

Truyền thông về cơ hội phát triển bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu khi ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ ở đồng bằng sông Cửu Long trên báo chí Việt Nam

Ngày nhận bài: 01/11/2024 | Ngày phản biện: 02/11/2024 | Ngày xuất bản: 07/11/2024

Tác giả: Đinh Thị Xuân Hòa (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Ngày 17/11/2017, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 120/NQ-CP về phát triển bền vững đồng bằng sông Cửu Long thích ứng với biến đổi khí hậu. Quan điểm chỉ đạo được nhấn mạnh trong Nghị quyết (NQ) là: "...chủ động thích ứng, phát huy tiềm năng, thế mạnh, chuyển hóa những thách thức thành cơ hội để phát triển, bảo đảm được cuộc sống ổn định..." (1). NQ này đã được các cơ quan liên quan, trong đó có các cơ quan báo chí quán triệt, triển khai thực hiện. Tuy nhiên, để "chuyển hóa những thách thức thành cơ hội", nhất là với vùng đồng bằng sông Cửu Long, để phát triển bền vững, an toàn, thịnh vượng thì vai trò, trách nhiệm của báo chí cần được nhận thức đầy đủ, chủ động hơn.

1. Truyền thông "chuyển hóa thách thức thành cơ hội" trong biến đổi khí hậu cho vùng đồng bằng sông Cửu Long - vấn đề cấp thiết

Biến đổi khí hậu (BĐKH) là sự thay đổi của khí hậu trong một khoảng thời gian dài do tác động của các điều kiện tự nhiên và hoạt động của con người, biểu hiện bởi sự nóng lên toàn cầu, mực nước biển dâng và gia tăng các hiện tượng khí tượng thủy văn cực đoan⁽²⁾.

BĐKH là một trong những vấn đề toàn cầu. Hiện, đây là một cụm từ được nhắc tới nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng, tuy nhiên, sau nhiều năm nỗ lực, kết quả đạt được trong giảm thiểu BĐKH vẫn rất hạn chế. Hiệp định Paris (2015) đặt ra kỳ vọng kiểm chế nhiệt độ trung bình trái đất tăng không quá 2o C so với thời kỳ tiền công nghiệp vào cuối thế kỷ 21, nhưng những hành động để giảm phát thải khí nhà

kính lại chưa mang lại hiệu quả rõ ràng. Vào cuối năm 2020, "Tổng thư ký Liên Hiệp Quốc António Guterres vận động tất cả lãnh đạo thế giới hãy tuyên bố là tình trạng khẩn cấp. Hiện đã có 38 quốc gia gọi biến đổi khí hậu là vấn đề khẩn cấp của quốc gia"⁽³⁾.

Việt Nam là quốc gia chịu ảnh hưởng nặng nề của BĐKH, đặc biệt là vùng đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). Thực tế, ĐBSCL được coi là vừa lúa, vừa trái cây, vừa thủy sản của cả nước. Mỗi năm, nơi đây đóng góp 56% sản lượng lúa gạo (24,5 triệu tấn), 98% sản lượng cá tra (1,41 triệu tấn) và 60% các loại trái cây cả nước (4,3 triệu tấn), 95% lượng gạo xuất khẩu và 60% lượng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam⁽⁴⁾.

Tuy nhiên, hiện nay ĐBSCL đang đứng trước thách thức ngày càng rõ hơn của BĐKH, nhiều vùng chịu tác động tiêu cực của hạn hán, nước biển dâng, xâm nhập mặn, ngập lụt, sạt lở... Điều này gây ra rủi ro, ảnh hưởng nghiêm trọng đến năng suất trồng trọt, chăn nuôi. Theo nghiên cứu và dự báo của Ủy ban liên chính phủ về BĐKH của Liên hợp quốc (IPPC) và Ngân hàng thế giới (WB), ở Việt Nam, nếu nước biển dâng lên 1m sẽ làm ngập ở vùng đồng bằng sông Cửu Long "...1,5-2,0 triệu ha và những năm lũ lớn, khoảng trên 90% diện tích" và "bị ngập từ 4-5 tháng, trong đó chủ yếu là đất lúa bị ngập hoặc nhiễm mặn không thể sản xuất" ⁽⁵⁾.

Thực tế trên đã ảnh hưởng trực tiếp đến sinh kế của người dân vì vậy, không ít người đã di cư, rời địa phương đi làm ăn nơi khác. Điều này dẫn đến sự xáo trộn trong khu vực. Một số tổng kết cho biết: "... sau mỗi mùa hạn mặn, một số lượng lớn người dân, đặc biệt ở các xã ven biển buộc phải di cư đến các nơi khác để tìm sinh kế. Họ thường đi đến Bình Dương, Đồng Nai, TP.HCM, những nơi có việc làm phong phú hơn", và "Số liệu thống kê cho thấy, trong 10 năm ĐBSCL đã có hơn 1,3 triệu người rời bỏ ruộng đồng, còn cao hơn dân số một vài tỉnh trong vùng. Việc nhìn nhận vấn đề này như một chỉ dấu, trong đó có nhiều nguyên nhân mà hạn, mặn, BĐKH là một trong những nguyên nhân đó" ⁽⁶⁾.

