

NHẬN THỨC VỀ BÁO CHÍ TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA TRUYỀN THÔNG TRONG THỜI KÌ ĐỔI MỚI VÀ HỘI NHẬP

AWARENESS OF MEDIA AND COMMUNICATION AND COMMUNICATIVE CULTURE IN THE PERIOD OF INNOVATION AND INTEGRATION

Hoàng Tất Thắng

Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế; tatthangdhkh@gmail.com

Tóm tắt - Hoạt động báo chí truyền thông, hiểu theo nghĩa chung nhất, là hoạt động rộng lớn bao gồm từ khâu *khai thác, sản xuất đến cung cấp và trao đổi thông tin* cho công chúng. Là một kênh quan trọng của công tác tư tưởng, văn hóa, hoạt động thông tin chính trị - xã hội, Đảng ta luôn luôn đánh giá vai trò to lớn của báo chí truyền thông trong sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước, đặc biệt là trong thời kì đổi mới và hội nhập. Ở Việt Nam, Đảng và Nhà nước ta đã nhận thức một cách sâu sắc về vai trò của văn hóa trong phát triển kinh tế xã hội, trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa. Nếu coi văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội thì văn hóa truyền thông là nền tảng tinh thần của toàn bộ quá trình hoạt động truyền thông.

Từ khóa - báo chí truyền thông; văn hóa truyền thông; đổi mới; hội nhập; mục đích; nội dung; phương tiện; nhận thức.

1. Đặt vấn đề

Chưa bao giờ hoạt động báo chí truyền thông lại có vai trò đặc biệt to lớn đối với đời sống xã hội như hiện nay, thời kì đổi mới và hội nhập. Nếu nhìn lại vài ba thập kỉ về trước, thì hoạt động báo chí truyền thông thời kì đó còn khá đơn giản về loại hình, về nhu cầu, tính chất và phương thức thông tin,...

Ngày nay, trong điều kiện bùng nổ thông tin, với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, viễn thông, xu hướng hội tụ thông tin đang diễn ra hết sức mạnh mẽ, sự ra đời của các loại hình truyền thông mới, sự thay đổi trong cơ cấu tổ chức và phương thức hoạt động của các phương tiện truyền thông,... là những đặc điểm hết sức cơ bản làm tiền đề cho những nhận thức mới về báo chí truyền thông và văn hóa truyền thông...

2. Một số nhận thức về báo chí truyền thông và văn hóa truyền thông trong thời kì đổi mới và hội nhập

2.1. Đổi mới tư duy và đổi mới tư duy về báo chí truyền thông

2.1.1 Ngay từ Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI (năm 1986), Đảng ta đã xây dựng đường lối đổi mới. Theo đó, công cuộc đổi mới đã trở thành hiện thực và được tiến hành một cách sâu rộng trên tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội. Nói đến đổi mới, trước hết là đổi mới tư duy, theo đó là đổi mới kinh tế. Đối với vấn đề đổi mới tư duy, được thể hiện ở hai phương diện: *đổi mới quá trình nhận thức và đổi mới kết quả của nhận thức*.

Về *đổi mới quá trình nhận thức*, nếu trước đây, quá trình nhận thức có nhiều sai lầm như chủ quan, phiến diện, duy ý chí, không nhận thức đúng các quy luật khách quan

Abstract - Media-and-communication-related activity, in general, is extensive activity including both exploration, production and provision and exchange of information to the public. Given an important role in political-cultural assignments as well as political-cultural information of journalism and communication, our Party has been always aware of their crucial role in constructing and developing the country especially in the period of innovation and integration. Innovation of journalism and communication for the purpose of contributing to innovating and developing the country, thus, is an urgent request given to Vietnamese communist journalism today. In Vietnam, our Party and government have been thoroughly aware of the role of culture in developing socio-economy, in constructing and defending the country. If culture is considered as spiritual foundations for the society, communicative culture is spiritual foundations for the entire process of communication.

Key words - communication journalism; communicative culture; innovation; integration; purpose; content; methods; awareness.

