

Thực trạng nội dung thông tin về chính sách y tế trên báo mạng điện tử Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 26/07/2025 | Ngày phản biện: 29/07/2025 | Ngày xuất bản: 13/08/2025

Tác giả: Bùi Mai Hoa (Báo Sức khỏe & Đời sống)

Tóm tắt: Chính sách y tế là bộ phận quan trọng trong hệ thống chính sách công, trực tiếp tác động đến chất lượng cuộc sống và quyền được chăm sóc sức khỏe của người dân. Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh cải cách thể chế, chuyển đổi số và tăng cường bảo đảm an sinh xã hội, truyền thông chính sách y tế trở thành nhiệm vụ quan trọng, góp phần kết nối giữa nhà nước và công dân, nâng cao tính minh bạch và hiệu lực thực thi chính sách. Báo mạng điện tử - với ưu thế về tốc độ, tính tương tác và khả năng tích hợp đa phương tiện - ngày càng giữ vai trò trung tâm trong truyền thông chính sách. Bài viết này tập trung khảo sát, phân tích thực trạng nội dung thông tin về chính sách y tế trên ba báo mạng điện tử tiêu biểu (VnExpress, Dân trí, Sức khỏe & Đời sống), từ đó, chỉ ra những đặc điểm, hạn chế và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông nội dung chính sách y tế trong thời gian tới.

I. Đặt vấn đề

Trong tiến trình phát triển kinh tế - xã hội bền vững, sức khỏe con người luôn được xác định là quyền lợi thiết yếu và là tài sản vô giá của mỗi cá nhân và cộng đồng. Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn nhấn mạnh: "Lương y phải như từ mẫu", nghĩa là người thầy thuốc đồng thời phải như một người mẹ hiền", thể hiện rõ vị trí, vai trò và trách nhiệm thiêng liêng của ngành y tế đối với xã hội. Cùng với sự quan tâm đặc biệt của Đảng và Nhà nước, hệ thống chính sách y tế đã ngày càng hoàn thiện, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và thực hiện công bằng an sinh xã hội cho mọi tầng lớp nhân dân.

Đặc biệt, trong bối cảnh đại dịch Covid-19 bùng phát mạnh mẽ từ năm 2020, vai trò của y tế và nhu cầu tiếp cận thông tin chính sách y tế trong cộng đồng càng trở nên

cấp thiết. Việc phổ biến, giải thích, định hướng các nội dung chính sách y tế một cách nhanh chóng, chính xác, dễ tiếp cận là yêu cầu trọng yếu đặt ra cho báo chí nói chung, trong đó báo mạng điện tử (BMĐT) – với tính cập nhật, đa phương tiện và khả năng tương tác – đã khẳng định ưu thế vượt trội.

Tuy nhiên, hiện nay, vẫn chưa có nhiều công trình nghiên cứu chuyên sâu về thực trạng thông tin chính sách y tế trên báo mạng điện tử Việt Nam, đặc biệt xét về góc độ nội dung, tần suất và hiệu quả truyền thông chính sách. Một số BMĐT như Sức khỏe & Đời sống, VnExpress, Dân trí đã có nhiều cố gắng trong tuyên truyền chính sách y tế nhưng vẫn tồn tại những hạn chế nhất định về chiến lược truyền thông dài hạn, phương thức thể hiện và phân tích chiều sâu.

Trong bối cảnh đó, việc nghiên cứu nội dung thông tin về chính sách y tế trên báo mạng điện tử Việt Nam hiện nay có ý nghĩa lý luận và thực tiễn quan trọng. Trên cơ sở khảo sát thực tiễn nội dung tin, bài đăng tải trên ba BMĐT tiêu biểu, cao chất lượng truyền thông chính sách y tế trong thời gian tới, bài viết tập trung khảo sát, phân tích thực trạng thông tin về chính sách y tế trên ba tờ báo này, từ đó chỉ ra những đặc điểm, hạn chế và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả nội dung thông tin chính sách y tế trong thời gian tới.

II. Cơ sở lý luận về thông tin chính sách y tế trên báo mạng điện tử

1. Khái niệm chính sách y tế

Theo Từ điển Bách khoa Việt Nam và Từ điển tiếng Việt, chính sách là “văn bản sách lược và kế hoạch cụ thể nhằm đạt mục đích nhất định, được đề ra dựa vào đường lối chính trị chung và tình hình thực tế”⁽¹⁾. Khoản 1 Điều 2 Nghị định số 59/2024/NĐ-CP (sửa đổi, bổ sung Nghị định 34/2016/NĐ-CP) xác định: “Chính sách là định hướng, giải pháp của Nhà nước để thể chế hóa đường lối, chủ trương của Đảng, giải quyết vấn đề của thực tiễn nhằm đạt được mục tiêu nhất định”⁽²⁾.

Theo cách định nghĩa của Tổ chức Y tế thế giới (WHO), đây là “hệ thống tổ chức thực hiện các biện pháp dự phòng, chữa bệnh, tư vấn chăm sóc, bảo vệ sức khỏe cho người dân”⁽³⁾. Từ điển Tiếng Việt bổ sung, “y tế là ngành y học ứng dụng, chuyên việc phòng, chữa bệnh và bảo vệ sức khỏe”⁽⁴⁾. Theo nghĩa rộng, y tế bao gồm các hoạt

động từ phòng bệnh, dinh dưỡng, môi trường sống đến điều trị và phục hồi chức năng. Theo nghĩa hẹp, y tế là hoạt động khám, chữa bệnh và phòng chống dịch bệnh trong cộng đồng.

Chính sách y tế thuộc nhóm chính sách xã hội - những chính sách điều chỉnh các quan hệ xã hội, định hướng sự phát triển theo mục tiêu công bằng, dân chủ và văn minh. Nhà nước ta luôn đề cao vai trò của các chính sách xã hội, bởi mục tiêu cuối cùng của sự phát triển quốc gia là nâng cao chất lượng đời sống vật chất và tinh thần cho người dân. Theo quan niệm hiện đại, chính sách y tế còn gắn liền với việc phát triển và quản lý nguồn nhân lực. Đó là nguồn lực quan trọng nhất để phát triển kinh tế, xã hội. Đầu tư cho y tế là đầu tư cho phát triển⁽⁵⁾.

Theo Gill Walt, "Chính sách y tế gồm các quá trình hành động tác động đến một loạt các cơ quan, tổ chức, dịch vụ và phân bổ kinh phí của hệ thống chăm sóc sức khỏe. Nó bao gồm cả chủ trương được thực hiện hoặc dự kiến thực hiện bởi các tổ chức Nhà nước, tư nhân và tình nguyện có tác động tới sức khỏe"⁽⁶⁾. Chính sách y tế vì vậy luôn gắn chặt với đường lối chính trị, phản ánh định hướng của Đảng cầm quyền về chăm sóc và bảo vệ con người - mục tiêu phát triển bền vững của bất kỳ quốc gia nào.

Tại Việt Nam, chính sách y tế giữ vai trò trụ cột trong hệ thống chính sách an sinh xã hội, được triển khai toàn diện trên cả nước, đặc biệt thông qua cơ chế bảo hiểm y tế (BHYT) cho người nghèo, người có hoàn cảnh khó khăn và người mắc bệnh nặng. Đầu tư cho y tế là đầu tư cho phát triển - điều này thể hiện rõ tính chất xã hội và nhân văn sâu sắc của chính sách y tế hiện hành.

