

MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG BÁO CHÍ VỀ KINH TẾ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

● TRẦN THỊ VÂN ANH

TÓM TẮT:

Báo chí về kinh tế có vai trò rất lớn đối với phát triển đất nước cũng như từng địa phương, từng lĩnh vực đời sống kinh tế-xã hội. Báo chí về kinh tế là kênh phản ánh và cung cấp thông tin các hoạt động kinh tế, giúp những người tiếp nhận thông tin xử lý theo nhu cầu của mình. Đặc biệt, đối với nhà quản lý, báo chí về kinh tế là kênh thông tin để nắm bắt tình hình, xu hướng, từ đó ban hành hoặc điều chỉnh các chính sách kinh tế. Báo chí về kinh tế còn là kênh phản biện các chính sách kinh tế của Nhà nước, của từng địa phương. Chỉ có phản biện trên báo chí mới là cách phản biện xã hội rộng rãi nhất. Trong bài viết này, tác giả đã khái quát thực trạng chung báo chí về kinh tế ở Việt Nam, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động báo chí về kinh tế ở Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: báo chí về kinh tế, hoàn thiện báo chí về kinh tế ở Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Khái niệm kinh tế đề cập đến các hoạt động của con người có liên quan đến sản xuất, phân phối, trao đổi, tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ. Theo nghĩa hẹp, kinh tế chỉ hoạt động sản xuất và làm ăn của cá nhân hay hộ gia đình, tổ chức, doanh nghiệp. Theo nghĩa rộng, kinh tế được hiểu là toàn bộ các hoạt động sản xuất, phân phối, trao đổi, lưu thông, tiêu dùng của cả một cộng đồng dân cư, một quốc gia, một khu vực, hay toàn cầu trong một khoảng thời gian nhất định. Kinh tế còn có nghĩa là: "Dựa vào nguồn tài nguyên sẵn có và hạn hẹp, con người tìm cách trả lời 3 câu hỏi: "Sản xuất cái gì? Sản xuất như thế nào? và Sản xuất cho ai?" [David Begg, 1995]. Hay, kinh tế còn là cách phân bổ các nguồn lực có hạn một cách tối ưu.

Như vậy, kinh tế có thể hiểu là tổng hòa các mối quan hệ tác động lẫn nhau của con người và xã hội

liên quan trực tiếp đến việc sản xuất, trao đổi, phân phối, tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ, nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của con người trong một xã hội.

Từ những khái niệm trên, báo chí về kinh tế là sản phẩm cung cấp thông tin, tri thức về các vấn đề, sự kiện có liên quan tới lĩnh vực kinh tế ở dạng vĩ mô và vi mô của một nền kinh tế hay kinh tế toàn cầu, nói cụ thể hơn, đó là những thông tin về hoạt động sản xuất, phân phối, trao đổi, tiêu dùng, đầu tư, chỉ đạo, chỉ thị của Đảng và Nhà nước về hoạt động kinh tế,... được đăng trên các loại hình báo chí.

2. Khái quát báo chí về kinh tế ở Việt Nam

Ở Việt Nam, nhiều năm trước, báo chí kinh tế nói chung, trang kinh tế trên các báo nói riêng chỉ là những trang không thể thiếu của mỗi tờ báo, nhưng lại không thực sự trở thành tâm điểm của độc giả, ngoại trừ khi có những "sự kiện", như đổi tiền,

điều chỉnh chính sách, tỉ giá hay những vụ việc tiêu cực trong doanh nghiệp đây đó bị phanh phui... Song, đời sống báo chí kinh tế đã thực sự thay đổi trong những năm trở lại đây, đặc biệt kể từ khi Việt Nam chính thức gia nhập WTO. Xu thế hội nhập, toàn cầu hóa của nền kinh tế khiến các báo cũng bị cuốn theo. Điểm nóng dễ nhận thấy là sự phát triển của thị trường chứng khoán trong một năm qua. Từ chỗ thờ ơ với lĩnh vực chứng khoán, giờ đây, thông tin về chứng khoán, thị trường chứng khoán... đang trở thành mảng thông tin nóng nhất trên các tờ báo lớn, thu hút lượng độc giả nhiều nhất. Hiện nay, Việt Nam có 5 tờ báo hàng đầu về kinh tế được nhiều người ưa chuộng, từ người tiêu dùng, doanh nhân cho đến những công chúng khó tính nhất. Đó là tờ Thời báo Kinh tế Sài Gòn, Thời báo Kinh tế Việt Nam, Báo Đầu tư, Báo Công Thương và Diễn đàn Doanh nghiệp. Bên cạnh đó là sự ra đời liên tiếp của các chương trình truyền hình về kinh tế như Thị trường 24h, Việt Nam và các chỉ số (VTV1), Hội nhập (VTV1), Bản tin Tài chính Kinh doanh (VTV1), Tạp chí Kinh tế cuối tuần (VTV1), Kinh tế đầu tư (VTV1), Dòng chảy tài chính (VTV1), Khớp lệnh trên các nền tảng số VTVgo, VTV.vn, Doanh nghiệp - Doanh nhân,... Đài Tiếng nói Việt Nam cũng để một thời lượng không nhỏ cho các chương trình kinh tế như: Thời sự kinh tế (7h05 - 7h15), Kinh tế vĩ mô (8h05 - 8h15), Doanh nghiệp và doanh nhân, Hội nhập kinh tế quốc tế, Diễn đàn kinh tế... Cùng với đó là các phiên bản điện tử của các tờ báo in, các chương trình truyền hình về kinh tế và các trang tin điện tử về kinh tế nổi tiếng như CafeF.vn liên tiếp xuất hiện. Một số tờ báo lớn bắt đầu quy hoạch lại trang để tăng diện tích cho mảng thông tin này.

