

BÁO IN TRONG CÔNG TÁC THÔNG TIN ĐỐI NGOẠI CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY

Hồ Thị Diệu Trang

Khoa Báo chí - Truyền thông, Trường Đại học Khoa học - Đại học Huế

Email: dieutrang85@gmail.com

TÓM TẮT

Thông tin đối ngoại là mảng nội dung quan trọng không thể thiếu đối với báo chí Việt Nam nói chung và báo in nói riêng. Rất nhiều tờ báo, các chuyên mục, chuyên trang của báo chí Việt Nam dành riêng để thông tin đối ngoại và nội dung này được phản ánh phong phú đa dạng, nhiều kênh, luồng khác nhau. Thông tin đối ngoại chiếm tỉ lệ rất cao trong nội dung phản ánh của các tờ báo in và có vai trò vô cùng quan trọng đối với công tác đối ngoại quốc gia. Việc chọn lựa, đăng tải nội dung như thế nào về thông tin sẽ mang lại những giá trị đối với công tác tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá và đối ngoại của Nhà nước. Bài viết chỉ ra thực trạng phản ánh, những ưu nhược điểm và hướng nâng cao công tác thông tin đối ngoại trên báo in Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Báo chí, đối ngoại, thông tin đối ngoại.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, công tác thông tin đối ngoại trên báo chí đã được Chính phủ, các Bộ, Ban ngành quan tâm đặc biệt. Ngày 7/9/2015, Thủ tướng Chính phủ đã ký ban hành Nghị định số 72/2015/NĐ-CP của Chính phủ về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại. Đây là văn bản quy phạm pháp luật có hiệu lực cao nhất trong lĩnh vực thông tin đối ngoại. Trước đó, ngày 30/11/2010, Thủ tướng Chính phủ cũng đã ban hành Quy chế quản lý nhà nước về thông tin đối ngoại theo Quyết định số 79/2010/QĐ-TTg. Chính nhờ sự quan tâm đó, thông tin đối ngoại trên báo chí nói chung, báo in nói riêng đã có những thay đổi nhất định và đã đạt được những thành tựu đáng ghi nhận, giúp cộng đồng quốc tế hiểu đúng về Việt Nam, góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của Việt Nam, thúc đẩy tiến trình hội nhập quốc tế của đất nước. Tuy nhiên, thông tin đối ngoại trên báo in vẫn còn một số hạn chế, chất lượng hiệu quả hoạt động thông tin chưa đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới; chưa phát huy hết vai trò trong hoạt động đối ngoại. Hiện trạng trên cần phải được xem xét từ nhiều góc độ khía cạnh khác nhau để có cái nhìn tổng quát về thông tin đối ngoại của báo in Việt Nam hiện nay.

2. NỘI DUNG

Cho đến thời điểm hiện tại, vấn đề thông tin đối ngoại trên báo chí đã được rất nhiều nhà nghiên cứu, học giả quan tâm. Ở Việt Nam, hướng nghiên cứu đầu tiên về thông tin đối ngoại là *nghiên cứu hiện trạng thông tin đối ngoại của báo chí Việt Nam*. Trong hướng nghiên cứu này đáng chú ý là Luận văn *Thông tin quốc tế đối ngoại trên truyền hình Việt Nam* của Nguyễn Thị Hoa Mai vào năm 2012, trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội; Luận văn *Nâng cao chất lượng công tác thông tin đối ngoại trong tình hình hiện nay* của tác giả Phạm Văn Linh vào năm 2016, trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội. Một hướng nghiên cứu khác cũng được chú trọng là *lý luận đối ngoại trên các phương tiện thông tin đại chúng* mà các công trình tiêu biểu như *Báo chí với thông tin quốc tế* của tác giả Đỗ Xuân Hà được xuất bản vào năm 1996, nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội; *Báo chí và thông tin đối ngoại* của tác giả Phan Thanh Bình do nhà xuất bản Chính trị quốc gia phát hành vào năm 2016.