Từ các quan điểm nêu trên, có thể khái quát: Chính sách y tế là hệ thống văn bản quản lý nhà nước, thể hiện các định hướng và giải pháp của Đảng và Nhà nước nhằm tổ chức thực hiện các biện pháp dự phòng, chữa bệnh, tư vấn chăm sóc và bảo vệ sức khỏe người dân.

2. Khái niệm thông tin và thông tin về chính sách y tế

Từ góc độ ngôn ngữ học, theo Đại Từ điển Tiếng Việt, "thông tin" có nghĩa như sau: Động từ: Truyền tin, đưa tin báo cho nhau biết; Danh từ: 1. Tin tức được truyền đi cho biết; 2. Tin tức về các sự kiện diễn ra trong thế giới xung quanh⁽⁷⁾; theo Từ điển Tiếng

Việt của Viện Ngôn ngữ học, “thông tin” là “truyền tin cho nhau để biết”⁽⁸⁾. Trong Luật Tiếp cận thông tin năm 2016, thông tin được định nghĩa là “tin, dữ liệu được chứa đựng trong văn bản, hồ sơ, tài liệu... dưới nhiều dạng như bản viết, bản in, điện tử, tranh, ảnh, bản vẽ, ghi âm, ghi hình hoặc các dạng khác do cơ quan nhà nước tạo ra”⁽⁹⁾.

Trong báo chí, thông tin giữ vai trò then chốt trong việc phản ánh thực tiễn và định hướng dư luận xã hội. GS.TS Tạ Ngọc Tấn từng nhấn mạnh rằng: “thông tin liên quan trực tiếp đến tính hiệu quả của các phương tiện thông tin đại chúng, đến những đòi hỏi về phương pháp, hình thức sáng tạo của nhà báo, đến nguyên tắc về sự tác động qua lại giữa báo chí và công chúng”⁽¹⁰⁾.

Từ các góc nhìn trên, có thể hiểu: Thông tin là dữ liệu đã được xử lý và mang ý nghĩa trong quá trình truyền đạt, ra quyết định, hiểu biết hoặc định hướng nhận thức. Trong truyền thông chính sách, thông tin được xem là công cụ chuyển tải nội dung từ chủ thể quản lý đến các nhóm công chúng, từ đó tạo ra hiệu ứng truyền thông - nhận thức - hành vi.

Thông tin về chính sách y tế được hiểu là quá trình chia sẻ, truyền đạt những nội dung liên quan đến hệ thống chính sách y tế - từ chủ trương, giải pháp, kết quả đến những bất cập - đến các nhóm công chúng. Đây không chỉ là hành vi thông báo, mà còn là quá trình tương tác có định hướng nhằm tạo sự hiểu biết, đồng thuận và thúc đẩy thực thi chính sách hiệu quả trong cộng đồng.

3. Các yếu tố của thông tin chính sách y tế trên báo mạng điện tử

Trong truyền thông chính sách, báo mạng điện tử (BMĐT) có vai trò đặc biệt quan trọng. Với khả năng cập nhật tức thời, tích hợp đa phương tiện và khả năng tương tác cao, BMĐT là kênh truyền thông có độ phủ rộng, tốc độ nhanh và độ lan tỏa sâu rộng trong xã hội.

Thông tin về chính sách y tế trên BMĐT được hiểu là quá trình chủ thể chính sách truyền tải nội dung, thông điệp về y tế tới các nhóm công chúng thông qua nền tảng báo chí điện tử. Quá trình này giúp công chúng hiểu, thảo luận, phản hồi và ủng hộ chính sách, qua đó tạo nên sự đồng thuận xã hội trong thực hiện các chủ trương về

chăm sóc sức khỏe toàn dân.

Đối tượng của thông tin chính sách y tế bao gồm:

- Nhóm cán bộ xây dựng và hoạch định chính sách: Bao gồm các thành viên trong ban soạn thảo chính sách, đại biểu Quốc hội, các chính trị gia, lãnh đạo thuộc Đảng, Chính phủ, Bộ Y tế và các đơn vị trực thuộc Bộ. Đây là nhóm trực tiếp tham gia đề xuất, hoạch định và quyết định các chính sách y tế.
- Nhóm chuyên gia và giới học thuật: Gồm lãnh đạo các trường đại học, viện nghiên cứu, các phòng/ban chức năng của các cơ sở giáo dục – nghiên cứu cùng các chuyên gia trong lĩnh vực y tế. Nhóm này đóng vai trò tư vấn, nghiên cứu và phản biện chính sách, góp phần hoàn thiện các định hướng, giải pháp y tế.
- Nhà báo: Ở đây là những người viết tác phẩm báo chí. Đối tượng này bên cạnh việc đưa tin, trung lập ý kiến (chiếm đa số) thì thỉnh thoảng vẫn sẽ có những bài viết của họ thể hiện quan điểm và góc nhìn lựa chọn vấn đề.
- Nhóm những đối tượng khác: Họ là những người trực tiếp hoạt động y tế, đại diện cơ quan, doanh nghiệp, cơ sở y tế.
- Công chúng, trong vai trò là người tiếp nhận, bình luận và chia sẻ thông tin, đồng thời có thể trở thành “người đưa tin” thông qua hình thức tương tác hai chiều và phản ánh ngược trên nền tảng báo mạng điện tử.

Nội dung của thông tin về chính sách y tế

Chính sách y tế giữ vị trí then chốt trong hệ thống chính sách an sinh xã hội (ASXH) của Việt Nam, luôn được Đảng và Nhà nước quan tâm, triển khai rộng rãi trên phạm vi cả nước. Thông qua việc chi trả chi phí khám chữa bệnh từ quỹ bảo hiểm y tế (BHYT) cho hàng triệu người có thu nhập thấp, người nghèo và những bệnh nhân mắc các bệnh nặng với chi phí điều trị cao, chính sách y tế đã góp phần thực hiện mục tiêu xóa đói, giảm nghèo, đồng thời bảo đảm công bằng và an sinh xã hội.

Thông tin về chính sách y tế được hiểu là quá trình chủ thể truyền tải, trao đổi và phổ biến các nội dung chính sách thông qua các phương tiện truyền thông, nhằm tác động

đến các nhóm công chúng liên quan. Quá trình này giúp công chúng hiểu rõ chính sách, tham gia đóng góp ý kiến, thảo luận và đưa ra đề xuất, khuyến nghị, từ đó góp phần bảo đảm hiệu quả trong quá trình thực thi chính sách y tế. Các nội dung thông tin này được thể hiện thông qua những phương diện cụ thể như sau:

Thứ nhất, Truyền thông về những chính sách mới liên quan tới y tế.

Thứ hai, Truyền thông về kết quả, điển hình trong thực hiện chính sách về y tế.

Thứ ba, Truyền thông về thuận lợi, khó khăn trong triển khai chính sách y tế.

Thứ tư, Truyền thông về giải pháp thực hiện hiệu quả chính sách về y tế.

Thứ năm, Kiến nghị, đề xuất với cơ quan có thẩm quyền hoàn thiện chính sách y tế.

Mục đích của thông tin chính sách y tế không chỉ nhằm giúp công chúng nắm được quy định, mà còn tạo sự đồng thuận, thúc đẩy hiệu quả thực hiện. Bên cạnh đó, đây còn là cơ sở để người dân đóng góp ý kiến, phản biện chính sách và tạo ra sức ép điều chỉnh trong trường hợp cần thiết.

