

Một số giải pháp tăng cường quản lý thông điệp về chính sách Y Dược cổ truyền trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 27/02/2025 | Ngày phản biện: 28/02/2025 | Ngày xuất bản: 12/03/2025

Tác giả: Nguyễn Thị Hà

Tóm tắt: Y dược cổ truyền là một phần quan trọng trong nền y học Việt Nam, không chỉ góp phần chăm sóc sức khỏe cộng đồng mà còn gắn liền với giá trị văn hóa, tri thức dân tộc. Trong bối cảnh chuyển đổi số, báo mạng điện tử trở thành kênh thông tin chủ đạo giúp truyền tải các chính sách về y dược cổ truyền đến công chúng một cách nhanh chóng và rộng rãi. Tuy nhiên, việc quản lý nội dung thông tin trên nền tảng này vẫn còn nhiều bất cập như tình trạng sai lệch, thiếu kiểm chứng hoặc bị thương mại hóa quá mức, gây ảnh hưởng đến nhận thức của người dân và công tác quản lý nhà nước. Trước thực trạng đó, việc tăng cường các giải pháp nhằm kiểm soát và định hướng thông điệp về chính sách y dược cổ truyền trên báo mạng điện tử là cần thiết, góp phần bảo vệ người tiêu dùng, nâng cao nhận thức cộng đồng và thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền y học cổ truyền Việt Nam.

Vai trò của quản lý thông điệp về chính sách Y Dược cổ truyền trên báo mạng điện tử

Một là, góp phần kết hợp tối ưu các nguồn lực trong tổ chức sản xuất

Quản lý thông điệp về chính sách y dược cổ truyền trên báo mạng điện tử đóng vai trò quan trọng trong việc kết hợp tối ưu các nguồn lực trong tổ chức sản xuất nội dung báo chí. Thông qua việc xây dựng và truyền tải thông điệp một cách có kế hoạch, các cơ quan báo chí có thể phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận như phóng viên, biên tập viên, và bộ phận kỹ thuật để đảm bảo chất lượng nội dung và hình thức trình bày. Việc quản lý thông điệp giúp định hướng rõ ràng mục tiêu truyền thông, từ đó giảm thiểu lãng phí tài nguyên như thời gian, nhân lực, và ngân sách. Chẳng hạn, khi thông điệp

về chính sách y dược cổ truyền được xác định cụ thể, các bài viết và sản phẩm truyền thông sẽ tập trung vào nội dung ưu tiên, tránh trùng lặp hoặc sai lệch thông tin, đồng thời tận dụng hiệu quả các nền tảng số để tiếp cận đúng đối tượng độc giả.

Hơn nữa, quản lý thông điệp hiệu quả còn giúp kết nối và tận dụng các nguồn lực từ bên ngoài như chuyên gia, tổ chức nghiên cứu, và cộng đồng để tăng cường sức mạnh thông tin. Việc hợp tác với các nhà khoa học, bác sĩ, và những người hoạt động trong lĩnh vực y dược cổ truyền giúp đảm bảo tính chính xác và chuyên sâu của nội dung. Đồng thời, báo mạng điện tử có thể huy động sự tham gia của cộng đồng thông qua các tính năng tương tác như bình luận, chia sẻ, hoặc đóng góp ý kiến về chính sách. Sự kết hợp này không chỉ tăng tính toàn diện và thuyết phục của thông điệp mà còn tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ, thu hút sự chú ý và ủng hộ của công chúng đối với các chính sách y dược cổ truyền. Qua đó, quản lý thông điệp không chỉ là một công cụ truyền thông mà còn là phương tiện liên kết các nguồn lực để nâng cao hiệu quả sản xuất và truyền tải thông tin.

