

Quản lý thông tin về phòng, chống mua bán người trên truyền hình Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 18/06/2025 | Ngày phản biện: 20/06/2025 | Ngày xuất bản: 25/06/2025

Tác giả: Nguyễn Thị Việt Bắc (Lớp Cao học Quản lý Báo chí – Truyền thông K29.2, Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Trong bối cảnh nạn mua bán người ngày càng diễn biến phức tạp và tinh vi, truyền hình Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền, nâng cao nhận thức cộng đồng và hỗ trợ phòng ngừa loại tội phạm này. Tuy nhiên, việc quản lý thông tin về phòng, chống mua bán người trên truyền hình hiện vẫn tồn tại những bất cập cả về nội dung, hình thức lẫn quy trình sản xuất và phối hợp giữa các bên liên quan. Bài viết khảo sát thực trạng tại ba kênh truyền hình tiêu biểu VTV1, QPVN và ANTV để đánh giá chất lượng quản lý thông tin và đề xuất các giải pháp tăng cường hiệu quả truyền thông, góp phần nâng cao nhận thức xã hội về phòng, chống mua bán người và bảo vệ quyền con người trong giai đoạn mới.



Ảnh minh họa

1. Khái niệm quản lý thông tin phòng, chống mua bán người trên truyền hình

- Phòng chống mua, bán người

Mua bán người (hay còn gọi là buôn bán người, nạn buôn người) là thuật ngữ chỉ hành vi mua bán, trao đổi con người như một món hàng vì mục đích trục lợi.

Điều 3, Nghị định thư về phòng ngừa, trừng trị, trấn áp tội phạm buôn bán người, đặc biệt là phụ nữ và trẻ em, bổ sung Công ước chống tội phạm có tổ chức xuyên quốc gia của Liên hiệp quốc (gọi tắt là Nghị định thư Palermo, 2000) đã đưa ra định nghĩa: "Buôn bán người có nghĩa là việc mua bán, vận chuyển, chuyển giao, chứa chấp và nhận người nhằm mục đích bóc lột bằng cách sử dụng hay đe dọa sử dụng vũ lực hay bằng các hình thức ép buộc, bắt cóc, gian lận, lừa gạt hay lạm dụng quyền lực hoặc vị thế dễ bị tổn thương hay bằng việc đưa hay nhận tiền hay lợi nhuận để đạt được sự đồng ý của một người đang kiểm soát những người khác. Hành vi bóc lột sẽ bao gồm ít nhất việc bóc lột mại dâm những người khác hay hình thức bóc lột tình dục khác, các hình thức lao động hay phục vụ cưỡng bức, nô lệ hay những hình thức tương tự nô lệ, khổ sai hoặc lấy các bộ phận cơ thể"⁽¹⁾.

Tại Việt Nam, Luật Phòng, chống mua bán người năm 2024 đã bổ sung quy định về khái niệm "mua bán người"; sửa đổi, bổ sung quy định về căn cứ để xác định nạn nhân và quy định về tài liệu, chứng cứ để xác định nạn nhân cùng một số dấu hiệu để xác định nạn nhân tại Điều 32. Khoản 1 Điều 2 Luật quy định khái niệm mua bán người như sau: "Mua bán người là hành vi tuyển mộ, vận chuyển, chứa chấp, chuyển giao hoặc tiếp nhận người nhằm mục đích nhận tiền, tài sản, lợi ích vật chất khác, bóc lột tình dục, cưỡng bức lao động, lấy bộ phận cơ thể người hoặc nhằm mục đích vô nhân đạo khác bằng cách dùng vũ lực, đe dọa dùng vũ lực, lừa gạt hoặc thủ đoạn khác.

Hành vi tuyển mộ, vận chuyển, chứa chấp, chuyển giao hoặc tiếp nhận người dưới 18 tuổi nhằm mục đích nhận tiền, tài sản, lợi ích vật chất khác trừ trường hợp pháp luật có quy định khác, bóc lột tình dục, cưỡng bức lao động, lấy bộ phận cơ thể người hoặc nhằm mục đích vô nhân đạo khác cũng được coi là mua bán người ngay cả khi không dùng vũ lực, đe dọa dùng vũ lực, lừa gạt hoặc thủ đoạn khác"⁽²⁾.

Như vậy, mua bán người là một dạng tội phạm đặc biệt nghiêm trọng, xâm hại trực tiếp đến nhân phẩm, quyền con người, và an ninh trật tự xã hội. Nạn nhân của tội phạm mua bán người chủ yếu là phụ nữ và trẻ em (tuy nhiên hiện nay, nạn nhân của mua, bán người là nam giới đang có chiều hướng gia tăng), bị lừa gạt, cưỡng ép để bóc lột tình dục, lao động, hoặc các mục đích phi nhân tính khác.

Phòng, chống mua bán người là tổng hợp các biện pháp nhằm ngăn ngừa, phát hiện, đấu tranh xử lý tội phạm mua bán người, đồng thời bảo vệ, hỗ trợ nạn nhân của tội phạm này. Luật Phòng, chống mua bán người 2024 của Việt Nam quy định rõ phạm vi công tác phòng chống, bao gồm: phòng ngừa, phát hiện, xử lý hành vi mua bán người; tiếp nhận, xác minh, giải cứu, bảo vệ và hỗ trợ nạn nhân; quản lý nhà nước và trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức, cá nhân trong phòng chống mua bán người; và hợp tác quốc tế về phòng chống mua bán người⁽³⁾. Như vậy, công tác phòng chống mua bán người không chỉ dừng ở việc truy bắt và trừng trị tội phạm, mà còn chú trọng phòng ngừa từ gốc (qua tuyên truyền nâng cao nhận thức, xóa đói giảm nghèo, quản lý an ninh biên giới...), cũng như hỗ trợ hậu quả (giải cứu nạn nhân, phục hồi tâm lý, tái hòa nhập cộng đồng).

- Quản lý thông tin về phòng, chống mua bán người trên truyền hình Việt Nam

Để phòng, chống mua bán người, cần thực hiện đồng bộ nhiều biện pháp phòng ngừa, trong đó, tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng được xem là một trong những giải pháp phòng ngừa quan trọng. Nhà nước ta nhấn mạnh vai trò của công tác thông tin, giáo dục trong việc giúp người dân cảnh giác trước thủ đoạn của tội phạm mua bán người, tự bảo vệ bản thân và cộng đồng. Bên cạnh các nỗ lực lập pháp, hành pháp, thì việc phối hợp của các cơ quan truyền thông đại chúng để phổ biến pháp luật, cảnh báo phương thức thủ đoạn tội phạm, và lên án tệ nạn mua bán người là hết sức cần thiết. Hoạt động này góp phần huy động sức mạnh của toàn xã hội vào công cuộc phòng chống mua bán người. Chính vì lẽ đó, Luật Phòng, chống mua bán người 2024 đã có điều khoản riêng quy định trách nhiệm của các cơ quan thông tin đại chúng trong công tác này. Điều 18, Khoản 1 quy định “Thông tin, tuyên truyền, phổ biến kịp thời, chính xác chính sách, pháp luật về phòng, chống mua bán người; phản ánh trung thực về tình hình mua bán người và công tác phòng, chống mua bán người; nêu gương điển hình tiên tiến, mô hình phòng, chống mua bán người có hiệu quả”⁽⁴⁾.

Điều luật này vừa khẳng định trách nhiệm tham gia tuyên truyền phòng ngừa tội phạm của báo chí, vừa nhấn mạnh yêu cầu bảo vệ danh tính, quyền riêng tư của nạn nhân khi truyền thông về vấn đề này.

Tóm lại, phòng, chống mua bán người là một nhiệm vụ vừa cấp bách, vừa lâu dài, đòi hỏi sự vào cuộc đồng bộ của hệ thống chính trị và toàn xã hội. Trong đó, các cơ quan báo chí - truyền thông đặc biệt là truyền hình, giữ vai trò quan trọng nhằm phổ biến kiến thức pháp luật, nâng cao nhận thức, cảnh báo cộng đồng và tạo sự đồng thuận xã hội trong đấu tranh bài trừ tội phạm mua bán người.