Thứ nhất, thông tin về chính sách y tế là quá trình chủ thể truyền thông quảng bá, phổ biến, thông tin chính sách về y tế đến các nhóm đối tượng liên quan đến y tế.

Thứ hai, việc thông tin về chính sách y tế giúp người tiếp nhận nắm bắt thông tin chính sách, thay đổi nhận thức và có thể thực thi chính sách hiệu quả.

Thứ ba, việc thông tin về chính sách y tế đến các nhóm đối tượng công chúng thực thi và chịu ảnh hưởng bởi chính sách cũng nhằm mục đích thăm dò ý kiến, tiến đến sự đồng thuận, góp phần tạo hiệu quả chính sách trong đời sống xã hội.

Thứ tư, thông tin về chính sách y tế được thực hiện qua các phương tiện truyền thông. Các phương tiện truyền thông hiện nay rất đa dạng và có thể được phân loại theo nhiều tiêu chí khác nhau. Xét theo chất liệu, truyền thông bao gồm truyền thông ngôn ngữ (verbal) – sử dụng lời nói, chữ viết, hình ảnh hoặc ký hiệu quy ước – và truyền thông phi ngôn ngữ (non-verbal), thông qua cử chỉ, động tác hoặc điệu bộ nhằm thể hiện cảm xúc hay thái độ. Dựa vào hình thức, có thể phân chia thành truyền thông trực

tiếp và truyền thông gián tiếp. Nếu căn cứ vào số lượng người tham gia, mức độ, phạm vi tác động và ảnh hưởng, truyền thông có thể được chia thành truyền thông cá nhân, truyền thông liên cá nhân, truyền thông nhóm và truyền thông đại chúng. Trong đó, truyền thông đại chúng bao gồm nhiều hình thức như báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử (BMĐT), sách, điện ảnh, quảng cáo, tờ rơi, tờ gấp, panô, áp phích, cũng như các loại hình truyền thông trên mạng xã hội.

Trong hệ sinh thái truyền thông hiện đại, BMĐT đã chứng minh ưu thế vượt trội trong việc truyền thông chính sách y tế nhờ các đặc điểm: khả năng tích hợp đa phương tiện (văn bản, ảnh, video, đồ họa), tính tức thời, tính phi định kỳ, khả năng tương tác cao và năng lực lưu trữ, tra cứu thông tin lâu dài. Chính những yếu tố này đã làm cho báo mạng điện tử trở thành kênh chủ lực trong hoạt động thông tin chính sách y tế tại Việt Nam hiện nay.

III. Thực trạng thông tin về chính sách y tế trên báo mạng điện tử Việt Nam hiện nay

1. Phạm vi và phương pháp khảo sát

Để nhận diện thực trạng truyền thông về chính sách y tế trên báo mạng điện tử (BMĐT), bài viết sử dụng phương pháp phân tích nội dung với sự kết hợp giữa định lượng và định tính. Tư liệu khảo sát gồm 220 bài viết được đăng tải trên ba BMĐT tiêu biểu là Sức khỏe & Đời sống, VnExpress và Dân trí trong khoảng thời gian từ ngày 01/01/2024 đến ngày 31/12/2024.

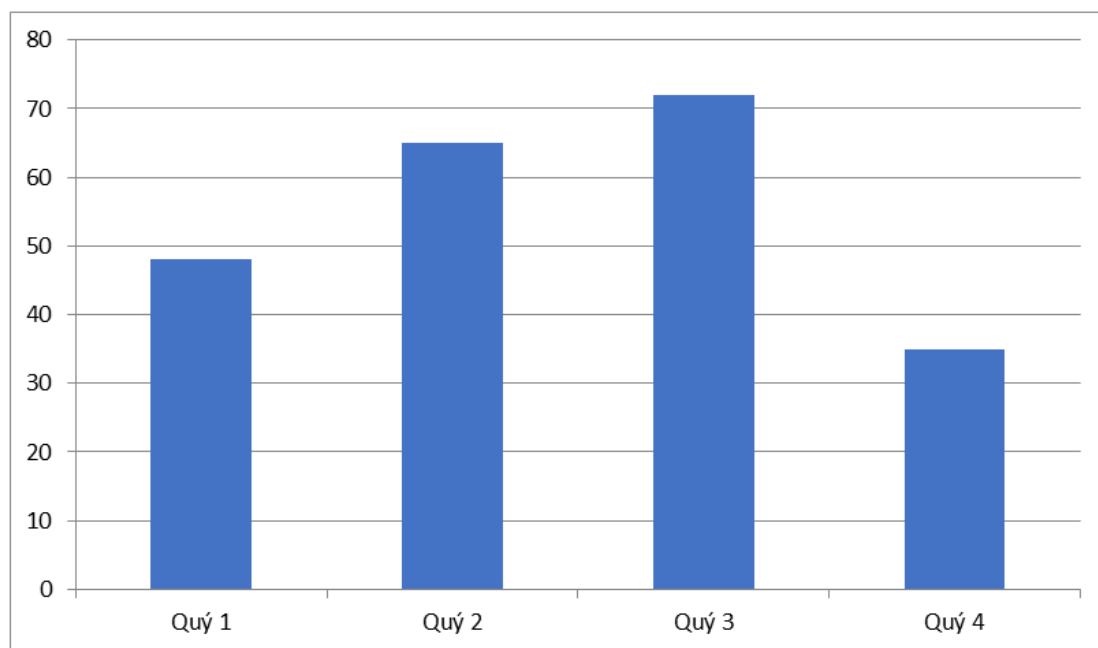
Các bài viết được lựa chọn dựa trên tiêu chí: nội dung trực tiếp đề cập đến chính sách y tế, bao gồm các văn bản pháp luật mới, phản ánh quá trình thực hiện chính sách, kết quả đạt được, những khó khăn, vướng mắc, các đề xuất và kiến nghị. Tiêu chí phân tích tập trung vào: (1) tần suất và số lượng tin bài; (2) nội dung phản ánh; (3) hình thức thể hiện; và (4) mức độ đáp ứng yêu cầu thông tin chính sách theo tiêu chí đã xác lập ở phần lý luận.

Việc lựa chọn ba BMĐT nêu trên bảo đảm tính đại diện: Báo Sức khỏe & Đời sống là cơ quan ngôn luận của Bộ Y tế, chuyên sâu về lĩnh vực y tế; trong khi VnExpress và Dân trí là các báo tổng hợp có lượng truy cập lớn, phản ánh xu hướng tiếp cận của đại

đa số công chúng mạng.