Hai là, góp phần đảm bảo ý nghĩa thông điệp đáp ứng nhu cầu công chúng

Quản lý thông điệp về chính sách Y Dược cổ truyền trên báo mạng điện tử đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo các thông tin được truyền tải một cách rõ ràng, nhất quán và phù hợp với nhu cầu của công chúng. Thông qua quản lý thông điệp, ý nghĩa của các chính sách về Y Dược cổ truyền được làm nổi bật, từ đó giúp người dân hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của việc bảo tồn tri thức y học dân tộc, phát triển nguồn dược liệu, và kết hợp y học cổ truyền với y học hiện đại để nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe. Việc xây dựng và truyền tải thông điệp cần hướng tới việc đáp ứng nhu cầu thông tin của các nhóm đối tượng khác nhau, từ công chúng phổ thông cần những thông tin thiết thực về lợi ích chính sách, đến các chuyên gia, nhà quản lý cần các nội dung chuyên sâu hơn.

Quản lý hiệu quả thông điệp giúp tăng cường nhận thức xã hội, tạo sự đồng thuận và khuyến khích sự tham gia của cộng đồng trong việc thực hiện các mục tiêu chính sách. Bên cạnh đó, quản lý thông điệp còn giúp điều chỉnh nội dung và hình thức truyền tải sao cho phù hợp với xu hướng tiếp nhận thông tin của công chúng trên báo mạng điện tử. Các nền tảng số hóa cho phép truyền tải thông điệp dưới nhiều định

dạng như bài viết, infographic, video phỏng vấn, hoặc các chương trình livestream tương tác trực tiếp, mang lại trải nghiệm phong phú và sinh động. Việc tối ưu hóa thông điệp dựa trên các phản hồi từ người đọc giúp chương trình truyền thông trở nên gần gũi, thiết thực hơn, từ đó đáp ứng tốt hơn các nhu cầu đa dạng của công chúng. Hơn nữa, các thông điệp được quản lý chặt chẽ không chỉ củng cố niềm tin của công chúng vào chính sách mà còn giúp Đảng và Nhà nước duy trì sự minh bạch và trách nhiệm trong việc triển khai các chương trình liên quan đến Y Dược cổ truyền, góp phần đảm bảo thành công và ý nghĩa bền vững của chính sách.

Ba là, góp phần đảm bảo nội dung, hình thức tin, bài đáp ứng mục tiêu, yêu cầu đặt ra

Quản lý thông điệp về chính sách y dược cổ truyền trên báo mạng điện tử đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo rằng nội dung và hình thức các tin, bài viết đáp ứng đúng mục tiêu và yêu cầu của các chính sách của Đảng và Nhà nước. Đầu tiên, việc quản lý thông điệp giúp định hướng nội dung bài viết, đảm bảo rằng các thông tin về y dược cổ truyền được truyền tải chính xác, đầy đủ và phù hợp với các quy định pháp lý, đồng thời phản ánh đúng tầm quan trọng của y dược cổ truyền trong hệ thống chăm sóc sức khỏe quốc gia. Các bài viết phải không chỉ mô tả các phương pháp y dược cổ truyền mà còn phải làm rõ chính sách khuyến khích, phát triển và ứng dụng những phương pháp này trong điều trị bệnh. Ngoài ra, các thông điệp cần được xây dựng sao cho dễ hiểu và dễ tiếp cận đối với mọi đối tượng độc giả, giúp họ nhận thức rõ ràng về vai trò của y dược cổ truyền trong cuộc sống hiện đại.

Thành công trong quản lý thông điệp về chính sách Y Dược cổ truyền trên báo mạng điện tử

Khảo sát 1541 tin, bài mang thông điệp về chính sách y dược cổ truyền trên 3 tờ báo mạng điện tử khảo sát gồm: Dân trí (dantri.com.vn), báo Pháp luật Việt Nam (baophapluat.vn), báo Sức khỏe và Đời sống (suckhoedoisong.vn) từ tháng 01/2024 đến tháng 12/2024 cho thấy báo Sức khỏe đời sống có 751 tin, bài tương ứng với 48,73%, báo Pháp luật Việt Nam có 426 tin, bài chiếm 27,64%; báo Dân trí có 364 tin, bài chiếm 23,62%. Qua đó, có thể đánh giá một số thành công sau:

Thứ nhất, xây dựng nội dung thông điệp phù hợp với định hướng chính sách và nhu cầu xã hội

