

Một số giải pháp tăng cường quản lý thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao trên báo mạng điện tử Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 27/02/2025 | Ngày phản biện: 28/02/2025 | Ngày xuất bản: 18/03/2025

Tác giả: Đỗ Anh Dũng

Tóm tắt: Trong thời đại số, báo mạng điện tử đóng vai trò quan trọng trong việc truyền tải thông tin về nguồn nhân lực chất lượng cao – yếu tố then chốt quyết định sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Những bài viết trên các nền tảng báo chí trực tuyến không chỉ phản ánh thực trạng cung - cầu lao động mà còn góp phần định hướng, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp, nhà tuyển dụng và người lao động về tầm quan trọng của nhân lực chất lượng cao. Tuy nhiên, việc quản lý thông tin trên báo mạng điện tử hiện nay vẫn còn tồn tại nhiều thách thức về tính hấp dẫn, tính định hướng và khả năng lan tỏa của thông điệp. Vì vậy, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao là yêu cầu cấp thiết, cần được cơ quan báo chí quan tâm.

Vai trò của quản lý thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao trên báo mạng điện tử

Thứ nhất, quản lý thông điệp giúp định hướng nhận thức xã hội về tầm quan trọng của nguồn nhân lực chất lượng cao

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường lao động, việc xây dựng nhận thức xã hội về giá trị của nguồn nhân lực chất lượng cao là yếu tố then chốt. Báo mạng điện tử, với đặc tính lan tỏa nhanh và tiếp cận đa dạng đối tượng độc giả, đóng vai trò cầu nối quan trọng để truyền tải các thông điệp liên quan đến đào tạo, phát triển và sử dụng nhân tài. Thông qua việc quản lý thông điệp, các nội dung được đảm bảo chính xác, phù hợp và hấp dẫn, giúp khơi dậy ý thức cộng đồng về vai trò của nhân lực chất lượng cao trong phát triển kinh tế và xã hội. Chẳng hạn, các bài viết

hoặc phóng sự chuyên sâu về những câu chuyện thành công của cá nhân hay doanh nghiệp sử dụng nhân lực chất lượng cao có thể truyền cảm hứng mạnh mẽ, khuyến khích thế hệ trẻ nỗ lực học tập và phát triển bản thân. Đồng thời, việc kiểm soát thông điệp còn giúp ngăn chặn các thông tin sai lệch, tránh gây hiểu lầm hoặc làm giảm giá trị của các chương trình phát triển nhân lực.

Thứ hai, quản lý thông điệp hỗ trợ xây dựng chiến lược truyền thông đồng bộ và hiệu quả

Một chiến lược truyền thông tốt không thể thiếu sự quản lý chặt chẽ về nội dung và thông điệp. Đối với các vấn đề liên quan đến nguồn nhân lực chất lượng cao, thông điệp cần được thiết kế và điều chỉnh sao cho phù hợp với từng nhóm đối tượng, từ người lao động phổ thông, sinh viên, doanh nghiệp, đến các nhà hoạch định chính sách. Quản lý thông điệp giúp đảm bảo tính đồng bộ giữa các bài viết, phóng sự, và các chiến dịch truyền thông lớn trên báo mạng điện tử, tạo ra sự nhất quán trong việc truyền tải thông tin. Ví dụ, nếu thông điệp về "đào tạo nhân lực ngành công nghệ cao" được triển khai đồng bộ trên nhiều kênh truyền thông, từ bài viết chi tiết đến video ngắn trên mạng xã hội, sẽ giúp gia tăng mức độ tiếp cận và ghi nhớ thông tin của độc giả. Hơn nữa, sự đồng bộ trong thông điệp còn tạo ra sức mạnh cộng hưởng, giúp nâng cao hiệu quả truyền thông và thúc đẩy hành động cụ thể từ các bên liên quan.