đang tồn tại trong tự nhiên và xã hội,... thì phải nhận thức lại một cách toàn diện, khách quan, lịch sử cụ thể, nhận thức đúng, chính xác bản chất của các quy luật tự nhiên và xã hội đang tồn tại hiện nay.

Về *đổi mới kết quả nhận thức*, nếu trước đây, kết quả của nhận thức được thể hiện thông qua việc ban hành một số chủ trương, chính sách, kế hoạch, biện pháp,... sai lầm, không phù hợp với thực tiễn, trái quy luật khách quan, thì phải thay đổi, hủy bỏ, xây dựng lại các chủ trương, chính sách mới phù hợp với thực tiễn, phù hợp với quy luật khách quan đang tồn tại trong tự nhiên và xã hội.

Đổi mới tư duy là yêu cầu tất yếu và cấp bách đối với tất cả các thành viên trong cộng đồng, là điều kiện tiên quyết để xây dựng và phát triển một xã hội ngày càng phồn vinh, nhất là trong thời đại mà trên thế giới cũng như ở nước ta có nhiều biến động mạnh mẽ trên tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội.

2.1.2 Báo chí truyền thông là một lĩnh vực hoạt động về văn hóa tư tưởng, gắn liền với hoạt động nhận thức, với tư duy. Ở nước ta hiện nay, hoạt động trên lĩnh vực văn hóa tư tưởng được coi là mặt trận chủ yếu của cuộc đấu tranh giai cấp. Vì vậy, đổi mới tư duy về hoạt động báo chí truyền thông là một yêu cầu cấp bách, có ý nghĩa đặc biệt đối với việc xây dựng một nền báo chí cách mạng Việt Nam trong thời kì hội nhập và phát triển.

Hoạt động báo chí truyền thông (truyền thông đại chúng), hiểu theo nghĩa chung nhất, là hoạt động rộng lớn bao gồm từ khâu *khai thác, sản xuất đến cung cấp và trao đổi thông tin* cho công chúng. Đây là một hoạt động vô cùng rộng lớn với sự tác động đến toàn xã hội, đến xu thế và tiến trình phát triển của xã hội. Hoạt động này bao gồm

các phương tiện truyền thông như phát thanh, truyền hình, internet..., các hình thức truyền thông như in ấn, xuất bản, phát hành,...

Hoạt động báo chí truyền thông từ cuối thế kỉ XX đến nay đã có một bước nhảy vọt vượt bậc so với nửa thế kỉ trước đó. Các hình thức, phương thức và tổ chức truyền thông như *mạng xã hội, truyền thông đa phương tiện, tòa soạn hội tụ, tập đoàn truyền thông*,... đã không còn xa lạ với công chúng. Xu hướng toàn cầu hóa đang diễn ra một cách mạnh mẽ trên thế giới đã trở thành động lực thúc đẩy sự phát triển nhanh chóng hoạt động truyền thông của các quốc gia trên thế giới. Đến lượt nó, báo chí truyền thông lại trở thành *động lực* và *phương tiện* để thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa một cách nhanh chóng hơn.

Trong mỗi quốc gia, các tổ chức, cơ quan quản lý và điều hành các phương tiện và loại hình truyền thông những năm gần đây phát triển với số lượng rất lớn. Chỉ tính riêng ở Việt Nam, “đến năm 2013, cả nước đã có 197 cơ quan báo in ở trung ương và các địa phương, 615 tạp chí trung ương và địa phương, 67 đài phát thanh, truyền hình trung ương và địa phương với gần 200 kênh phát sóng, 74 báo, tạp chí điện tử, 336 mạng xã hội, 1.174 trang thông tin điện tử tổng hợp” [2, tr.27].

Vì vậy, đổi mới tư duy về báo chí truyền thông trước hết là nhận thức đúng về đặc điểm, tình hình, vị trí và vai trò của truyền thông đại chúng trong thời đại toàn cầu hóa. Đồng thời, mỗi quốc gia đều phải xây dựng cho mình những chủ trương, chính sách đúng đắn, phù hợp với quy luật hoạt động truyền thông ở mỗi nước, nhằm phát huy vai trò, tác dụng của báo chí truyền thông, trở thành động lực phát triển kinh tế xã hội.