Thành công lớn đầu tiên trong việc quản lý thông điệp về chính sách y dược cổ truyền năm 2024 chính là khả năng xây dựng nội dung thông điệp phù hợp với định hướng chính sách của Đảng, Nhà nước, đồng thời đáp ứng nhu cầu tiếp cận thông tin của cộng đồng. Các bài viết được xây dựng dựa trên các văn bản pháp lý, nghị định và chỉ thị của cơ quan quản lý như Bộ Y tế và Bộ Tư pháp, đảm bảo thông điệp truyền tải đúng và nhất quán. Nội dung không chỉ tập trung phản ánh các chủ trương lớn như phát triển vùng dược liệu, bảo tồn tri thức y học cổ truyền mà còn mở rộng tới các câu chuyện gần gũi với người dân, như ứng dụng thuốc đông y trong chăm sóc sức khỏe hoặc vai trò của y học cổ truyền trong kết hợp với y học hiện đại. Nhờ đó, thông điệp không chỉ có tính chính thống mà còn thu hút sự quan tâm của công chúng ở nhiều tầng lớp khác nhau. Đặc biệt, việc sử dụng các bài viết mang tính hướng dẫn thực tiễn, như cách nhận biết dược liệu thật-giả hay quy trình khám chữa bệnh bằng y học cổ truyền, đã góp phần tăng cường niềm tin của cộng đồng đối với chính sách của nhà nước trong lĩnh vực này.

Thứ hai, đa dạng hóa phương thức truyền tải thông điệp

Một trong những thành công nổi bật khác trong quản lý thông điệp về chính sách y dược cổ truyền năm 2024 là sự đa dạng hóa các phương thức truyền tải thông điệp. Các báo mạng điện tử như Sức khỏe & Đời sống, Dân trí, và Pháp luật Việt Nam đã tận dụng tối đa sức mạnh của các công cụ truyền thông đa phương tiện để làm phong phú nội dung. Hình ảnh minh họa, video phóng sự, đồ họa thông tin, và các chương trình trực tuyến đã được sử dụng hiệu quả để truyền tải các thông điệp phức tạp một cách dễ hiểu và sinh động hơn. Ví dụ, các video phỏng vấn chuyên gia về lợi ích của y học cổ truyền trong phòng và điều trị bệnh không chỉ cung cấp thông tin mà còn tạo ra sự kết nối cảm xúc với độc giả. Đồng thời, infographic trình bày các số liệu thống kê về hiệu quả sử dụng thuốc đông y, vùng dược liệu trọng điểm, hay các quy định pháp luật đã giúp nội dung bài viết trở nên trực quan và hấp dẫn hơn.



Infographic về thảo dược Kim Mộc Đan trên báo Dân trí (nguồn: Dantri.com.vn)

Sự đa dạng hóa này không chỉ đáp ứng nhu cầu thông tin của độc giả mà còn giúp lan tỏa thông điệp tới các đối tượng độc giả trẻ, vốn ưa chuộng các hình thức truyền thông hiện đại.

Thứ ba, phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan báo chí và cơ quan quản lý nhà nước

Thành công thứ ba nằm ở sự phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan báo chí và cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực y dược từ Bộ Y tế tới Sở Y tế các địa phương trong việc triển khai thông điệp về chính sách y dược cổ truyền. Báo Sức khỏe & Đời sống, với vai trò là cơ quan ngôn luận của Bộ Y tế, đã phản ánh kịp thời các chính sách và chỉ đạo của nhà nước thông qua hệ thống bài viết, phóng sự, và các chương trình truyền thông. Tương tự, báo Pháp luật Việt Nam tập trung khai thác khía cạnh pháp lý của chính sách, như bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong sản xuất dược liệu, quản lý chất lượng thuốc đông y, và xử lý các vi phạm liên quan đến kinh doanh dược liệu giả. Mặt khác, báo Dân trí đảm nhận vai trò trung gian trong việc phổ biến thông tin tới cộng đồng, sử dụng ngôn ngữ gần gũi để chuyển tải các thông điệp chính sách tới đông đảo độc giả. Sự phối hợp này không chỉ đảm bảo nội dung thống nhất và chính xác mà còn tạo ra hiệu ứng đồng bộ, giúp thông điệp tiếp cận rộng rãi và hiệu quả.

