

Quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử khu vực Đông Bắc Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 11/11/2025 | Ngày phản biện: 15/11/2025 | Ngày xuất bản: 16/12/2025

Tác giả: Lương Thị Thảo (Báo và Phát thanh truyền hình Lạng Sơn)

Tóm tắt: Bài báo tập trung nghiên cứu quá trình tổ chức, kiểm soát và định hướng thông tin liên quan đến các hoạt động nhân đạo, từ thiện trên các báo điện tử địa phương như: Quảng Ninh, Lạng Sơn, Cao Bằng, làm rõ vai trò của công tác quản lý thông tin trong việc đảm bảo tính chính xác, nhân văn và định hướng xã hội đúng đắn của các bài viết về hoạt động nhân đạo trong bối cảnh truyền thông số. Trên cơ sở khảo sát thực tiễn, đề tài chỉ ra những kết quả đạt được trong quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử. Từ đó, đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nội dung thông tin thời gian tới.

1. Khái niệm, chủ thể, nội dung quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử

1.1. Khái niệm

Về khái niệm quản lý: Theo Harold Koontz và Cyril O'Donnell (1968), trong sách Principles of Management: Quản lý là quá trình lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát nỗ lực của các thành viên trong tổ chức và sử dụng tất cả các nguồn lực khác của tổ chức để đạt được các mục tiêu đã đề ra⁽¹⁾. Định nghĩa này chỉ rõ quản lý không phải là một hành động đơn lẻ mà là một quá trình gồm nhiều bước liên kết chặt chẽ.

Theo Peter Drucker (1954), trong sách The Practice of Management: Quản lý là làm đúng công việc; lãnh đạo là làm những công việc đúng⁽²⁾. Định nghĩa này của Peter Drucker là một trong những khái niệm nổi bật và sâu sắc về sự phân biệt giữa quản lý và lãnh đạo.

Như vậy, có thể hiểu quản lý là quá trình lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo, và kiểm soát các nguồn lực của tổ chức (bao gồm nhân sự, tài chính, vật chất) để đạt được các mục tiêu cụ thể, hiệu quả và bền vững.

Về khái niệm thông tin: Thông tin là một khái niệm có phạm vi rất rộng, được hiểu theo nhiều cách tiếp cận khác nhau tùy theo lĩnh vực nghiên cứu, nhưng tựu trung lại, đó là toàn bộ dữ liệu, tín hiệu, tri thức, thông điệp được con người hay hệ thống tạo ra, truyền đi và tiếp nhận nhằm phục vụ quá trình nhận thức, giao tiếp và hành động.

Theo khoản 1 Điều 2 Luật Tiếp cận thông tin 2016 thì thông tin là tin, dữ liệu được chứa đựng trong văn bản, hồ sơ, tài liệu có sẵn, tồn tại dưới dạng bản viết, bản in, bản điện tử, tranh, ảnh, bản vẽ, băng, đĩa, bản ghi hình, ghi âm hoặc các dạng khác do cơ quan nhà nước tạo ra⁽³⁾.

Trong phạm vi nghiên cứu này, thông tin được hiểu là toàn bộ dữ liệu, sự kiện, hiện tượng, con số, ý kiến hay tri thức đã được thu thập, xử lý và truyền đạt đến công chúng thông qua các phương tiện truyền thông nhằm thỏa mãn nhu cầu nhận thức, giúp họ hiểu đúng về thực tại xã hội.

Từ hai khái niệm trên có thể thấy quản lý thông tin là quá trình tổ chức, thu thập, xử lý, lưu trữ, kiểm soát, phân phối và sử dụng thông tin một cách có hệ thống, khoa học và hiệu quả nhằm phục vụ các mục tiêu quản trị, truyền thông hay ra quyết định của cá nhân, tổ chức và xã hội

Với cách hiểu đó, quản lý nội dung thông tin là quá trình tổ chức, định hướng, kiểm soát và đánh giá toàn bộ hoạt động xây dựng, sản xuất, biên tập và truyền tải thông tin nhằm đảm bảo nội dung chính xác, phù hợp, có giá trị và đạt mục tiêu truyền thông đã xác định. Trong đó, thông tin không chỉ dừng lại ở việc phản ánh sự kiện mà còn phải có tính định hướng, tính nhân văn và góp phần nâng cao nhận thức xã hội. Quản lý nội dung đòi hỏi sự kết hợp giữa tư duy chiến lược, kiến thức chuyên môn và hệ thống công cụ đo lường, để đảm bảo nội dung vừa đúng định hướng, vừa phù hợp với nhu cầu công chúng trong từng giai đoạn cụ thể.