Người làm báo không trực tiếp làm kinh doanh - “sáng tạo ra giá trị”. Tuy nhiên, với vai trò “cầu nối” giữa cơ quan chức năng và người dân, doanh nghiệp, báo chí, đặc biệt là báo kinh tế đã khẳng định vai trò không nhỏ của mình trong đời sống kinh tế - xã hội. Khảo sát 3 tờ báo mạng điện tử và tạp chí điện tử, đó là Vietnamnet, Báo Lao động và Tạp chí Thị trường, Tài chính - Tiền tệ trong tháng 3/2022 cho thấy, báo chí về kinh tế hiện nay đã và đang hoạt động có hiệu quả và ngày càng khẳng định vị trí trong việc cung cấp thông tin. Trong một

tuần đã có gần 200 tin, bài của cả 3 tờ báo đưa tin về lĩnh vực kinh tế cả trong và ngoài nước. Thông tin nền chiếm 80-85% lượng tin bài trên một ngày. Thông tin nền là thông tin cung cấp những góc nhìn đa chiều về kinh tế, thường không đi chuyên sâu vào một mảng nhất định. Ở cả 3 tờ, hằng ngày đều có những thông tin nền mới mẻ, kịp thời và thu hút với các đề tài như: xuất siêu, thông tin của Đảng và Nhà nước, các sự kiện kinh tế, tăng giảm giá cả,... Đặc biệt, trên Báo Lao động và Tạp chí Thị trường, Tài chính - Tiền tệ, lượng tin sâu khá nhiều. Đi sau đó là thông tin tài chính, tiền tệ và biến động thị trường. Thông tin tài chính, tiền tệ đều tập trung vào lãi suất, tỷ giá ngoại tệ, chứng khoán, vàng,... Đây đều là những thông tin biến động theo ngày và hầu như ở tờ báo nào cũng đều cập nhật một cách kịp thời và nhanh chóng. Về biến động thị trường, đây là một tiêu mục mà những người kinh doanh hay thậm chí là người dân đều rất quan tâm. Có lẽ vì vậy, đây cũng là tiêu mục mà báo chí về kinh tế khá chú trọng. Trong thời gian vừa qua, do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nên nhiều mặt hàng lên xuống thất thường như thịt lợn, hoa quả, hải sản,... và đều được báo chí truyền tải thông tin đến công chúng một cách nhanh chóng và rõ ràng. Bàn về các vấn đề tiêu cực và tích cực trong sản xuất, kinh doanh, tài chính có thể thấy rằng, báo chí về kinh tế hiện nay đang thể hiện rất tốt. Cả 3 tờ báo đều có những bài viết sâu và hết sức rõ ràng về các vấn đề trong sản xuất, kinh doanh. Tuy nhiên, ở Tạp chí Thị trường, Tài chính - Tiền tệ, các bài viết này không nhiều và không có tính thời sự cao như ở báo Lao động và Vietnamnet. Ở Báo Lao động và Vietnamnet, hầu như ngày nào cũng sẽ có tin, bài (có thể là phản ánh hoặc phóng sự) về những tiêu cực và tích cực hiện nay. Cơ bản, nhờ có những bài viết như vậy, người đọc có thể nhìn nhận rõ hơn, cụ thể hơn các mặt của đời sống kinh tế - xã hội.