2. Về số lượng và tần suất tin, bài

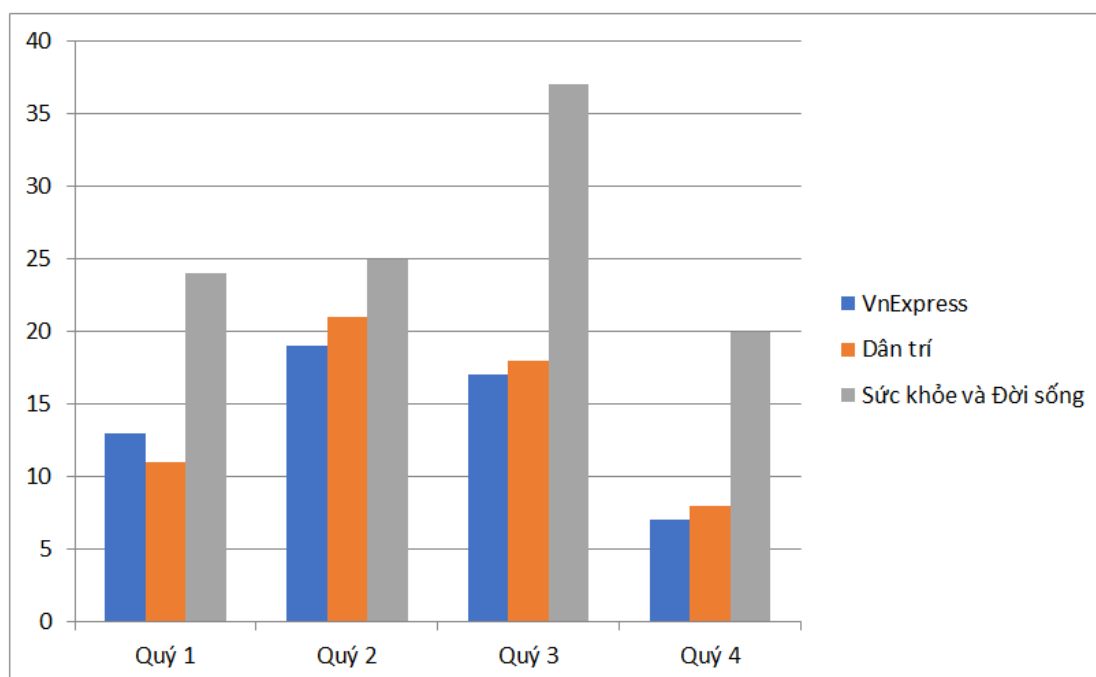
Trong tổng số 220 tin bài khảo sát, báo Sức khỏe & Đời sống chiếm 92 bài (41,82%), Dân trí có 67 bài (30,45%) và VnExpress có 61 bài (27,73%). Tính trung bình, mỗi báo đăng khoảng 6 bài/tháng liên quan đến chính sách y tế 0 một con số cho thấy chủ đề này vẫn chưa chiếm tỷ trọng lớn trong dòng thông tin thời sự trên các BMĐT hiện nay.



Biểu đồ 2. 1 Số lượng tin, bài trong mỗi quý (bài)

Qua biểu đồ có thể thấy, nhìn chung, không có sự khác biệt đáng kể về số lượng các bài viết về chính sách y tế của các báo giữa các quý. Điều này cho thấy các vấn đề liên quan của chính sách y tế không xảy ra theo tính chất mùa vụ mà diễn ra thường xuyên trong đời sống hàng ngày. Tuy nhiên, quý 1 và quý 4 có lượng bài đăng trong cả ba báo được khảo sát thấp hơn các quý khác trong năm. Do hai quý này có những tháng Tết nên các tờ báo dành sự quan tâm hơn tới các chủ đề khác như kinh tế, xã hội, đời sống, văn hóa... nên sẽ ít bài viết về chủ đề chính sách y tế.

Xét tương quan giữa các BMĐT cho thấy, báo Sức khỏe và Đời sống đăng tải với số lượng bài tương đối ổn định, không có hiện tượng nhiều ít thất thường như các tờ BMĐT tổng hợp là VnExpress hay Dân trí. Đây cũng là điều dễ hiểu, bởi chính sách y tế nằm trong những chủ đề chính của báo Sức khỏe và Đời sống.



Biểu đồ 2. 2 Tương quan số lượng bài viết giữa các báo (bài)

Có thể thấy Báo Sức khỏe và Đời sống có số lượng bài nhiều nhất tập trung vào quý 3 là những tháng 7, 8, 9 với tổng số bài viết là 37 tin bài. Đối với báo VnExpress và Dân trí, số lượng bài viết về nội dung chính sách y tế không đồng đều trong các quý và đều ở mức thấp, trong đó nhiều nhất là các tháng quý 2 (VnExpress: 19 tin bài, Dân trí: 21 tin bài) và ít nhất là quý 4 (tháng 10, 11, 12) chỉ có 7 tin bài (VnExpress), 8 tin bài (Dân trí).

3. Thực trạng về nội dung thông tin chính sách y tế trên báo mạng điện tử Việt Nam hiện nay

Các nội dung phản ánh chính sách y tế được phân chia thành bốn nhóm chính:

STT	Nhóm nội dung	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Chính sách mới liên quan tới y tế	133	60,45
2	Kết quả, điển hình trong thực hiện chính sách	38	17,27
3	Khó khăn, bất cập trong quá trình triển khai chính sách	20	9,09
4	Giải pháp, kiến nghị nhằm hoàn thiện và thực thi hiệu quả chính sách	29	13,18

3.1. Chính sách mới liên quan tới y tế

Đây là nhóm chiếm tỷ trọng lớn nhất (60,45%) với 133 bài viết. Các nội dung chủ yếu tập trung vào việc giới thiệu, giải thích các điểm mới trong các văn bản pháp luật như: Luật Khám bệnh, chữa bệnh (sửa đổi); Luật BHYT sửa đổi; Nghị định 07/2023/NĐ-CP; Nghị quyết số 30/NQ-CP... Một số bài phân tích định hướng triển khai như "8 điểm mới của Luật BHYT sửa đổi" (Báo Sức khỏe & Đời sống, 28/11/2024), "Chính phủ đề xuất 4 chính sách cấp bách" (Dân trí, 22/8/2024) hay "Tiến tới khám chữa bệnh BHYT không phụ thuộc địa giới hành chính" (VnExpress, 2/10/2024) là ví dụ điển hình.

Tuy nhiên, các bài viết chủ yếu mang tính thông báo hơn là diễn giải sâu sắc về tác động của chính sách đối với các nhóm đối tượng cụ thể.

3.2. Kết quả, diễn hình trong thực hiện chính sách

Chỉ chiếm 17,27% tổng số bài, nhóm nội dung này phản ánh các thành tựu nổi bật trong quá trình triển khai chính sách, ví dụ: hỗ trợ BHYT cho nhóm yếu thế, triển khai bệnh án điện tử, chuyển giao kỹ thuật y tế tuyến cơ sở... Bài viết "TP.HCM đặt hàng nghiên cứu khung bệnh án điện tử dùng chung" (VnExpress, 19/5/2024) là một trường hợp nổi bật thể hiện tính đổi mới gắn với chính sách y tế số hóa.

3.3. Những khó khăn, bất cập trong quá trình triển khai chính sách

Chỉ có 20 bài viết (9,09%) đề cập trực diện đến các hạn chế, vướng mắc trong thực tiễn chính sách. Nội dung thường phản ánh tình trạng thiếu thuốc, thiết bị y tế, rào cản hành chính trong thanh toán BHYT, bất cập chuyển tuyến khám chữa bệnh, hoặc chậm triển khai chính sách mới. Điều này cho thấy báo chí vẫn còn e dè hoặc thiếu chiều sâu trong phản ánh các vấn đề mang tính phản biện chính sách.

3.4. Các giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện và thực thi hiệu quả chính sách

Có 29 bài (13,18%) đề xuất các giải pháp hoàn thiện chính sách. Các ý kiến thường đến từ chuyên gia y tế, đại biểu Quốc hội hoặc đại diện cơ quan chức năng, tập trung vào sửa đổi quy trình quản lý BHYT, tăng mức hỗ trợ tài chính cho tuyến cơ sở, ứng dụng công nghệ trong y tế, hoặc đơn giản hóa thủ tục hành chính.