Quản lý nội dung thông tin trên báo mạng điện tử là quá trình vận hành, kiểm soát và điều phối nội dung trên nền tảng số, đảm bảo tính chính xác, nhanh chóng, tương tác cao và phù hợp với đặc thù đa phương tiện. Không chỉ dừng ở biên tập văn bản, quản lý nội dung trên báo điện tử còn bao gồm việc tổ chức video, infographic, podcast, livestream, đồng thời tối ưu trải nghiệm người dùng thông qua thuật toán, phân tích dữ liệu và phản hồi công chúng. Hoạt động này gắn liền với yêu cầu công nghệ, đạo đức báo chí và quy định pháp luật, nhằm đảm bảo thông tin không chỉ hấp dẫn, cập nhật mà còn có trách nhiệm xã hội và tuân thủ định hướng truyền thông của cơ quan báo chí.

1.2. Chủ thể

Chủ thể quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử trước hết là Ban biên tập, những người đóng vai trò hoạch định chiến lược thông tin, xác định định hướng tuyên truyền và lựa chọn cách tiếp cận phù hợp với tôn chỉ, mục đích của tờ báo. Ban biên tập là lực lượng chịu trách nhiệm đưa ra quyết định về các tuyến nội dung, phê duyệt những chủ đề có ý nghĩa nhân văn, đảm bảo các tác phẩm phản ánh đúng chính sách, khơi gợi lòng nhân ái và lan tỏa giá trị tốt đẹp trong cộng đồng. Thông qua việc định hướng chủ đề, lựa chọn góc nhìn và đánh giá mức độ tác động xã hội của từng sản phẩm, Ban biên tập góp phần hình thành một dòng nội dung nhân đạo có tính lan tỏa và tạo cảm hứng tích cực trên môi trường truyền thông số.

Bên cạnh đó là vai trò của lãnh đạo cấp phòng, ban và đội ngũ phóng viên, biên tập viên trong việc triển khai cụ thể các hoạt động quản lý nội dung nhân đạo. Lãnh đạo phòng, ban giữ vai trò kết nối giữa định hướng chiến lược của Ban biên tập với thực tiễn triển khai, phân công nhiệm vụ, giám sát tiến độ và hỗ trợ xử lý các vấn đề chuyên môn liên quan đến pháp lý, đạo đức và tính xác thực của thông tin.

Đội ngũ phóng viên và biên tập viên chính là người hiện thực hóa các định hướng đó bằng việc tìm kiếm nhân vật, khai thác câu chuyện, phản ánh những hoàn cảnh khó khăn một cách chân thực, nhân văn và trách nhiệm, đồng thời tránh sa vào việc thương mại hóa cảm xúc hay khai thác nỗi đau. Sự phối hợp hài hòa giữa các chủ thể này giúp nội dung nhân đạo trên báo mạng điện tử đạt được chiều sâu, tính lan tỏa xã hội và giá trị giáo dục cộng đồng.

1.3. Nội dung quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử

1.3.1. Quản lý nội dung thông tin

Trong phạm vi nghiên cứu này, tác giả khảo sát 3 nhóm nội dung: Thông tin về chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước liên quan tới hoạt động nhân đạo, thông tin về thực trạng triển khai các hoạt động nhân đạo, thông tin về các giải pháp tăng cường hiệu quả hoạt động nhân đạo.

Quản lý nội dung thông tin hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử trước hết thể hiện ở việc định hướng và tổ chức sản xuất các tin, bài phản ánh đầy đủ, chính xác và kịp thời về chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước liên quan đến công tác nhân đạo. Đây là mảng nội dung quan trọng bởi chính sách, nghị quyết hay các văn bản quy phạm pháp luật tạo cơ sở để định hình nhận thức và hành động của xã hội đối với hoạt động nhân đạo.

Một nội dung khác không kém phần quan trọng là quản lý thông tin về thực trạng triển khai các hoạt động nhân đạo ở địa phương. Thông tin này cần phản ánh khách quan, toàn diện về những kết quả đạt được cũng như những khó khăn, hạn chế còn tồn tại trong công tác nhân đạo. Quản lý tốt nội dung này giúp báo mạng điện tử trở thành cầu nối giữa chính quyền, tổ chức nhân đạo và người dân, qua đó tạo nên sự minh bạch trong hoạt động.

Bên cạnh đó, quản lý nội dung thông tin nhân đạo trên báo mạng điện tử còn gắn liền với việc định hướng các giải pháp tăng cường hiệu quả hoạt động nhân đạo. Đây không chỉ là phản ánh thực trạng hay nêu chính sách, mà quan trọng hơn là định hướng dư luận vào những hướng đi mới, những mô hình, cách làm sáng tạo để công tác nhân đạo đạt hiệu quả cao hơn. Việc quản lý khâu này cần chú trọng đến sự cân bằng giữa tính phản biện và tính xây dựng: vừa chỉ ra những hạn chế, bất cập trong hoạt động nhân đạo hiện nay, vừa đề xuất các giải pháp cụ thể như tăng cường hợp tác công - tư, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, mở rộng hợp tác quốc tế hay nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ, tình nguyện viên.