Thứ ba, quản lý thông điệp đảm bảo sự minh bạch và tính trách nhiệm trong truyền thông

Báo mạng điện tử có sức mạnh lan tỏa lớn, nhưng cũng đồng thời chịu trách nhiệm trong việc truyền tải thông điệp đúng đắn, chính xác và minh bạch. Quản lý thông điệp đóng vai trò như một bộ lọc để kiểm tra, kiểm soát và hiệu chỉnh nội dung trước khi xuất bản, đảm bảo rằng các thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao không bị sai lệch hoặc gây ra những hiểu lầm không đáng có. Ví dụ, các thông tin về chính sách thu hút nhân tài, các chương trình học bổng hoặc cơ hội việc làm cần được truyền tải với đầy đủ chi tiết, minh bạch để độc giả hiểu đúng và tin tưởng vào nguồn thông tin. Ngoài ra, việc đảm bảo tính trách nhiệm trong truyền thông còn giúp các cơ quan báo chí xây dựng uy tín và duy trì niềm tin từ độc giả, đặc biệt là khi truyền tải các nội dung mang tính chiến lược quốc gia như phát triển nhân lực.

Thành công trong quản lý thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao trên báo mạng điện tử

Trong năm 2024, ba tờ báo điện tử Dân Trí, Lao Động và Kinh tế & Đô thị đã đạt được những thành công đáng kể trong việc quản lý và truyền tải thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao, cụ thể:

Thứ nhất, sự đa dạng và linh hoạt trong thể loại bài viết đã giúp các tờ báo tiếp cận đa dạng đối tượng độc giả

Báo Dân Trí thường xuyên đăng tải các bài viết dạng tin ngắn và infographic để cung cấp thông tin nhanh chóng, giúp độc giả dễ dàng tiếp cận và nắm bắt nội dung. Ví dụ, bài viết "Thủ tướng nêu 9 giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực" đăng ngày 30/8/2024 đã liệt kê chi tiết các giải pháp mà Thủ tướng đề xuất, bao gồm việc triển khai chính sách hỗ trợ nhà ở cho công nhân và người lao động ở khu công nghiệp, khu kinh tế và các thành phố lớn, với mục tiêu đến năm 2030 xây dựng ít nhất 1 triệu căn nhà ở xã hội cho công nhân, người thu nhập thấp.

Báo Lao Động tập trung vào phóng sự và phỏng vấn chuyên gia nhằm phân tích sâu sắc các vấn đề về nhân lực, như bài viết "Chính sách thu hút, trọng dụng và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao" đăng ngày 15/11/2024 đã cụ thể hóa yêu cầu tại Nghị quyết 15, Điều 17 dự thảo Luật Thủ đô (sửa đổi), quy định về việc xét tuyển, tiếp nhận công dân Việt Nam có phẩm chất đạo đức, trình độ, năng lực vượt trội vào làm công chức, viên chức và hưởng các chế độ, chính sách do Hội đồng nhân dân Thành phố quy định.

Báo Kinh tế & Đô thị có lợi thế trong việc sản xuất bài viết phân tích kết hợp hình ảnh minh họa cụ thể từ các đô thị lớn và dự án phát triển, như bài viết "Luật Thủ đô (sửa đổi): Cơ chế thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao" đăng ngày 15/11/2024 đã đề cập đến các chính sách hỗ trợ từ ngân sách thành phố để đầu tư cho việc phát triển cơ sở đào tạo trọng điểm quốc gia, đào tạo, bồi dưỡng ở nước ngoài cho cán bộ, công chức, viên chức, học sinh, sinh viên của Thủ đô, cũng như hình thành các trung tâm quốc gia, trung tâm vùng về đào tạo và thực hành nghề chất lượng cao trên địa bàn Thủ đô.

Sự đa dạng trong thể loại bài viết giúp các tờ báo tiếp cận và đáp ứng nhu cầu thông tin của nhiều đối tượng độc giả khác nhau.

Thứ hai, việc sử dụng hình ảnh và đồ họa minh họa đã tăng cường hiệu quả truyền tải thông điệp

Báo Dân Trí sử dụng nhiều hình ảnh chụp tại sự kiện hoặc infographic để làm rõ số liệu, giúp độc giả dễ dàng tiếp cận thông tin. Báo Lao Động có xu hướng minh họa bằng ảnh thực tế từ các khu công nghiệp, giúp độc giả có cái nhìn chân thực về môi trường làm việc và nhu cầu nhân lực. Báo Kinh tế & Đô thị chú trọng các đồ họa chuyên sâu để mô phỏng các dự án hoặc chiến lược thu hút nhân lực, giúp độc giả dễ dàng hình dung và hiểu rõ hơn về các kế hoạch phát triển. Việc sử dụng hình ảnh và đồ họa minh họa không chỉ làm cho bài viết sinh động hơn mà còn giúp truyền tải thông điệp một cách hiệu quả và dễ hiểu.