Đối ngoại theo *Từ điển tiếng Việt* là “đối với nước ngoài, bên ngoài, nói về đường lối, chính sách, sự giao thiệp của nhà nước, của một tổ chức, phân biệt với đối nội” [5, tr. 327]. Còn *Thông tin đối ngoại* là “những hoạt động chủ động cung cấp thông tin có định hướng để giới thiệu, phổ biến, quảng bá về một đối tượng cụ thể (một đất nước, một tổ chức, nhóm người, hoặc một cá nhân) nhằm mục đích gây thiện cảm, tranh thủ sự ủng hộ, giúp đỡ của các nhân tố bên ngoài hoặc để đối phó, phản bác đối với những thông tin sai lệch, gây bất lợi” [5, tr. 452]. Theo một cách hiểu khác, *Thông tin đối ngoại* là “những tin tức, sự kiện được cung cấp mang tính ngoại giao và ứng đối với bên ngoài” [9, tr. 15].

Theo *Quy chế quản lý nhà nước về thông tin đối ngoại* (TTĐN) ban hành kèm theo Quyết định số 79/2010/QĐ – TTg ngày 30/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ thì TTĐN được quy định tại Quy chế này 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, pháp luật, chính sách của Nhà nước Việt Nam ra thế giới và thông tin về thế giới vào Việt Nam*” [10, tr. 2].

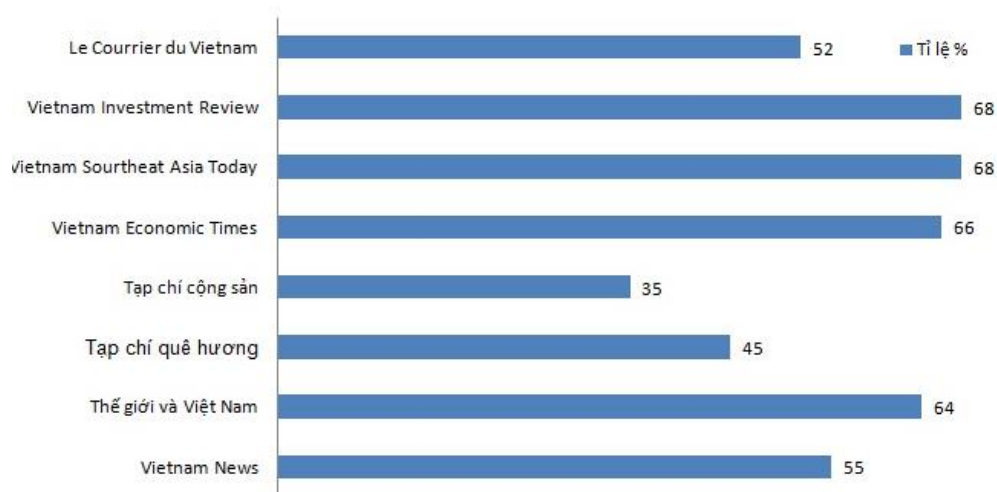
Trong Quy chế cũng quy định nội dung hoạt động TTĐN. Theo đó, hoạt động TTĐN là hoạt động đưa thông tin đến với tổ chức, cá nhân nước ngoài, người Việt Nam ở nước ngoài và phối hợp đưa thông tin quốc tế đến với nhân dân trong nước. Nội dung TTĐN bao gồm: Thông tin về chủ trương, đường lối của Đảng, pháp luật, chính sách của Nhà nước; những thành tựu của công cuộc đổi mới đất nước; thông tin về tình hình quốc tế, quan hệ đối ngoại của Việt Nam và phối hợp đưa thông tin quốc tế đến nhân dân trong nước. Giới thiệu, quảng bá hình ảnh đất nước, con người, lịch sử, văn hóa, tiềm năng hợp tác và phát triển của Việt Nam, phản bác các thông tin sai, xuyên tạc, chống phá sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Đối với mỗi địa phương, việc thông tin, quảng bá, giới thiệu hình ảnh quê hương, con người, lịch sử, văn hóa, tiềm năng hợp tác và phát triển của địa phương được thực hiện tốt cũng chính là góp phần thiết thực vào công tác TTĐN của đất nước nói chung.

Thông tin đối ngoại có đối tượng phản ánh và phục vụ vô cùng rộng lớn. Thông qua trước hết là nhân dân, chính phủ các nước trên thế giới bao gồm bộ máy nhà nước của các quốc

gia, các tổ chức quốc tế, các tổ chức phi chính phủ, các tổ chức quần chúng, các tầng lớp nhân dân, các nhà hoạt động xã hội. Người nước ngoài ở Việt Nam bao gồm đoàn ngoại giao, đại diện các tổ chức phi chính phủ, giới đầu tư kinh doanh, chuyên gia các lĩnh vực, các đoàn khách viếng thăm, khách du lịch, giới học giả nghiên cứu, lưu học sinh, các phóng viên thường trú và nhân dân trong nước.