IV. Đánh giá thực trạng nội dung thông tin về chính sách y tế trên báo mạng điện tử Sức khỏe và Đời sống, VnExpress, Dân trí

1. Thành công và nguyên nhân

Nhận thức rõ tầm quan trọng của công tác truyền thông trong lĩnh vực y tế, thời gian qua Bộ Y tế đã triển khai nhiều biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động này. Cụ thể, Bộ đã ban hành Quy chế phát ngôn (Quyết định số 56/QĐ-BYT ngày 10/01/2023) và Kế hoạch thông tin, truyền thông y tế năm 2023 (Quyết định số 1886/QĐ-BYT ngày 18/4/2023) để thực hiện Chỉ thị số 07/CT-TTg ngày 21/3/2023 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường truyền thông chính sách. Các văn bản này không chỉ định hướng, mà còn nhấn mạnh việc đổi mới nội dung, phương thức truyền tải thông tin y tế, mở rộng kênh cung cấp thông tin từ trung ương tới địa phương. Nhờ đó, hệ thống truyền thông y tế đã hình thành một dòng thông tin chính thống, đồng thời thiết lập cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan báo chí, đội ngũ phóng viên với các cơ quan quản lý nhà nước và đơn vị chuyên môn cả trong và ngoài ngành y tế. BMĐT nói chung và ba tờ BMĐT điện khảo sát nói riêng đã đạt được những thành công sau:

Thứ nhất, các BMĐT điện khảo sát đã chuyển tải một cách nhanh chóng, kịp thời những vấn đề mới, những thông tin về chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước trong lĩnh vực y tế. Các báo đã thực hiện, phát huy rất tốt vai trò truyền thông về chính sách y tế. Đó là truyền tải những thông tin về quan điểm của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước đến mọi người dân; tạo sự đồng thuận trong xã hội. Từ đó người dân có những nhận thức đúng đắn và kịp thời về chính sách y tế, đảm bảo ASXH.

Với khả năng sản xuất thông tin nhanh chóng, mọi lúc, mọi nơi, không phân biệt thời gian và không gian, BMĐT trở thành kênh thông tin hữu hiệu trong việc đưa những sự kiện, nội dung về chính sách y tế vừa diễn ra, đang diễn ra, có sức ảnh hưởng sâu rộng đến đời sống nhân dân và toàn xã hội.

Nguyên nhân của thành công:

Thứ nhất, là xuất phát từ những ưu điểm vượt trội của loại hình BMĐT trong thông tin về chính sách y tế, trong đó bao gồm: Một là, về chủ quan, do đặc điểm của BMĐT

mang tính năng động, linh hoạt thông qua công nghệ sản xuất tin bài trên hệ thống quản trị nội dung (CMS) với nền tảng là mạng internet. Nội dung thông tin của báo điện tử không bị giới hạn, được làm mới, được bổ sung bất kỳ thời gian nào. Do vậy, thông tin là mới nhất, đầy đủ nhất, được cập nhật hàng ngày, thậm chí là từng giờ, từng phút. Hai là, về khách quan, do nhu cầu thông tin và tính đặc thù của độc giả. Xã hội ngày càng hiện đại, đất nước ngày càng phát triển, nhu cầu được thụ hưởng, được biết và hiểu về chính sách y tế là đặc biệt quan trọng và cần thiết đối với mỗi người dân để đảm bảo cho cuộc sống của nhân dân. Hơn nữa, đặc thù của người dùng BMĐT hiện nay đều sử dụng thành thạo internet và có nhu cầu tiếp nhận thông tin một cách nhanh chóng, hiện đại.

Thứ hai, thông tin báo chí với chính sách y tế hiện nay trên BMĐT có hình thức chân thực, khách quan, thu hút được công chúng. Những hình ảnh khách quan, thực tế với cách triển khai phong phú giúp công chúng thấy được sự hữu ích của thông tin, từ đó tiếp nhận, có sự nhận thức đúng đắn về những quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước về chính sách y tế. Ví dụ: Bài đăng "Cần làm gì để triển khai hiệu quả chính sách y tế?" ngày 28/11/2024 trên BMĐT Sức khỏe và Đời sống; "Cử tri kiến nghị bỏ giấy chuyển viện, Bộ Y tế nói gì?" ngày 12/8/2024 trên BMĐT Dân trí với tiêu đề bắt đầu bằng một câu hỏi tạo điểm nhấn và sự quan tâm đối với độc giả, từ đó thu hút lượng view lớn cho bài viết. Hay bài viết "Tiếp tục nâng cao chất lượng, cải cách thủ tục hành chính, tạo thuận lợi cho người dân khi khám chữa bệnh" được đăng tải kèm theo 09 hình ảnh về hội nghị tổng kết công tác năm 2024 và triển khai công tác năm 2025 và các cá nhân lãnh đạo các đơn vị thuộc Bộ Y tế đã cung cấp cho độc giả tính hệ thống và chính xác cũng như hấp dẫn trong thông tin đăng tải về chính sách y tế.

Nguyên nhân thứ hai góp phần làm nên hiệu quả thông tin về chính sách y tế là việc các BDMT đã tận dụng được nền tảng xuất bản của mình là mạng internet và công nghệ đa phương tiện của website để tăng tính hấp dẫn, sinh động và khả năng tiếp cận của thông tin.

Ba BMĐT được khảo sát bao gồm Sức khỏe & Đời sống, VnExpress và Dân trí đều thể hiện rõ sự kết hợp hài hòa giữa văn bản, hình ảnh, video clip và infographics trong nhiều tuyến bài chính sách y tế. Chẳng hạn, bài viết "Infographic 8 điểm mới của Luật

BHYT sửa đổi, bổ sung có hiệu lực từ 1/1/2025" đăng tải ngày 28/11/2024 BMĐT Sức khỏe và Đời sống đã chỉ ra 8 nhóm điểm mới ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của người tham gia BHYT tại Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật BHYT vừa được Quốc hội bấm nút thông qua so với Luật hiện hành. Bài viết sử dụng đồ họa thông tin (Infographics) để độc giả có cái nhìn toàn diện và bao quát nhất về chính sách y tế mới thông qua hình ảnh trực quan, sinh động.

Tại bài viết "Ba phương án mở rộng người tham gia bảo hiểm y tế" trên VnExpress ngày 29/2/2024, Bộ Y tế đề xuất 3 phương án mở rộng người tham gia bảo hiểm y tế, trong đó đưa thân nhân lao động vào diện đóng bắt buộc, nhà nước hỗ trợ 30% tiền đóng. Cuối bài viết, tác giả đã có cuộc thăm dò độc giả về ý kiến với phương án mở rộng người tham gia BHYT.

Đặc biệt, khả năng thiết lập siêu liên kết (hyperlink) đã giúp các bài viết không tồn tại độc lập mà được kết nối với hệ thống thông tin đa tầng, cho phép độc giả tiếp cận toàn diện hơn. Ví dụ, nhiều bài trên Sức khỏe & Đời sống khi đưa tin về chính sách giá thuốc, trợ cấp y tế, đều gắn link đến văn bản chính thức từ Bộ Y tế hoặc dẫn tới các bài phân tích, phỏng vấn chuyên sâu đã đăng trước đó.

Chính nhờ ứng dụng công nghệ xuất bản số này, báo mạng điện tử không chỉ đảm bảo khả năng truyền tải thông tin kịp thời mà còn hỗ trợ người đọc chủ động tìm hiểu chính sách theo chiều sâu, qua đó nâng cao mức độ hiểu biết, đồng thuận và giám sát xã hội.