1.3.2. Quản lý hình thức thông tin

Hình thức thông tin nhân đạo trên báo mạng điện tử trước hết được thể hiện qua số lượng và tần suất đăng tải các tin, bài phản ánh. Số lượng thông tin nhiều hay ít, dày hay thưa phản ánh sự quan tâm, đầu tư của tòa soạn đối với chủ đề nhân đạo. Quản lý tốt số lượng và tần suất sẽ giúp duy trì sự hiện diện thường xuyên của thông tin nhân đạo, tránh tình trạng đưa tin theo phong trào hoặc chỉ tập trung vào một số thời điểm đặc biệt như thiên tai, dịch bệnh. Một hệ thống quản lý hiệu quả cần bảo đảm rằng thông tin nhân đạo xuất hiện đều đặn trên chuyên mục hoặc dòng tin, tạo ra sự liên tục và ổn định trong truyền thông.

Một yếu tố quan trọng khác trong hình thức thông tin nhân đạo là thể loại báo chí được sử dụng. Báo mạng điện tử có thể triển khai nhiều thể loại như tin ngắn, phóng sự, ký sự, bình luận hay phỏng vấn để phản ánh toàn diện các khía cạnh của hoạt động nhân đạo. Mỗi thể loại mang lại một giá trị riêng: tin ngắn bảo đảm tính thời sự; phóng sự khắc họa chiều sâu, tính nhân văn; ký sự và phỏng vấn giúp nhân vật, câu chuyện trở nên gần gũi, giàu cảm xúc hơn; bình luận định hướng cách nhìn nhận vấn đề. Quản lý tốt thể loại không chỉ làm phong phú nội dung mà còn đáp ứng đa dạng nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng.

Phong cách ngôn ngữ cũng là khía cạnh không thể bỏ qua trong việc quản lý hình thức thông tin nhân đạo trên báo mạng điện tử. Do đặc thù là nội dung giàu cảm xúc, ngôn ngữ thông tin nhân đạo phải được sử dụng một cách linh hoạt, vừa bảo đảm tính khách quan, chính xác, vừa khơi gợi lòng trắc ẩn và sự sẻ chia nơi độc giả. Quản lý phong cách ngôn ngữ nghĩa là định hướng cho phóng viên, biên tập viên tránh lối viết khô khan, hành chính, mà thay vào đó cần giàu hình ảnh, gợi cảm xúc, nhưng không bi lụy, thương mại hóa nỗi đau. Cách dùng từ phải giản dị, dễ hiểu, gần gũi với người dân địa phương để bảo đảm tính tiếp cận cao.

2. Thực trạng quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử khu vực Đông Bắc Việt Nam hiện nay

2.1. Thực trạng nội dung, hình thức thông tin

	Báo điện tử Quảng Ninh	Báo điện tử Lạng Sơn	Báo điện tử Cao Bằng	Tổng
Thông tin chủ trương, chính sách	123	97	88	308
Thông tin về thực trạng triển khai	182	124	103	409
Thông tin các giải pháp tăng cường	90	69	59	218
Tổng	395	290	250	935

Bảng 1. Thống kê số lượng tin, bài thông tin về hoạt động nhân đạo trên 3 tờ báo mạng điện tử khu vực Đông Bắc Việt Nam. Nguồn: tác giả tự khảo sát, thống kê từ tháng 9/2024 tới tháng 9/2025

Số liệu trong bảng cho thấy công tác quản lý thông tin về hoạt động nhân đạo trên ba báo mạng điện tử khu vực Đông Bắc Việt Nam gồm Quảng Ninh, Lạng Sơn và Cao Bằng đang được triển khai khá đồng bộ nhưng vẫn thể hiện sự khác biệt rõ rệt giữa các địa phương về quy mô và định hướng thông tin. Tổng cộng có 935 tác phẩm báo chí liên quan đến chủ đề này, trong đó Báo điện tử Quảng Ninh chiếm ưu thế với 395 bài, tương ứng 42,2%, khẳng định vai trò của một tờ báo có nền tảng truyền thông mạnh, có định hướng xã hội rõ ràng và nguồn lực sản xuất nội dung dồi dào. Báo điện tử Lạng Sơn có 290 bài, chiếm 31%, thể hiện sự nỗ lực trong việc bám sát các hoạt động nhân đạo ở địa bàn miền núi biên giới, đặc biệt là công tác hỗ trợ người dân khó khăn và phòng chống thiên tai. Báo điện tử Cao Bằng với 250 bài, chiếm 26,8%, tuy có quy mô nhỏ hơn nhưng vẫn thể hiện sự chủ động trong phản ánh tinh thần nhân ái của cộng đồng, nhất là ở các xã vùng cao, vùng sâu còn nhiều khó khăn về đời sống.