Ở Việt Nam hiện nay, *việc đổi mới tư duy về hoạt động báo chí truyền thông*, theo chúng tôi, trước hết thể hiện ở việc thực hiện một số giải pháp chủ yếu sau đây:

a) Hoàn thiện cơ chế quản lý nhà nước về báo chí truyền thông, tổ chức bộ máy cơ quan chuyên môn thật sự phù hợp để triển khai, điều hành có hiệu quả hoạt động báo chí, truyền thông.

b) Xác định rõ chức năng nhiệm vụ quản lý giữa cơ quan quản lý nhà nước và cơ quan chủ quản để tăng cường hiệu lực công tác điều hành, quản lý báo chí.

c) Hoàn chỉnh hệ thống văn bản quy phạm pháp luật nhằm tạo hành lang pháp lý tốt nhất, thúc đẩy các hoạt động truyền thông đại chúng phù hợp với nền kinh tế thị trường, đúng pháp luật.

d) Đổi mới và tăng cường công tác cán bộ, quy hoạch, đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ cán bộ quản lý các cơ quan báo chí. Tập trung xây dựng, hoàn chỉnh chương trình, giáo trình, kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ những người làm báo về phẩm chất chính trị, đạo đức và kỹ năng nghề nghiệp.

e) Tăng cường hợp tác, trao đổi thông tin với các nước nhằm giới thiệu chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước, quảng bá hình ảnh, đất nước, con người, văn hóa Việt Nam. Đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong lĩnh vực đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ, kỹ năng làm báo, về khoa học công nghệ sản xuất chương trình phát thanh, truyền hình, in ấn, phát hành báo chí ở trong nước và nước ngoài.

g) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và tiến bộ khoa học kỹ thuật trong các hoạt động báo chí, hoạt động sản xuất chương trình phát thanh, truyền hình,... , số hóa toàn bộ hoạt động sản xuất chương trình truyền hình đảm bảo chất lượng nội dung và chất lượng kỹ thuật của chương trình, đảm bảo sự phát triển của báo chí nước ta theo kịp với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Là một kênh quan trọng của công tác tư tưởng, văn hóa, hoạt động thông tin chính trị - xã hội, Đảng ta luôn đánh giá vai trò to lớn của báo chí trong sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước, đặc biệt là trong thời kì đổi mới và hội nhập. Đổi mới hoạt động báo chí phục vụ sự nghiệp đổi mới đất nước là yêu cầu cấp bách đặt ra đối với nền báo chí cách mạng Việt Nam hiện nay.

2.2. Nhận thức về vai trò, chức năng của báo chí truyền thông trong thời kì đổi mới và hội nhập

2.2.1. Về chức năng của báo chí truyền thông

Theo nội dung các điều khoản ghi trong **Lược Bạo chí** của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, có thể nhận thức về các chức năng chủ yếu của báo chí nước ta như sau:

- *Chức năng thông tin* của báo chí là nhằm đảm bảo quyền được thông tin của nhân dân, là tiếng nói của Đảng, Nhà nước, các ngành và các tổ chức, đoàn thể chính trị xã hội.

- *Chức năng giáo dục* của báo chí thể hiện ở chức năng phát hiện, tuyên truyền, hướng dẫn dư luận xã hội, hướng dẫn quần chúng hành động, góp phần nâng cao dân trí, hướng dẫn tư tưởng chính trị, lý tưởng thẩm mỹ, đạo đức, nhân cách, lối sống,...

- *Chức năng quản lý, chỉ đạo* của báo chí là thông tin, bình luận về những vấn đề mà công chúng quan tâm, chỉ ra cách hành động vì lợi ích chung, hướng dẫn công chúng góp phần thực hiện các nhiệm vụ xây dựng xã hội mới.

Nhìn rộng ra có thể khẳng định rằng, một xã hội muốn tồn tại và phát triển không thể thiếu vai trò đặc biệt của báo chí truyền thông. Xã hội càng phát triển, càng hiện đại thì báo chí truyền thông càng có vai trò vô cùng to lớn. Báo chí truyền thông đã trở thành nhu cầu tất yếu trong việc xây dựng tương lai cho mỗi con người và toàn xã hội.