Thứ ba, các BMĐT đã bước đầu thành công trong tạo lập dư luận xã hội và quan trọng hơn là định hướng dư luận xã hội về chính sách y tế hiện nay thông qua một hệ thống tác phẩm có đường lối thông tin rõ ràng, có định hướng; từ đó tác động vào nhận thức người dân góp phần làm thay đổi hành vi, để hoạt động quản lý lĩnh vực này đạt hiệu quả cao hơn đồng thời ứng phó với tình trạng ngập tràn thông tin giả mạo hiện nay.

Ví dụ: Bài viết trên BMĐT Sức khỏe và Đời sống "Trí tuệ nhân tạo trong y tế tăng hiệu quả điều trị, người bệnh được trải nghiệm tốt hơn" đăng tải ngày 06/12/2024 đã thể hiện cách hiểu và quan điểm rõ ràng về quan điểm, đường lối, chính sách của nước ta trong việc tăng cường ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong y tế, giúp tầm soát các bệnh lý dễ dàng hơn. "Thời gian qua, chuyển đổi số và ứng dụng AI trong y tế không chỉ giúp

tăng hiệu quả chẩn đoán, điều trị, và quản lý y tế, mà còn mang lại trải nghiệm tốt hơn cho bệnh nhân” (trích câu trả lời phỏng vấn của ông Nguyễn Hữu Tú - Phó Chủ tịch Thường trực kiêm Tổng thư ký Hội Thầy thuốc trẻ Việt Nam).

Nguyên nhân của thành công thứ ba xuất phát từ việc thời gian qua, các báo điện tử chính thống ở Việt Nam như Dân trí, VnExpress hay Sức khỏe và Đời sống đã khắc phục được những hạn chế, nhất là việc “câu view”, đưa các tit giật gân, những thông tin “lá cải” nhằm thu hút view của công chúng. Các báo vẫn giữ được vai trò thông tin chính thống và có tính định hướng cho công chúng trong quá trình tiếp nhận các thông tin chất lượng và độ chính xác cao.

Các BMĐT điện khảo sát cũng rất thành công trong việc tạo sự tương tác, thúc đẩy công chúng tham gia trong quá sản xuất, phản hồi thông tin. Từ việc ý thức một cách rõ ràng rằng cách tốt nhất để thu hút độc giả chính là tạo mối dây liên kết và sự thân thiện với họ, BMĐT Sức khỏe và Đời sống, VnExpress và Dân trí luôn nhận được sự quan tâm, chia sẻ từ nhiều góc nhìn, quan điểm, ý kiến đa chiều của độc giả bằng những tin bài nóng, có sức lan tỏa mạnh mẽ trong xã hội. Đây cũng là cơ sở để làm phong phú cho nội dung của các báo.

Đối với những sự kiện có tính thời sự cao hoặc các bài viết chuyên sâu về chính sách y tế, các tác phẩm báo chí trên BMĐT thường được thể hiện dưới dạng đa phương tiện. Nội dung được kết hợp linh hoạt giữa văn bản, hình ảnh, âm thanh, video, đồ họa, cùng với các liên kết nhúng hoặc liên kết ngoài dẫn tới những bài báo, video hay audio trực tuyến liên quan. Cách thể hiện này giúp gia tăng chiều sâu thông tin, tạo sự trực quan và nâng cao hiệu quả tiếp nhận cho độc giả.

Nội dung, hình thức, phương pháp thông tin ngày càng được đổi mới đa dạng, phong phú, phù hợp với đặc thù từng nhóm chủ đề, đặc điểm văn hóa vùng miền, đảm bảo truyền tải thông tin dễ nghe, dễ hiểu, dễ thực hiện, dễ giám sát, kiểm tra, đánh giá. Đẩy mạnh triển khai các hình thức truyền thông mới như infographic, motion graphic, video clip, viral, audio, xây dựng, vận hành các kênh truyền thông mạng xã hội của các tờ BMĐT.

2. Hạn chế và nguyên nhân

Bên cạnh những kết quả đã đạt được như đã phân tích ở trên, một số bài viết trên các BMDT khảo sát vẫn còn những hạn chế nhất định cần được nhìn nhận một cách thẳng thắn để có giải pháp hoàn thiện hơn nữa việc thông tin về chính sách y tế trên BMDT hiện nay.

Chính sách y tế là nội dung quan trọng liên quan trong cuộc sống của mỗi người, do đó, công chúng luôn có nhu cầu tìm hiểu và được thông tin về nội dung này để phục vụ cuộc sống. Tuy nhiên, phỏng vấn phóng viên thì nhận được phản ánh các báo thuộc diện khảo sát đều có lượng bài về phân tích về chính sách y tế còn khá ít và mới chỉ tập trung vào tin bài quan điểm, chủ trương mới của Đảng và Nhà nước.

Bên cạnh đó, trong một số bài viết nội dung phân tích vấn đề còn chưa được sâu sắc và mới chỉ dừng lại ở việc nêu vấn đề. Đa phần những bài viết của 3 tờ báo trong diện khảo sát chưa đề cập và đi sâu tìm hiểu, khai thác toàn diện những vấn đề nóng của chính sách y tế mà mới chỉ dừng lại ở mức độ thông tin sự việc để công chúng nắm bắt.

Với những hạn chế nêu trên liên quan đến nội dung thông tin về chính sách y tế thì nguyên nhân kể đến bao gồm cả nguyên nhân chủ quan và nguyên nhân khách quan sau:

Thứ nhất, chưa có sự phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan báo chí và cơ quan quản lý chính sách y tế, dẫn đến nhiều vấn đề, sự kiện hay, hấp dẫn chưa được thông tin kịp thời, thông tin chưa sát thực tiễn, đúng và trúng những vấn đề mà công chúng quan tâm. Đặc biệt là đối với những thông tin về nội dung vấn đề tham gia hoạch định và thực thi chính sách y tế, đôi khi các cơ quan báo chí chưa được tiếp cận đầy đủ với các dự thảo chính sách hay báo cáo về quá trình thực thi chính sách nên việc đưa tin chưa kịp thời, đầy đủ để giúp cho công chúng có cái nhìn toàn diện, tổng thể vấn đề.

Thứ hai, các cơ quan báo mạng điện tử hiện nay vẫn chưa chú trọng xây dựng kế hoạch dài hạn và chiến lược rõ ràng cho hoạt động thông tin về chính sách y tế. Việc thiếu định hướng và đầu tư bài bản dẫn đến chất lượng và hình thức thể hiện nội dung còn mang tính chung chung, thiếu bản sắc riêng.

Minh chứng cho nhận định này có thể thấy rõ qua việc nhiều BMĐT tuy có chuyên mục y tế nhưng lại chủ yếu tập trung vào tin tức thời sự, sự kiện y tế nổi bật hoặc thông tin sức khỏe cộng đồng, trong khi mảng chính sách y tế thường chỉ được cập nhật rải rác, thiếu chiều sâu và thiếu tính hệ thống. Theo khảo sát nội dung trên các báo mạng điện tử như Dân trí, VnExpress, Sức khỏe & Đời sống trong năm 2024, số lượng bài viết chuyên sâu, có tính phân tích và theo dõi xuyên suốt quá trình xây dựng, triển khai chính sách y tế còn rất ít, thường chỉ tập trung vào các đợt cao điểm hoặc khi chính sách đã được ban hành. Thực trạng này dẫn đến sự lặp lại trong cách tiếp cận thông tin chính sách y tế, chưa tạo được dấu ấn đặc thù hoặc phong cách chuyên môn hóa rõ rệt trên từng tờ báo.