Infographic về thông điệp nguồn nhân lực chất lượng cao trên báo Dân trí năm 2024

Thứ ba, sự kết hợp giữa nội dung chất lượng và hình thức trình bày hấp dẫn đã thu hút sự quan tâm của độc giả

Các tờ báo không chỉ tập trung vào việc cung cấp thông tin chính xác, kịp thời mà còn chú trọng đến cách thức trình bày nội dung sao cho hấp dẫn và dễ tiếp cận. Việc sử dụng các tiêu đề hấp dẫn, đoạn mở đầu cuốn hút và cấu trúc bài viết logic giúp giữ chân độc giả và khuyến khích họ tiếp tục theo dõi các bài viết khác. Ngoài ra, việc tích hợp các yếu tố đa phương tiện như video, podcast và đồ họa tương tác cũng góp phần làm tăng tính hấp dẫn của bài viết. Sự kết hợp hài hòa giữa nội dung và hình thức trình bày đã giúp các tờ báo thu hút và giữ chân độc giả, đồng thời nâng cao hiệu quả truyền tải thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao.

Hạn chế trong quản lý thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao trên báo mạng điện tử

Thứ nhất, hạn chế trong việc định hướng nội dung và tầm nhìn chiến lược

Một trong những hạn chế đáng kể trong quản lý thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao trên các báo điện tử là việc định hướng nội dung chưa đủ tầm chiến lược. Các báo như Dân trí và Lao động thường xuyên tập trung vào những vấn đề ngắn hạn như tin tức thị trường lao động mà chưa có những bài phân tích sâu về chiến lược đào

tạo nhân sự cho tương lai. Báo Kinh tế và Đô thị vẫn còn thiếu những góc nhìn về xây dựng nguồn nhân lực số. Sự thiếu tư duy chiến lược trong truyền thông về nhân lực chất lượng cao trên báo đã dẫn đến thông điệp thiếu sự khác biệt giữa các báo.

Thứ hai, hạn chế trong khả năng đổi mới hình thức trình bày

Mặc dù có những đổi mới về hình thức trình bày, các báo vẫn chưa tận dụng được hết tiềm năng công nghệ. Báo Dân trí vẫn còn bài viết dài dòng, trong khi infographic và video chưa được áp dụng. Báo Lao động thiếu sự linh hoạt trong việc đáp ứng những xu hướng mới như podcast hoặc livestream. Báo Kinh tế và Đô thị tuy đã bắt đầu tích hợp công nghệ nhưng vẫn chưa tạo được sự tương tác cao với độc giả. Hạn chế này giới hạn khả năng thu hút và duy trì sự quan tâm từ độc giả.

Thứ ba, thiếu đồng bộ trong việc kết nối với chuyên gia và doanh nghiệp

Mối liên kết giữa báo chí, chuyên gia, và doanh nghiệp chưa được xây dựng đồng bộ. Báo Dân trí tuy có một số hội thảo trực tuyến nhưng thiếu các buổi thảo luận mang tính thực tiễn hơn, kết hợp chuyên gia và doanh nghiệp trong nhiều lĩnh vực. Báo Lao động chưa tận dụng tốt các mối quan hệ doanh nghiệp để tăng sự đa dạng trong nội dung. Báo Kinh tế và Đô thị thiếu các chương trình phản ánh quy hoạch đô thị dưới góc nhìn của chuyên gia nhân sự cao cấp. Thiếu đồng bộ này khiến thông điệp chưa thực sự gây ấn tượng mạnh mẽ đối với các đối tượng công chúng chuyên biệt.