Để góp phần giảm thiểu thực trạng này, nhiều cơ quan báo chí trong cả nước đã "vào cuộc". Nhưng, nhìn chung, nội dung truyền thông còn chưa thật đa dạng, thường tập trung vào thông tin, phản ánh những thách thức, rủi ro mà bà con phải đối mặt do BĐKH đem lại; còn thông tin về những cơ hội phát triển bền vững, thích ứng với BĐKH

thông qua ứng dụng các thành tựu KH &CN ở vùng ĐBSCL chưa nhiều.

Thực tế, tại ĐBSCL, một số thành tựu KH &CN đã được ứng dụng, thử nghiệm vào thực tiễn và bước đầu có hiệu quả. Ví dụ, công nghệ trồng lúa giảm phát thải, phát triển nông nghiệp sinh thái, ứng dụng công nghệ số phục vụ ghi chép dữ liệu, nhật ký sản xuất, sử dụng phân bón, thuốc hữu cơ, chế phẩm sinh học, đánh giá kết quả canh tác lúa theo hướng bền vững và phát thải thấp... Gần đây, một nhóm nghiên cứu của Đại học Cần Thơ được chọn tài trợ bởi Quỹ nghiên cứu khoa học vùng Flanders (FWO, Bỉ) đã phát triển và giới thiệu, thử nghiệm sử dụng thiết bị bay không người lái (UAV) trong nông nghiệp tại ĐBSCL, để đối phó với BĐKH, phục vụ các mục tiêu phát triển bền vững, và bước đầu đã có những kết quả tốt. Hay, những công nghệ thiết kế, xây dựng nhà ở, công trình dân sinh (điện, đường, trường, trạm...) có khả năng chống chịu thiên tai; quy hoạch sản xuất cây trồng, vật nuôi thích hợp với điều kiện hạn hán, xâm nhập mặn... đã được nghiên cứu, thử nghiệm ở một số nơi và đã có những kết quả khả quan.

Như vậy, thực tế có không ít thành tựu KH &CN hiện đại đã được nghiên cứu, ứng dụng vào thực tiễn, đã đem tới những cơ hội phát triển bền vững thích ứng phó với BĐKH. Nhưng việc truyền thông trên báo chí về thực tế này góp phần nâng cao nhận thức của người dân về những cơ hội từ quá trình chuyển đổi nhằm phát triển bền vững ứng phó với BĐKH thông qua ứng dụng các thành tựu về KH &CN chưa nhiều. Vì vậy, không ít người dân chưa biết tới và ứng dụng hiệu quả. Nếu tiếp tục không có cách truyền thông phù hợp thì công nghệ với những cơ hội do nó đem lại sẽ khó được khai thác, đón nhận triệt để.

2. Một số gợi mở để báo chí truyền thông hiệu quả về cơ hội phát triển bền vững thích ứng với BĐKH khi ứng dụng KH&CN

Một là, các cơ quan báo chí nói chung, các nhà báo nói riêng cần nhận thức sâu sắc vai trò của báo chí trong việc truyền thông về cơ hội phát triển bền vững, thích ứng với BĐKH khi ứng dụng các thành tựu KH &CN.

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII đã phát triển nhiều điểm mới. Nghị quyết xác định có 6 nhiệm vụ trọng tâm, trong đó có nhiệm vụ “quản lý chặt chẽ, sử dụng hợp lý, hiệu quả đất đai, tài nguyên; bảo vệ, cải thiện môi trường; chủ động, tích cực triển khai các

giải pháp thích ứng với BĐKH, thiên tai khắc nghiệt”⁽⁷⁾. Về phát triển bền vững ĐBSCL thích ứng với BĐKH, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 120/NQ-CP ngày 17/11/2017; Chương trình hành động tổng thể thực hiện Nghị quyết số 120/NQ-CP được ban hành bởi Quyết định số 417/QĐ-TTg ngày 13/4/2019 của Thủ tướng Chính phủ; Ngày 05/9/2019 Thủ tướng ban hành Chỉ thị số 23/CT-TTg về đẩy mạnh thực hiện Nghị quyết số 120/NQ-CP; tháng 4/2022, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 13 cho vùng ĐBSCL; Ngày 19/7/2022 Thủ tướng ra Quyết định số 854/QĐ-TTg phê duyệt Đề án nâng cao năng lực thích ứng với BĐKH của hợp tác xã nông nghiệp vùng ĐBSCL, giai đoạn 2021 – 2025...