Những năm qua, báo in Việt Nam đã làm tốt công tác thông tin đối ngoại. Rất nhiều tờ báo, các chuyên mục, chuyên trang dành riêng để thông tin đối ngoại. Có thể nói, thông tin đối ngoại được phản ánh phong phú đa dạng, nhiều kênh, luồng khác nhau. Điều đó chứng tỏ báo in ngày càng đa dạng và phát triển về số lượng cũng như chất lượng.

Về số lượng, báo in cả nước có khoảng 50 ấn phẩm chuyên thông tin quốc tế đối ngoại như *Vietnam News*, *Le Courier du Vietnam*, *Tạp chí Vietnam Law and Legal Forum*, *Vietnam Economic Times* của Hội Kinh tế Việt Nam, *Saigon Times Daily*, *Saigon Times Weekly* của sở Thương mại thành phố Hồ Chí Minh, *Vietnam Investment Review* của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, *Báo Quốc tế* (nay là báo Thế giới và Việt Nam) của Bộ Ngoại giao, *Tạp chí Quê hương* của Ủy ban người Việt ở nước ngoài, *Tạp chí Thông tin đối ngoại* của Ban Tuyên giáo Trung ương, *Tạp chí Saigon Eco*, *The Saigon Sunflower*, *Vietnam Sourtheat Asia Today*, *Heritage*, *Vietnam Discovery*, *Vietnam-US Magazine*, *Vietnam News*, *Vietnam Economic News*, *Thế giới và Việt Nam*. Bên cạnh đó tham gia công tác đối ngoại còn có các cơ quan báo chí từ Trung ương đến địa phương: *Nhân dân*, *Lao động*, *Thanh niên*, *Tuổi trẻ*, *Hà Nội Mới*, *Tạp chí Cộng sản*.



Hình 1. Tỉ lệ thông tin đối ngoại trên một số tờ báo tại Việt Nam năm 2015

Về nội dung, hầu hết thông tin phản ánh đều là những thông tin quan trọng có giá trị đối với Nhà nước và nhân dân. Những thông tin được đưa nhanh, thời sự, chân thật, khách quan, chính xác, sinh động, kịp thời và hợp đối tượng. Thông tin đối ngoại đã theo sát các sự kiện lớn xảy ra trên thế giới, cầu nối của người dân trong nước và thế giới. Trong công tác thông tin đối ngoại, *Báo Thế giới và Việt Nam* là một trong những tờ báo đối ngoại lớn, chuyên phản ánh các vấn đề quốc tế và chính sách cũng như các hoạt động đối ngoại của Việt Nam. *Báo Thế giới và*

Việt Nam đã dành nhiều dung lượng thông tin giới thiệu về kinh tế đối ngoại, đầu tư, du lịch, thị trường, công nghệ. Đồng thời phản ánh văn hóa dân tộc đương đại của nhiều nước trên thế giới hết sức sinh động và hấp dẫn. Ngoài ra, trong việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam có những ấn phẩm báo chí đối ngoại tiêu biểu như *Tạp chí Heritage*, *Tạp chí Heritage Fashion*, *Tạp chí Vietnam Discovery*. Đây là những tạp chí đã góp phần đáng kể đưa văn hóa, con người Việt Nam ra với thế giới.