2.2.2. Về vai trò của báo chí truyền thông

Có thể khẳng định một cách khái quát rằng, với những chức năng cơ bản của mình, *báo chí truyền thông có vai trò là động lực phát triển xã hội*.

Điều đó thể hiện trước hết, các phương tiện báo chí truyền thông có vai trò *liên kết con người lại với nhau qua việc chia sẻ những kinh nghiệm, những hiểu biết, những khám phá, phát hiện ngày càng nhiều của con người*. Sự phát triển về khoa học công nghệ trong lĩnh vực truyền thông trong vài thập kỉ gần đây đã tạo ra cơ hội chưa từng có cho mọi người trên trái đất tiếp nhận, trao đổi và mở rộng tri thức, kinh nghiệm của nhân loại.

Điều đó cũng thể hiện ở chỗ, khi các phương tiện báo chí truyền thông trở thành một diễn đàn, một “sân chơi” chung cho toàn xã hội, nó không chỉ *giúp con người mở mang trí thức, tăng cường liên kết, hiểu biết lẫn nhau, mà còn trở thành “chất men” kích thích, tạo hứng thú, niềm say mê, động viên mỗi người tinh thần thi đua, tích cực, sáng tạo*.

Các phương tiện báo chí truyền thông ngày càng phát triển mạnh mẽ và trở thành một công cụ quản lý xã hội rất tích cực và hữu dụng. Nó tham gia, góp phần quan trọng vào tất cả các khâu của tiến trình quản lý xã hội rộng lớn, bao gồm từ việc cung cấp dữ liệu thực tiễn, hoạch định chính sách, truyền bá các quyết định quản lý đến việc xây dựng mô hình thực tế, hướng dẫn thực hiện, kiểm tra đánh giá việc thực hiện,... Người ta thông qua các trang báo, các chương trình phát thanh, truyền hình để tập hợp dữ liệu, nhận diện, đánh giá tình hình, làm cơ sở hình thành các chính sách quản lý xã hội. Đồng thời, báo chí truyền thông mang đến cho từng thành viên xã hội các chủ trương, chính sách, quyết định, pháp luật của Nhà nước; là diễn đàn của công dân để bày tỏ tâm tư, nguyện vọng, kiến nghị, quan điểm, sáng kiến,... của mình về các vấn đề chung của xã hội. Các phương tiện báo chí truyền thông có vai trò là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước, các tổ chức chính trị xã hội và nhân dân.

Các phương tiện truyền thông đại chúng mang lại cho xã hội hiện đại những khả năng và điều kiện thuận lợi để thỏa mãn những dịch vụ vô cùng phong phú không ngừng nảy sinh trong đời sống hàng ngày. Các phương tiện báo chí truyền thông càng phát triển, càng có nhiều khả năng phong phú trong giải quyết các dịch vụ xã hội.

Trong xu thế hội nhập và toàn cầu hóa, các phương tiện báo chí truyền thông không chỉ cung cấp thông tin, liên kết các dân tộc, thực hiện các chức năng dịch vụ giải trí mà còn tạo thành một cơ chế giám sát toàn cầu. Cơ chế ấy được hình thành trên cơ sở thông tin nhanh chóng, kịp thời các nguy cơ, mối đe dọa đối với con người, những tình huống có vấn đề cần giải quyết ở bất kì nơi nào trên trái đất như biến đổi khí hậu, thảm họa thiên tai, nạn khủng bố, vấn đề di dân,... Từ đó, các phương tiện truyền thông đại chúng tạo ra dư luận rộng rãi ở từng khu vực hay trên toàn thế giới, tạo ra áp lực cần thiết, thúc đẩy những hành động tích cực cần giải quyết.

Với sự bùng nổ của công nghệ thông tin, báo chí nước ta đã và đang bước sang một giai đoạn phát triển rất nhanh trên tất cả các khâu của quy trình sản xuất tác phẩm báo chí, đặc biệt là kĩ thuật in ấn, truyền dẫn, phát sóng,... Báo chí không chỉ là đối tượng sử dụng thành quả của công nghệ thông tin mà còn là “cầu nối” giúp mọi người tiếp cận tri thức tiên tiến của thời đại, trong đó có thành tựu của công nghệ thông tin.