Xét theo nhóm nội dung, thông tin về thực trạng triển khai hoạt động nhân đạo chiếm tỷ trọng cao nhất với 409 bài, tương đương 43,7% tổng số, cho thấy báo chí khu vực Đông Bắc chú trọng phản ánh những hoạt động cụ thể, các chương trình hỗ trợ, cứu trợ, trao quà, hiến máu tình nguyện hay xây dựng nhà tình nghĩa. Nhóm thông tin về chủ trương, chính sách có 308 bài, chiếm 33%, tập trung vào tuyên truyền các văn bản chỉ đạo của Trung ương và địa phương, các nghị quyết, chương trình của Hội Chữ thập đỏ, Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức xã hội liên quan đến công tác nhân đạo. Trong khi đó, nhóm thông tin về giải pháp tăng cường chỉ có 218 bài, chiếm 23,3%,

cho thấy mảng nội dung mang tính định hướng, phân tích chuyên sâu và đề xuất giải pháp vẫn còn hạn chế, chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu của công tác quản lý thông tin trong giai đoạn mới.

- Tần suất

	Báo điện tử Quảng Ninh	Báo điện tử Lạng Sơn	Báo điện tử Cao Bằng	Tổng
Tháng 9/2024	32	23	20	75
Tháng 10/2024	31	22	19	72
Tháng 11/2024	30	21	19	70
Tháng 12/2024	29	21	18	68
Tháng 1/2025	28	22	19	69
Tháng 2/2025	27	20	18	65
Tháng 3/2025	31	22	20	73
Tháng 4/2025	30	23	19	72
Tháng 5/2025	33	24	20	77
Tháng 6/2025	29	22	19	70
Tháng 7/2025	31	23	19	73
Tháng 8/2025	32	23	20	75
Tháng 9/2025	32	24	20	76
Tổng	395	290	250	935

Bảng 2. Tần suất thông tin về hoạt động nhân đạo trên 3 tờ báo mạng điện tử khu vực Đông Bắc Việt Nam

Kết quả thống kê cho thấy tần suất đăng tải thông tin về hoạt động nhân đạo trên cả ba báo điện tử trong thời gian khảo sát khá đồng đều, song vẫn có sự dao động tùy theo từng giai đoạn. Tháng 9/2024 - thời điểm bắt đầu khảo sát - ghi nhận con số khá cao với 75 tin, bài, trong đó Báo Quảng Ninh chiếm ưu thế với 32 tin, Lạng Sơn 23 tin và Cao Bằng 20 tin. Điều này có thể lý giải bởi nhiều hoạt động nhân đạo thường được tổ chức vào dịp khai giảng năm học mới, khi các chương trình tặng học bổng, trao quà cho học sinh nghèo diễn ra rầm rộ. Tuy nhiên, bước sang tháng 12/2024 và tháng 2/2025, số lượng bài viết giảm xuống mức thấp nhất, lần lượt còn 68 và 65 tin, bài.

Đây là khoảng thời gian cận Tết Nguyên đán, phóng viên và tòa soạn tập trung nhiều hơn vào tin tức thời sự, chính trị - xã hội, trong khi các chương trình nhân đạo thường được gộp lại vào dịp trao quà Tết, dẫn đến ít đầu bài riêng lẻ hơn.

- Thể loại

	Báo điện tử Quảng Ninh	Báo điện tử Lạng Sơn	Báo điện tử Cao Bằng	Tổng
Tin	167	119	98	384
Phản ánh	95	69	59	223
Bình luận	41	32	26	99
Phóng sự	58	42	40	140
Phỏng vấn	34	28	27	89
Tổng	395	290	250	935

Bảng 3. Thể loại thông tin về hoạt động nhân đạo trên 3 tờ báo mạng điện tử khu vực Đông Bắc Việt Nam

Trong cơ cấu thể loại, tin là nhóm chiếm ưu thế tuyệt đối với tổng cộng 384 tin, tương ứng với hơn 41% toàn bộ số tin, bài nhân đạo. Trong đó, Báo Quảng Ninh đăng tải 167 tin, Báo Lạng Sơn có 119 tin, và Báo Cao Bằng có 98 tin. Đây là điều dễ hiểu vì tin là thể loại ngắn gọn, phản ánh nhanh sự kiện, thuận lợi cho việc cập nhật các hoạt động nhân đạo diễn ra thường xuyên như trao quà, hiến máu, ủng hộ đồng bào thiên tai.

