu cá có chiều dài từ 15 mét trở lên ; 201 tàu cá có chiều dài từ 12 mét đến 15 mét và 349 tàu cá có chiều dài từ 6 mét đến 12 mét⁽³⁾.

Thông qua hệ thống đài phát thanh - truyền hình địa phương, báo chí địa phương và cả mạng xã hội, các thông điệp về khai thác bền vững tài nguyên biển, bảo vệ môi trường biển, phát triển cảng biển, du lịch biển, nuôi trồng thủy sản gắn với bảo tồn hệ sinh thái... đã được truyền tải rộng rãi đến mọi tầng lớp nhân dân. Điều này góp phần tạo nên một mặt bằng nhận thức chung trong cộng đồng về tầm quan trọng của kinh tế biển trong chiến lược phát triển lâu dài của khu vực.

Phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam

(Xem trang 2)



Thu hoạch ngao ở Tiền Hải.

Ảnh tư liệu

Tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển trên báo in Thái Bình

Một điểm sáng khác trong tuyên truyền là sự đổi mới mạnh mẽ về nội dung và hình thức thể hiện. Thay vì chỉ truyền tải thông tin mang tính tuyên truyền thuần túy, nhiều cơ quan báo chí và truyền thông tại địa phương đã chuyển hướng sang các hình thức tuyên truyền gắn với câu chuyện thực tế, phóng sự truyền hình, tọa đàm chuyên đề với sự tham gia của chuyên gia, nhà quản lý và người dân địa phương. Cách tiếp cận này không những tăng tính thuyết phục, mà còn thúc đẩy sự quan tâm của cộng đồng đối với vấn đề phát triển kinh tế biển. Chẳng hạn, các chương trình “Biển đảo quê hương”, “Kinh tế biển bền vững” trên sóng truyền hình Hải Phòng và các chuyên trang kinh tế biển trên báo Thái Bình điện tử đã trở thành kênh thông tin hữu ích, định hướng rõ ràng các vấn đề mà địa phương đang ưu tiên như quy hoạch phát triển cảng biển, chính sách thu hút đầu tư vào nuôi biển công nghệ cao hay nâng cao năng lực phòng chống thiên tai vùng ven biển.

Một ưu điểm quan trọng nữa là sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan truyền thông với hệ thống chính trị cơ sở, đặc biệt là các tổ chức đoàn thể như Hội Phụ nữ, Đoàn

Thanh niên, Hội Nông dân. Thông qua các hoạt động truyền thông cộng đồng, diễn đàn xã hội, các buổi tọa đàm, hội thi, tuyên truyền viên cơ sở đã trở thành lực lượng nòng cốt đưa thông tin về phát triển kinh tế biển đến tận các hộ ngư dân, các doanh nghiệp nhỏ ven biển. Việc đẩy mạnh hình thức tuyên truyền trực tiếp tại cơ sở, kết hợp với tuyên truyền qua các nền tảng số như fanpage, YouTube và Zalo OA giúp mở rộng phạm vi tiếp cận, thu hút sự quan tâm của nhiều đối tượng khác nhau, đặc biệt là thế hệ trẻ. Sự gắn kết này cũng góp phần thúc đẩy quá trình chuyển đổi nhận thức sang hành động trong cộng đồng cư dân ven biển – yếu tố then chốt để hiện thực hóa các mục tiêu phát triển bền vững kinh tế biển.

Ngoài ra, việc chú trọng lồng ghép nội dung tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển với công tác giáo dục chính trị, phổ biến pháp luật, xây dựng nông thôn mới cũng là điểm cộng trong hoạt động truyền thông hiện nay. Các tỉnh ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng đã phát huy thế mạnh của hệ thống chính trị cơ sở và đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên để tổ chức nhiều lớp tập huấn, tọa đàm chuyên đề về kinh tế biển, khai thác thủy sản hợp pháp, bảo vệ môi trường biển, thích ứng biến đổi khí hậu... giúp người dân, đặc biệt là ngư dân, hiểu rõ hơn về trách nhiệm và quyền lợi của mình trong việc tham gia phát triển kinh tế biển. Việc xây dựng các mô hình truyền thông cộng đồng gắn với các tổ chức sản xuất như hợp tác xã, tổ đội tàu thuyền, nghiệp đoàn nghề cá... cũng cho thấy hiệu quả rõ rệt trong việc lan tỏa thông điệp và thúc đẩy sự đồng hành của người dân.