Còn với chuyên mục Kinh tế Thế giới, báo chí về kinh tế ở Việt Nam tập trung không sâu về mảng này. Khảo sát ở 3 tờ báo thấy rằng, việc đưa tin về kinh tế thế giới rất “loãng”, một vài ngày mới có một bài, chiếm chưa đầy 2% của một ngày, trong lúc đó kinh tế thế giới đang thay đổi rất chóng mặt sau mùa dịch Covid-19.

Tổng quan từ 3 tờ báo, báo chí về kinh tế hiện

nay đang tập trung ở mảng tin tức, còn dạng bài viết (phản ánh, phóng sự, bình luận) không được nhiều, thể loại phỏng vấn không phải là thể loại mà cả 3 tờ báo tập trung vào. Tuy nhiên, kinh tế luôn có sự biến động, công chúng đòi hỏi tin tức phải nhanh nhạy và kịp thời. Báo chí về kinh tế thông qua 3 tờ báo được khảo sát trên đây đã thể hiện được điều đó.

3. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động báo chí về kinh tế ở Việt Nam

Từ kết quả nghiên cứu khái quát thực trạng hoạt động báo chí về kinh tế ở Việt Nam có thể đưa ra một số khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động báo chí về kinh tế ở Việt Nam trong thời gian tới như sau:

Thứ nhất, nguyên tắc cơ bản là sự tin cậy lẫn nhau và thông tin hai chiều giữa doanh nghiệp và báo chí viết về kinh tế. Thông tin không chính xác từ phía doanh nghiệp sẽ gây nghi ngờ và mất lòng tin của báo chí và theo đó là của độc giả. Ngược lại, thông tin không chính xác của nhà báo hiển nhiên sẽ làm thiệt hại uy tín và thậm chí ảnh hưởng tới kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, mối quan hệ giữa doanh nghiệp và báo chí phải được xây dựng trong một thời gian dài, nó phải được xây dựng trên nền tảng của sự hiểu biết, tin cậy và hỗ trợ lẫn nhau. Tránh trường hợp chỉ trong những dịp cần đưa thông tin của tổ chức, doanh nghiệp lên các phương tiện thông tin thì mới đặt vấn đề với báo chí. Bên cạnh đó, cũng cần gạt bỏ tâm lý e dè, cảnh giác giữa doanh nghiệp đối với báo chí. Doanh nghiệp cần phải nhận thức đúng đắn rằng, chức năng của báo chí là đưa tin và tin tức yêu cầu phải có tính cập nhật, trung thực và chính xác. Vì vậy, sự hợp tác cung cấp thông tin cho báo chí sẽ dễ nhận được sự ủng hộ và thông cảm của báo chí. Ngược lại, chính tâm lý e dè, cảnh giác có thể dẫn đến những thông tin không nhất quán, thiếu chính xác. Điều này hoàn toàn có thể làm ảnh hưởng xấu đến hình ảnh của tổ chức, doanh nghiệp.

Thứ ba, việc phối hợp chặt chẽ, thường xuyên giữa doanh nghiệp với báo chí phải giúp đưa những thông tin kịp thời, đầy đủ, chính xác về những vấn đề của doanh nghiệp nhằm mục tiêu phục vụ công tác truyền thông của báo chí về kinh tế.

Thứ tư, nhà báo chính là người định hướng thông

tin bằng kiến thức, kinh nghiệm của mình. Báo chí cần chất lọc thông tin, xử lý và lựa chọn những thông tin nào nên đăng và không nên đăng lên báo. Ngoài ra, khi đăng lên báo, cần có chú giải, bình luận để tránh độc giả hiểu sai thông tin.

Thứ năm, đối với báo chí về kinh tế, cần phải làm thế nào để chứng tỏ rằng báo chí kinh tế là diễn đàn thực thụ của doanh nghiệp: nơi đây phải là thư viện không chỉ lưu trữ thông tin mà cả là thư viện khoa học thực thụ của doanh nghiệp; nơi đây phải là nơi thu hút được nhiều trí tuệ phục vụ nhiều hơn nữa cho doanh nghiệp không chỉ vượt qua khó khăn trước mắt mà cả trên trường kinh doanh.