Như vậy, có thể hiểu "Thông tin về phòng, chống mua bán người trên truyền hình Việt Nam" là toàn bộ những tin tức, thông điệp, chương trình được phát sóng trên các kênh truyền hình ở Việt Nam có nội dung liên quan đến công tác phòng ngừa, đấu tranh chống tội phạm mua bán người và hỗ trợ nạn nhân.

Thông tin phòng, chống mua bán người trên truyền hình Việt Nam có nội dung rất phong phú, từ phản ánh thực trạng, diễn biến tội phạm đến tuyên truyền chủ trương chính sách và hướng dẫn kỹ năng phòng ngừa. Điểm chung là tất cả đều nhằm mục đích nâng cao nhận thức cộng đồng, cảnh báo nguy cơ, kêu gọi sự vào cuộc của xã hội để đẩy lùi nạn mua bán người. Thông tin này được truyền tải trên nhiều kênh truyền hình khác nhau, từ trung ương tới địa phương, bằng nhiều thể loại báo chí đa dạng để phù hợp với từng nhóm công chúng.

Cần nhấn mạnh rằng, tính chất của thông tin phòng chống mua bán người mang tính nhân văn và xã hội cao, do đó, việc quản lý thông tin này trên truyền hình là vô cùng cần thiết và đòi hỏi phải đảm bảo tính chính xác, khách quan, đồng thời tuân thủ các nguyên tắc đạo đức (như tôn trọng quyền riêng tư của nạn nhân, không đưa tin giật gân, gây hoang mang).

Trên cơ sở phân tích như trên, và từ việc làm rõ các khái niệm liên quan, có thể hiểu: Quản lý thông tin về phòng, chống mua bán người trên truyền hình là quá trình tổ chức, xây dựng kế hoạch và kiểm soát các hoạt động liên quan đến việc xây dựng, sản xuất, phát sóng và đánh giá các nội dung truyền hình có mục tiêu tuyên truyền, giáo dục, nâng cao nhận thức và vận động xã hội trong công tác phòng, chống tội phạm mua bán người.

Mục tiêu của việc quản lý thông tin về phòng, chống mua bán người trên truyền hình nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng về các nguy cơ, thủ đoạn và hình thức của nạn mua bán người, từ đó giúp người dân chủ động phòng tránh và cảnh giác. Từ đó, góp phần răn đe tội phạm, ngăn ngừa hành vi vi phạm pháp luật, đồng thời hỗ trợ nạn nhân trong quá trình tái hòa nhập cộng đồng một cách an toàn và bền vững; bảo đảm các thông tin được truyền tải phải minh bạch, chính xác, nhân văn, không gây kỳ thị, định kiến hoặc xâm phạm quyền riêng tư và danh dự của nạn nhân và gia đình họ.

2. Thực trạng quản lý thông tin phòng, chống mua bán người trên truyền hình Việt Nam hiện nay

2.1. Khảo sát thực trạng quản lý thông tin phòng, chống mua bán người trên 03 kênh truyền hình VTV1, QPVN và ANTV

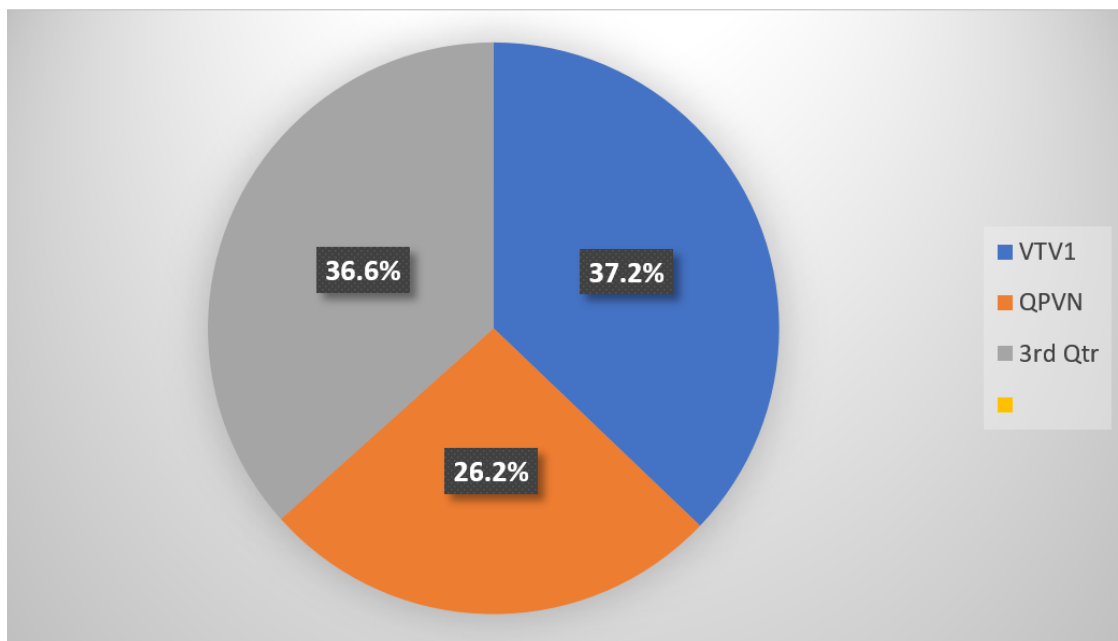
Để đánh giá thực trạng, tác giả tiến hành khảo sát công tác quản lý thông tin phòng, chống mua, bán người trên truyền hình Việt Nam hiện nay tập trung vào kênh VTV1 (Đài truyền hình Việt Nam), Kênh Truyền hình Quốc phòng Việt Nam QPVN; Kênh Truyền hình Công an nhân dân ANTV. Đây đều là 3 kênh truyền hình thiết yếu quốc gia, có nhiều tin, bài, phóng sự, chương trình truyền hình phản ánh thực trạng nạn mua bán người và nỗ lực của các cơ quan chức năng và toàn xã hội trong việc phòng, chống mua, bán người.

Tác giả đã tiến hành thống kê và lựa chọn khảo sát 1152 tin/bài, phóng sự, tác phẩm truyền hình mang thông tin PCMBN trên 03 kênh truyền hình diện khảo sát là VTV1, QPVN và ANTV trong thời gian từ 2022-2024. Cụ thể:

- **Trên kênh VTV1**, tác giả khảo sát các chương trình **"Vấn đề hôm nay"**, **"Chuyển động 24h"**, **"Thời sự 19h"** và một số chuyên mục xã hội, phóng sự khác, với tổng số **428 tin/bài**, chiếm khoảng **37,2%** tổng số khảo sát.
- **Trên kênh QPVN**, khảo sát tập trung vào các chuyên mục như **"Bản tin thời sự"**, **"Biên cương xanh"**, **"Nhận diện sự thật"**, **"Góc nhìn QPVN"**... với tổng số **302 tin/bài**, chiếm **26,2%**.

- Trên kênh **ANTV**, khảo sát trên các bản tin như **"An ninh toàn cảnh"**, **"An ninh với cuộc sống"** và các loạt phóng sự điều tra, chuyên đề như **"Hồ sơ vụ án"**, **"Phía sau bản án"**, **"Camera giấu kín"**, có tổng cộng **422 tin/bài**, chiếm **36,6%**.

Tỷ lệ cụ thể trên 03 kênh truyền hình diện khảo sát như sau:



Biểu đồ 2.1. Tỷ lệ tin/bài về phòng chống mua bán người trên ba kênh truyền hình khảo sát trong giai đoạn 2022–2024. Nguồn: Khảo sát của tác giả

Như vậy, **kênh VTV1 chiếm 37,1%** là kênh có tỷ lệ cao nhất. Điều này phản ánh vai trò trung tâm và tính thời sự của VTV1 trong việc truyền tải thông tin chính sách, các vấn đề xã hội cấp bách, trong đó có nạn mua bán người. Các chương trình như "Thời sự 19h", "Vấn đề hôm nay" hay "Chuyển động 24h" thường xuyên dành thời lượng đưa tin vào "khung giờ vàng", phân tích chuyên sâu về các vụ việc, chính sách và giải pháp phòng chống mua bán người.