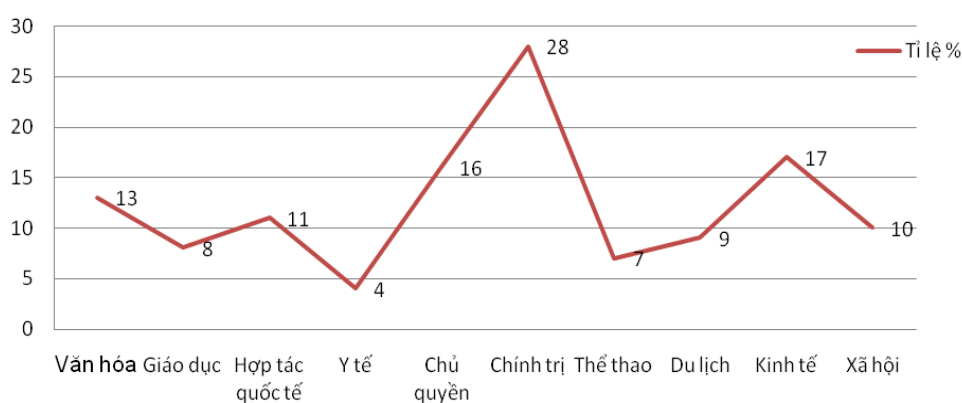
Hầu hết các báo phục vụ cho công tác đối ngoại đã thông tin đầy đủ và kịp thời các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển kinh tế, hợp tác và hội nhập kinh tế quốc tế, thúc đẩy thương mại và đầu tư giữa nước ta với các nước khác. *Vietnam Economic News*, *Vietnam Economic Times*, *Saigon Times Daily* là những tờ báo đã đảm đương tốt vai trò này. Khác với các tờ báo đối ngoại khác, *Tạp chí Quê Hương* lại tập trung vào những nội dung ca ngợi truyền thống văn hóa, những danh nhân, những tác phẩm văn học, những nét đặc sắc của văn hóa các vùng miền trên cả nước, ghi lại những tình cảm của người Việt xa xứ. *Tạp chí Quê Hương* đã thực sự là chiếc cầu nối giữa cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài gần với quê hương hơn.

Bên cạnh thông tin các chủ trương, chính sách lớn của Nhà nước như các chính sách về ngoại giao, kinh tế đối ngoại và hội nhập quốc tế của quốc gia; các nội dung về lịch sử, văn hoá, con người, các tờ báo còn chủ động cung cấp thông tin, phản ứng trước những thông tin không chính xác; đấu tranh nhằm phân bác lại những luận điệu tuyên truyền có ý đồ xấu, bôi nhọ, vu cáo của các thế lực thù địch. Chẳng hạn như vấn đề về hai quần đảo Hoàng Sa và Trường Sa, trước hành động ngang ngược của Trung Quốc, báo chí Việt Nam đã thể hiện quan điểm của Đảng và Nhà nước như sau “*Trung Quốc miệng nói hòa bình, nhưng hành động thì ngược lại. Mưu đồ của Trung Quốc ngày càng lộ rõ. Việt Nam không để cho âm mưu đường lưỡi bò thành hiện thực và các nước trong khu vực cũng như cộng đồng quốc tế cũng sẽ như vậy. Thế giới hôm nay không thể để cho bất cứ ai xưng bá và xâm phạm đến chủ quyền của các quốc gia khác.*” (Không để âm mưu thành hiện thực của Lê Thanh Phong – Thứ Sáu, ngày 10.6.2014, *Báo Tuổi trẻ*). Với mưu đồ Đường lưỡi bò của Trung Quốc, bài xã luận *Xuyên tạc sự thật và hăm dọa dân tộc Việt Nam* đăng trên *Báo Đại Đoàn Kết* ra ngày 22/11/2015 đã đi đến kết luận: “*Thật đáng tiếc, trong hai chục năm qua đã phải bỏ ra biết bao công sức mới khép lại được quá khứ bất hạnh, tạo dựng được mối quan hệ hợp tác mới, thế mà hành vi quá khích của tàu Trung Quốc đã đẩy quan hệ hai nước giạt lùi! Ứng xử sao cho đúng là hai nước láng giềng hữu nghị, đó là mong mỏi chân thành của mỗi người Nam. Và chắc rằng đó cũng là ý nguyện của người dân Trung Quốc và khu vực cũng như cộng đồng quốc tế*”. Đó cũng là tiếng nói chính thức của Nhà nước và nhân dân Việt Nam về những diễn biến phức tạp trên biển Đông hiện nay.

Không chỉ dừng lại ở việc phổ biến quan điểm, các thông tin đối ngoại còn phản ánh thông tin sự kiện hàng ngày trong nhiều lĩnh vực khác nhau từ chính trị (sự kiện chính trị quan trọng trên thế giới, vấn đề dân chủ, nhân quyền, dân tộc, sắc tộc, tôn giáo), lĩnh vực xã hội, y tế, giáo dục (bình đẳng giới, phòng chống bệnh tật, bảo vệ môi trường), lĩnh vực văn hóa (đặc

trung văn hóa dân tộc, bảo tồn phát triển văn hóa) đến các lĩnh vực an ninh-quốc phòng (xung đột, chiến tranh, an ninh lương thực, an ninh năng lượng...)