Như vậy, có nhiều chủ trương, chính sách liên quan đến BĐKH, đặc biệt là phát triển bền vững ĐBSCL. Việc nâng cao nhận thức trong truyền thông về vấn đề này là cấp thiết, là trách nhiệm của cơ quan báo chí và của nhà báo. Khi đó, việc truyền thông sẽ giúp cho công chúng nhận thức được rằng, BĐKH không chỉ đem lại những rủi ro, mà còn đem lại những cơ hội nếu ứng dụng thành tựu KH &CN phù hợp. Nhà báo cần nhấn mạnh, khi ứng dụng KH&CN thì người dân, đặc biệt là người nông dân có những cơ hội gì, lợi ích gì về vật chất, về tinh thần, về đời sống xã hội. Khi người dân nhận thức, hành động theo sự phân tích, hướng dẫn của báo chí thì đồng nghĩa với việc cơ quan báo chí đã thực hiện tốt chức năng của mình, đem lại hiệu quả cho xã hội.

Hai là, cần lựa chọn nội dung đa dạng, linh hoạt để truyền thông

Có hai nhóm nội dung cần quyện hòa trong một sản phẩm báo chí: một là, thành tựu KH &CN và hai là, cơ hội phát triển bền vững, ứng phó với BĐKH khi ứng dụng các thành tựu KH & CN.

Nhà báo cần chỉ rõ: có những thành tựu KH &CN nào có thể ứng dụng góp phần đem lại những cơ hội phát triển bền vững, ứng phó với BĐKH. Những thành tựu này có những ưu thế gì, hay có những vướng mắc, cản trở như thế nào cần lưu tâm để có thể ứng dụng trong đời sống, trong chăn nuôi, trồng trọt.

Nhà báo cần lồng ghép các nội dung, yêu cầu nêu trên về thành tựu KH &CN với nội dung truyền thông về cơ hội cho người dân. Qua khảo sát của nhóm nghiên cứu đề tài khoa học cấp Nhà nước “Nghiên cứu đề xuất mô hình truyền thông tăng cường nhận thức về cơ hội từ quá trình chuyển đổi nhằm phát triển bền vững ĐBSCL, thích ứng với

BĐKH thông qua ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ” (ĐTĐL.XH -12/22) với gần 900 người đại diện các hộ dân quan tâm và bị ảnh hưởng của BĐKH của các tỉnh ĐBSCL, đặc biệt là của các tỉnh Hậu Giang, Cà Mau, và TP. Cần Thơ, trong tháng 4 và tháng 7/2024 ở ĐBSCL thông qua trao đổi trực tiếp (thảo luận nhóm), truyền thông miệng, trao đổi qua nền tảng mạng xã hội fanpage và qua nhóm zalo: “cơ hội từ phát triển bền vững thích ứng BĐKH nhờ ứng dụng thành tựu KHKT”...

Kết quả cho biết, hiện bà con vùng ĐBSCL bị ảnh hưởng của BĐKH rất nhiều. Phần lớn số bà con khi gặp gỡ, trao đổi đều mong muốn được tiếp nhận nhiều hơn nữa những thông tin từ báo chí và các kênh truyền thông khác các nội dung về BĐKH, cách ứng phó với BĐKH và các cơ hội khi chuyển đổi nhằm phát triển bền vững, thích ứng với BĐKH.

Tổng hợp các ý kiến nguyện vọng của nhóm người dân khảo sát, kết hợp với nghiên cứu thực tiễn, xin gợi mở 06 khía cạnh cơ bản truyền thông về cơ hội như sau: (1) Cơ hội chuyển đổi mô hình sản xuất; (2) Cơ hội tổ chức, sắp xếp lại không gian phát triển bền vững tại địa phương; (3) Cơ hội coi nước, đất và đa dạng sinh học là 3 trụ cột chính để phân vùng hợp lý; (4) Cơ hội coi kinh tế biển là động lực quan trọng cho sự phát triển bền vững; (5) Cơ hội biến sản xuất nông nghiệp độc canh thành khu nông nghiệp công nghệ cao; (6) Cơ hội phát triển du lịch bền vững... Với từng cơ hội này, để truyền thông phong phú, hiệu quả, cần tiếp tục chia ra thành nhiều góc nhìn sâu hơn. Có một số khía cạnh có thể tập trung truyền thông chuyên sâu đó là:

Thứ nhất, truyền thông về **cơ hội chuyển đổi mô hình sản xuất**, có thể tập trung vào 10 cơ hội cạnh sau:

(1) Cơ hội tăng thu nhập (nhấn mạnh các mô hình sản xuất mới như lúa - tôm, lúa - cá, nông nghiệp hữu cơ, tuần hoàn mang lại thu nhập và sự ổn định hơn cho nông dân;

(2) Cơ hội giảm thiểu rủi ro (nhấn mạnh khả năng ứng phó với BĐKH, hạn hán, xâm nhập mặn của các mô hình sản xuất đa dạng, sử dụng công nghệ tưới tiêu tiết kiệm nước, giống cây trồng chịu mặn);