Kênh ANTV chiếm 36,6% chỉ thấp hơn VTV1 khoảng 0,5%, cho thấy lực lượng Công an nhân dân, với thế mạnh trong lĩnh vực điều tra, phòng ngừa tội phạm, đã tập trung cao độ vào mảng truyền thông phòng chống mua bán người. Các chuyên đề như "Hồ sơ vụ án", "Phía sau bản án", "An ninh toàn cảnh" mang tính phản ánh chân thực, trực tiếp về hành vi phạm tội và công tác đấu tranh.

Kênh QPVN chiếm 26,2% dù thấp hơn hai kênh còn lại, vẫn giữ tỷ lệ đáng kể. Với đặc thù là kênh truyền hình của Quân đội nhân dân, QPVN thường lồng ghép nội dung

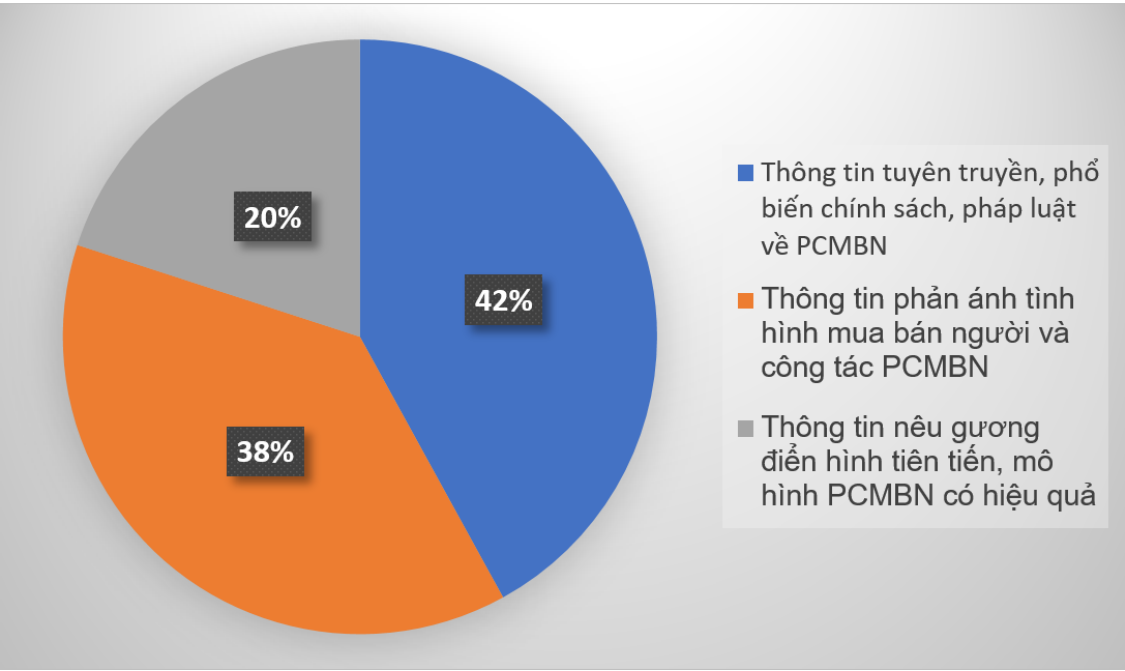
PCMBN vào các chương trình như “Biên cương xanh”, “Nhận diện sự thật”, hướng tới phản ánh vai trò lực lượng biên phòng và quân đội trong kiểm soát vùng biên giới, góp phần ngăn chặn tình trạng mua bán người xuyên biên giới.

- Về nội dung:

Khảo sát 1.152 tin/bài, phóng sự, tác phẩm truyền hình mang thông tin PCMBN trên 03 kênh truyền hình diện khảo sát là VTV1, QPVN và ANTV trong thời gian từ 2022-2024, tác giả nhận thấy nội dung thông tin về PCMBN trên các chương trình truyền hình thường tập trung vào 03 nhóm vấn đề sau:

- **Một là**, thông tin, tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật, về phòng, chống mua bán người với **483 tin/bài**, chiếm **42%**.
- **Hai là**, thông tin phản ánh trung thực tình hình mua bán người và công tác phòng, chống mua bán người với **437 tin/bài**, chiếm **38%**.
- **Ba là**, nêu gương điển hình tiên tiến, mô hình phòng, chống mua bán người có hiệu quả với **232 tin/bài**, chiếm **20%**.

Tỷ lệ cụ thể các nhóm nội dung như sau:



Biểu đồ 2.2. Tỷ lệ nhóm nội dung về thông tin PCMBN trên 03 Kênh truyền hình điện
khảo sát từ 2022-2024. Nguồn: Khảo sát của tác giả

Từ biểu đồ 2.2. có thể thấy:

- Nhóm nội dung thứ nhất: Thông tin, tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật về PCMBN – chiếm 42% (tương đương khoảng 484 tin/bài). Đây là nhóm nội dung chiếm tỷ lệ cao nhất, cho thấy các đài truyền hình đặc biệt chú trọng tới việc truyền tải các văn bản pháp luật, chỉ thị, chiến lược quốc gia, cũng như những quy định liên quan đến phòng, chống mua bán người đến với công chúng. Thông tin này thường được thể hiện trong các bản tin thời sự, chương trình chuyên đề pháp luật hoặc các cuộc trao đổi với đại diện cơ quan chức năng.

Với nhóm thông tin này, cả 3 kênh truyền hình điện khảo sát đều chú trọng đưa tin về hoạt động của các cấp chính quyền, các lực lượng chức năng (Công an, bộ đội biên phòng và đoàn thể) trong phòng, chống mua bán người.

Các kênh truyền hình điện khảo sát đã có những phóng sự về việc Quốc hội thông qua Luật Phòng, chống mua bán người (sửa đổi) năm 2024, nội dung luật mới với 8 chương, 63 điều, nhấn mạnh việc hỗ trợ, bảo vệ nạn nhân và phân công trách nhiệm cụ thể cho các bộ ngành. Điển hình là, phóng sự có chủ đề "Luật Phòng, chống mua bán người (sửa đổi): Thông điệp mạnh mẽ và nhân văn của Việt Nam" trên chương trình Vấn đề hôm nay phát sóng trên VTV1 ngày 28/11/2024. Theo đó, với điểm nhấn là **đặt nạn nhân làm trung tâm**, luật sửa đổi quy định rõ các biện pháp hỗ trợ từ sớm, từ khâu tiếp nhận, xác minh đến quá trình tái hòa nhập cộng đồng. Nạn nhân không chỉ được hỗ trợ y tế, tâm lý, mà còn được tạo điều kiện học văn hóa, học nghề, vay vốn, thậm chí được cấp bảo hiểm y tế trong thời gian đầu trở về địa phương. Một điểm tiến bộ nữa là luật đã bổ sung quy định **cấm hành vi mua bán người từ khi còn là bào thai** thể hiện sự bảo vệ toàn diện, từ sớm, từ xa, đối với quyền con người. Luật Phòng, chống mua bán người (sửa đổi) không chỉ là hành lang pháp lý vững chắc mà còn là **thông điệp mạnh mẽ và đầy tính nhân văn của Việt Nam** gửi đến cộng đồng quốc tế: Mọi con người đều có quyền được sống an toàn, được bảo vệ và được tạo cơ hội để tái thiết cuộc đời.

- Nhóm nội dung thứ hai: Phản ánh trung thực tình hình thực tế, diễn biến tội phạm và công tác phòng, chống mua bán người chiếm 38% (khoảng 438 tin/bài). Đây là nhóm nội dung thể hiện vai trò phát hiện, phản ánh, giám sát xã hội của báo chí, đồng thời góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng trước các phương thức thủ đoạn ngày càng tinh vi của tội phạm. Loạt phóng sự điều tra, bản tin an ninh trật tự và chương trình hồ sơ vụ án của ANTV là điển hình cho mảng nội dung này.