2.2. Những điểm hạn chế

Bên cạnh những kết quả tích cực, công tác tuyên truyền về phát triển kinh tế biển bền vững ở vùng ĐBSH vẫn còn tồn tại không ít hạn chế. Trước hết, nội dung tuyên truyền còn thiếu chiều sâu, chủ yếu tập trung vào phản ánh hoạt động kinh tế đơn lẻ mà chưa làm nổi bật mối quan hệ giữa phát triển kinh tế biển với bảo vệ môi trường, an ninh quốc phòng và sinh kế bền vững cho người dân. Nhiều bản tin, bài viết vẫn còn dàn trải, chưa có sự phân tích, so sánh, dẫn chứng số liệu cụ thể, dẫn đến hiệu quả tuyên truyền chưa cao. Bên cạnh đó, lực lượng làm công tác truyền thông chuyên sâu về kinh tế biển còn thiếu và yếu, thiếu sự phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan truyền thông với các viện nghiên cứu, chuyên gia kinh tế biển, cũng như chưa có cơ chế tài chính rõ ràng để đầu tư lâu dài cho các sản phẩm truyền thông chất lượng cao. Công tác định

hướng dư luận xã hội về những vấn đề phức tạp như quy hoạch không gian biển, khai thác tài nguyên ven bờ, bảo tồn hệ sinh thái biển còn yếu và thiếu linh hoạt.

Bên cạnh đó, nguồn lực làm công tác tuyên truyền, đặc biệt là đội ngũ cán bộ tuyên truyền viên và nhà báo chuyên trách về mảng kinh tế biển tại địa phương còn thiếu cả về số lượng lẫn chất lượng. Ở nhiều tỉnh như Thái Bình, Nam Định, lực lượng chuyên trách làm truyền thông về kinh tế biển phần lớn kiêm nhiệm, không được đào tạo bài bản về kiến thức biển đảo, kinh tế biển, môi trường biển nên việc khai thác đề tài còn nặng tính sự vụ, thiếu tư duy phản biện và thiếu định hướng phát triển bền vững. Bên cạnh đó, đội ngũ truyền thông cơ sở, đặc biệt là cộng tác viên tại thôn, xã ven biển còn gặp khó khăn trong việc tiếp cận thông tin chính thống, kỹ năng truyền thông hiện đại còn yếu, khiến nhiều chiến dịch truyền thông chưa lan tỏa được đến các nhóm dân cư trọng yếu như ngư dân, doanh nghiệp thủy sản, tổ đội khai thác ven bờ.

Thực tiễn cũng cho thấy, nhu cầu nâng cao nhận thức cộng đồng và năng lực truyền thông về phát triển bền vững kinh tế biển ngày càng trở nên cấp thiết. Trong khi đó, một số chính quyền địa phương vẫn xem nhẹ vai trò của truyền thông, chưa coi đây là công cụ chiến lược trong phát triển kinh tế biển. Điều này thể hiện ở chỗ ngân sách dành cho hoạt động tuyên truyền còn rất hạn chế, việc xây dựng kế hoạch truyền thông bài bản, dài hạn hầu như chưa được thực hiện đồng bộ. Hơn nữa, tình trạng “truyền thông một chiều” – tức chỉ truyền tải thông tin từ phía chính quyền mà thiếu cơ chế tiếp nhận phản hồi từ doanh nghiệp, ngư dân và các tổ chức xã hội – vẫn còn phổ biến, khiến hiệu quả tương tác và thay đổi hành vi chưa đạt yêu cầu.

3. Giải pháp tăng cường tuyên truyền phát triển bền vững kinh tế biển ở các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng hiện nay

Trước tiên, để đẩy mạnh tuyên truyền phát triển kinh tế biển một cách hiệu quả, cần xác định rõ nhóm đối tượng mục tiêu của truyền thông, từ đó thiết kế nội dung và hình thức phù hợp. Các nhóm đối tượng chủ yếu bao gồm: người dân ven biển, cộng đồng ngư dân, doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực hàng hải, nuôi trồng thủy sản, du lịch biển, logistics biển; cán bộ quản lý địa phương và học sinh, sinh viên. Với từng nhóm, nội dung tuyên truyền cần được điều chỉnh phù hợp với mức độ nhận thức, khả năng tiếp cận thông tin và hành vi cụ thể. Chẳng hạn, với người dân và ngư dân, nội dung tuyên

truyền cần tập trung vào các kiến thức thiết thực như bảo vệ môi trường biển, khai thác hải sản có trách nhiệm, thích ứng với biến đổi khí hậu, và tiếp cận các chương trình hỗ trợ phát triển bền vững của Nhà nước. Với cộng đồng doanh nghiệp, truyền thông cần hướng tới việc giới thiệu chính sách ưu đãi đầu tư, các mô hình sản xuất xanh, công nghệ mới trong khai thác và chế biến thủy hải sản, logistics biển, cũng như kinh nghiệm quốc tế về phát triển kinh tế biển bền vững. Với cán bộ quản lý địa phương, việc cập nhật các định hướng, chiến lược và khung pháp lý liên quan đến phát triển biển bền vững cần được chú trọng, nhằm nâng cao năng lực lãnh đạo và điều hành hiệu quả.