Hạn chế trong quản lý thông điệp về chính sách Y Dược cổ truyền trên báo mạng điện tử

Thứ nhất, là sự thiếu đồng bộ trong việc xác định và xây dựng thông điệp về chính sách y dược cổ truyền trên các nền tảng truyền thông. Trong năm 2024, mặc dù các cơ quan báo chí đã tích cực đưa tin về y dược cổ truyền, nhưng vẫn tồn tại tình trạng các thông điệp không đồng nhất, thiếu tính xuyên suốt và không đảm bảo sự nhất quán về nội dung. Một số bài viết tập trung nhấn mạnh thành tựu và giá trị của y học cổ truyền, trong khi các bài khác lại chỉ đề cập đến những khó khăn hoặc thách thức trong việc triển khai chính sách. Sự không đồng bộ này khiến công chúng khó có được cái nhìn toàn diện và chính xác về y dược cổ truyền.

Ví dụ trong bài viết: “Cảnh giác lương y gia truyền dỏm quảng cáo thổi phồng bài thuốc” đăng tải trên báo điện tử Dân trí ngày 6/11/2024, tác giả Nam Phương thông tin thời gian qua, Cục Quản lý Y, Dược Cổ truyền nhận nhiều phản ánh, khiếu nại của các lương y sở hữu bài thuốc y học cổ truyền bị mạo danh, quảng cáo quá mức trên mạng xã hội. Tuy nhiên, nội dung bài viết lại không chỉ ra các biểu hiện hay dấu hiệu nhận biết lương y gia truyền dỏm này, thậm chí nêu thông tin rất chung chung như: Bên cạnh đó là tình trạng mạo danh lương y nổi tiếng quảng cáo trên YouTube, thậm chí công khai cả số điện thoại, khiến nhiều người dân tin và mua sản phẩm về chữa bệnh như trường hợp một lương y ở Lào Cai. Việc thông tin này chưa mang lại giá trị sâu sắc trong thông điệp truyền tải tới công chúng.

Thứ hai, là hạn chế trong cách tiếp cận đối tượng công chúng mục tiêu. Mặc dù y dược cổ truyền có giá trị đặc biệt đối với mọi tầng lớp nhân dân, các thông điệp truyền tải hiện nay chưa thực sự tiếp cận đúng và đủ đối tượng cần thiết. Phần lớn các bài viết được thiết kế với ngôn ngữ hàn lâm, thuật ngữ chuyên ngành và cách diễn đạt mang tính bác học, dẫn đến khó khăn trong việc tiếp cận đối tượng công chúng phổ thông, đặc biệt là nhóm người cao tuổi và khu vực nông thôn – nơi y học cổ truyền thường được ứng dụng rộng rãi. Đồng thời, các nhóm trẻ tuổi, thường xuyên sử dụng các nền tảng số, cũng ít được tiếp cận do thiếu nội dung sáng tạo như video ngắn, đồ họa trực quan, hay các chiến dịch truyền thông phù hợp trên mạng xã hội. Điều này làm giảm hiệu quả trong việc tuyên truyền và triển khai chính sách y dược cổ truyền đến toàn xã hội.

Thứ ba, là thiếu sự đầu tư vào các yếu tố đa phương tiện để nâng cao hiệu quả truyền tải thông điệp. Trong bối cảnh báo mạng điện tử ngày càng phụ thuộc vào các công cụ kỹ thuật số để thu hút độc giả, việc thiếu các nội dung đa phương tiện như video minh họa, podcast, đồ họa thông tin, và các hình thức tương tác trực tuyến là một điểm yếu rõ rệt. Hầu hết các bài viết hiện tại vẫn tập trung vào dạng văn bản truyền thống, khiến cho các nội dung về y dược cổ truyền, vốn mang tính chất phức tạp và khoa học, trở nên khô khan và khó tiếp cận. Điều này không chỉ hạn chế khả năng lan tỏa thông điệp mà còn làm giảm sự hấp dẫn đối với độc giả, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các nền tảng truyền thông hiện nay.