Một số giải pháp tăng cường quản lý thông điệp về nguồn nhân lực chất lượng cao trên báo mạng điện tử

Thứ nhất, cần tổ chức các buổi đào tạo và hội thảo dành cho lãnh đạo và nhân sự chủ chốt tại các tòa soạn báo. Những hoạt động này không chỉ nhằm mục đích phổ cập kiến thức, mà còn tạo ra không gian trao đổi kinh nghiệm và học hỏi lẫn nhau giữa các chuyên gia và người làm truyền thông. Các chương trình đào tạo cần được thiết kế phù hợp với từng cấp độ quản lý, bao gồm cả quản lý chiến lược lẫn thực thi, nhằm đảm bảo mọi cấp bậc đều nắm bắt được vai trò của mình trong chuỗi hoạt động quản lý thông điệp. Ngoài ra, các hội thảo nên được thực hiện định kỳ để đảm bảo cập nhật kịp thời những xu hướng mới trong ngành.

Thứ hai, xây dựng hệ thống đánh giá hiệu quả thông điệp dựa trên các chỉ số cụ thể như phạm vi tiếp cận, mức độ tương tác, tác động đến dư luận, và mức độ thay đổi nhận thức của đối tượng tiếp nhận. Việc đo lường hiệu quả thông qua các chỉ số định lượng và định tính này sẽ giúp các tòa soạn theo dõi và điều chỉnh nội dung truyền thông một cách kịp thời, đảm bảo thông điệp được tối ưu hóa và mang lại giá trị cao nhất. Hệ thống này cần tích hợp các công cụ phân tích dữ liệu hiện đại, như trí tuệ nhân tạo (AI) và học máy (machine learning), để dự báo và định hướng chiến lược nội dung dựa trên hành vi và sở thích của đối tượng mục tiêu.

Thứ ba, cần thiết lập đội ngũ chuyên trách đảm nhiệm vai trò quản lý thông điệp. Đội ngũ này cần được xây dựng từ những cá nhân có năng lực chuyên môn cao và khả năng sáng tạo trong việc xử lý thông tin. Họ phải được trang bị kiến thức về truyền thông, quản lý khủng hoảng, và các kỹ năng công nghệ để ứng dụng hiệu quả trong môi trường số hóa hiện nay. Đội ngũ này sẽ là trung tâm trong việc phân tích các thách thức và cơ hội trong quản lý thông điệp, từ đó đề xuất các phương án cải thiện phù hợp với mục tiêu chiến lược của tòa soạn.

Thứ tư, tạo điều kiện để các lãnh đạo báo chí tham gia vào các diễn đàn, hội thảo quốc tế nhằm mở rộng tầm nhìn và học hỏi kinh nghiệm từ các quốc gia phát triển. Những sự kiện này không chỉ mang lại cơ hội tiếp cận với những kiến thức tiên tiến, mà còn giúp các nhà quản lý xây dựng mạng lưới kết nối với các chuyên gia và tổ chức quốc tế. Điều này sẽ mở ra những góc nhìn mới mẻ, giúp họ ứng dụng hiệu quả hơn vào công tác quản lý thông điệp trên tờ báo của họ.

Các tờ báo mạng điện tử cần triển khai các hành động cụ thể để nâng cao nhận thức về quản lý thông điệp. Báo Dân Trí có thể tổ chức các buổi hội thảo chuyên sâu về ứng dụng công nghệ trong quản lý nội dung, tập trung vào việc tối ưu hóa thông điệp để tiếp cận các đối tượng mục tiêu một cách chính xác và hiệu quả nhất. Báo Lao Động nên phối hợp chặt chẽ hơn với các chuyên gia lao động, tổ chức các cuộc phỏng vấn chuyên sâu và thực hiện những phóng sự đặc biệt về thực trạng cũng như triển vọng của nguồn nhân lực chất lượng cao. Báo Kinh tế và Đô thị cần tăng cường hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu để triển khai các khóa học đào tạo chuyên biệt, từ đó xây dựng đội ngũ quản lý thông điệp chuyên sâu, đảm bảo đáp ứng các yêu cầu ngày càng khắt khe của lĩnh vực truyền thông hiện đại./.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Trí Nhiệm (2014), Báo mạng điện tử đặc trưng và phương pháp sáng tạo, Nxb. Chính trị quốc gia.
2. Nguyễn Thị Trường Giang (2014), Tổ chức diễn đàn trên báo mạng điện tử (Sách chuyên khảo), Nxb. Chính trị quốc gia.
3. Đỗ Quý Doãn (2014), Quản lý và phát triển thông tin báo chí ở Việt Nam, Nxb. Thông tin truyền thông, Hà Nội.
4. 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