ANTV đưa tin rất chi tiết về mua bán người với các phóng sự, chuyên mục chuyên đề. Trong ngày 30/7/2023 (nhân "Ngày Toàn dân phòng, chống mua bán người"), ANTV phát sóng phóng sự **"Nhận diện diễn biến mới của tội phạm mua bán người"**. Bản tin này nêu rõ trong 6 tháng đầu năm 2023 cả nước phát hiện 88 vụ/229 đối tượng mua bán người (tăng mạnh so với 2022) và có 43 vụ được xét xử với 107 bị cáo. ANTV dẫn lời chuyên gia cho biết "ai cũng có thể trở thành nạn nhân" nếu thiếu cảnh giác, nhấn mạnh việc tội phạm tinh vi và số lượng tăng. Tiếp sau đó, ANTV ngày 3/9/2023 phát sóng phóng sự **"Cảnh giác trước các thủ đoạn của tội phạm mua bán người"**, phân tích kỹ lưỡng các chiêu thức lừa đảo hiện nay. Phóng sự ghi nhận "tình hình mua bán người tiếp tục diễn biến phức tạp... phương thức ngày càng tinh vi" và cảnh báo thủ đoạn dụ dỗ qua mạng xã hội như hứa hẹn "việc nhẹ, lương cao", dẫn đến nhiều trẻ em, phụ nữ rơi vào "món hàng" bị bán ra nước ngoài hoặc bóc lột tình dục. Cuối tháng 9/2023, ANTV có loạt phóng sự **"Mua bán người từ bấy online"** (Phát sóng trên chương trình An ninh toàn cảnh, ngày 18/9/2023), nhấn mạnh việc tội phạm lập nhóm tuyển dụng ảo trên Facebook/Zalo để lừa người lao động đi làm ở nước ngoài, thực tế nhiều trường hợp bị đưa sang Campuchia rồi phát hiện bị lừa đảo. Ngoài tin nóng, ANTV cũng đưa tin các hội nghị, lễ phát động chống mua bán người. Chẳng hạn, trong chương trình An ninh với cuộc sống ngày 24/5/2024 ANTV đưa tin hội nghị phối hợp công an - biên phòng phòng chống mua bán người: báo cáo rằng "trong 1 năm qua... phối hợp điều tra, xử lý 29 vụ, với 59 đối tượng, 56 nạn nhân" mua bán người. Như vậy, các chuyên mục ANTV nhấn mạnh diễn biến, số liệu điều tra, đồng thời cảnh báo người dân về các "mô hình" và "thủ đoạn" của tội phạm mua bán người.

- Nhóm nội dung thứ ba: Nêu gương điển hình tiên tiến, mô hình hiệu quả trong công tác phòng, chống mua bán người chiếm 20% (khoảng 230 tin/bài). Tuy có tỷ lệ thấp nhất, nhưng đây lại là nhóm nội dung có giá trị truyền cảm hứng, cổ vũ tinh thần cộng

đồng, khơi dậy tinh thần cảnh giác và đoàn kết trong phòng chống tội phạm. Các gương chiến sĩ công an tận tụy, cán bộ xã hội tận tâm hay mô hình cộng đồng an toàn... thường xuất hiện trong các phóng sự dài kỳ hoặc chuyên đề chính luận.

Chương trình Biên cương xanh trên QPVN ngày 17/12/2024, có phóng sự “Hiệu quả từ mô hình hỗ trợ cộng đồng phòng chống mua bán người trên địa bàn huyện Tương Dương”. Huyện Tương Dương (Nghệ An) là địa bàn miền núi biên giới từng diễn ra tình trạng mua bán người phức tạp do dân trí thấp, kinh tế khó khăn. Trước thực trạng đó, từ năm 2015, Hội Liên hiệp Phụ nữ huyện đã triển khai mô hình “Hỗ trợ cộng đồng phòng chống mua bán người” tại bản Tam Bông, xã Tam Quang. Từ 14 thành viên ban đầu, mô hình phát triển lên 97 thành viên, tổ chức hơn 60 buổi tuyên truyền, thu hút trên 7.000 lượt người tham gia, góp phần đưa số người đi lao động bất hợp pháp từ 179 người (năm 2014) giảm còn 0. Mô hình được nhân rộng ra các xã khác như Lượng Minh, Xá Lượng, Nga My và Yên Hòa với tổng số hơn 300 thành viên. Các hoạt động chính gồm sinh hoạt định kỳ, tuyên truyền pháp luật, hỗ trợ vay vốn, vận động nạn nhân trở thành tuyên truyền viên. Điển hình là chị Lô Thị Mây từng là nạn nhân bị lừa bán sang Trung Quốc, nay là chi hội trưởng phụ nữ tích cực tuyên truyền, hay chị Pay Thị Huyền từng tham gia môi giới người qua biên giới, nay hoàn lương và hoạt động tích cực trong mô hình. Mô hình cũng nhận được sự hỗ trợ từ Trung ương Hội LHPN Việt Nam, UN Women và Hội LHPN tỉnh Nghệ An, góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng và hỗ trợ hiệu quả cho nạn nhân tái hòa nhập xã hội.

Tỷ lệ phân bổ trên cho thấy, các cơ quan truyền hình đã nỗ lực trong việc đa dạng hóa thông tin về PCMBN, từ phổ biến kiến thức pháp luật đến phản ánh thực trạng và lan tỏa mô hình hiệu quả. Tuy nhiên, việc nội dung tuyên truyền pháp luật chiếm ưu thế rõ rệt, trong khi các nội dung mang tính truyền cảm hứng hoặc điều tra chuyên sâu chưa thực sự cân bằng, là một tín hiệu cho thấy dư địa cải tiến trong công tác quản lý thông tin vẫn còn rất lớn.

- Về hình thức

Công tác quản lý cũng chú trọng đa dạng hóa hình thức thể hiện nhằm tăng sức hấp dẫn và hiệu quả truyền thông. Trên cả 3 kênh, thông tin về phòng, chống mua bán người được truyền tải qua nhiều thể loại báo hình:

Tin tức ngắn trong bản tin thời sự: Đây là hình thức phổ biến trên VTV1 (các bản tin Thời sự 19h, Chào buổi sáng, Thời sự 12h), QPVN (Thời sự Quốc phòng), ANTV (An ninh 24h, Nhật ký an ninh). Những tin này thường dài 1–2 phút, tường thuật nhanh diễn biến các vụ án vừa triệt phá hoặc hội nghị, sự kiện liên quan. Hình ảnh minh họa là cảnh bắt giữ tội phạm, tang vật, hay hội trường sự kiện. Hình thức này ngắn gọn, truyền tải thông điệp chính yếu và được phát vào giờ cố định để tiếp cận đông đảo khán giả.

Phóng sự điều tra, phóng sự chuyên sâu: Các kênh đều có những phóng sự dài 5–7 phút hoặc hơn, đào sâu một vụ việc hoặc khía cạnh của nạn buôn người. Ví dụ, VTV1 phát phóng sự “Nỗi ám ảnh của nạn nhân mua bán người” (25/11/2023) thuật lại câu chuyện các cô gái bị lừa sang Campuchia, phải chịu tra tấn, bóc lột và nỗ lực tự giải thoát. Phóng sự này kết hợp lời kể nạn nhân (giấu mặt, thay đổi giọng) với hình ảnh hiện trường, giúp người xem cảm nhận chân thực hậu quả tội ác. ANTV có loạt phóng sự “Lật mặt tội phạm” tái hiện chiêu trò lừa bán người, với hình thức dàn dựng lại tình huống (tái hiện hành vi phạm tội) đan xen phỏng vấn điều tra viên, mang lại góc nhìn trực diện. QPVN thì có các ký sự từ vùng biên (Phóng sự Biên cương xanh) ghi lại công tác tuần tra, giải cứu nạn nhân của bộ đội biên phòng, sử dụng nhiều cảnh quay thực tế sinh động. Những phóng sự chuyên sâu này cho thấy ban biên tập đã đầu tư công sức, quản lý chất lượng nội dung kỹ lưỡng để thông tin không chỉ đúng mà còn có tính thuyết phục, lay động lòng người.