Bên cạnh việc xác định đúng đối tượng, cần đổi mới mạnh mẽ hình thức tuyên truyền trên cả ba cấp độ: truyền thông đại chúng, truyền thông chuyên biệt và truyền thông số. Ở cấp độ truyền thông đại chúng, cần phát huy vai trò của các cơ quan báo chí trung ương và địa phương, đẩy mạnh việc xây dựng các chuyên mục, chuyên trang, chương trình phát thanh, truyền hình về biển – đảo, kinh tế biển, mô hình phát triển bền vững ở các tỉnh ven biển. Các chương trình cần được đầu tư kỹ về nội dung và hình ảnh, có yếu tố tương tác với người xem, đồng thời thể hiện rõ góc nhìn đa chiều, liên ngành và gắn với thực tiễn địa phương. Ở cấp độ truyền thông chuyên biệt, việc xây dựng các bản tin dành riêng cho cán bộ, doanh nghiệp, hoặc nhóm cộng đồng chuyên môn là rất cần thiết. Các tài liệu chuyên đề, bản tin chính sách, ấn phẩm khoa học phổ thông cần được xuất bản thường kỳ và phân phối hiệu quả đến các đối tượng liên quan. Ở cấp độ truyền thông số, cần tận dụng triệt để các nền tảng mạng xã hội, ứng dụng di động, báo điện tử và các công cụ AI, Big Data để cá nhân hóa thông tin truyền thông, mở rộng phạm vi tiếp cận và tăng tính tương tác. Việc xây dựng hệ thống dữ liệu số về kinh tế biển vùng Đồng bằng sông Hồng, tích hợp cùng các nền tảng truyền thông sẽ là công cụ hữu hiệu để các bên liên quan có thể tra cứu, học hỏi, chia sẻ thông tin một cách thuận lợi.

Một trong những giải pháp quan trọng để thúc đẩy công tác tuyên truyền là xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành và liên vùng giữa các cơ quan truyền thông với các bộ, ngành, địa phương, viện nghiên cứu, trường đại học và doanh nghiệp. Việc xây dựng các chương trình truyền thông mang tính hệ thống, có sự tham gia đồng bộ từ Trung ương đến địa phương sẽ giúp thống nhất nội dung, tránh chồng chéo và tăng cường hiệu quả lan tỏa. Ví dụ, Bộ Thông tin và Truyền thông có thể chủ trì xây dựng Chiến

lược truyền thông quốc gia về phát triển kinh tế biển bền vững; Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Văn hóa – Thể thao và Du lịch sẽ cung cấp dữ liệu, định hướng chuyên môn; các tỉnh, thành phố ven biển vùng Đồng bằng sông Hồng sẽ tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông cụ thể phù hợp với điều kiện địa phương. Ngoài ra, cần thiết lập mạng lưới cộng tác viên truyền thông tại các địa phương, đặc biệt là các xã, phường ven biển, vừa đóng vai trò “cầu nối” giữa cơ sở và các cơ quan báo chí, vừa cung cấp các phản hồi, phản ánh thực tiễn để điều chỉnh chiến lược truyền thông linh hoạt.

Cùng với các giải pháp trên, công tác đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ làm công tác truyền thông về kinh tế biển cũng là yêu cầu cấp thiết. Các chương trình đào tạo chuyên sâu về truyền thông biển đảo, báo chí môi trường, truyền thông rủi ro và thích ứng biến đổi khí hậu cần được thiết kế và triển khai tại các trường đại học, học viện báo chí, trung tâm đào tạo chuyên môn. Đội ngũ phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên không chỉ được trang bị kỹ năng nghiệp vụ báo chí mà còn cần có kiến thức nền tảng về kinh tế biển, sinh thái biển, chính sách biển và các quy định pháp luật liên quan. Bên cạnh đó, việc tổ chức các khóa tập huấn ngắn hạn, hội thảo chuyên đề, chương trình trao đổi kinh nghiệm quốc tế sẽ giúp đội ngũ truyền thông cập nhật tri thức mới và kỹ năng truyền thông hiện đại. Đặc biệt, cần tạo điều kiện để các nhà báo được thực địa tại các địa phương ven biển, từ đó nâng cao khả năng khai thác đề tài, kể chuyện theo cách gần gũi, sinh động, có sức lan tỏa cao.

Tài liệu tham khảo

- (1) Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII (2018), Nghị quyết số 36-NQ/TW ngày 22/10/2018 Về chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.
- (2) Nam Cường (2023), “Thái Bình: năm 2023 nuôi trồng thủy sản phát triển ổn định”, Tạp chí Thủy sản Việt Nam điện tử, <https://thuysanvietnam.com.vn/thai-binh-nam-2023-nuoi-trong-thuy-san-phat-trien-on-dinh/>.
- (3) Mai Tú, “Thái Bình triển khai cao điểm chống khai thác hải sản bất hợp pháp”, Nhân dân điện tử ngày 15/02/2024, <https://nhandan.vn/thai-binh-trien-khai-cao-diem-chong-khai-thac-hai-san-bat-hop-phap-post796287.html>.

1. Bạch Dương, Minh Đức (2023), Quảng Ninh phát huy lợi thế trở thành trung tâm kinh tế biển bền vững của cả nước, Tạp chí Biển Việt Nam, số ra tháng 3/2023.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), Nghị quyết Trung ương 04 khoá X "chiến lược phát triển kinh tế biển đến năm 2020", Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội