

HỘI THẢO BÁO ĐẢNG CÁC TỈNH, THÀNH PHỐ KHU VỰC MIỀN TRUNG -
TÂY NGUYÊN LẦN THỨ 11, VÒNG IV (MỞ RỘNG)

Chủ đề: **Báo chí tuyên truyền thúc đẩy chuyển đổi xanh**

Đơn vị tổ chức: **Báo Lâm Đồng**

Thời gian: **16 - 18/8/2024**

Địa điểm: **TP Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng**

Đơn vị tham luận: **Báo Thanh Hóa**

Thanh Hóa

Đổi mới hình thức tuyên truyền, lan tỏa động lực thúc đẩy chuyển đổi xanh

NỘI DUNG THAM LUẬN

Chuyển đổi xanh là xu hướng tất yếu của thế giới, hướng tới phát triển bền vững, tiết kiệm và sử dụng tài nguyên hiệu quả. Với Việt Nam, tại Hội nghị lần thứ 26 các bên tham gia Công ước khung của Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu (COP26), Việt Nam đã cùng gần 150 quốc gia cam kết đưa mức phát thải ròng về “0” vào đến năm 2050 và 2 cam kết khác có liên quan chặt chẽ đến ngành nông nghiệp. Cùng với hoạch định, cam kết của Đảng, Nhà nước, chuyển đổi xanh tại Việt Nam đã có những thành tựu nhất định nhưng vẫn còn nhiều tồn tại, hạn chế. Do đó, công tác truyền thông, báo chí cần phải tạo sự đồng thuận, thay đổi tư duy và ý thức của toàn hệ thống chính trị, xã hội, doanh nghiệp và người dân để thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi xanh, tăng trưởng xanh.

Vậy nhưng lựa chọn, đầu tư và đổi mới chương trình, nội dung tuyên truyền như thế nào để đạt hiệu quả cao, để mỗi nhà báo có thể trở thành những “đại sứ” lan tỏa nhận thức, định hướng hành vi chuyển đổi xanh, tăng trưởng xanh là vấn đề lớn mà các cơ quan báo chí cần nghiên cứu, cập nhật cách làm.

Cùng với nỗ lực của hệ thống chính trị, trong thời gian qua, báo chí đã đóng góp một phần không nhỏ trong công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức của cộng đồng về vai trò, ý nghĩa của chuyển đổi xanh, tăng trưởng xanh, từ đó từng bước thay đổi hành vi trong sản xuất, sinh hoạt và có nhiều hành động thiết thực đóng góp vào việc thúc đẩy chuyển đổi xanh, tăng trưởng xanh.

Theo một lãnh đạo của Cục Biến đổi khí hậu, Bộ Tài nguyên và Môi trường thì thúc đẩy chuyển đổi xanh cần huy động toàn bộ hệ thống chính trị, người dân và doanh nghiệp vào cam kết này thì mới có thể thành công. Nếu chỉ cơ quan Nhà nước tham gia thì việc giảm phát thải chưa đáng kể, mà doanh nghiệp phải thay đổi quy

trình sản xuất, công nghệ thích ứng với tăng trưởng xanh, mọi người dân có tư duy chuyển đổi xanh. Điều đó rất cần sự đồng hành của báo chí, truyền thông.

Thực tế, trong thời gian qua, các cơ quan báo chí cả nước đã trở thành lực lượng xung kích trong nhiệm vụ thúc đẩy và giám sát chuyển đổi xanh, với hàng trăm, nghìn tin, bài trên các thể loại, ấn phẩm báo chí, góp phần truyền thông thúc đẩy thực hiện các cam kết của Thủ tướng Chính phủ Việt Nam tại COP26, COP 27 và tăng cường thực hiện chủ trương, cơ chế chính sách, pháp luật về quản lý, sử dụng hợp lý tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường, ứng phó biến đổi khí hậu, thúc đẩy kinh tế tuần hoàn, kinh tế xanh, tài chính xanh, thúc đẩy thị trường carbon...