Ở nước ta, các phương tiện truyền thông đại chúng đang thực sự đóng vai trò là đội quân xung kích trên mặt trận tư tưởng, văn hóa, là người theo dõi, giám sát từng ngày, từng giờ các tiến trình vận động trong đời sống xã hội.

Tất cả những điều đã nói ở trên về vai trò, chức năng của truyền thông đại chúng, suy cho cùng là khẳng định vai trò trách nhiệm xã hội to lớn của nó.

2.3. Nhận thức về vị trí, vai trò của văn hóa truyền thông trong thời kì đổi mới và hội nhập

2.3.1. Về văn hóa

Theo cách hiểu phổ biến, văn hóa là tổng thể những giá trị tinh thần và vật chất, trí tuệ và tình cảm, những nét đặc trưng tiêu biểu nhất, biểu hiện sức sống, sức sáng tạo của một dân tộc được định hình trong suốt chiều dài của lịch sử.

Theo UNESCO, văn hóa phản ánh và thể hiện một cách tổng quát, sống động mọi mặt của cuộc sống (của cá nhân và của cộng đồng) đã diễn ra trong quá khứ cũng như trong hiện tại, qua hàng bao thế kỉ, nó đã cấu thành một hệ thống giá trị, truyền thống, thẩm mỹ và lối sống, dựa trên đó, từng dân tộc tự khẳng định bản sắc riêng của mình.

Chủ tịch Hồ Chí Minh lúc sinh thời đã khẳng định rằng văn hóa có ý nghĩa vô cùng to lớn và giữ vị trí đặc biệt quan trọng. Người đã chỉ ra rằng văn hóa là một kiến trúc thượng tầng; những cơ sở hạ tầng của xã hội có kiến thiết rồi, văn hóa mới kiến thiết được và đủ điều kiện phát triển được. Nhưng mặt khác, đến lượt mình, văn hóa là động lực của sự phát triển xã hội, phát triển kinh tế, văn hóa phải soi đường cho quốc dân đi...

Trong thời kì đổi mới và hội nhập ở nước ta, Đảng và Nhà nước đã nhận thức một cách sâu sắc về vai trò của văn hóa trong phát triển kinh tế xã hội, trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa. Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII của Đảng về “xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” đã xác định nền văn hóa với vai trò là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển, gắn với sự nghiệp công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước, gắn với những vấn đề nảy sinh trong xu thế toàn cầu hóa và nền kinh tế thị trường.

Tiếp tục phát triển đường lối văn hóa của Đảng trong Nghị quyết 5 khóa VIII, tại các Đại hội IX và X, XI và XII, Đảng ta đã nhấn mạnh ý nghĩa của văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là tầm cao, là chiều sâu của sự phát triển của dân tộc. Có thể khái quát về đường lối văn hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam trong việc xây dựng nền “văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” như sau:

Thứ nhất, củng cố và tiếp tục xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, phong phú, đa dạng,...; triển khai cuộc vận động xây dựng gia đình Việt Nam góp phần giữ gìn và phát triển những giá trị truyền thống của văn hóa, con người Việt Nam, nuôi dưỡng, giáo dục thế hệ trẻ.

Thứ hai, phát triển sự nghiệp văn học nghệ thuật, bảo tồn, phát huy giá trị các di sản văn hóa truyền thống, cách mạng. Hoàn thiện và thực hiện nghiêm túc các quy định của pháp luật về sở hữu trí tuệ, về bảo tồn, phát huy giá trị các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể của dân tộc. Xây dựng và thực hiện các chính sách, chế độ đào tạo, bồi dưỡng, chăm lo đời sống vật chất, tinh thần, tạo điều kiện để đội ngũ những người hoạt động văn hóa, văn học, nghệ thuật sáng tạo nhiều tác phẩm có giá trị cao về tư tưởng và nghệ thuật.

