**BÁO CHÍ VỚI CÔNG TÁC THÔNG TIN ĐỐI NGOẠI**

**QUẢNG BÁ HÌNH ẢNH ĐỊA PHƯƠNG**

***Nhà báo Nguyễn Sản***

***PVTT Tạp chí Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam***

Theo Quy chế quản lý nhà nước về thông tin đối ngoại mà Thủ tướng Chính phủ ban hành cách đây khoảng 15 năm, thì TTĐN là thông tin quảng bá hình ảnh Quốc gia, đất nước, con người, lịch sử, văn hóa dân tộc Việt Nam; thông tin về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước Việt Nam ra thế giới và thông tin về thế giới vào Việt Nam. Đó là nội hàm của thông tin đối ngoại có yếu tố nước ngoài. Còn đối với một địa phương, chúng tôi nghĩ rằng “thông tin đối ngoại” còn bao hàm cả việc đưa “phát” và “thu” những thông tin ra ngoài, hoặc từ bên ngoài ranh giới, lãnh thổ của địa phương đến các tỉnh bạn, ra thế giới và người Việt Nam ở nước ngoài; đồng thời, mang thông tin từ các địa phương trong nước và thông tin thế giới đến với Nhân dân các dân tộc tỉnh Phú Thọ.

Đảng và Nhà nước ta xác định thông tin đối ngoại là một bộ phận quan trọng của công tác đối ngoại và công tác tư tưởng, nhằm làm cho thế giới hiểu rõ đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước; quan điểm và lập trường của Việt Nam trong các vấn đề quốc tế và khu vực; giới thiệu những thành tựu to lớn của công cuộc đổi mới; về đất nước, con người, lịch sử, văn hóa dân tộc; đấu tranh chống lại những luận điệu sai trái, xuyên tạc của các thế lực thù địch đối với Việt Nam, qua đó tranh thủ sự đồng tình, ủng hộ, hợp tác, giúp đỡ của bạn bè quốc tế, sự đồng thuận và đóng góp của đồng bào ta ở nước ngoài đối với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Thông tin đối ngoại còn giúp Nhân dân trong nước, trong tỉnh, trong mỗi cơ sở tiếp thu có chọn lọc những kinh nghiệm, tinh hoa văn hóa của Nhân dân thế giới, của tỉnh bạn, xã - phường bạn, góp phần cùng Nhân dân thế giới đấu tranh vì hòa bình, hợp tác và phát triển; tìm cho địa phương mình những tri thức, kinh nghiệm của các địa phương bạn để tham khảo, học tập, áp dụng…

Nói riêng về công tác thông tin đối ngoại có yếu tố nước ngoài. Trong bối cảnh đất nước hội nhập ngày càng sâu vào đời sống quốc tế, công tác thông tin đối ngoại càng có ý nghĩa quan trọng, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, nâng cao uy tín và vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế, đồng thời giúp người dân Việt Nam hiểu biết tình hình thế giới, nắm bắt cơ hội và vượt qua thách thức trong quá trình hội nhập quốc tế. Đảng và Nhà nước ta hết sức coi trọng công tác thông tin đối ngoại. Sau Bộ Chính trị về Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại, Chính phủ đã ban hành Chương trình hành động về thông tin đối ngoại, UBND tỉnh cũng ban hành chương trình hành động về thông tin đối ngoại.

Bên cạnh các kênh gặp gỡ, tiếp xúc trực tiếp, báo chí là phương tiện chủ lực gián tiếp thực hiện công tác thông tin đối ngoại, là kênh chính thống đưa thông tin về Việt Nam đến cộng đồng quốc tế, người Việt Nam ở nước ngoài và báo chí tỉnh Phú Thọ chúng ta cũng không ngoài cuộc. Đặc biệt, những năm gần đây, với sự có mặt của nhiều văn phòng đại diện, các phóng viên thường trú (trước đây chỉ có Báo Nhân dân và TTXVN); lực lượng này cùng với các cơ quan báo chí địa phương đã làm tốt nhiệm vụ thông tin về đường lối, chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước, về các thành tựu của đất nước và tỉnh Phú Thọ trên mọi lĩnh vực, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam nói chung và tỉnh Phú Thọ nói riêng đến các tỉnh bạn, bạn bè quốc tế và người Việt Nam ở nước ngoài, người nước ngoài ở Việt Nam. Đồng thời, cung cấp thông tin các địa phương trong nước, tình hình khu vực và thế giới, giúp người dân và doanh nghiệp của tỉnh Phú Thọ nắm bắt cơ hội làm ăn và có bước chuẩn bị ứng phó với những rủi ro, thách thức trong quá trình hội nhập quốc tế.

Nhờ làm tốt công tác thông tin đối ngoại, bạn bè quốc tế đã biết đến Phú Thọ với những tiềm năng, thế mạnh, những cơ hội để đầu tư. Những năm gần đây, số lượng các đoàn khách quốc tế, các nhà đầu tư nước ngoài đến tỉnh tìm kiếm cơ hội làm ăn và thực hiện các dự án đầu tư ngày càng tăng. Tính đến năm 2024, trên địa bàn tỉnh có khoảng hơn 160 doanh nghiệp FDI, trong đó hơn 80% là các nhà đầu tư đến từ Hàn Quốc. Số lượng các đoàn ngoại giao, khách quốc tế (bao gồm cả khách du lịch) đến tỉnh ngày càng nhiều.