Phản ánh là thể loại đứng thứ hai với 223 bài, chiếm khoảng 23,8% tổng số. Cụ thể, Báo Quảng Ninh có 95 bài, Lạng Sơn 69 bài, và Cao Bằng 59 bài. Đây là nhóm tác phẩm thường đi vào mô tả hiện trạng, sự kiện, phản ánh không khí và diễn biến cụ thể của các chương trình nhân đạo. Đối với bình luận, ba báo có tổng cộng 99 bài, chiếm tỷ lệ 10,5% trong toàn bộ số tin, bài nhân đạo. Trong đó Quảng Ninh có 41 bài, Lạng Sơn 32 bài, và Cao Bằng 26 bài. Đây là nhóm thể loại cho thấy sự tham gia của đội ngũ nhà báo có kinh nghiệm, khi họ đưa ra nhận định, phân tích, lý giải các hiện tượng nhân đạo và đề xuất góc nhìn. Phóng sự cũng là thể loại đáng chú ý, với 140 tác phẩm chiếm khoảng 15% tổng số bài nhân đạo. Trong đó, Quảng Ninh có 58 phóng sự, Lạng Sơn 42, và Cao Bằng 40. Phóng sự là thể loại đòi hỏi sự đầu tư công phu về thời

gian và công sức, thường đi sâu vào câu chuyện cụ thể, tái hiện hoàn cảnh nhân vật, phản ánh bối cảnh xã hội và những chuyển biến sau tác động nhân đạo. Cuối cùng, phỏng vấn là thể loại ít hơn cả với 89 bài, chiếm khoảng 9,5% tổng số. Quảng Ninh có 34 bài, Lạng Sơn 28 bài, và Cao Bằng 27 bài. Các bài phỏng vấn thường khai thác ý kiến của lãnh đạo Hội Chữ thập đỏ, cán bộ chính quyền, hoặc những cá nhân tiêu biểu trong hoạt động nhân đạo. Giá trị của phỏng vấn là mang lại góc nhìn trực tiếp, tính xác thực cao và tạo sự tin cậy với công chúng.

2.2. Ưu điểm, hạn chế trong quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử khu vực Đông Bắc Việt Nam hiện nay

2.2.1. Ưu điểm

Thứ nhất, nội dung thông tin bảo đảm đúng định hướng chính trị và mục tiêu nhân văn

Một trong những thành công nổi bật trong quản lý thông tin nhân đạo trên báo mạng điện tử địa phương khu vực Đông Bắc hiện nay chính là việc bảo đảm đúng định hướng chính trị, gắn liền với mục tiêu nhân văn. Ban biên tập của các tờ báo như Quảng Ninh, Lạng Sơn, Cao Bằng đều nhận thức rõ thông tin nhân đạo không chỉ là hoạt động phản ánh phong trào xã hội, mà còn là công cụ tuyên truyền, lan tỏa chủ trương của Đảng, Nhà nước. Chẳng hạn, Báo Quảng Ninh đăng bài “Phát động Tháng nhân đạo 2025 ‘Hành trình nhân đạo – Lan tỏa yêu thương’” ngày 28/4/2025, trong đó vừa giới thiệu chỉ đạo của Hội Chữ thập đỏ tỉnh vừa nhấn mạnh ý nghĩa chính trị của phong trào (baoquangninh.vn). Điều này chứng minh sự kiểm soát chặt chẽ trong quản lý: mọi bài viết đều phản ánh đúng đường lối, đồng thời nhấn mạnh tính nhân văn, khơi gợi sự đồng cảm trong xã hội.

Thứ hai, duy trì tần suất thông tin thường xuyên và kịp thời

Một điểm thành công khác là sự ổn định và kịp thời của thông tin nhân đạo, thể hiện rõ qua thống kê tần suất đăng tải hằng tháng. Trong giai đoạn 9/2024 – 9/2025, cả ba tờ báo đã duy trì đều đặn từ 65 đến hơn 75 tin, bài mỗi tháng. Ở những thời điểm cao điểm như tháng 5/2025, khi cả nước hưởng ứng “Tháng Nhân đạo”, Báo Cao Bằng có bài “Triển khai Tháng Nhân đạo năm 2025” đăng ngày 14/3/2025, phản ánh hàng loạt hoạt động từ thiện được thực hiện ngay tại cơ sở. Việc đưa tin kịp thời này cho

thấy công tác quản lý đã bảo đảm để báo chí luôn đồng hành sát sao với tiến trình triển khai nhân đạo, không để bỏ sót sự kiện quan trọng. Qua đó, báo chí địa phương vừa làm tốt vai trò thông tin nhanh, vừa góp phần cổ vũ, động viên phong trào.

Thứ ba, đa dạng hóa thể loại và hình thức thể hiện

Thành công còn thể hiện ở sự đa dạng hóa thể loại và hình thức thông tin. Quản lý thông tin nhân đạo hiện nay không bó hẹp trong tin ngắn, mà đã có sự phân bổ cân đối hơn giữa các thể loại: tin, phản ánh, phóng sự, phỏng vấn, bình luận. Điều này giúp nội dung nhân đạo vừa có tính cập nhật, vừa có chiều sâu, dễ đi vào lòng người. Ví dụ, Báo Lạng Sơn đã có những bài phân tích và bình luận sâu như “Nâng cao hiệu quả công tác nhân đạo từ cơ sở” đăng tháng 4/2025, trong đó không chỉ phản ánh hoạt động trao quà mà còn nhấn mạnh giải pháp đưa nhân đạo về tận cấp xã, thôn bản. Sự đa dạng thể loại này minh chứng cho việc Ban biên tập đã chỉ đạo tốt, giúp phóng viên chủ động khai thác nhiều góc độ khác nhau, tránh lối đưa tin một chiều, nhàm chán.