Thứ ba, chú trọng phát huy mạnh mẽ chức năng thông tin, giáo dục, tổ chức và phân biện xã hội của các phương tiện thông tin đại chúng vì lợi ích của nhân dân và đất nước. Tập trung đào tạo, bồi dưỡng, xây dựng đội ngũ hoạt động báo chí, xuất bản vững vàng về chính trị, tư tưởng, nghiệp vụ và có năng lực đáp ứng tốt yêu cầu của thời kì mới.

Thứ tư, đổi mới, tăng cường việc giới thiệu, truyền bá văn hóa, văn học, nghệ thuật, đất nước, con người Việt Nam với thế giới.

Như vậy, truyền thông đại chúng là một bộ phận quan trọng của văn hóa và việc chú trọng xây dựng, phát triển

văn hóa truyền thông là một nội dung quan trọng trong đường lối văn hóa của Đảng ta.

Cuối thế kỉ XX, đầu thế kỉ XXI, quá trình toàn cầu hóa đã và đang trở thành một xu thế khách quan, trước hết trong lĩnh vực kinh tế, rồi tác động mạnh lên mọi mặt của đời sống xã hội, đặc biệt là văn hóa. Quá trình toàn cầu hóa ấy được sự hỗ trợ đắc lực của các phương tiện truyền thông, lại được thúc đẩy thêm bởi cuộc cách mạng số hóa. Vì vậy, “xu hướng toàn cầu hóa văn hóa một mặt đem văn hóa của các dân tộc xích lại gần nhau hơn, mặt khác đưa đến nhiều nguy cơ, trong đó, nổi bật nhất và được nhiều nhà nghiên cứu quan ngại nhất là sự phương tây hóa văn hóa bản địa, dẫn tới nguy cơ làm lu mờ các giá trị văn hóa truyền thống...” [7, tr.44].

2.3.2. Về văn hóa truyền thông

Theo các tác giả trong cuốn “Truyền thông, lí thuyết và kĩ năng cơ bản”, khái niệm *truyền thông* được định nghĩa như sau: “Truyền thông là quá trình liên tục trao đổi thông tin, tư tưởng, tình cảm... chia sẻ kĩ năng và kinh nghiệm giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân/nhóm/cộng đồng/xã hội” [3, tr.14-15].

Định nghĩa trên mới chỉ chú trọng đến mặt *nội dung* và *mục đích* của khái niệm truyền thông. Trong thời đại ngày nay – thời đại “bùng nổ thông tin”, “kỉ nguyên số” và “truyền thông đa phương tiện” – thì khái niệm “truyền thông” cần được mở rộng nội hàm bao gồm cả *cách thức* và *phương tiện*. Vì vậy, như ở mục 2.1, chúng tôi đã làm rõ nội dung của *hoạt động báo chí truyền thông* bao gồm các quá trình *khai thác – sản xuất – cung cấp thông tin*. Đây là một quá trình rộng lớn bao gồm từ khâu thu thập thông tin, chế biến, sản xuất, biên tập thông tin đến khâu xuất bản và phát hành. Quá trình này mang những đặc trưng riêng cho mỗi loại hình truyền thông, mỗi phương tiện truyền thông (in ấn, phát thanh, truyền hình, internet,...). Việc nhận thức về *văn hóa truyền thông* cũng phải xem xét bao hàm trên các phương diện *mục đích, nội dung, phương tiện* và *cách thức truyền thông*.

Bản thân khái niệm “*văn hóa truyền thông*” là một khái niệm được hình thành trên cơ sở những tác động qua lại có tính thực tiễn của *hoạt động truyền thông* lên tất cả các mặt của đời sống xã hội. Có thể chấp nhận quan điểm của tác giả Nguyễn Đức Hạnh về nội dung định nghĩa, khái niệm *văn hóa truyền thông* như sau: “Văn hóa truyền thông là toàn bộ quá trình xuất hiện và biến đổi của hiện tượng truyền thông trong đời sống nhân loại cùng sự xác lập những mối tương tác của nó đối với các hiện tượng xã hội khác” [6, tr.137]. Khi bàn về mối quan hệ giữa văn hóa với báo chí truyền thông, nhà báo Phan Quang rất có lý khi cho rằng: “Trong khi các loại hình văn hóa đều thông qua tác nghiệp của mình để “làm văn hóa”, thì duy nhất có báo chí vừa làm nhiệm vụ của bản thân với tư cách bộ phận cấu thành văn hóa theo sứ mệnh được giao, vừa chung tay cùng các loại hình văn hóa khác thực hiện sứ mệnh của họ, góp phần quảng bá, lan tỏa chúng vào đông đảo nhân dân” [8, tr.21].