Chương trình tọa đàm, chuyên đề: Nhằm phân tích sâu và định hướng dư luận, VTV1 đã tổ chức một số tọa đàm trên sóng (ví dụ chương trình Đối thoại nhân Ngày phòng chống mua bán người có sự tham gia của lãnh đạo Cục Cảnh sát Hình sự và chuyên gia tâm lý). Hình thức tọa đàm giúp mổ xẻ nguyên nhân xã hội, bàn giải pháp phòng ngừa, qua đó truyền tải thông điệp một cách hệ thống, bài bản. ANTV cũng có chương trình Câu chuyện cuối tuần (01/08/2023) với chủ đề “Việt Nam chung tay phòng, chống tội phạm mua bán người”, mời chuyên gia và cán bộ công an thảo luận, khán giả có thể tương tác đặt câu hỏi. Ban tổ chức đã quản lý nội dung chặt chẽ, các câu hỏi và trả lời đều xoay quanh giải pháp, tránh sa đà vào chi tiết vụ án giật gân. QPVN thì lồng ghép nội dung này trong các chuyên đề pháp luật, quốc phòng toàn dân, nêu bật vai trò quân đội tham gia tuyên truyền ở cơ sở.

Phim tài liệu, phóng sự dài kỳ: Trong giai đoạn khảo sát, VTV1 đã phát một số phim tài liệu về hành trình giải cứu nạn nhân và tái hòa nhập cộng đồng, dài 20–30 phút, phát vào khung giờ chuyên đề cuối tuần. ANTV với lợi thế tư liệu ngành công an, cũng sản xuất phim tài liệu “Chặng đường không nghỉ” về công tác đấu tranh phòng chống mua bán người sau 10 năm thi hành Luật 2011, dùng nhiều tư liệu lưu trữ quý. Hình thức phim tài liệu có kịch bản công phu, lời bình sâu sắc, được quản lý nội dung ở cấp cao (thường phải duyệt bởi lãnh đạo cơ quan chủ quản trước phát sóng). Qua đó, các đài truyền tải được bức tranh toàn cảnh, đánh giá cả quá trình nỗ lực của hệ thống chính trị.

Hình thức đồ họa, Infographic trên truyền hình: Một điểm mới trong quản lý hình thức là việc ứng dụng công nghệ đồ họa để minh họa số liệu, quy trình. VTV1 và ANTV khi đưa số liệu (như thống kê của Bộ Công an, Liên Hợp Quốc) thường hiển thị dưới dạng bảng, biểu đồ trên màn hình để người xem dễ hình dung. Ví dụ, bản tin VTV1 cho biết “57% các vụ mua bán người nhằm mục đích cưỡng bức lao động, 47% nạn nhân dưới 18 tuổi, và 2/3 số vụ liên quan đưa nạn nhân sang Lào, Campuchia, Trung Quốc” đã hiển thị biểu đồ tròn và bản đồ vùng để minh họa trực quan. Điều này cho thấy ban biên tập đã chú ý cải tiến hình thức thể hiện, tăng tính trực quan sinh động cho thông tin vốn khô khan.

2.2. Đánh giá thực trạng quản lý thông tin phòng, chống mua bán người trên 03 kênh truyền hình VTV1, QPVN và ANTV

- Kết quả đạt được

Qua khảo sát có thể thấy, quản lý thông tin về PCMBN trên 03 kênh truyền hình diện khảo sát gồm VTV1, ANTV, QPVN trong thời gian từ 2022-2024 đã đạt được những thành công đáng kể, cụ thể:

Thứ nhất, thông qua hoạt động quản lý giúp **tăng cường lượng thông tin và duy trì tính liên tục**: Giai đoạn 2022–2024 chứng kiến **sự gia tăng rõ rệt về tần suất và thời lượng thông tin** phòng, chống mua bán người trên truyền hình. Các kênh đã phát sóng hàng trăm tin, bài, phóng sự, chương trình về chủ đề này. Thông tin không tập trung một đợt rồi gián đoạn mà được duy trì liên tục, bám sát diễn biến thực tế. Đây là thành công quan trọng vì đảm bảo vấn đề luôn hiện hữu trong nhận thức xã hội,

tạo áp lực thường trực lên tội phạm. Nguyên nhân của thành công này nằm ở **sự chỉ đạo quyết liệt từ trung ương (Chính phủ, Bộ ngành)** yêu cầu tăng thời lượng truyền, cộng với **nỗ lực chủ động của các đài** trong việc xây dựng kế hoạch dài hạn. Chính việc lồng ghép nội dung vào nhiều chương trình đã giúp tần suất thông tin không bị suy giảm sau cao điểm mà lan tỏa đều đặn.

Hai là, nhờ quản lý tốt nội dung thông tin về PCMBN ngày càng toàn diện, có chiều sâu và nhân văn: Công tác quản lý đã giúp sản phẩm thông tin đạt chất lượng cao. Nội dung vừa toàn diện (phản ánh đủ khía cạnh: từ thực trạng tội phạm đến chính sách, gương người tốt), vừa có chiều sâu (điều tra, phân tích nguyên nhân, giải pháp), lại đảm bảo tính nhân văn (bảo vệ nạn nhân, không giết gân). Thông điệp cốt lõi về cảnh giác và chung tay phòng chống tội phạm được chuyển tải hiệu quả. Thành công này trước hết nhờ **đội ngũ làm chương trình có tâm và có tầm**, kết quả của công tác giáo dục - thuyết phục tốt. Họ hiểu rõ sứ mệnh nên đầu tư công sức, sáng tạo trong cách thể hiện. Thêm nữa, sự phối hợp chặt chẽ với cơ quan chức năng cung cấp thông tin chính thống, số liệu tin cậy (ví dụ số liệu Bộ Công an về các vụ án, nạn nhân) làm nội dung thêm thuyết phục. Yếu tố pháp luật và đạo đức (như không tiết lộ danh tính nạn nhân) được tuân thủ, góp phần xây dựng niềm tin khán giả. Tất cả tạo nên thành công về mặt chất lượng nội dung.

Ba là, **hình thức thông tin ngày càng sinh động, đa kênh, tiếp cận rộng rãi với khán giả.** Thành công nữa là ở **phương thức truyền tải đổi mới**, tận dụng tối đa thế mạnh công nghệ. Các chương trình đã kết hợp truyền hình truyền thống với phát trên nền tảng số, tương tác mạng xã hội, giúp thông tin tiếp cận đến đông đảo công chúng, đặc biệt là giới trẻ nhóm có nguy cơ cao bị lừa qua mạng. Sự kiện truyền hình trực tiếp Lễ phát động 30/7 trên nhiều kênh (truyền hình, YouTube, app) là ví dụ thành công về tiếp cận đa nền tảng. Ngoài ra, việc sử dụng đồ họa, hình ảnh thực tế, nhân chứng sống... làm cho thông điệp dễ thấm, khán giả dễ nhớ. Chẳng hạn, sự kiện truyền hình trực tiếp Lễ phát động Ngày toàn dân phòng, chống mua bán người 30/7 năm 2024 do Bộ Công an tổ chức đã được phát đồng thời trên kênh Truyền hình Công an nhân dân (ANTV), YouTube, ứng dụng VTVgo và nền tảng mạng xã hội Facebook. Chương trình sử dụng kết hợp đồ họa trực quan, hình ảnh thực tế và nhân chứng sống, giúp thông điệp chống mua bán người trở nên dễ hiểu, dễ nhớ và tác động mạnh mẽ đến cảm xúc người xem. Đây là ví dụ tiêu biểu cho việc ứng dụng công nghệ truyền thông

hiện đại trong truyền hình chính luận. Thành công này có được nhờ **đầu tư công nghệ đúng hướng** và nhận thức kịp thời của lãnh đạo đài về xu thế truyền thông mới (kết quả của phương thức quản lý bằng công nghệ, quy trình khoa học). Các đài đã thay đổi cách thể hiện truyền thống khô cứng sang phong phú, hiện đại, do đó tăng hiệu quả rõ rệt.