2.2.2. Hạn chế

Thứ nhất, nhiều tin, bài vẫn còn thiên về tuyên truyền thành tích, phản ánh phong trào bề nổi mà chưa đi sâu vào chiều sâu phân tích. Dù các báo đã bảo đảm đúng định hướng chính trị và kịp thời về mặt thời sự, song phần lớn tin, bài mới chỉ dừng lại ở việc đưa tin về số lượng phần quà, số hộ được giúp đỡ hay tên các đơn vị tham gia, ít khi lý giải nguyên nhân sâu xa của khó khăn hay chỉ ra bất cập trong quá trình triển khai. Điều này khiến thông tin nhân đạo nhiều khi khô cứng, ít hấp dẫn bạn đọc trẻ, và chưa tạo ra diễn đàn thảo luận rộng rãi về giải pháp bền vững cho công tác nhân đạo. Quản lý nội dung trong trường hợp này còn mang tính hành chính, chủ yếu hướng đến “đảm bảo đủ số lượng” hơn là chú trọng chất lượng chiều sâu.

Thứ hai, có sự chênh lệch giữa các tờ báo trong khu vực cũng là một hạn chế cần khắc phục. Quảng Ninh với tiềm lực kinh tế - xã hội mạnh hơn có thể đầu tư nhân lực, kỹ thuật và hình thức thể hiện phong phú, trong khi Lạng Sơn và Cao Bằng vẫn còn phụ thuộc nhiều vào tin ngắn, sử dụng ít hình ảnh và chưa khai thác được các công cụ truyền thông đa phương tiện. Sự không đồng đều này phần nào phản ánh hạn chế trong công tác quản lý cấp vùng, khi chưa có sự điều phối hỗ trợ để nâng cao chất lượng đồng bộ cho cả ba địa phương. Hệ quả là thông tin nhân đạo ở một số báo địa

phương chưa thật sự thu hút, chỉ mang tính cập nhật chứ chưa tạo được dấu ấn truyền thông mạnh mẽ.

Thứ ba, chưa khai thác mạnh mẽ các dạng thức thể hiện mới như infographic, emagazin hay long form để tăng chiều sâu và sức hấp dẫn. Nhiều bài vẫn chủ yếu sử dụng hình thức tin ngắn hoặc bài phản ánh truyền thống, thiếu sự đầu tư về cấu trúc kể chuyện, chưa sử dụng dữ liệu trực quan để minh họa quy mô hoạt động hoặc tác động xã hội của các chương trình nhân đạo. Điều này khiến thông tin đôi khi mang tính thông báo đơn thuần, thiếu chiều sâu cảm xúc và chưa tạo được động lực lan tỏa, kêu gọi cộng đồng cùng chung tay chia sẻ. Trong bối cảnh báo chí số đang chuyển mạnh sang truyền thông đa phương tiện và lấy trải nghiệm công chúng làm trung tâm, việc chưa áp dụng các dạng thức hiện đại khiến nội dung nhân đạo chưa thật sự nổi bật, chưa tạo được dấu ấn riêng và chưa phát huy hết giá trị nhân văn vốn có của loại hình thông tin này.

2.2.3. Nguyên nhân

Nguyên nhân ưu điểm

Trước hết dẫn tới những ưu điểm trong quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử khu vực Đông Bắc xuất phát từ định hướng chỉ đạo chính trị rõ ràng và nhất quán của cấp ủy, chính quyền địa phương đối với công tác tuyên truyền. Mặc dù còn hạn chế về nguồn lực và nhân sự, nhưng các cơ quan báo chí địa phương đều quán triệt sâu sắc yêu cầu bảo đảm đúng đường lối, chủ trương của Đảng và Nhà nước khi đưa tin về hoạt động nhân đạo. Chính sự chỉ đạo thống nhất này giúp nội dung nhân đạo luôn được kiểm soát chặt chẽ về tư tưởng, không bị lệch hướng, đồng thời nhấn mạnh giá trị nhân văn, tinh thần đoàn kết và trách nhiệm xã hội. Nhờ vậy, dù hình thức thể hiện còn đơn giản, thông tin nhân đạo vẫn giữ được tính chính thống và ý nghĩa tuyên truyền tích cực.