Như vậy, nói đến: “*văn hóa truyền thông* trước hết là nói đến *hoạt động truyền thông phải mang tính văn hóa*” [4, tr.13]. Nếu coi văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội

thì văn hóa truyền thông là nền tảng tinh thần của toàn bộ quá trình hoạt động truyền thông. Tính chất văn hóa của hoạt động truyền thông trước hết thể hiện ở việc tuân thủ các quy định của pháp luật và đạo đức nghề nghiệp.

Trong thời kì hội nhập, vị trí, vai trò của văn hóa truyền thông thể hiện ở những nội dung sau:

a) Trong xu thế giao lưu, hội nhập các nền văn hóa nói chung, văn hóa truyền thông nói riêng, *văn hóa truyền thông Việt Nam phải luôn luôn giữ được đặc trưng, bản sắc riêng* của mình (trên các phương diện *mục đích, nội dung, phương tiện* và *cách thức* truyền thông) cho dù luôn luôn diễn ra quá trình “giao lưu văn hóa”, “tương tác văn hóa”, “tiếp biến văn hóa”,... giữa các dân tộc.

b) *Văn hóa truyền thông Việt Nam phải đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc bảo vệ quyền lợi thiêng liêng của dân tộc và bản sắc văn hóa dân tộc*. Từ những cuộc kháng chiến thần thánh chống ngoại xâm trong quá khứ đến công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa hiện nay, vấn đề bảo vệ quyền độc lập thiêng liêng và lãnh thổ đất đai của tổ quốc đã trở thành nội dung và mục tiêu hàng đầu của hoạt động truyền thông và văn hóa truyền thông. Đồng thời, văn hóa truyền thông đã và đang thực hiện nhiệm vụ bảo vệ những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc, phê phán và đẩy lùi những khuynh hướng xâm lăng của văn hóa ngoại lai. Những tác phẩm văn học, nghệ thuật, báo chí thuộc nhiều thể loại khác nhau được đăng tải trên các phương tiện truyền thông là những minh chứng hùng hồn cho điều ấy.

c) *Văn hóa truyền thông Việt Nam có sứ mệnh phải đề cao những giá trị nhân văn của truyền thống văn hóa Việt Nam được hun đúc từ hàng ngàn năm lịch sử*. Tư tưởng đạo đức Hồ chí Minh trước hết là sự kết tinh cao nhất những giá trị nhân văn cao cả của dân tộc. Trong suốt cuộc đời, Người luôn luôn lấy chữ Đức, chữ Nhân, lấy lòng nhân ái, sự bao dung để tự rèn luyện và trị nước. Người luôn tự ý thức và rèn dạy cán bộ, đảng viên phải thấm nhuần tám chữ: *Cần Kiệm, Liêm Chính, Chí Công, Vô Tư*. Văn hóa truyền thông phải làm sáng tỏ những tư tưởng đạo đức ấy.

d) Văn hóa truyền thông Việt Nam phải đảm bảo nguyên tắc trung thực trong việc khai thác thông tin, sản xuất và cung cấp thông tin cho công chúng. Trong thời đại bùng nổ thông tin, sự hình thành và phát triển nhanh chóng các phương tiện và phương thức truyền thông (internet, kĩ thuật số,...) cùng với sự tác động của nền kinh tế thị trường, đã làm cho các nguồn tin khó được kiểm soát. Chưa bao giờ dư luận xã hội chính thống lại bị nhiễu loạn như hiện nay. Nhiều thông tin sai sự thật, bị kẻ xấu lợi dụng để phục vụ cho những mục đích chính trị, vụ lợi,... Tình hình ấy khiến cho một bộ phận không nhỏ công chúng mất phương hướng, nhận thức lệch lạc, nhìn nhận sự việc, con người, xã hội một cách méo mó, mơ hồ, tối tăm,... mất lòng tin về cuộc sống. Vì vậy, *nguyên tắc trung thực, khách quan về nguồn tin trở thành nguyên tắc sống còn và là đặc trưng cao nhất của văn hóa truyền thông*.