Việc phản ánh thông tin theo sát định hướng và ngày càng có những bước tiến quan trọng cả về số lượng và chất lượng đã phần nào khẳng định được vị thế của loại hình báo in trong công tác thông tin đối ngoại của Việt Nam hiện nay. Tuy vậy, nhìn lại một chặng đường đã qua, so sánh với báo chí khu vực, riêng mảng thông tin đối ngoại trên báo in nước ta vẫn còn nhiều hạn chế, bất cập cần thay đổi. Những hạn chế đó là: *Thứ nhất*, các thông tin phản ánh còn chậm, còn có lỗ hổng về không gian và thời gian, phản ánh sự kiện, nhiều thông tin còn khô cứng, còn thiếu sự mềm dẻo. *Thứ hai*, chính sách đầu tư và quản lý báo chí còn nhiều vướng mắc. Công tác chỉ đạo và quản lý báo chí, xuất bản còn lỏng lẻo, thiếu sự phối hợp. *Thứ ba*, khuynh hướng thương mại hóa, chạy theo thị hiếu tầm thường, xa rời tôn chỉ, mục đích và đối tượng phục vụ đã làm cho nhiều nội dung chệch hướng. *Thứ tư* về nhân lực: đội ngũ phóng viên báo chí đối ngoại có nghiệp vụ giỏi còn thiếu và chưa được đào tạo bài bản, khả năng ngoại ngữ còn hạn chế, kiến thức quốc tế, về chính sách đối ngoại của nhiều phóng viên còn kém, kỹ năng nghiệp vụ chưa cao. *Thứ năm*, cơ sở vật chất, thiết bị còn thiếu thốn, lạc hậu, chưa đáp ứng được yêu cầu làm báo hiện đại.



Hình 2. Tỷ lệ nội dung thông tin đối ngoại được phản ánh trên một số tờ báo tại Việt Nam năm 2015

Bối cảnh quốc tế và trong nước tạo ra thời cơ lớn, đồng thời cũng đặt ra những thách thức hết sức gay gắt cho lĩnh vực thông tin nước ta. Chúng ta cần phát huy những ưu thế đó để khắc phục có hiệu quả những khuyết điểm, yếu kém, vượt qua khó khăn, thách thức, tranh thủ mọi thời cơ thuận lợi để xây dựng, phát triển thông tin Việt Nam thực sự là công cụ, vũ khí chỉ đạo, lãnh đạo của Đảng, là phương tiện thiết yếu trong đời sống xã hội.

Riêng đối với lĩnh vực thông tin đối ngoại cần thực hiện một số giải pháp như sau để nâng cao chất lượng TTĐN: a, Nâng cao sự lãnh đạo của Đảng đối với hoạt động truyền thông đại chúng trong công tác thông tin quốc tế. b, Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, phát huy vai trò tổ chức, quản lý nhà nước về hoạt động truyền thông đại chúng trong công tác thông tin quốc tế đối nội và đối ngoại. c, Nâng cao nhận thức về vai trò và tầm quan trọng của hoạt động

truyền thông đại chúng đối với các cấp, các ngành, các địa phương. d, Xây dựng một chiến lược thông tin quốc tế đối nội và đối ngoại ngắn hạn và dài hạn, một chương trình có mục tiêu cấp quốc gia theo các giai đoạn. e, Đổi mới cơ chế, tổ chức, phối hợp lực lượng làm công tác thông tin quốc tế. f, Đổi mới về nội dung và hình thức, hiện đại hóa phương tiện thông tin quốc tế đối ngoại.

Cụ thể về nội dung thông tin đối ngoại, cần làm rõ và xác định rõ *đối ngoại hóa* và *đối tượng hóa*. Đối ngoại hóa: là xác định cho được nội dung cần phản ánh ra nước ngoài hiện nay. Đó là đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước ta, những chủ trương quan trọng trên các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh, quốc phòng, chính sách đối ngoại, bác bỏ những thông tin sai lệch về Việt Nam, giới thiệu đất nước, con người, lịch sử của Việt Nam. Phải đảm bảo chất lượng thông tin, phản ánh đầy đủ chính xác và kịp thời các sự kiện, các diễn biến trong nước và quốc tế; góp phần cho cộng đồng thế giới hiểu rõ về Việt Nam, thúc đẩy quá trình hợp tác quốc tế theo xu hướng độc lập dân tộc, dân chủ, hòa bình, ổn định hợp tác cùng có lợi và tiến bộ xã hội. Đây là những chủ đề hấp dẫn đối với nhân dân thế giới, họ mong muốn có những số liệu, dữ liệu, muốn biết các vấn đề lý luận và thực tiễn đang đặt ra đối với Việt Nam.