(3) Cơ hội nâng cao chất lượng sản phẩm, quảng bá các sản phẩm nông nghiệp sạch, an toàn, đạt tiêu chuẩn xuất khẩu nhờ ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất và chế

biến;

(4) Cơ hội bảo vệ môi trường (nhấn mạnh lợi ích của các mô hình sản xuất thân thiện với môi trường, giảm thiểu sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, phân bón hóa học, bảo vệ tài nguyên đất và nước);

(5) Cơ hội tạo việc làm mới, giới thiệu các cơ hội việc làm trong lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao, thu hút lao động trẻ, trình độ cao về nông thôn;

(6) Cơ hội tiết kiệm chi phí sản xuất nhấn mạnh hiệu quả của việc ứng dụng công nghệ trong quản lý sản xuất, giảm chi phí đầu vào, tăng năng suất lao động;

(7) Cơ hội cải thiện chuỗi giá trị (nhấn mạnh các mô hình liên kết sản xuất - tiêu thụ, ứng dụng công nghệ truy xuất nguồn gốc, đảm bảo lợi ích cho người sản xuất và người tiêu dùng);

(8) Cơ hội tăng cường khả năng cạnh tranh, nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc ứng dụng công nghệ để nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm, đáp ứng yêu cầu thị trường trong nước và quốc tế;

(9) Cơ hội hỗ trợ chuyển đổi, tập trung thông tin về các chính sách hỗ trợ, chương trình đào tạo, chuyển giao công nghệ cho nông dân trong quá trình chuyển đổi mô hình sản xuất;

(10) Truyền thông chia sẻ kinh nghiệm thành công, quảng bá các điển hình về cơ hội chuyển đổi mô hình sản xuất thành công, tạo động lực và lan tỏa mô hình trong cộng đồng.

Thứ hai, truyền thông về **cơ hội tổ chức, sắp xếp lại không gian phát triển bền vững tại địa phương**, có thể tập trung truyền thông 10 cơ hội cụ thể sau:

(1) Cơ hội phát triển đô thị xanh (nhấn mạnh lợi ích của việc xây dựng các đô thị xanh, thông minh, sử dụng năng lượng tái tạo, tiết kiệm nước, xử lý rác thải hiệu quả);

(2) Cơ hội nâng cao chất lượng sống (nhấn mạnh việc quy hoạch không gian hợp lý sẽ giúp cải thiện môi trường sống, giảm thiểu ô nhiễm, tăng cường không gian xanh, tạo

điều kiện thuận lợi cho người dân);

(3) Cơ hội giảm thiểu rủi ro thiên tai (nhấn mạnh quảng bá các giải pháp quy hoạch, xây dựng hạ tầng thích ứng với BĐKH, giảm thiểu tác động của lũ lụt, xâm nhập mặn, sạt lở);

(4) Cơ hội bảo tồn cảnh quan và di sản (nhấn mạnh tầm quan trọng của việc bảo tồn các giá trị văn hóa, lịch sử, cảnh quan đặc trưng của ĐBSCL trong quá trình phát triển);

(5) Cơ hội phát triển du lịch bền vững (nhấn mạnh tiềm năng phát triển du lịch sinh thái, văn hóa dựa trên việc bảo tồn và phát huy các giá trị tự nhiên, văn hóa của địa phương);

(6) Cơ hội tạo động lực kinh tế (nhấn mạnh việc tổ chức không gian hợp lý sẽ thu hút đầu tư, tạo việc làm, thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương);

(7) Cơ hội cải thiện kết nối giao thông và quảng bá các giải pháp phát triển giao thông bền vững, kết nối các khu vực, tạo thuận lợi cho giao thương, phát triển kinh tế.

(8) Cơ hội tăng cường quản lý tài nguyên (nhấn mạnh việc ứng dụng công nghệ trong quản lý tài nguyên nước, đất đai, rừng, đảm bảo sử dụng hiệu quả và bền vững);

(9) Cơ hội thu hút nhân tài qua tạo dựng hình ảnh một ĐBSCL hiện đại, năng động, thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao về làm việc và sinh sống;

(10) Cơ hội xây dựng cộng đồng bền vững, khuyến khích sự tham gia của cộng đồng trong quá trình quy hoạch, xây dựng và quản lý không gian sống, tạo sự đồng thuận và gắn kết cộng đồng.

Thứ ba, truyền thông **về ba trụ cột chính để thực hiện cơ hội phân vùng hợp lý là đất, nước và đa dạng sinh học**, có thể tập trung truyền thông về các cơ hội ở 10 khía cạnh cụ thể sau:

(1) Cơ hội tối ưu hóa sử dụng đất (nhấn mạnh việc phân vùng đất đai dựa trên đặc điểm thổ nhưỡng, độ cao, khả năng chịu mặn, giúp lựa chọn loại cây trồng, vật nuôi

phù hợp, tăng năng suất và giảm rủi ro);

(2) Cơ hội quản lý nước hiệu quả (nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phân vùng dựa trên nguồn nước ngọt, nước lợ, nước mặn để phát triển các mô hình sản xuất phù hợp, tiết kiệm và sử dụng nước hiệu quả);

(3) Cơ hội bảo tồn đa dạng sinh học (nhấn mạnh việc phân vùng dựa trên các hệ sinh thái đặc trưng của rừng ngập mặn, đất ngập nước, vùng ven biển để bảo tồn đa dạng sinh học, duy trì cân bằng sinh thái);

(4) Cơ hội phát triển bền vững (nhấn mạnh việc phân vùng hợp lý dựa trên ba trụ cột này là cơ sở để phát triển nông nghiệp, nuôi trồng thủy sản, lâm nghiệp bền vững, thích ứng với BĐKH);

(5) Cơ hội ứng dụng công nghệ (tập trung giới thiệu các công nghệ hỗ trợ phân vùng như GIS, viễn thám, mô hình dự báo giúp xác định chính xác đặc điểm đất, nước, đa dạng sinh học);

(6) Cơ hội của việc phân vùng cung cấp thông tin khoa học cho các nhà hoạch định chính sách, nhà quản lý, người dân để ra quyết định sử dụng đất, nước hiệu quả;

(7) Cơ hội giảm thiểu xung đột trong sử dụng đất, nước giữa các ngành, các địa phương, đảm bảo hài hòa lợi ích khi phân vùng phù hợp;

(8) Cơ hội xác định các khu vực dễ bị tổn thương do BĐKH, từ đó có các biện pháp ứng phó, giảm thiểu rủi ro khi phân vùng hợp lý;

(9) Cơ hội bảo vệ nguồn lợi thủy sản (nhấn mạnh việc phân vùng các vùng nuôi trồng thủy sản phù hợp với đặc điểm môi trường nước, đảm bảo nguồn lợi thủy sản bền vững);

(10) Cơ hội phát triển du lịch sinh thái (nhấn mạnh việc phân vùng các khu vực có tiềm năng du lịch sinh thái, giúp phát triển du lịch bền vững, bảo vệ môi trường).

Thứ tư, truyền thông **về cơ hội và động lực phát triển bền vững kinh tế biển**, có thể tập trung truyền thông các cơ hội ở 10 khía cạnh sau:

- (1) Cơ hội khai thác bền vững (nhấn mạnh việc ứng dụng công nghệ trong khai thác hải sản bền vững, bảo vệ nguồn lợi thủy sản, giảm thiểu tác động đến môi trường biển);
- (2) Cơ hội nuôi trồng thủy sản (nhấn mạnh tiềm năng phát triển nuôi trồng thủy sản công nghệ cao, các mô hình nuôi tôm, cá bền vững, ứng dụng công nghệ xử lý nước thải, giảm thiểu ô nhiễm môi trường);
- (3) Cơ hội về năng lượng tái tạo (nhấn mạnh quảng bá tiềm năng phát triển năng lượng tái tạo từ biển (gió, sóng) tại ĐBSCL, góp phần giảm phát thải khí nhà kính, bảo vệ môi trường);
- (4) Cơ hội phát triển du lịch biển bền vững, khai thác các giá trị tự nhiên, văn hóa, lịch sử của vùng biển ĐBSCL, đồng thời bảo vệ môi trường biển;
- (5) Cơ hội phát triển hệ thống cảng biển, logistics hiện đại, ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý, vận hành, nâng cao hiệu quả và giảm chi phí;
- (6) Cơ hội phát triển công nghiệp chế biến hải sản (nhấn mạnh quảng bá các sản phẩm chế biến từ hải sản chất lượng cao, ứng dụng công nghệ bảo quản, chế biến tiên tiến, đáp ứng yêu cầu thị trường trong nước và quốc tế);
- (7) Cơ hội, tầm quan trọng của việc đầu tư vào nghiên cứu KH &CN biển, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho phát triển kinh tế biển bền vững;
- (8) Cơ hội từ việc bảo vệ môi trường biển, ứng dụng công nghệ xử lý nước thải, rác thải, bảo tồn đa dạng sinh học biển;
- (9) Cơ hội tăng cường hợp tác quốc tế trong lĩnh vực kinh tế biển, chia sẻ kinh nghiệm, chuyển giao công nghệ, thu hút đầu tư;
- (10) Thông tin về các chính sách hỗ trợ của chính phủ, các tổ chức trong và ngoài nước cho phát triển kinh tế biển bền vững tại ĐBSCL.