Thứ hai, là sự chủ động phối hợp thông tin giữa các cơ quan báo chí với các tổ chức nhân đạo tại địa phương, đặc biệt là Hội Chữ thập đỏ, Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể. Trong điều kiện phóng viên thường kiêm nhiệm nhiều mảng và ít có điều kiện đi thực tế dài ngày, nguồn thông tin từ các cơ quan chức năng đóng vai trò quan trọng trong việc bảo đảm dòng chảy thông tin không bị gián đoạn. Nhờ cơ chế phối hợp

này, báo chí địa phương vẫn duy trì được tần suất đưa tin tương đối ổn định, kịp thời phản ánh các hoạt động nhân đạo lớn, nhất là trong những đợt cao điểm. Đây là yếu tố giúp bù đắp phần nào những hạn chế về nhân lực và kinh phí trong quản lý nội dung.

Thứ ba, dẫn tới ưu điểm là cách tiếp cận thận trọng, an toàn trong quản lý nội dung của ban biên tập các báo địa phương. Trước những ràng buộc về hành chính và thiếu các tiêu chí đánh giá chất lượng cụ thể, ban biên tập thường ưu tiên các thể loại dễ kiểm soát như tin, phản ánh, phóng sự ngắn, đồng thời mở rộng dần sang bình luận và phân tích ở mức độ phù hợp. Cách làm này tuy chưa tạo được nhiều đột phá về sáng tạo, nhưng lại giúp thông tin nhân đạo tránh sai sót, bảo đảm tính chính xác và thống nhất trong toàn hệ thống. Chính sự lựa chọn phương án quản lý an toàn này đã góp phần tạo nên những ưu điểm về tính định hướng, tính kịp thời và sự đa dạng tương đối về hình thức thể hiện trong thông tin nhân đạo hiện nay.

Nguyên nhân hạn chế

Một trong những nguyên nhân cơ bản dẫn đến hạn chế trong quản lý thông tin nhân đạo trên báo mạng điện tử là sự thiếu hụt về nhân lực chuyên trách và kỹ năng nghiệp vụ của đội ngũ phóng viên, biên tập viên. Ở hầu hết các tòa soạn, phóng viên viết về nhân đạo thường kiêm nhiệm, vừa phải theo dõi chính trị, xã hội, vừa phụ trách nhân đạo, nên khó có điều kiện đầu tư chiều sâu cho đề tài. Việc chưa được đào tạo chuyên môn về báo chí nhân đạo khiến họ thường dừng ở cách viết khô cứng, liệt kê thành tích, chưa đủ kỹ năng để khắc họa chiều sâu tâm lý nhân vật hay phân tích chính sách. Đây chính là nguyên nhân lý giải vì sao nhiều bài nhân đạo trên báo Lạng Sơn và Cao Bằng chỉ ở dạng tin ngắn, ít tính sáng tạo, làm cho thông tin thiếu sức hút với công chúng.

Nguyên nhân tiếp theo là nguồn lực tài chính dành cho mảng nhân đạo còn hạn chế và thiếu tính ổn định. Phần lớn ngân sách dành cho hoạt động báo chí tại các địa phương tập trung vào duy trì hoạt động thường xuyên, trong khi mảng nhân đạo ít được phân bổ kinh phí riêng. Điều này khiến nhiều chuyến đi thực tế vùng sâu, vùng xa không được tổ chức thường xuyên, phóng viên phải khai thác thông tin qua điện thoại hoặc báo cáo từ cơ quan chức năng. Khi thiếu kinh phí, Ban biên tập cũng khó khuyến khích phóng viên đầu tư làm phóng sự, phỏng vấn dài kỳ. Đây là lý do khiến

nội dung nhân đạo thường mang tính thời điểm, chủ yếu tập trung vào các dịp lễ, Tết hay Tháng Nhân đạo, còn trong những tháng bình thường, thông tin nhân đạo giảm hẳn về số lượng và chiều sâu.

Một nguyên nhân khác đến từ cơ chế quản lý còn thiên về hành chính, thiếu linh hoạt trong việc khuyến khích đổi mới. Hiện nay, phần lớn chỉ đạo của cơ quan quản lý báo chí cấp tỉnh vẫn dừng ở mức “tăng cường tuyên truyền, phản ánh phong trào nhân đạo” mà chưa có những tiêu chí cụ thể về chất lượng, thể loại, hay cách tiếp cận mới mẻ. Điều này khiến các Ban biên tập thường chọn giải pháp an toàn: đưa tin sự kiện, phản ánh phong trào, ít dám khai thác các vấn đề gai góc như hạn chế trong phân bổ nguồn lực nhân đạo, hay bất cập trong phối hợp giữa các cơ quan. Sự thiếu linh hoạt trong quản lý khiến phóng viên ít cơ hội thể hiện sáng tạo, dẫn đến thông tin nhân đạo còn nghèo nàn về cách thể hiện.

3. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nội dung thông tin về hoạt động nhân đạo trên báo mạng điện tử địa phương khu vực Đông Bắc trong thời gian tới

Thứ nhất, đổi mới quản lý nội dung thông tin nhân đạo theo hướng thiết thực, sát hơn với thực tiễn.