Bốn là, **góp phần tích cực vào đấu tranh phòng chống tội phạm thực tế**. Có thể nói, công tác truyền thông tốt đã **hỗ trợ đắc lực cho thành quả phòng chống mua bán người trên thực tế**. Minh chứng là số vụ án bị phát hiện tăng lên một phần nhờ người dân cảnh giác, tố giác nhiều hơn sau khi xem truyền hình. Số liệu cho thấy **số vụ phát hiện và khởi tố 6 tháng đầu 2024 tăng 21,2% so với cùng kỳ năm 2023**, điều này có sự đóng góp không nhỏ của tuyên truyền nâng cao nhận thức. Nhiều nạn nhân cho biết, họ tìm cách trốn thoát hoặc cầu cứu vì trước đó từng xem phóng sự trên TV và hiểu mình đã rơi vào bẫy. Công an các địa phương cũng chủ động liên hệ đài truyền hình để đưa tin cảnh báo khi phát hiện thủ đoạn mới, thể hiện niềm tin vào sức mạnh truyền thông. Theo tác giả, đây là thành công lớn nhất: **thông tin được quản lý, truyền tải tốt đã biến thành sức mạnh xã hội cụ thể**, góp phần đẩy lùi tội phạm.

- Hạn chế

Bên cạnh các thành công, công tác quản lý thông tin trên 3 kênh truyền hình diện khảo sát về phòng, chống mua bán người giai đoạn 2022–2024 vẫn tồn tại một số **hạn chế** nhất định.

Một là, **độ phủ và mức độ hấp dẫn của thông tin về phòng, chống mua bán người chưa đồng đều**. Mặc dù nội dung đã được phát trên nhiều kênh, nhưng **mức độ tiếp cận khán giả vùng sâu, vùng xa còn hạn chế**. Kênh QPVN và ANTV không phải người dân nào cũng biết đến hoặc thường xuyên theo dõi, nhất là ở nông thôn. VTV1 có độ phủ sóng cao nhưng không phải lúc nào khán giả cũng chú ý đến các phóng sự chuyên đề phát sóng ngoài khung giờ vàng. Một bộ phận công chúng, đặc biệt là giới trẻ, vẫn chủ quan hoặc chưa quan tâm đúng mức đến thông điệp cảnh báo trên TV, do đó vẫn tin vào những chiêu trò lừa đảo trên mạng xã hội như tuyển dụng gán mác xuất khẩu lao động sang Campuchia với chiêu bài “việc nhẹ lương cao”. Bên

cạnh đó, **mức độ hấp dẫn của chương trình chưa đồng đều**: có phóng sự rất sinh động nhưng cũng có tin bài còn khô cứng, thiếu sáng tạo. Một số bản tin lặp lại số liệu nhiều khiến người xem nhàm chán, hoặc phát sóng vào giờ ít người xem. Hạn chế này dẫn đến hiệu quả tác động chưa tối ưu.

Hai là, **chưa khai thác hết tiềm năng tương tác hai chiều giữa kênh truyền hình và khán giả**. Dù đã hiện diện trên mạng xã hội và các nền tảng trực tuyến như website, app TV, song các đài chủ yếu mới đăng tải nội dung một chiều, chưa tạo nhiều diễn đàn để người dân trao đổi, hỏi đáp về phòng chống mua bán người. Ví dụ, hiếm có chương trình giao lưu trực tuyến hoặc mục hỏi – đáp trên sóng truyền hình về chủ đề này. Trong khi, tội phạm mua bán người liên quan mật thiết đến cộng đồng, cần sự tương tác để nhận diện và tố giác. Sự thiếu vắng kênh tương tác khiến thông tin chưa thấm thấu sâu vào hành vi khán giả, đôi khi họ xem xong nhưng không biết báo cho ai khi gặp nghi vấn.

Ba là, **nội dung thông tin chưa bao quát, phản ánh hết mọi khía cạnh của vấn đề**. Các phóng sự phát trên các kênh truyền hình điện khảo sát chủ yếu tập trung vào các vụ lớn. Còn những vụ nhỏ lẻ tại địa phương hoặc hình thức mua bán người mới (như mua bán trẻ sơ sinh, mua bán người trong nội địa) có thể chưa được phản ánh kịp thời. Theo Báo cáo của Ban chỉ đạo quốc gia phòng, chống tội phạm của Chính phủ, năm 2022 có tới **40 vụ mua bán người trong nội địa, chiếm 45% tổng số vụ (5)**, nhưng trên truyền hình, nội dung tuyên truyền lại thiên về các vụ xuyên biên giới nhiều hơn. Điều này cho thấy có một khoảng trống thông tin nhất định về loại hình tội phạm “ẩn” trong nước (buôn bán người yêu, con đẻ, ép lao động... dưới vỏ bọc hợp pháp). Hạn chế này phần nào do sự **bất cập trong phối hợp giữa đài và địa phương**, chưa chủ động cung cấp tin hoặc phóng viên địa phương không được đào tạo bài bản để thực hiện phóng sự chất lượng. Kết quả là bức tranh truyền thông chưa thật sự bao quát mọi khía cạnh của vấn đề.

Bốn là, **chưa đánh giá đầy đủ tác động truyền thông, hiệu quả của thông tin**. Đến nay, các kênh truyền hình điện khảo sát vẫn chưa có nhiều nghiên cứu, số liệu cụ thể đo lường **mức độ thay đổi nhận thức, hành vi** của người dân sau khi xem các chương trình. Do đó, việc điều chỉnh nội dung cho phù hợp từng nhóm đối tượng còn thiếu cơ sở khoa học. Ví dụ, chưa rõ nhóm phụ nữ nông thôn độ tuổi 18–30 (dễ thành

nạn nhân) có xem và hiểu các cảnh báo trên TV đến đâu; hay nhóm nam thanh niên lao động phổ thông có lưu tâm lời khuyên không tìm việc qua mạng xã hội không. Sự thiếu thông tin phản hồi này là hạn chế, khiến quản lý nội dung có phần **chưa sát đối tượng mục tiêu**.

3. Giải pháp tăng cường quản lý thông tin phòng, chống mua bán người trên truyền hình Việt Nam thời gian tới

Một là, nâng cao nhận thức, năng lực của chủ thể trong quản lý thông tin phòng, chống mua bán người trên truyền hình

Một trong những giải pháp nền tảng và bền vững để nâng cao hiệu quả quản lý thông tin phòng, chống mua bán người trên truyền hình là tăng cường nhận thức và năng lực cho đội ngũ chủ thể quản lý. Thực tế cho thấy, tại nhiều đài truyền hình, lãnh đạo và cán bộ quản lý chưa thực sự nhận thức rõ vai trò chiến lược của truyền hình trong phòng, chống buôn người, dẫn đến tình trạng coi nhẹ chủ đề, đầu tư nội dung và nguồn lực còn hạn chế. Vì vậy, cần tổ chức truyền thông nội bộ thường xuyên, các cuộc họp chuyên đề nhằm quán triệt tầm quan trọng của mảng thông tin này. Song song, việc tăng cường phối hợp với các cơ quan như công an, hội phụ nữ, tổ chức quốc tế là cần thiết để cập nhật dữ liệu thực tiễn, chia sẻ kinh nghiệm và nâng cao hiệu quả định hướng nội dung.

Bên cạnh nhận thức, nâng cao năng lực quản trị cho đội ngũ lãnh đạo, biên tập viên là yếu tố quyết định. Cần tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu về đạo đức truyền thông, kỹ năng bảo vệ nạn nhân, cách xây dựng nội dung nhân văn và quản lý sản xuất đa nền tảng. Các nhà quản lý cần có năng lực lập kế hoạch phát sóng hợp lý, điều phối nhóm linh hoạt, khai thác hiệu quả sự phối hợp liên ngành giữa nhà báo, chuyên gia và cơ quan chức năng. Việc thể chế hóa công tác đào tạo và cập nhật kỹ năng cho đội ngũ quản lý không chỉ giúp truyền thông về PCMBN đạt chất lượng chuyên nghiệp mà còn đáp ứng yêu cầu xã hội ngày càng cao về nhân văn, chính xác và hiệu quả truyền thông định hướng.