Đặc biệt, có thể kể đến Giải Báo chí phát triển xanh thường niên lần thứ nhất đã chính thức được khởi động từ năm 2023, do Câu lạc bộ Báo chí phát triển xanh hướng đến NetZero Carbon phối hợp với Báo Tài nguyên và Môi trường, Trung tâm Văn hoá báo chí - Hội Nhà báo Việt Nam phối hợp tổ chức.

Đây là Giải Báo chí quan trọng, cùng với tham vấn, phản biện chính sách, Giải Báo chí phát triển xanh còn góp phần nâng cao nhận thức của người dân, cộng đồng doanh nghiệp về sự cần thiết và trách nhiệm tiên phong của mình trong việc chuyển dịch sang nền kinh tế tuần hoàn, phát triển kinh tế xanh, thích ứng với biến đổi khí hậu hướng đến cam kết đưa mức phát thải ròng của nước ta về "0" vào năm 2050.

Với Báo Thanh Hóa, việc tuyên truyền thúc đẩy chuyển đổi xanh là một trong những nội dung quan trọng mà Ban Biên tập Báo Thanh Hóa định hướng các phòng chuyên môn tăng cường nghiên cứu, tuyên truyền. Về mặt nội dung, cùng với tôn vinh những giải pháp ứng dụng công nghệ mới, các sáng kiến, hiến kế, điển hình, mô hình khởi nghiệp với định hướng chuyển đổi xanh, thân thiện với môi trường, Báo Thanh Hóa cũng dành dung lượng tuyên truyền các giải pháp bảo vệ tài nguyên thiên nhiên nhằm phục vụ tốt hơn, hiệu quả hơn cho các hoạt động kinh tế - xã hội, phát triển bền vững của tỉnh, của đất nước.

Đặc biệt, ngoài chú trọng về nội dung, hình thức tuyên truyền là một vấn đề được Báo Thanh Hóa quan tâm, sao cho thông điệp truyền thông không bị nhàm chán và đạt hiệu quả lan tỏa nhanh chóng, tích cực. Cùng với các thể loại báo chí truyền thống, những năm gần đây Báo Thanh Hóa liên tục đổi mới, đa dạng loại hình, thể loại báo chí khi tuyên truyền nói chung và vấn đề chuyển đổi xanh nói riêng. Ngoài báo in, thì báo điện tử chính là “mũi nhọn” để Báo Thanh Hóa có cơ hội phát huy thế mạnh, tạo sức hấp dẫn khi tuyên truyền chủ đề này.

Trên Báo Thanh Hóa điện tử tích hợp nhiều thể loại, loại hình báo chí, trong đó chú trọng đầu tư về công nghệ để sản xuất các tác phẩm có hình thức thể hiện đẹp, phong phú, bắt mắt, có hiệu quả tuyên truyền trực quan cao như: tin, bài đa phương tiện, video clip, E-Magazine, Long-form, Infographic... Bên cạnh việc tổ chức sản xuất, khuyến khích các phòng chuyên môn, phóng viên học hỏi, cập nhật, đầu tư, tích hợp, làm chủ việc sản xuất các loại hình báo chí mới đa phương tiện, đa nền tảng, phù hợp với xu thế trong dòng chảy báo chí hiện đại.

Với lĩnh vực tuyên truyền về chuyển đổi xanh, khi một bộ phận độc giả, khán giả còn mơ hồ về thuật ngữ này, việc đầu tư, thể hiện thông điệp bằng các hình thức có tính trực quan này sẽ mang lại hiệu quả cao hơn. Với sự đầu tư xứng đáng cho công tác đổi mới hình thức tuyên truyền, đã giúp Báo Thanh Hóa lọt top 10 Báo Đảng địa phương có lượng truy cập cao nhất cả nước. Đặc biệt, nhiều nội dung tuyên truyền về cảnh báo ô nhiễm môi trường, về giải pháp tiết kiệm điện, về tôn vinh tập thể, cá nhân điển hình đã đạt được hiệu quả tuyên truyền cao, nhận sự quan tâm, phản hồi cũng như góp phần thay đổi hành vi của cộng đồng.