e) Văn hóa truyền thông còn có vai trò loại bỏ khuynh hướng thực dụng, thương mại hóa trong hoạt động khai thác, sản xuất và cung cấp thông tin cho công chúng, nhất là trong điều kiện nền kinh tế thị trường. Văn hóa truyền thông là nền tảng tinh thần của toàn bộ quá trình hoạt động

truyền thông. Đã có không ít những tác phẩm báo chí chạy theo các thông tin tiêu cực, chú trọng khai thác những chi tiết giật gân, câu khách, chạy theo thị hiếu tầm thường của một bộ phận nhỏ công chúng, khai thác đời tư cá nhân, tổng tiền, bán mình, bôi bét,... Vì vậy, *ý thức về trách nhiệm xã hội, nghĩa vụ công dân là tiêu chuẩn đạo đức nghề nghiệp đồng thời là một trong những biểu hiện cao nhất của văn hóa truyền thông.*

3. Kết luận

Trong thời kì đổi mới và hội nhập, hoạt động báo chí truyền thông đã hình thành những đặc điểm khá đặc biệt so với vài ba thập kỉ trước đó. Đó là thời đại bùng nổ thông tin, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, viễn thông, sự ra đời của các loại hình truyền thông mới, sự thay đổi trong cơ cấu tổ chức và phương thức hoạt động của các phương tiện truyền thông cùng với sự tác động mạnh mẽ của nền kinh tế thị trường... Vì vậy, đòi hỏi phải có những nhận thức đầy đủ về vị trí, vai trò của báo chí truyền thông và văn hóa truyền thông. Tuy là hai vấn đề khác nhau nhưng lại có mối quan hệ gắn bó mật thiết, không tách rời. Bởi vì *văn hóa truyền thông là nền tảng tinh thần của toàn bộ quá trình hoạt động báo chí truyền thông.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Thông tin và Truyền thông, *Một số văn bản chỉ đạo và quản lí của Đảng, Nhà nước về hoạt động báo chí*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, 2010.
- [2] Đỗ Quý Doãn, *Quản lí và phát triển thông tin báo chí ở Việt Nam*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, 2014.
- [3] Nguyễn Văn Dững (chủ biên), *Truyền thông, lý thuyết và kĩ năng cơ bản*, Nxb Lí luận chính trị, Hà Nội, 2006.
- [4] Hà Minh Đức, *Văn hóa truyền thông và truyền thông có văn hóa*, Kỷ yếu hội thảo “Văn hóa truyền thông trong thời kì hội nhập”, tháng 2/2012, tr. 6 -17.
- [5] Nguyễn Hòa, *Một góc nhìn về tính văn hóa của hệ thống truyền thông*, Kỷ yếu hội thảo “Văn hóa truyền thông trong thời kì hội nhập”, tháng 2/2012, tr. 31-37.
- [6] Nguyễn Đức Hạnh, *Một số vấn đề xung quanh khái niệm văn hóa truyền thông*, Kỷ yếu hội thảo “Văn hóa truyền thông trong thời kì hội nhập”, tháng 2/2012, tr. 31-37.
- [7] Đặng Thị Thu Hương, *Một số vấn đề về truyền thông đại chúng, văn hóa đại chúng và văn hóa truyền thông trong kỷ nguyên kĩ thuật số*, Kỷ yếu hội thảo “Văn hóa truyền thông trong thời kì hội nhập”, tháng 2/2012, tr. 39-52.
- [8] Phan Quang, *Báo chí và văn hóa*, Kỷ yếu hội thảo “Văn hóa truyền thông trong thời kì hội nhập”, tr.19 – 24.
- [9] Tạ Ngọc Tấn, *Truyền thông đại chúng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2009.

(BBT nhận bài: 14/03/2017, hoàn tất thủ tục phản biện: 14/04/2017)