Thứ sáu, cần nhận thức đúng vai trò của báo chí, truyền thông đối với sự phát triển kinh tế nói chung và doanh nghiệp nói riêng. Đó là quan hệ tương hỗ và là mối quan hệ gắn bó hữu cơ, hai bên cùng có lợi. Báo chí, truyền thông góp phần to lớn vào việc tổ chức thực hiện đường lối đổi mới của Đảng, pháp luật của Nhà nước Việt Nam. Hơn nữa, cần coi báo chí là động lực thúc đẩy phát triển các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh, quốc phòng. Báo chí góp phần quan trọng vào việc mở rộng dân chủ, tăng cường sự giám sát, phản biện của Mặt trận Tổ quốc, các đoàn thể nhân dân, phát huy vai trò của nhân dân trong việc tham gia trực tiếp vào quản lý phát triển kinh tế - xã hội, giải quyết các vấn đề lớn của đất nước. Báo chí là vũ khí quan trọng trong cuộc đấu tranh chống tham nhũng, lãng phí, tiêu cực, quan liêu, tệ nạn xã hội. Hơn 70% các vụ việc tham nhũng, lãng phí được phát hiện, xử lý đều do báo chí phát hiện.

Báo chí góp phần răn đe, cảnh báo, ngăn chặn một phần tệ nạn tham nhũng, tiêu cực trong xã hội. Trong thời đại công nghiệp 4.0, báo chí còn là trường học xã hội rộng lớn cho nhân dân, cho các doanh nhân, tôn vinh các giá trị dân tộc, nhân văn tốt đẹp, góp phần phát triển văn hóa, con người Việt Nam.

Bên cạnh đó, nhà báo cần trau dồi đạo đức nghề báo khi làm báo về kinh tế, về doanh nghiệp. Vì lĩnh vực kinh tế và doanh nghiệp là môi trường dễ có nhiều cám dỗ vật chất, nhà báo dễ lợi dụng và cũng dễ bị lợi dụng nhất nếu không có đạo đức nghề nghiệp. Người làm báo phải thường xuyên rèn luyện kỹ năng và trau dồi đạo đức nghề nghiệp.

Nếu người làm báo kinh tế không có tâm trong sáng, không yêu nghề dễ dẫn đến vụ lợi, dễ bị sự cám dỗ của thị trường dẫn đến những bài viết không trung thực, gây phương hại cho cơ sở, gây mất uy tín của chính nhà báo, ảnh hưởng đến thương hiệu của tòa soạn báo.

Ngoài ra, để đáp ứng yêu cầu của thời kỳ đổi mới, đòi hỏi người làm báo kinh tế phải có những tố chất cơ bản. Ngoài kỹ năng báo chí, đạo đức nghề nghiệp, người làm báo kinh tế phải giữ vai trò như một chuyên gia kinh tế. Theo đó, có 4 yêu cầu đặt ra đối với nhà báo viết về kinh tế như sau:

Trước hết, nhà báo kinh tế phải nhạy cảm về chính trị. Nhà nước ta vận hành theo cơ chế Đảng lãnh đạo, Nhà nước quản lý, nhân dân làm chủ. Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo toàn diện về mọi mặt, từ an ninh chính trị đến kinh tế - xã hội và phương hướng phát triển đất nước. Các chính sách kinh tế chính là sự thể chế hóa đường lối của Đảng trong từng thời kỳ cách mạng. Vì vậy, đối với nhà báo, dù là Đảng viên hay chưa là Đảng viên đều phải quán triệt chủ trương, đường lối của Đảng về phát triển kinh tế nhiều thành phần theo định hướng XHCN có sự quản lý của Nhà nước. Đây là yếu tố có tính then chốt, giúp người làm báo có định hướng rõ ràng, vận dụng đúng. Nếu nhà báo không nắm rõ chủ trương này, sẽ kéo theo tác phẩm báo chí dễ bị lệch lạc về quan điểm, gây phương hại cho thương hiệu của tờ báo, gây tác động không tốt đến môi trường sản xuất, kinh doanh.

Thứ hai, phải nắm vững chính sách kinh tế vĩ mô. Việt Nam đi lên CNXH từ nền nông nghiệp lạc hậu, các chính sách kinh tế vĩ mô thường xuyên được sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện để vừa phù hợp với tình hình thực tế, vừa đảm bảo thực hiện các cam kết theo thông lệ quốc tế. Xu hướng này đòi hỏi đội ngũ biên tập viên, phóng viên cần liên tục trau dồi tìm hiểu, nắm vững chính xác các thuật ngữ kinh tế, giúp độc giả dễ hiểu, dễ thực hiện. Muốn vậy, đội ngũ phóng viên phải thường xuyên tiếp cận các chính sách kinh tế vĩ mô, kể cả nội dung hiện hành cũng như chính sách mới sửa đổi bổ sung, nhất là các lĩnh vực về tài chính tiền tệ (lãi suất, tỷ giá); chính sách thuế và hải quan; các Luật Đầu tư, Luật Doanh nghiệp, Luật Thương mại, Luật Chứng khoán, các hiệp định kinh tế thương mại quốc tế và

khu vực,... đảm bảo có tầm nhìn tổng thể về chính sách kinh tế vĩ mô trong từng thời kỳ.