Hai là, đổi mới nội dung, hình thức thông tin phòng, chống mua bán người trên truyền hình

Đổi mới nội dung và hình thức thông tin về phòng, chống mua bán người trên truyền hình là giải pháp thiết yếu nhằm nâng cao hiệu quả tuyên truyền, mở rộng tiếp cận nhóm đối tượng dễ tổn thương như phụ nữ, trẻ em, lao động di cư. Trước sự gia tăng tinh vi của tội phạm buôn người, nội dung truyền thông cần vượt khỏi lối tiếp cận đơn tuyến, chú trọng phản ánh chính sách, thực trạng và câu chuyện mang tính nhân văn. Thay vì trình bày quy định pháp luật khô khan, cần lồng ghép nội dung pháp lý vào các tình huống thực tế, đối thoại với cán bộ chức năng, qua đó giới thiệu các kênh hỗ trợ cho nạn nhân. Các chương trình nên đi sâu phân tích thủ đoạn tội phạm trên không gian mạng, đồng thời giới thiệu các mô hình cộng đồng phòng ngừa hiệu quả, tránh cách tiếp cận giật gân, gây sợ hãi. Việc xây dựng tuyến nhân vật điển hình như nạn nhân vượt qua biến cố hay cán bộ cơ sở kiên trì tuyên truyền sẽ giúp truyền tải thông điệp tích cực một cách cảm xúc và tự nhiên. Ngoài ra, cần thiết kế nội dung phù hợp từng nhóm đối tượng: học sinh với chương trình sinh động, phụ nữ dân tộc với bản tin tiếng mẹ đẻ, người lao động với clip mô phỏng tình huống lừa đảo. Việc lồng ghép chủ đề PCMBN vào các vấn đề xã hội như di cư an toàn, an ninh mạng, bình đẳng giới... cũng giúp gia tăng tính liên ngành và hiệu quả tiếp cận.

Song hành với đổi mới nội dung là cải tiến hình thức thể hiện. Truyền hình cần tận dụng các thể loại hấp dẫn như phim tài liệu, talkshow, đồ họa trực quan, phóng sự nhân vật... để tăng trải nghiệm thị giác và cảm xúc. Đối với nhóm khán giả trẻ hoặc khu vực khó tiếp cận, nên ứng dụng hình thức clip hoạt hình, video tương tác hoặc infographic minh họa để truyền đạt thông tin một cách sinh động và dễ tiếp thu. Đồng thời, các chương trình truyền hình cần tích hợp với nền tảng số, biên tập thành video ngắn lan tỏa qua YouTube, Facebook, TikTok, kèm theo hashtag và kênh hỗ trợ trực tuyến như đường dây nóng. Việc gia tăng tương tác hai chiều như mời nhân vật chia sẻ trải nghiệm, chuyên mục "Hỏi – đáp", khảo sát trực tuyến sẽ giúp khán giả tham gia vào quá trình truyền thông, biến truyền hình thành cầu nối hiệu quả giữa cộng đồng và các cơ quan chức năng. Qua đó, từng bước xây dựng hệ sinh thái truyền thông cộng đồng có tính cảnh báo sớm, góp phần phòng ngừa tội phạm buôn người một cách toàn diện và bền vững hơn.

Ba là, cải tiến quy trình sản xuất và đổi mới, đa dạng các phương thức quản lý

Trước hết, cần chuẩn hóa quy trình sản xuất các chương trình chuyên đề về phòng, chống mua bán người bằng việc xây dựng hướng dẫn chi tiết gồm các bước cơ bản như: (1) Phát hiện và lựa chọn đề tài; (2) Lập kế hoạch và xây dựng kịch bản; (3) Tổ chức sản xuất và ghi hình; (4) Hậu kỳ và xử lý kỹ thuật; (5) Hậu kiểm, đánh giá hiệu quả sau phát sóng. Việc thực hiện một quy trình như trên sẽ giúp các chương trình chuyên đề về phòng, chống mua bán người có nội dung sâu sắc, cấu trúc mạch lạc và hiệu quả tác động rõ ràng đối với công chúng.

Mỗi khâu cần gắn trách nhiệm cụ thể, áp dụng tiêu chí về tính chính xác, đạo đức báo chí và nhân văn, nhất là với nội dung liên quan đến trẻ em, phụ nữ, người dân tộc thiểu số. Các đài truyền hình nên thành lập hội đồng chuyên môn thẩm định nội dung nhạy cảm trước phát sóng, đồng thời áp dụng mô hình sản xuất đa tầng, trong đó mỗi vị trí như biên tập viên, phóng viên, người dẫn chương trình... đều có vai trò độc lập và được đào tạo chuyên sâu về chủ đề PCMBN.

Bên cạnh đó, việc xây dựng hệ thống kiểm tra, giám sát và cơ chế điều chỉnh sau phát sóng là rất cần thiết để kiểm soát rủi ro và nâng cao chất lượng nội dung. Các đài cần thiết lập bộ tiêu chí đánh giá riêng cho chương trình PCMBN, bao gồm tiêu chí pháp lý, đạo đức - nhân văn và hiệu quả truyền thông. Việc tổ chức hậu kiểm định kỳ nên kết hợp giữa đánh giá định lượng (lướt xem, phản hồi) và định tính (khảo sát xã hội, chuyên gia). Một bộ phận phân tích dữ liệu truyền thông cần được thành lập để theo dõi dư luận, xử lý nội dung gây tranh cãi hoặc tiếp nhận khiếu nại. Quy trình điều chỉnh nội dung cũng cần phân theo cấp độ rủi ro với những nội dung mức độ cao phải được thẩm định kỹ lưỡng trước khi phát sóng. Cuối cùng, việc phối hợp chặt chẽ với các cơ quan như Bộ Công an, Hội Nhà báo, tổ chức nhân quyền, cùng cơ chế khen thưởng và xử lý sai phạm rõ ràng sẽ góp phần hoàn thiện quản lý nội dung PCMBN trên truyền hình theo hướng minh bạch, chuyên nghiệp và có trách nhiệm xã hội.

Bốn là, nâng cao chất lượng đội ngũ nhân sự sản xuất thông tin phòng, chống mua bán người; xây dựng đội ngũ cộng tác viên và tăng cường quan hệ với các cá nhân, tổ chức, cơ quan chức năng

Nâng cao chất lượng đội ngũ sản xuất thông tin về phòng, chống mua bán người là giải pháp nền tảng trong bối cảnh tội phạm buôn người ngày càng tinh vi, len lỏi vào cả

môi trường số và đời sống cộng đồng. Đặc thù của truyền hình đòi hỏi đội ngũ nhân sự vừa có chuyên môn vững, vừa am hiểu pháp lý, tâm lý xã hội và đạo đức nghề nghiệp. Do đó, cần rà soát chất lượng đội ngũ hiện có, xây dựng chiến lược phát triển nhân lực chuyên sâu và tổ chức tập huấn định kỳ về kỹ năng đưa tin nhạy cảm, phỏng vấn nạn nhân, xử lý khủng hoảng truyền thông. Việc khuyến khích phóng viên theo học thêm các ngành luật, xã hội học, công tác xã hội, cùng với mô hình phân tầng chuyên trách thay vì kiêm nhiệm sẽ giúp hình thành nhóm sản xuất chủ động, sâu sắc hơn. Đồng thời, cần ứng dụng công nghệ trong phân công, kiểm soát sản xuất và tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo để xây dựng đội ngũ hiện đại, trách nhiệm và có bản lĩnh chính trị vững vàng.

Song hành với đó, việc xây dựng mạng lưới cộng tác viên cơ sở đóng vai trò “tai mắt” của truyền hình ở những địa bàn nhạy cảm là giải pháp thực tiễn. Cộng tác viên có thể là cán bộ hội phụ nữ, giáo viên, chiến sĩ biên phòng, nhân viên xã hội – những người gần gũi với cộng đồng và có khả năng phát hiện sớm dấu hiệu buôn người. Để phát huy hiệu quả, cần hỗ trợ họ thông qua tập huấn kỹ năng thu thập thông tin, cung cấp kinh phí cơ bản và bảo vệ danh tính khi cần. Kết nối chặt chẽ giữa cộng tác viên và nhóm sản xuất là điều kiện để các câu chuyện từ thực địa được phản ánh chân thực và nhân văn. Những mô hình tại Tây Ninh, Điện Biên, Quảng Trị đã cho thấy hiệu quả, cần tiếp tục nhân rộng theo hướng chuyên nghiệp hóa, có cơ chế khen thưởng rõ ràng và bền vững.