Công tác truyền thông về chính sách y tế vì vậy chưa được triển khai một cách đồng bộ, chưa có kế hoạch truyền thông cụ thể và dài hơi nhằm tạo sức lan tỏa và hiệu quả xã hội rõ rệt. Về vấn đề chính sách y tế công chúng thường quan tâm nhiều đến nội dung những vấn đề bất cập trong chính sách y tế mà các vấn đề khác như: chính sách y tế trên thế giới hay giải pháp chính sách y tế chưa nhận được sự quan tâm đồng đều của công chúng. Chính vì thế, nhiều mảng nội dung còn chưa được quan tâm đầu tư đúng mức dẫn đến chưa đạt chất lượng cao cả về hình thức và nội dung.

Thứ ba, điều kiện và phương tiện tác nghiệp dành riêng cho việc sản xuất các tin, bài về chính sách y tế chưa được đầu tư đầy đủ, làm ảnh hưởng đến chất lượng nội dung. Bên cạnh đó, hầu hết các tòa soạn chưa bố trí phóng viên chuyên trách cho mảng chính sách y tế, khiến việc khai thác và xử lý thông tin còn hạn chế, thiếu chiều sâu. Nhiều phóng viên chưa chủ động lựa chọn và đăng ký đề tài liên quan, đồng thời chưa khai thác linh hoạt các thể loại báo chí để thể hiện nội dung. Một bộ phận phóng viên còn e ngại khi phản ánh những vấn đề nhạy cảm hoặc chịu tác động từ cơ chế thị trường, dẫn đến các tác phẩm thiếu tính phản biện và chiều sâu.

Thứ tư, mức độ tương tác giữa báo chí và độc giả hiện vẫn còn hạn chế. Nguyên nhân chủ yếu là do nhiều tòa soạn chưa chú trọng đầu tư vào các công cụ và hình thức tương tác, hoặc chỉ triển khai ở mức hình thức, thiếu chiều sâu. Trong khi đó, công chúng đóng vai trò quan trọng trong việc phản ánh kịp thời những vấn đề thực tiễn, thậm chí phát hiện các sự việc mà phóng viên chưa tiếp cận. Việc tăng cường các hình thức tương tác, tận dụng mạng xã hội thông qua các công cụ như nút “thích”,

“chia sẻ”, hay bình luận sẽ góp phần lan tỏa thông tin về chính sách y tế, tạo dư luận xã hội và nâng cao hiệu quả truyền thông, nhất là với những vấn đề nóng hiện nay.

Qua khảo sát cho thấy các báo đã thực hiện tốt các nội dung tuyên truyền về chính sách y tế; đóng góp tích cực trong việc nâng cao nhận thức của công chúng về quan điểm, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước trong lĩnh vực chính sách y tế. Nội dung thông tin về chính sách y tế trên các BMĐT thuộc diện khảo sát đều lựa chọn những chủ đề hữu ích, có sức lan tỏa, ảnh hưởng sâu rộng đến đời sống xã hội và được nhiều người quan tâm. Trong đó, BMĐT VnExpress đã có tổng số là 61 bài viết; BMĐT Dân trí đăng tải 67 bài viết; BMĐT Sức khỏe và Đời sống có tổng số 92 bài viết đề cập đến lĩnh vực này.

Bên cạnh những thành công kể trên, vẫn còn tồn tại một số hạn chế như: số lượng bài về chính sách y tế còn khá ít và mới chỉ tập trung vào phần phản ánh tình hình thực hiện chính sách y tế ở Việt Nam hiện nay; nội dung về những điểm mới trong chính sách y tế ở trên thế giới và bài học kinh nghiệm dành cho Việt Nam còn chưa được quan tâm đề cập đến. Bên cạnh đó, trong một số bài viết nội dung phân tích vấn đề còn chưa được sâu sắc, mới dừng lại ở việc nêu vấn đề; chọn thể loại để chuyển tải nội dung chưa phù hợp; chưa khai thác triệt để tính đa phương tiện của thể loại BMĐT; sự tương tác giữa báo chí và độc giả vẫn còn ít.

Thực trạng trên xuất phát từ những nguyên nhân khác nhau. Đây là tiền đề giúp tác giả đưa ra các giải pháp tăng cường trong công tác thông tin chính sách y tế trên BMĐT ở phần tiếp theo của bài viết.

V. Giải pháp tăng cường thông tin về chính sách y tế trên báo mạng điện tử

Từ những vấn đề thực tiễn đã phân tích, có thể khẳng định: nội dung là yếu tố cốt lõi quyết định hiệu quả truyền thông chính sách y tế trên báo mạng điện tử. Vì vậy, cần ưu tiên triển khai các giải pháp trọng tâm nhằm đổi mới và nâng cao chất lượng nội dung như sau:

1. Đổi mới nội dung và phương thức truyền thông chính sách y tế

Các cơ quan báo chí cần chủ động xây dựng các tuyến bài, chuyên đề về chính sách y tế theo từng giai đoạn: từ khi chính sách còn ở dạng đề xuất, dự thảo, trong quá trình triển khai thực hiện, đến khi tổng kết, đánh giá tác động. Bên cạnh việc phổ biến nội dung chính sách, cần tăng cường các bài viết phân tích, lý giải, phản ánh thực tiễn, phỏng vấn chuyên gia và đặc biệt là ghi nhận ý kiến người dân – đối tượng thụ hưởng chính sách.

Thông tin chính sách cần được tiếp cận đa chiều, bao gồm cả những khía cạnh còn vướng mắc, bất cập hoặc chưa phù hợp thực tiễn. Đây là cơ sở để báo chí thực hiện tốt vai trò giám sát, phản biện và góp phần hoàn thiện chính sách.

2. Tăng cường phối hợp giữa cơ quan báo chí và cơ quan xây dựng, thực thi chính sách

Các cơ quan chức năng, đặc biệt là Bộ Y tế và các đơn vị trực thuộc, cần chủ động phối hợp với báo chí ngay từ giai đoạn xây dựng chính sách. Việc tổ chức các cuộc họp báo, tọa đàm chuyên đề, cung cấp tài liệu đầy đủ, kịp thời sẽ giúp báo chí tiếp cận thông tin chính xác và chuyên sâu, từ đó nâng cao chất lượng truyền thông chính sách.

Cần xây dựng cơ chế phối hợp chính thức giữa các cơ quan báo chí với Bộ Y tế, các sở y tế và cơ quan chức năng ở địa phương, thông qua các chương trình hợp tác truyền thông định kỳ, chia sẻ dữ liệu và hỗ trợ nghiệp vụ.

3. Nâng cao năng lực chuyên môn cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên

Thông tin về chính sách y tế là một lĩnh vực đặc thù, đòi hỏi người làm báo phải có hiểu biết nền tảng về hệ thống y tế, cấu trúc chính sách, thuật ngữ chuyên ngành và năng lực phân tích chính sách công. Vì vậy, cần tổ chức các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ, tập huấn chuyên sâu cho đội ngũ phóng viên chuyên trách, đồng thời hình thành mạng lưới cộng tác viên là các chuyên gia, cán bộ y tế để hỗ trợ xác minh, phân tích thông tin.