Thứ ba, phải am hiểu kiến thức quản lý kinh tế, nhất là tình hình tài chính DN, tình hình quản lý kinh tế ở các bộ, ngành và địa phương. Muốn bài viết sâu sắc, nhà báo phải hòa mình vào thực tiễn cuộc sống, phải đồng cảm, sẻ chia với những khó khăn của DN và các tầng lớp dân cư; cùng họ đề xuất với các cơ quan chức năng các biện pháp tháo gỡ khó khăn vướng mắc, đồng thời kiến nghị sửa đổi bổ sung hoàn thiện chính sách kinh tế, tạo điều kiện tốt nhất cho DN phát triển sản xuất, kinh doanh, đáp ứng yêu cầu bảo vệ môi trường và thực hiện tốt nghĩa vụ với Nhà nước.

Đối với cơ quan báo chí, để nâng cao chất lượng phóng viên viết về kinh tế, vấn đề quan trọng đặt ra là xây dựng cơ chế hợp lý, tạo động lực cho sự sáng tạo đối với phóng viên. Cơ quan báo chí cần chủ động trong việc rà soát lại cơ cấu tổ chức, chú ý bổ sung đội ngũ phóng viên trẻ có kiến thức kinh tế, sử dụng thành thạo công nghệ tin học và ngoại ngữ... nhằm đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ của cơ quan báo chí trong tình hình mới. Tiếp đến, cơ quan báo chí cần xây dựng và củng cố mạng lưới chuyên gia và cộng tác viên tích cực, coi họ như những thành viên chính, nhằm tận dụng kiến thức chuyên sâu của chuyên gia kinh tế.

Đối với các trường báo chí, cần đổi mới tư duy đào tạo, nâng cao tính thực tiễn trong đào tạo báo chí. Chương trình đào tạo nên hướng theo mục tiêu tăng cường năng lực thực hành, trên cơ sở nắm vững lý thuyết truyền thông cũng như kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội. Đồng thời, chú ý tăng cường đào tạo kỹ năng giao tiếp, ứng xử, giúp sinh viên khi ra trường có trình độ, nghiệp vụ chuyên môn, có kiến thức cơ bản về chính trị KT-XH, có văn hóa, có khả năng phân tích, bình luận và khả năng thực hành về báo chí, sẵn sàng tác nghiệp trong thực tế. Các cơ quan báo chí và các trường cần phối hợp và liên kết trong đào tạo, bồi dưỡng; tiếp tục đổi mới nội dung và phương pháp đào tạo, không ngừng nâng cao chất lượng dạy và học theo hướng bám sát yêu cầu thực tiễn cũng như những thành tựu khoa học và công nghệ hiện đại để đảm bảo có sản phẩm báo chí kinh tế tốt đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp đổi mới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đinh Thị Thu Hằng (2014), Thể loại tin báo chí, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
2. Trần Bảo Khánh (2003), Sản xuất chương trình truyền hình, Nhà xuất bản Văn hóa Thông tin.
3. Nguyễn Thành Lợi, Phạm Minh Sơn (2014), Thông tấn Báo chí - Bí quyết và kỹ năng, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông
4. Ngô Thắng Lợi (2010), Kinh tế phát triển - Hướng dẫn trả lời và lý thuyết bài giảng, Nhà xuất bản Chính trị Hành chính, Hà Nội.
5. David Begg (1995), Kinh tế học, Nhà xuất bản Giáo dục.

Ngày nhận bài: 4/8/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/8/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/9/2023

Thông tin tác giả:

TS. TRẦN THỊ VÂN ANH

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

**SOME RECOMMENDATIONS TO IMPROVE CURRENT
ECONOMIC JOURNALISM IN VIETNAM**

● Ph.D **TRAN THI VAN ANH**

Academy of Journalism and Communication

ABSTRACT:

Economic journalism plays a huge role in the development of a country as well as each locality and each socio-economic field. Economic journalism is a channel that reflects and provides information about economic activities, helping those who receive information process it according to their needs. For managers, economic journalism is an information channel to grasp situations and trends, thereby promulgating or adjusting economic policies. Economic journalism is also a channel to criticize the economic policies of the government and each local authority. Press criticism is the most widespread way of collecting social criticism. This paper summarizes the general situation of economic journalism in Vietnam and proposes some solutions to improve economic journalism in Vietnam in the coming time.

Keywords: economic journalism, perfecting economic journalism in Vietnam.