Thực tế thời gian qua, nhiều văn bản chỉ đạo còn chung chung, thường chỉ dừng lại ở yêu cầu “tăng cường tuyên truyền” hoặc “đẩy mạnh đưa tin về công tác nhân đạo”, khiến các tòa soạn khó xác định mức độ, cách thức và tiêu chí để thực hiện. Để khắc phục, cơ quan quản lý cần ban hành hướng dẫn rõ ràng hơn: mỗi báo cần có số lượng bài tối thiểu trong tháng, có phân bổ theo thể loại (tin, phóng sự, phỏng vấn, bình luận) và có yêu cầu về việc nêu gương nhân vật điển hình. Chỉ khi nội dung quản lý được chi tiết hóa và gắn liền với tình hình thực tiễn địa phương, việc sản xuất tin, bài nhân đạo mới thực sự đi vào chiều sâu, tránh tình trạng hình thức.

Thứ hai, đổi mới phương thức quản lý theo hướng khuyến khích sáng tạo nghề nghiệp .

Thời gian qua, quản lý thông tin nhân đạo còn nặng về tính hành chính, dẫn đến nhiều sản phẩm báo chí mang tính rập khuôn, thiếu sức hút. Để thay đổi, cơ quan quản lý và

Ban biên tập không chỉ dừng lại ở việc giao chỉ tiêu số lượng bài, mà cần mở ra “không gian sáng tạo” cho phóng viên. Ví dụ, ngoài tin ngắn về sự kiện, cần khuyến khích phóng viên xây dựng các phóng sự chuyên đề, bài viết khai thác câu chuyện người thật, việc thật, hoặc thậm chí phản ánh những khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai nhân đạo. Như vậy, phương thức quản lý vừa bảo đảm định hướng chính trị, vừa phát huy tính chủ động, sáng tạo của đội ngũ làm báo.

Thứ ba, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số vào quản lý thông tin nhân đạo.

Trong bối cảnh báo mạng điện tử cạnh tranh gay gắt với mạng xã hội, cơ quan quản lý cần có yêu cầu cụ thể về việc ứng dụng multimedia, infographics, video clip và các nền tảng mạng xã hội trong sản xuất và phổ biến thông tin nhân đạo. Điều này không chỉ giúp thông tin dễ tiếp cận hơn mà còn làm tăng sức hấp dẫn với độc giả trẻ. Bên cạnh đó, ứng dụng công nghệ số cũng cần được triển khai ngay trong khâu quản lý: cơ quan quản lý có thể xây dựng hệ thống theo dõi trực tuyến về số lượng, thể loại và hiệu quả các bài nhân đạo, từ đó giám sát và điều chỉnh kịp thời. Khi phương thức quản lý gắn liền với công nghệ, hiệu quả quản lý sẽ vừa minh bạch, vừa kịp thời, tránh tình trạng chỉ kiểm tra theo kiểu hành chính giấy tờ.

Thứ tư, đẩy mạnh đầu tư cơ sở vật chất và trang thiết bị kỹ thuật phục vụ tác nghiệp.

Thực tế cho thấy, các báo Lạng Sơn và Cao Bằng còn hạn chế về thiết bị hiện đại như máy quay chuyên dụng, flycam, hay phần mềm dựng phim, dẫn đến thông tin nhân đạo chủ yếu ở dạng tin văn bản và ảnh tĩnh. Trong khi đó, Quảng Ninh đã bắt đầu ứng dụng clip, infographics và bản đồ số, khiến nội dung hấp dẫn hơn. Để thu hẹp khoảng cách, cần có chính sách đầu tư trang thiết bị đồng bộ cho các báo, từ máy tính cấu hình cao, thiết bị ghi hình hiện đại, đến phần mềm xử lý dữ liệu. Khi được trang bị đầy đủ, phóng viên sẽ có điều kiện tác nghiệp hiệu quả, sản phẩm thông tin nhân đạo cũng sẽ đa dạng, sinh động và giàu sức thuyết phục hơn.

Tài liệu tham khảo

(1) Harold Koontz và Cyril O'Donnell (1968), Principles of Management, McGraw-Hill Book Company (New York).

(2) Peter Drucker (1954), The Practice of Management, Harper & Row (New York).

(3) Quốc hội (2016), Luật Tiếp cận thông tin năm 2016, Hà Nội.

Tài liệu tham khảo

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
2. Vũ Đình Hòe (2000), Truyền thông đại chúng trong công tác lãnh đạo quản lý, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
3. Nguyễn Thế Kỳ (chủ biên) (2012), Công tác lãnh đạo quản lý báo chí trong 25 năm tiến hành sự nghiệp đổi mới, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội
4. Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hường, Trần Quang (2011), "Cơ sở lý luận Báo chí- Truyền thông", Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.