Một số giải pháp tăng cường quản lý thông điệp về chính sách Y Dược cổ truyền trên báo mạng điện tử thời gian tới

Thứ nhất, các tờ báo mạng điện tử cần xây dựng kế hoạch truyền thông chuyên biệt và đồng bộ hóa nội dung về chính sách y dược cổ truyền. Để tăng cường hiệu quả quản lý thông điệp, các tờ báo cần lập kế hoạch dài hạn, trong đó xác định rõ mục tiêu, đối tượng độc giả, và cách thức triển khai nội dung truyền thông. Kế hoạch này nên bám sát các định hướng chính sách của Đảng và Nhà nước, đồng thời đảm bảo sự thống nhất trong cách thức truyền tải thông điệp trên các nền tảng truyền thông khác nhau. Ngoài ra, các tờ báo cần phân chia chuyên mục hoặc tạo các chuỗi nội dung chuyên sâu về y dược cổ truyền, giúp công chúng dễ dàng tiếp cận và tìm hiểu.

Thứ hai, cần tập trung đầu tư vào đội ngũ nhân sự và công nghệ hiện đại để nâng cao chất lượng thông điệp. Các tờ báo mạng điện tử cần tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu cho phóng viên và biên tập viên về kiến thức y dược cổ truyền, kỹ năng sản xuất nội dung đa phương tiện, và quản lý truyền thông số. Đồng thời, việc trang bị các công cụ công nghệ hiện đại, như phần mềm thiết kế đồ họa, hệ thống quản lý nội dung (CMS), và công cụ phân tích dữ liệu lớn, là rất cần thiết để đảm bảo chất lượng và sức lan tỏa của thông điệp. Sự kết hợp giữa đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp và công nghệ tiên tiến sẽ giúp các tờ báo nâng cao hiệu quả trong việc quản lý và truyền tải thông điệp.

Thứ ba, các tờ báo cần tăng cường sự tương tác với độc giả và hợp tác chặt chẽ với các cơ quan quản lý y tế. Tương tác với độc giả thông qua các nền tảng mạng xã hội,

chuyên mục hỏi đáp, hoặc livestream sẽ giúp các tờ báo nhận được phản hồi kịp thời và hiểu rõ hơn nhu cầu của công chúng. Bên cạnh đó, sự hợp tác với các cơ quan quản lý y tế, tổ chức chuyên ngành và chuyên gia y học cổ truyền là rất quan trọng để đảm bảo tính chính xác và chuyên sâu của nội dung. Các tờ báo cũng cần thường xuyên tổ chức các sự kiện truyền thông, hội thảo, hoặc chiến dịch cộng đồng để lan tỏa thông điệp và thúc đẩy sự đồng thuận từ phía công chúng đối với chính sách y dược cổ truyền.

Thứ tư, cần thiết lập cơ chế giám sát và đánh giá hiệu quả truyền thông thường xuyên. Các cơ quan chủ quản nên thiết lập các hệ thống giám sát để đảm bảo các thông điệp được truyền tải một cách nhất quán, đúng định hướng, và không sai lệch. Đồng thời, cần có các công cụ đo lường hiệu quả truyền thông, chẳng hạn như theo dõi lượng truy cập, phản hồi của độc giả, và mức độ tương tác trên các nền tảng số. Dựa trên những dữ liệu này, các cơ quan có thể đánh giá được tác động của thông điệp, từ đó kịp thời điều chỉnh các chiến lược và kế hoạch truyền thông. Sự chủ động trong giám sát và đánh giá sẽ giúp nâng cao vai trò của các cơ quan chủ quản trong việc định hướng và quản lý hiệu quả thông điệp về chính sách y dược cổ truyền./.

Tài liệu tham khảo

1. Tạ Ngọc Tấn (1999, chủ biên), "Cơ sở lý luận báo chí", Nxb. Văn hóa thông tin
2. Dương Xuân Sơn (2007), Cơ sở lý luận báo chí truyền thông, Nxb. Đại học quốc gia Hà Nội
3. Doãn Thị Thuận (2017), Quản lý báo chí điện tử ở nước ta trong giai đoạn hiện nay, Luận án tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
4. Đỗ Quý Doãn (2014), Quản lý và phát triển thông tin báo chí ở Việt Nam, Nxb. Thông tin truyền thông, Hà Nội