Thứ năm, truyền thông **về cơ hội chuyển đổi sản xuất nông nghiệp độc canh sang khu nông nghiệp công nghệ cao**, có thể tập trung truyền thông 10 khía cạnh sau:

(1) Cơ hội tăng năng suất, chất lượng (nhấn mạnh việc ứng dụng công nghệ cao (nhà kính, thủy canh, tưới tiêu tự động, giống cây trồng chất lượng cao) giúp tăng năng suất, chất lượng nông sản, đáp ứng nhu cầu thị trường;

(2) Cơ hội giảm thiểu rủi ro do thời tiết, sâu bệnh, dịch bệnh, đảm bảo ổn định sản xuất;

(3) Cơ hội tiết kiệm tài nguyên (nhấn mạnh việc ứng dụng công nghệ tưới tiêu tiết kiệm nước, phân bón thông minh, giảm thiểu sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, bảo vệ môi trường);

(4) Cơ hội tăng giá trị sản phẩm, quảng bá các sản phẩm nông nghiệp công nghệ cao có giá trị gia tăng cao, đáp ứng yêu cầu thị trường trong nước và quốc tế, mang lại thu nhập cao cho nông dân;

(5) Cơ hội và việc chuyển đổi sang nông nghiệp công nghệ cao tạo ra nhiều việc làm mới, thu hút lao động trẻ, trình độ cao về nông thôn;

(6) Cơ hội phát triển bản thân và nghề nghiệp (nhấn mạnh cơ hội chuyển và đòi hỏi nông dân nâng cao trình độ, tiếp cận công nghệ mới);

(7) Quảng bá các chính sách ưu đãi, hỗ trợ và cơ hội đầu tư vào nông nghiệp công nghệ cao, thu hút các doanh nghiệp, tổ chức trong và ngoài nước đầu tư vào ĐBSCL;

(8) Cơ hội liên kết sản xuất - tiêu thụ (nhấn mạnh các mô hình liên kết giữa nông dân, doanh nghiệp, nhà khoa học để sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp công nghệ cao hiệu quả);

(9) Cơ hội chuyển đổi sang nông nghiệp công nghệ cao là hướng đi tất yếu để phát triển nông nghiệp bền vững, thích ứng với BĐKH, đảm bảo an ninh lương thực;

(10) Cơ hội quảng bá các mô hình nông nghiệp công nghệ cao thành công, tạo động lực và lan tỏa mô hình trong cộng đồng nhấn mạnh chia sẻ kinh nghiệm.

Thứ sáu, truyền thông **về cơ hội phát triển du lịch bền vững tại địa phương**, có thể tập trung truyền thông 10 khía cạnh sau:

- (1) Cơ hội phát triển du lịch dựa trên việc bảo tồn và phát huy các giá trị tự nhiên, văn hóa, lịch sử của ĐBSCL;
- (2) Cơ hội và quảng bá các điểm đến du lịch sinh thái độc đáo của ĐBSCL;
- (3) Cơ hội và giới thiệu các mô hình du lịch cộng đồng, homestay, giúp du khách trải nghiệm cuộc sống, văn hóa địa phương, tạo thu nhập cho người dân;
- (4) Cơ hội khuyến khích các hoạt động du lịch trải nghiệm như tham quan làng nghề truyền thống, tham gia các lễ hội văn hóa, ẩm thực địa phương;
- (5) Cơ hội của việc ứng dụng công nghệ trong quản lý, quảng bá du lịch, nâng cao trải nghiệm của du khách;
- (6) Cơ hội quản lý môi trường (nhấn mạnh tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường du lịch, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường);
- (7) Cơ hội khi đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ;
- (8) Cơ hội khi khuyến khích sự hợp tác giữa các địa phương, doanh nghiệp, cộng đồng trong phát triển du lịch;
- (9) Thông tin về các chính sách hỗ trợ của chính phủ, các tổ chức trong và ngoài nước cho cơ hội phát triển du lịch bền vững tại ĐBSCL;
- (10) Truyền thông đa kênh, sử dụng các kênh truyền thông đa dạng (báo chí, truyền hình, mạng xã hội, ấn phẩm) để quảng bá hình ảnh du lịch ĐBSCL đến du khách trong và ngoài nước.

Như vậy, có thể thấy nội dung về cơ hội rất đa dạng. Mỗi cơ quan báo chí, nhà báo cần tìm hiểu, nắm rõ và căn cứ vào tình hình mỗi địa phương, thời điểm, điều kiện kinh tế, môi trường cụ thể để phát hiện, lựa chọn những cơ hội phù hợp trong số những cơ

hội nêu trên để truyền thông, chỉ khi đó, việc truyền thông mới cụ thể, hiệu quả.

Ba là, cần khai thác linh hoạt các hình thức và cách thức truyền thông

Khi công nghệ hiện đại phát triển, nhu cầu tiếp nhận của công chúng thay đổi, ngoài cách thể hiện truyền thống như sử dụng chữ viết (với báo in), hình ảnh, âm thanh (với truyền hình)... thì các nội dung báo chí cần được chau chuốt, tìm kiếm thêm những cách thể hiện mới mẻ, hấp dẫn. Ví dụ, với truyền hình, có thể khai thác các thể loại gameshow, talkshow, các đồ họa, cách thức làm mềm hóa thông tin (infotainment), hay ứng dụng công nghệ VR (thực tế ảo)/AR (thực tế tăng cường)... Với báo mạng điện tử, có thể khai thác các dạng thức như infographic (đồ họa), megastory, longform, e – magazine, audio, video... để thể hiện, chuyển tải nội dung.