4. Tăng cường tính phân tích, phản biện và giám sát chính sách

Nội dung truyền thông chính sách y tế không nên chỉ dừng ở phổ biến thông tin. Các báo cần nâng tỷ trọng các bài viết phân tích chính sách theo hướng: lý giải sự cần thiết, đánh giá hiệu quả, phản ánh những bất cập, ghi nhận ý kiến từ thực tế triển khai và từ nhóm thụ hưởng chính sách. Thông qua đó, báo chí không chỉ truyền đạt chính sách một chiều, mà còn phát huy vai trò phản biện, góp phần hoàn thiện chính sách, thúc đẩy hiệu quả thực thi.

3. Phản ánh đa chiều từ các nhóm công chúng khác nhau

Một nội dung chính sách y tế sẽ có tác động khác nhau tới từng nhóm: người dân, nhân viên y tế, nhà quản lý, chuyên gia, doanh nghiệp ngành y... Báo chí cần phản ánh đầy đủ các góc nhìn, mong muốn và khó khăn từ những đối tượng liên quan, qua đó mang đến bức tranh toàn diện, giúp công chúng hiểu sâu và tin tưởng vào chính sách. Các tuyến bài cần đặc biệt chú trọng ghi nhận tiếng nói từ người thụ hưởng trực tiếp - những người sẽ cảm nhận rõ nhất tính khả thi của chính sách.

4. Đa dạng hóa chủ đề, mở rộng nội dung chính sách y tế ra đời sống

Hiện nay, một bộ phận bài viết về chính sách y tế còn khô cứng, nặng tính hành chính. Báo chí cần chủ động "làm mềm" chính sách bằng các hình thức thể hiện gần gũi: kể chuyện, nhật ký chính sách, chân dung người thực hiện chính sách, phản ánh tình huống cụ thể... Ngoài ra, nên khai thác các nội dung liên quan như chính sách y tế học đường, y tế cộng đồng, y tế vùng khó khăn, bảo hiểm y tế tự nguyện, để người đọc thấy chính sách gắn với đời sống thường nhật.

Có thể thấy, việc tăng cường chất lượng thông tin về chính sách y tế trên báo mạng điện tử là yêu cầu khách quan, xuất phát từ vai trò ngày càng lớn của báo chí trong truyền thông chính sách công nói chung và lĩnh vực y tế nói riêng. Những giải pháp nêu trên, nếu được thực hiện đồng bộ và có chiến lược lâu dài, sẽ góp phần nâng cao nhận thức xã hội về chính sách y tế, thúc đẩy sự đồng thuận trong thực thi chính sách, đồng thời khẳng định vai trò trung tâm của báo chí trong hệ sinh thái truyền thông chính sách quốc gia hiện đại.

Tập trung đổi mới nội dung chính sách y tế trên báo mạng điện tử không chỉ là giải pháp về mặt kỹ thuật báo chí, mà còn là yêu cầu chiến lược để xây dựng truyền thông

chính sách hiệu quả, lấy công chúng làm trung tâm. Khi nội dung vừa chính xác, vừa sâu sắc, gần gũi và dễ tiếp cận, báo chí sẽ phát huy vai trò cầu nối giữa Nhà nước và nhân dân, góp phần củng cố niềm tin và thúc đẩy sự đồng thuận xã hội trong thực hiện các chủ trương, chính sách về y tế.

VI. Kết luận

Chính sách y tế là một chính sách quan trọng trong hệ thống các chính sách ASXH của nước ta, được Đảng và Nhà nước luôn quan tâm, triển khai sâu rộng trên phạm vi cả nước. Tuy nhiên, trước tình trạng gia tăng dân số quá nhanh trong khi biên chế của ngành y tế không tăng, dẫn đến tình trạng thiếu hụt nhân lực trong công tác chăm sóc sức khỏe nhân dân ngay từ cơ sở. Ngành y tế đang đứng trước khó khăn, thách thức rất to lớn sau đại dịch Covid-19; bộc lộ nhiều vấn đề, kể cả về nguồn nhân lực, thể chế, vấn đề điều hành, vướng mắc ở nhiều khâu trong quá trình quản lý và xây dựng nền tảng y tế cơ sở với tư cách là chăm sóc sức khỏe nhân dân. Chính vì vậy, bài toán chính sách y tế đang cần những đột phá mạnh mẽ trong tương lai.

Các cơ quan báo chí nói chung, BMĐT nói riêng đã tích cực truyền tải những thông tin về chính sách y tế đến với công chúng. Vì vậy, thông tin về chính sách y tế trên BMĐT có vai trò đặc biệt quan trọng đối với công chúng và đối với sự nghiệp bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe toàn dân, đóng vai trò quyết định trong chính sách ASXH. Bên cạnh đó, thông tin về chính sách y tế trên BMĐT có vị trí, vai trò đặc biệt quan trọng với công chúng nói chung và các nhà hoạch định chính sách về y tế nói riêng. Những thông tin về chính sách y tế trên BMĐT là một trong những nguồn thông tin có giá trị tham khảo, ứng dụng cao, phục vụ công tác tư vấn cho lãnh đạo Đảng, Nhà nước, đề ra chủ trương chính sách về y tế cụ thể, thiết thực, hiệu quả; xây dựng nền y tế khoa học, dân tộc và đại chúng; hệ thống y tế phải đáp ứng được yêu cầu công bằng, hiệu quả; bảo đảm điều kiện tốt nhất cho công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân theo đúng mục tiêu đối với lĩnh vực y tế được thông qua tại Đại hội XIII của Đảng. Bên cạnh đó, những thông tin về chính sách y tế trên BMĐT cũng góp phần nâng cao nhận thức của người dân, lan tỏa tri thức y khoa đích thực và chống lại những thông tin sai lệch, góp phần nâng cao nhận thức, sức khỏe cộng

đồng.

Tài liệu tham khảo

- (1) Viện Ngôn ngữ học, (2003), "Từ điển Tiếng Việt", Nxb. Đà Nẵng - Trung tâm từ điển học, tr.163.
- (2) Chính phủ (2024), Nghị định số 59/2024/NĐ-CP về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 34/2016/NĐ-CP ngày 14/5/2016 quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật.
- (3) Bùi Thị Thu Thủy (2011), "Truyền thông sức khỏe trên báo chí Việt Nam hiện nay: Vấn đề và thảo luận" (khảo sát báo Sức khỏe & Đời sống và Kênh Truyền hình chuyên về sức khỏe - Kênh 02TV), Luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn.
- (4) Hoàng Phê, Từ điển Tiếng Việt, Nxb Hồng Đức, tr.1479.
- (5) Bộ Y tế (2006), Tổ chức, quản lý y tế và chính sách y tế, Nxb. Y học, tr.247.
- (6) Gill Walt, Health Policy (1996), An Introduction to Process and Power (Chính sách y tế - Quá trình và quyền lực), Nxb. Y học Hà Nội.
- (7) Nguyễn Như Ý (chủ biên) (1999), "Đại Từ điển Tiếng Việt", Nxb. Văn hóa Thông tin, tr.1050.
- (8) Viện Ngôn ngữ học (2003), "Từ điển Tiếng Việt", Nxb. Đà Nẵng - Trung tâm từ điển học, tr.953.
- (9) Quốc hội (2016), Luật Tiếp cận thông tin, Hà Nội.
- (10) Tạ Ngọc Tấn (1999), Cơ sở lý luận báo chí. Nxb. Văn hóa Thông tin, Hà Nội.