Thực hiện các cam kết của Thủ tướng Chính phủ Việt Nam tại COP26, về việc thực hiện chuyển đổi hệ thống lương thực, thực phẩm theo hướng “xanh”, ít phát thải và bền vững. Tại Thanh Hóa, đến thời điểm hiện nay trên địa bàn tỉnh có khoảng 1.723,6 ha diện tích cây trồng sản xuất theo hướng hữu cơ và tiêu chuẩn hữu cơ (*trong đó lúa 861,7 ha; chè 5 ha; rau 419,4 ha; cây ăn quả 243 ha; cây dược liệu 176,7 ha, cây khác 18,0 ha*). Những mô hình này không chỉ giúp hồi sinh những vùng đất kém hiệu quả, bỏ hoang nhiều năm mà còn góp phần "xanh hóa" nông thôn, tạo công ăn việc làm, tăng thu nhập cho người dân. Cùng với đó, là việc đầu tư phát triển hạ tầng nông nghiệp, thúc đẩy sự tham gia của khối tư nhân trong đầu tư, phát triển và ứng dụng tiên bộ trong sản xuất nông nghiệp và nhân rộng mô hình hợp tác công tư, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong các chuỗi giá trị nông nghiệp...

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, chuyển đổi xanh, phát triển xanh ở tỉnh Thanh Hóa nói riêng và cả nước nói chung vẫn còn những tồn tại, hạn chế, trong đó có nguyên nhân bắt nguồn từ sự nhận thức chưa đầy đủ, chưa sâu sắc của cả cộng đồng doanh nghiệp, người dân; dẫn tới định hướng, chiến lược và hành vi trong sản xuất, tiêu dùng vẫn còn nhiều hạn chế. Điều đó đặt ra yêu cầu cho công tác tuyên truyền cần phải tiếp tục có những phương thức phù hợp hơn, đa dạng hơn, hiệu quả hơn để lan tỏa, phổ biến kiến thức rộng rãi trong xã hội, làm thay đổi nhận thức, biến nhận thức thành hành động cụ thể trong hoạch định chính sách, chiến lược sản xuất kinh doanh, thói quen sống, thói quen tiêu dùng của mỗi người dân.

Với kinh nghiệm từ thực tiễn trong công tác tuyên truyền về chuyển đổi xanh của một cơ quan báo Đảng địa phương ở địa đầu khu vực miền Trung và Tây nguyên, Báo Thanh Hóa mạnh dạn đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền, như sau:

Một là: Chú trọng nghiên cứu đầu tư, đa dạng các loại hình tuyên truyền sinh động, hấp dẫn, trong đó lấy báo điện tử là mũi nhọn với lợi thế đa phương tiện, có tính lan tỏa nhanh và trực quan trên các nền tảng mạng xã hội.

Hai là: Chú trọng đào tạo, nâng cao kỹ năng cho phóng viên, nhất là kỹ năng chụp ảnh, quay phim, sản xuất video, tin bài đa phương tiện nhằm đặc tả sống động các nội dung truyền thông trên nhiều vấn đề trong tuyên truyền chuyển đổi xanh, đặc biệt là các vấn đề liên quan tới ô nhiễm môi trường, các mô hình, giải pháp mới tạo hiệu quả tích cực, xứng đáng được nhân rộng. Đồng thời, tạo điều kiện để phóng viên tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, ngoại ngữ để trở thành những cây bút giỏi nghiệp vụ, chắc chuyên môn, có thể xây dựng và triển khai các đề tài,

tuyển bài tuyên truyền về chủ đề kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, biến đổi khí hậu và bảo vệ môi trường...

Ba là: Ghi nhận, động viên, khen thưởng kịp thời các nhà báo, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên có tác phẩm báo chí chất lượng cao về chủ đề phát triển xanh; có thành tích trong hoạt động truyền thông chủ đề phát triển xanh, phát triển bền vững, từ đó tạo động lực, khuyến khích tinh thần sáng tạo, cống hiến trong đội ngũ người làm công tác truyền thông.