Có thể nói, thành tựu phát triển kinh tế - xã hội của Phú Thọ trong thời gian qua có sự đóng góp quan trọng của hoạt động thông tin đối ngoại, trong đó báo chí là lực lượng nòng cốt, tích cực tuyên truyền để xây dựng hình ảnh của địa phương, qua đó, Nhân dân trong nước và bạn bè quốc tế hiểu biết hơn về vùng đất cội nguồn dân tộc Việt Nam. Tuy nhiên, cũng như ở một số địa phương khác, trong những lần giao ban báo chí do Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy chủ trì, các đồng chí lãnh đạo có nêu lên một thực tế: Một số nhà báo, tờ báo thông tin về Phú Thọ chưa thật sự đầy đủ, toàn diện, thường tập trung vào “mặt trái”, những tồn tại, hạn chế mà chưa lấy mặt tích cực làm dòng thông tin chủ lưu… nên ít nhiều ảnh hưởng đến hiệu quả tuyên truyền xây dựng hình ảnh địa phương. Mặt khác, cơ quan báo chí cũng chưa có nhiều đổi mới trong hoạt động thông tin đối ngoại, mới chỉ dừng lại ở việc đưa thông tin của địa phương ra “bên ngoài”, còn chiều ngược lại thì chưa được chú trọng. Đặc biệt, trong xu thế hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, nhưng các tờ báo điện tử, trang thông tin điện tử địa phương mới mon men đến phiên bản Tiếng Anh mà chưa xây dựng các phiên bản tiếng nước ngoài đối với những khu vực quan trọng với Việt Nam, như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản… Đây có thể xem là mặt hạn chế trong công tác thông tin đối ngoại …

Sự phát triển của tỉnh Phú Thọ, cũng như của Việt Nam và những biến chuyển nhanh chóng trong tình hình thế giới và khu vực đã và đang đặt ra cho công tác thông tin đối ngoại của báo chí cả thuận lợi và thách thức. Đặc biệt, sự phát triển mạnh mẽ của khoa học - công nghệ đang đặt ra vấn đề làm sao để người làm công tác thông tin đối ngoại, trong đó có những người làm báo, tiếp cận các phương tiện, kỹ thuật thông tin hiện đại, những phương thức chuyển tải thông tin mới phong phú, đa dạng và hiệu quả.

Trong bối cảnh môi trường đối ngoại và môi trường thông tin đang có sự thay đổi mạnh mẽ, công tác thông tin đối ngoại của báo chí cần đổi mới, ngày từ cách thức tiếp cận, theo phương châm chính xác, kịp thời, phù hợp với từng đối tượng, đặc biệt cần đẩy mạnh thông tin đối ngoại bằng tiếng nước ngoài. Đồng thời tăng cường ứng dụng các công nghệ thông tin truyền thông hiện đại của thời kỳ 4.0 trong công tác thông tin đối ngoại.

Tôi nghĩ rằng, riêng “chiều ra”, đối tượng của thông tin đối ngoại không chỉ là “Nhân dân thế giới” nói chung mà cần hướng vào các khu vực trọng điểm, có quan hệ chính trị, kinh tế, văn hóa, khoa học kỹ thuật với Việt Nam, hoặc có tiềm năng phát triển quan hệ với Phú Thọ. Thông tin đối ngoại về kinh tế làm sao hướng đến các nhà đầu tư ngoài nước, các nhà đầu tư nước ngoài ở Việt Nam, các doanh nghiệp FDI, khách dư lịch nước ngoài đến Việt Nam, đến tỉnh Phú Thọ. Với nhịp cầu là Sở Ngoại vụ, báo chí cần “bắt tay” với các đối tác truyền thông, như các cơ quan ngoại giao tại Việt Nam, Hiệp hội các nhà đầu tư nước ngoài tại Phú Thọ, Hội các doanh nghiệp Hàn Quốc tại Phú Thọ… Việc hăng năm, Sở Ngoại vụ tổ chức tập huấn về công tác thông tin đối ngoại cũng rất bổ ích với đội ngũ những người làm báo.

Cuối cùng, để tăng hiệu quả của thông tin đối ngoại, ngoài công cụ truyền thống là báo in, báo điện tử, phát thanh, truyền hình; cơ quan báo chí cần triệt để khai thác sử dụng mạng xã hội không biên giới như Youtube, Zalo, Facebook, Tiktok … làm công cụ để lan tỏa nội dung tuyên truyền. Việc thuê quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Việt Nam trên các kênh truyền hình lớn trên thế giới (như CNN của Mỹ) cũng là phương thức hiệu quả nhưng cũng vô cùng tốn kém bởi đơn vị thời gian tính bằng giây và đơn vị tiền tệ thường tính bằng cả ngàn USD, cũng giống như việc rất nhiều Câu lạc bộ bóng đá thuê cầu thủ nước ngoài với mức lương hàng chục ngàn USD nhưng cũng chưa thể thành các đội mạnh, nhiều khi các tận đấu của bóng đá quốc nội trở thành màn tranh tài của các vận động viên nước ngoài.

Trong thực tiễn, những sản phẩm truyền thông chất lượng, phù hợp xu thế tự nó có sức thu hút độc giả, khán giả, có hàng triệu, chục triệu, trăm triệu người xem, theo dõi, đăng ký. Mong muốn thông tin đối ngoại cũng có những sản phẩm có sức hút như thế.

Trên đây là một số ý kiến tham luận của tôi phát biểu tại hội nghị hôm nay. Cuối cùng tôi xin kính chúc các đồng chí mạnh khỏe, hạnh phúc.