Đối tượng hóa là xác định rõ nội dung thông tin cho từng khu vực, từng đối tượng ở nước ngoài, tránh việc đưa ra những sản phẩm thông tin như nhau cho tất cả mọi khu vực trên thế giới. Đối tượng của thông tin đối ngoại cực kỳ đa dạng và có những yêu cầu, “*gu*” tiếp nhận thông tin khác nhau. Nếu khi làm công tác thông tin đối ngoại mà không chú đến đặc điểm của từng nhóm đối tượng thì hiệu quả của thông tin, tuyên truyền sẽ không cao, đôi khi lại có tác dụng ngược lại.

Cùng một nội dung đổi mới, nhưng cách trình bày cho từng đối tượng phải khác nhau. Ví dụ đối với Mỹ, sau khi thiết lập quan hệ ngoại giao, thông tin đối ngoại của ta cần hướng vào các quan hệ hữu nghị, hợp tác làm ăn giữa hai nước, giải quyết những vấn đề tồn tại giữa hai bên trên nguyên tắc bình đẳng, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau. Đối với các nước láng giềng Đông Nam Á, công tác thông tin đối ngoại cần tiến hành với tinh thần “*khép lại quá khứ, hướng tới tương lai*” để cùng các nước ASEAN xây dựng một khu vực Đông Nam Á cùng hòa bình, hữu nghị, hợp tác và phát triển. Với khu vực châu Âu, các nước thuộc Liên Xô trước đây, chúng ta cần có những sách lược thông tin phù hợp vì hiện nay các nước này đã nối lại các mối quan hệ, viện trợ và hợp tác với Việt Nam. Một trong những vấn đề quan tâm hiện nay là vấn đề nhân quyền và dân chủ, vấn đề không chấp nhận đa nguyên, đa đảng và chính trị, mặc dù ta áp dụng kinh tế thị trường.

Đối với Việt kiều, ngoài việc thông tin những thành tựu đổi mới của đất nước thì cần tuyên truyền và giải thích về những luật lệ mới ban hành trong nước có liên qua đến họ. Đồng thời, phải đấu tranh chống lại quan điểm sai trái trong sách báo của người Việt Nam phản động, chống thâm nhập văn hóa phản động trong nước.

Về hình thức thông tin, khi nội dung thông tin đối ngoại bị thay đổi thì hình thức thể hiện cũng thay đổi. Đó là một quy luật tất yếu để nâng cao hiệu quả của thông tin, tuyên truyền.

Các tin bài trên các báo phải hấp dẫn, thu hút công chúng và tác động sâu sắc đến tâm lý và tình cảm của mỗi loại đối tượng. Các sản phẩm của truyền thông quốc tế phải được trình bày, thể hiện với sức thuyết phục cao, định hướng nhận thức đúng đắn và hành động tích cực có lợi cho uy tín và vị thế Việt Nam trên trường quốc tế, cần phải có chất lượng tốt, hình thức đẹp thì mới thu hút được thính giả, độc giả nước ngoài.

Tuy có nhiều thay đổi tích cực và đã đạt được những thành tựu lớn, song với xu thế phát triển và sự cạnh tranh mạnh mẽ của các loại hình thông tin khác, để công tác đối ngoại, thông tin đối ngoại của báo in ngày một hoàn thiện và phát triển hơn cần:

Một là, đổi mới và tăng cường sự lãnh đạo, quản lý công tác báo chí, xuất bản, đặc biệt là báo chí đối ngoại. Trong lĩnh vực báo chí, truyền thông đối ngoại cũng cần phải tăng cường sự lãnh đạo, quản lý báo chí đối ngoại, sự phối hợp chặt chẽ giữa các tổ chức Đảng và cơ quan quản lý nhà nước, giữa trung ương và địa phương, giữa các ban ngành chức năng.