BĐKH là vấn đề mang tính đặc thù, có không ít người cho rằng “gió mưa là chuyện của trời”, “là việc của chính quyền cần phải lo cho dân”, không ít người không quan tâm. Vì tâm lý này mà không ít thời điểm truyền thông cũng khó thu hút với công chúng. Điều này càng đúng khi truyền thông về chủ đề BĐKH được thực hiện rời rạc, thỉnh thoảng mới có 1 vài tin, bài về vấn đề này được đăng tải. Nếu tờ báo hình thành chuyên mục/chuyên trang, thì cơ quan báo chí sẽ dễ dàng hơn trong khẳng định tầm quan trọng của thông tin về vấn đề này. Với tuyến bài đăng nhiều kỳ trên chuyên mục, sẽ tạo sự liền mạch, tạo thành một chuỗi thông tin không bị rời rạc. Công chúng sẽ không phải tiếp nhận thông tin một cách “nhỏ giọt” mà có hệ thống, thường xuyên hơn. Đặc biệt, các thông tin này không bị loãng trong khối lượng thông tin khổng lồ trên báo, người đọc có thể tìm kiếm lại dễ dàng. Hiện, có một số cơ quan báo chí làm khá tốt, ví dụ: chuyên mục “Biến đổi khí hậu” (Đài PTTH Quảng Nam), chuyên mục “Môi trường” (báo Vietnamplus); chuyên mục “Net zero” (Đài THVN), chuyên mục “Net zero” (báo Vnexpress)...

Cùng với những gợi mở trên, nhà báo làm sản phẩm báo chí về chủ đề trên cần nghiên cứu “trend” (xu hướng đang được quan tâm) chẳng hạn như “trend” về một đoạn nhạc, hay “trend” về một câu nói nào đó ấn tượng (giới trẻ gọi là “bắt trend”)... từ đó, tham khảo lồng ghép vào cách thể hiện để làm sinh động nội dung, để nhằm “đón” thêm được nhiều hơn công chúng, nhất là giới trẻ – những người năng động, am hiểu công nghệ, thích tiếp nhận thông tin bằng những cách mới mẻ, hợp thời.

Ở Việt Nam, hiện có hơn 800 cơ quan báo chí các loại hình. Đây là cơ hội để truyền thông rộng rãi những vấn đề liên quan đến BDKH nói chung và vấn đề cơ hội phát triển bền vững, thích ứng với BDKH khi ứng dụng các thành tựu KH &CN nói riêng. Tuy nhiên, thực tế, trong bối cảnh công nghệ hiện đại, các nền tảng mạng xã hội phát triển mạnh mẽ như hiện nay, các cơ quan báo chí đang bị cạnh tranh, bị chia sẻ công chúng một cách gay gắt với các nền tảng này. Để tiếp tục thu hút được sự quan tâm theo dõi của công chúng, báo chí không những cần không ngừng đổi mới về nội dung, hình thức thể hiện mà còn cần khai thác, tận dụng thế mạnh của các nền tảng mạng xã hội để truyền thông, chia sẻ những sản phẩm của mình trên các nền tảng mạng, như youtube, facebook, fanpage, tiktok, zalo, instagram... Qua các nền tảng truyền thông mới này, thông tin được thực hiện, chuyển tải nhiều, nhanh; và công chúng thì dễ dàng tiếp nhận, thuận lợi trong tương tác. Tuy nhiên, mỗi nền tảng có những ưu điểm và hạn chế riêng, khi nhà báo hay nhà truyền thông sử dụng nền tảng nào thì luôn cần nắm chắc ưu thế và hạn chế của nền tảng đó để khai thác hiệu quả.

Bốn là, cần xây dựng kho dữ liệu về các thành tựu KH &CN và các thông tin về BDKH

Bên cạnh những tài liệu mà phóng viên trực tiếp kiếm tìm, thu thập tại hiện trường, thì tư liệu – những tài liệu đã được thu thập, thậm chí đã sử dụng ở những bài viết trước có vai trò quan trọng trong bài viết mới. Nếu sử dụng tư liệu đã được thu thập trước đây (những số liệu, chi tiết cũ) một cách phù hợp, sẽ dễ dàng hỗ trợ giúp cho bài viết mới có thêm những dữ liệu chân xác, thuyết phục, giúp công chúng có được thông tin bao quát hơn trước một vấn đề, nhất là những vấn đề lớn. Đặc biệt, với vấn đề BDKH, tư liệu lại càng quan trọng, bởi BDKH là vấn đề chuyên biệt, khi có một sự kiện hay vấn đề xảy ra ở một nơi nào đó, phóng viên có thể khó quay lại ngay bởi liên quan đến thời gian và tài chính... Vì vậy, nếu các cơ quan báo chí xây dựng được kho dữ liệu về BDKH, về thành tựu KH &CN liên quan, đây sẽ là nguồn tư liệu quan trọng giúp thông tin mang tính hệ thống, có nguồn gốc rõ ràng.