Ngoài ra, nâng cao chất lượng tuyên truyền về PCMBN đòi hỏi sự hợp tác liên ngành với các cơ quan chức năng, tổ chức chính trị - xã hội và chuyên gia độc lập. Các đài truyền hình cần duy trì liên kết với Bộ Công an, Bộ đội Biên phòng, Bộ Tư pháp – những đơn vị có dữ liệu thực tiễn và chuyên môn pháp lý. Đồng thời, hợp tác với các tổ chức phi chính phủ như IOM, Plan International hoặc các trung tâm hỗ trợ phụ nữ, trẻ em sẽ giúp tiếp cận các câu chuyện thực tế, mô hình can thiệp hiệu quả và phân tích chuyên sâu. Việc mời chuyên gia, nhà nghiên cứu hay người có ảnh hưởng tham gia chương trình sẽ nâng cao uy tín và độ lan tỏa. Cuối cùng, cần xây dựng hệ thống chia sẻ dữ liệu và cảnh báo nhanh giữa các bên liên quan để truyền hình không chỉ đưa tin mà còn góp phần chủ động dự báo, định hướng và nâng cao hiệu quả phòng ngừa tội phạm buôn người trong toàn xã hội.

Năm là, đầu tư các nguồn lực tài chính, cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ cho hoạt động sản xuất thông tin và quản lý thông tin phòng, chống mua bán người trên truyền hình Việt Nam

Đầu tư đồng bộ về tài chính, cơ sở vật chất và công nghệ là giải pháp quan trọng nhằm nâng cao chất lượng sản xuất và quản lý thông tin về phòng, chống mua bán người (PCMBN) trên truyền hình. Trước hết, việc tăng cường đầu tư tài chính cần bám sát Luật PCMBN năm 2024, trong đó nhấn mạnh vai trò của ngân sách nhà nước và khuyến khích xã hội hóa nguồn lực. Các đài truyền hình, đặc biệt ở vùng sâu, vùng biên giới, cần xây dựng kế hoạch tài chính cụ thể gắn với các chuyên mục tuyên truyền, đồng thời chủ động tìm kiếm tài trợ từ tổ chức quốc tế, doanh nghiệp xã hội hay các quỹ chuyên đề. Việc kết hợp linh hoạt giữa nguồn lực công và tư sẽ giúp đảm bảo tính ổn định và chiều sâu cho hoạt động truyền thông chuyên biệt này.

Song song đó, việc nâng cấp cơ sở vật chất – kỹ thuật là điều kiện cần thiết để xử lý các nội dung nhạy cảm và tác nghiệp trong điều kiện khó khăn. Các đài cần trang bị thiết bị ghi hình hiện đại, phần mềm dựng phim tích hợp chức năng bảo mật danh tính nạn nhân, cùng với hạ tầng truyền dẫn ổn định phục vụ truyền hình trực tiếp tại hiện trường. Đồng thời, việc ứng dụng công nghệ số, xây dựng mô hình sản xuất đa nền tảng và sử dụng công cụ AI để phát hiện sớm các dấu hiệu buôn người trên mạng là xu hướng tất yếu. Các phần mềm quản lý nội bộ, ứng dụng tương tác với khán giả và hệ thống cảnh báo nhanh sẽ góp phần hình thành hệ sinh thái truyền thông chủ động, cảnh báo sớm và tăng tính kết nối với cộng đồng.

Cuối cùng, hiệu quả sử dụng nguồn lực cần được đánh giá thường xuyên qua các chỉ số cụ thể như số chương trình phát sóng, lượt xem, mức độ tương tác hay phản hồi xã hội. Dữ liệu này sẽ là căn cứ để điều chỉnh nội dung, lập kế hoạch ngân sách, đồng thời phục vụ cho việc báo cáo với các cơ quan quản lý như Bộ VH,TT&DL hoặc Ban Chỉ đạo quốc gia về PCMBN. Như vậy, đầu tư hợp lý và hiệu quả các nguồn lực tài chính, kỹ thuật và công nghệ sẽ tạo nền tảng vững chắc cho hoạt động truyền hình về PCMBN phát triển bền vững, hiện đại và lan tỏa mạnh mẽ trong xã hội số ngày nay.

KẾT LUẬN

Từ kết quả nghiên cứu, có thể khẳng định vai trò đặc biệt quan trọng của truyền hình trong truyền thông chính sách xã hội, nhất là đối với các vấn đề nhân quyền, phòng chống tội phạm và bảo vệ nhóm yếu thế như nạn nhân mua bán người. Việc tiếp tục đổi mới nội dung, cách thức và mô hình quản lý thông tin về phòng chống mua bán người trên truyền hình không chỉ là yêu cầu chuyên môn, mà còn là trách nhiệm xã hội cấp thiết đối với đội ngũ người làm báo trong bối cảnh truyền thông số hiện nay./.

Tài liệu tham khảo

(1) Nghị định thư về phòng ngừa, trừng trị, trấn áp tội phạm buôn bán người, đặc biệt là phụ nữ và trẻ em, bổ sung Công ước chống tội phạm có tổ chức xuyên quốc gia của Liên hiệp quốc (gọi tắt là Nghị định thư Palermo, 2000) được thông qua và mở cho các quốc gia ký, phê chuẩn và gia nhập theo Nghị quyết số 55/25 ngày 15/11/2000 của Đại hội đồng Liên Hợp Quốc, truy cập tại <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Nghi-dinh-thu-ngan-ngua-phong-chong-trung-tri-buon-ban-nguoi-dac-biet-la-phu-nu-tre-em-183145.aspx>

(2) (3) (4) Luật số 53/2024/QH15 của Quốc hội: Luật Phòng, chống mua bán người, truy cập tại <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Luat-Phong-chong-mua-ban-nguoi-2024-so-53-2024-QH15-607439.aspx>

(5) Ban Chỉ đạo Chương trình quốc gia phòng, chống tội phạm của Chính phủ, Báo cáo kết quả công tác phòng chống tội phạm, phòng chống ma túy, phòng chống mua bán người năm 2020.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thị Vân Anh (2022), Tội mua bán người và tội mua bán trẻ em theo pháp luật hình sự Việt Nam, Luận án tiến sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội.
2. Bộ Công an (2022), Báo cáo tổng kết của Bộ Công an tại Hội nghị của Chính phủ tổng kết 5 năm (2018-2022) phòng, chống mua bán người.
3. Lê Vũ Điệp (2023), "Hệ sinh thái truyền hình", Nxb. Thông tin và Truyền thông.
4. Nguyễn Đăng Khang (2021), Ảnh hưởng của thông tin tội phạm trên truyền hình đối với công chúng ở Việt Nam, Luận án tiến sĩ Báo chí học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
5. Trần Bảo Khánh, Bùi Chí Trung, Sản xuất chương trình truyền hình chuyên đề, NXB Đại học quốc gia Hà Nội, 2021
6. Nguyễn Văn Oanh (2024), Giải pháp phòng ngừa tội phạm mua bán người ở trong nước, Tạp chí Kiểm sát in số 10/2024
7. Đỗ Trần Quân (2014), Tuyên truyền phòng, chống mua bán phụ nữ và trẻ em trên báo in của lực lượng công an nhân dân, Luận văn thạc sĩ Báo chí học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
8. Quốc hội (2024), Luật phòng, chống buôn bán người sửa đổi
9. Dương Xuân Sơn (2013), "Giáo trình Báo chí truyền hình", Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.

10. Trung tâm Bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí, Hội Nhà báo Việt Nam phối hợp với Đại sứ quán Hoa Kỳ (2020), Tài liệu tập huấn “Kỹ năng điều tra, đưa tin về buôn người”, Hà Nội
11. Trần Hoàng Tùng (2024), Đấu tranh ngăn chặn tội phạm mua bán người, Tạp chí Xây dựng Đảng điện tử