Hiện nay, KH & CN hiện đại phát triển, công nghệ AI – trí tuệ nhân tạo, Bigdata (dữ liệu lớn), IoT (Internet vạn vật), Cloud (điện toán đám mây)... có thể trợ giúp công việc khai thác, cất giữ dữ liệu nói chung và dữ liệu về KH &CN, về BDKH nói riêng một cách tiện lợi, dễ dàng, với khối lượng lớn.

Năm là, thường xuyên khảo sát nhu cầu, tâm lý công chúng để điều chỉnh hoạt động truyền thông phù hợp.

Công chúng là chỉ số quan trọng quyết định sự tồn tại của kênh/chuyên mục, vì vậy, việc quan tâm “đo đếm” để biết thông tin của cơ quan báo chí có được công chúng đón đợi không, đón đợi ở mức độ nào, phản ứng của công chúng ra sao?... sẽ là cơ sở để cơ quan báo chí điều chỉnh nội dung, cách thức truyền thông hiệu quả. Để biết được điều này, các cơ quan báo chí, truyền thông cần điều tra, tìm hiểu nhu cầu của công chúng. Cùng với đó, cũng cần tìm hiểu thêm tâm lý của công chúng - người dân vùng sông nước ĐBSCL - nơi có đặc thù về văn hóa để truyền thông phù hợp.

Có nhiều cách điều tra, tìm hiểu công chúng. Có cách truyền thống (gửi bảng hỏi, phiếu hỏi, trao đổi, phỏng vấn...), có cách điều tra khai thác các ưu thế của các công nghệ hiện đại (thiết kế mẫu hỏi gửi qua người tiếp nhận thông qua các nền tảng mạng xã hội), hoặc theo dõi những phản hồi, tương tác của công chúng trên những kênh mạng xã hội (like, comment, share)... Mỗi một dạng thức tương tác của công chúng góp phần giúp cơ quan báo chí hiểu được công chúng tiếp nhận, cách họ ứng dụng những điều nhận được từ báo chí về cơ hội phát triển bền vững, thích ứng với BĐKH. Đó là những số liệu quan trọng để nhà báo, cơ quan báo chí điều chỉnh nội dung và cách thức truyền thông phù hợp hơn.

Tóm lại, BĐKH ở vùng ĐBSCL diễn ra ngày càng phức tạp, ảnh hưởng nhiều đến đời sống sinh kế của người dân nơi đây. Chủ trương và định hướng chiến lược phát triển ĐBSCL của Chính phủ đã chỉ ra cần “... xác định BĐKH và nước biển dâng là xu thế tất yếu, phải sống chung và thích nghi, phải biến thách thức thành cơ hội”⁽⁸⁾. Để giúp người dân thích ứng hiệu quả với BĐKH, phát triển bền vững, để đưa chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của nhà nước về vấn đề này vào cuộc sống hiệu quả, báo chí cần giúp cộng đồng nhìn nhận rằng, BĐKH không chỉ đem đến nguy cơ mà còn có nhiều cơ hội để chuyển đổi kinh tế, phát triển sản xuất bất phá, tạo lợi thế cạnh tranh nếu ứng dụng phù hợp thành quả KH & CN. Việc truyền thông của báo chí cần chủ động, chú trọng cả nội dung, lựa chọn hình thức, cách thức, phương thức truyền thông linh hoạt, phù hợp đối tượng, hoàn cảnh để đem lại hiệu quả cao nhất./.

Tài liệu tham khảo

- (1), (8) Nghị quyết số 120/NQ-CP ngày 17/11/2017, Chính phủ đã ban hành về phát triển bền vững đồng bằng sông Cửu Long thích ứng với biến đổi khí hậu.
- (2) Quốc hội (2015), Luật khí tượng thủy văn
- (3) <https://thanhnien.vn/the-gioi-truoc-nguy-co-khong-dat-muc-tieu-chong-bien-doi-khi-hau-1851020130.htm>.
- (4), <https://baoxaydung.com.vn/dong-bang-song-cuu-long-bao-gio-danh-thuc-tiem-nang-377721.html>
- (5), <https://dangcongsan.vn/xay-dung-xa-hoi-an-toan-truoc-thien-tai/nganh-nong-nghiep-chiu-tac-dong-truoc-bien-doi-khi-hau-652330.html>
- (6), <https://tuoitre.vn/vi-sao-nguoi-dan-dong-bang-song-cuu-long-ly-huong-sau-moi-mua-han-man-20240602213320664.htm>
- (7) <https://baochinhphu.vn/6-nhiem-vu-trong-tam-trong-nhiem-ky-dai-hoi-xiii-102288258.htm>.