Hai là, cần tăng cường hơn nữa ngân sách, trang bị phương tiện hiện đại cho báo chí, xuất bản, thực hiện công tác thông tin, tuyên truyền. Trong tình hình bùng nổ thông tin hiện nay và để cạnh tranh lành mạnh với với các phương tiện truyền thông đại chúng khác, việc nâng cao chất lượng tin bài là yếu tố sống còn. Bởi vậy cần cải tiến mạnh mẽ theo hướng tăng thời lượng, mở rộng nội dung và đối tượng thông tin, tuyên truyền, nâng cao chất lượng và hiệu quả, đáp ứng nhu cầu thông tin càng tăng của độc giả. Cần mở thêm các báo đưa thông tin thâm nhập vào địa bàn Mỹ, Australia, Tây Âu.

Ba là, trong điều kiện mở rộng giao lưu, phát triển kinh tế thị trường, cần tăng cường chỉ đạo quản lý công tác xuất và nhập các sách báo và các ấn phẩm văn hóa, đảm bảo để có những sản phẩm có nội dung lành mạnh, giải trí văn hóa cao. Đồng thời không thể bỏ qua khâu giám sát, định hướng cho hoạt động báo chí ra nước ngoài: nội dung, hình thức phải phù hợp với mục đích, yêu cầu của tuyên truyền thông tin đối ngoại, giữ được bản sắc, cốt cách của văn hóa dân tộc.

Bốn là, một nhân tố hết sức quan trọng cần quan tâm cải thiện là nâng cao năng lực của những người làm báo. Người làm báo đối ngoại phải có kiến thức, có trình độ ngoại ngữ, nắm bắt được những đặc trưng văn hóa của các dân tộc và luật pháp quốc tế, biết chọn lọc những nội dung phù hợp.

Năm là, tìm hiểu nhu cầu và sở thích của độc giả là đối tượng người nước ngoài và người Việt Nam ở nước ngoài để có những sản phẩm mà độc giả yêu thích. Cần đối tượng hóa theo các nhóm tuổi và trình độ nhận thức khác nhau.

3. KẾT LUẬN

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và toàn cầu hóa, công tác thông tin đối ngoại ngày càng trở nên quan trọng đối với các quốc gia trên thế giới. Đây được coi là vấn đề quan trọng

nhằm quảng bá những giá trị tốt đẹp, những lợi thế vốn có, đồng thời nâng cao vị thế, vai trò của quốc gia trên trường quốc tế. Vai trò của truyền thông nói chung, báo in nói riêng là hết sức quan trọng. Về nội dung, công tác thông tin đối ngoại trên báo in đã có những bước chuyển tích cực. Các nội dung thông tin, bài viết được thay đổi, phù hợp với xu thế tiếp nhận thông tin của công chúng thế giới. Nhiều bài viết trên báo in không chỉ góp phần quan trọng vào thành công của sự nghiệp đổi mới của dân tộc, mà còn góp phần không nhỏ vào việc tuyên truyền đối ngoại, góp phần tăng cường quan hệ hữu nghị giữa nước ta với các quốc gia, dân tộc trên thế giới, nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế. Về phương thức và hình thức, các sản phẩm báo in đã có những thay đổi đáng kể, hoàn thiện về từ ngữ, hình ảnh, ngày càng đáp ứng nhu cầu của người đọc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Lê Thanh Bình (2015). *Báo chí và thông tin đối ngoại*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [2]. Hoàng Đình Cúc, Đức Dũng (2007). *Những vấn đề của báo chí hiện đại*, NXB Lý luận Chính trị, Hà Nội.
- [3]. Đỗ Xuân Hà (1996). *Báo chí với thông tin quốc tế*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
- [4]. Đỗ Đức Lai (2005). *Ảnh hưởng của các phương tiện thông tin đại chúng hiện đại đến đời sống xã hội*, NXB Văn hóa – Thông tin, Hà Nội.
- [5]. Hoàng Phê (2000). *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, Đà Nẵng.
- [6]. Philippe Breton và Serge Proulx (1996). *Bùng nổ truyền thông, sự ra đời một ý thức hệ mới*, Nxb Văn hoá – Thông tin, Hà Nội.
- [7]. Dương Văn Quảng (2002). *Báo chí ngoại giao*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
- [8]. Phạm Minh Sơn và Nguyễn Thị Quế (2009). *Truyền thông đại chúng trong công tác thông tin đối ngoại của Việt Nam hiện nay*, Nxb Chính trị - Hành chính, Hà Nội.
- [9]. Phạm Minh Sơn (2010). *Bài giảng chuyên đề Báo chí và thông tin quốc tế*, Cao học Báo chí, Thành phố Hồ Chí Minh.
- [10]. *Quy chế quản lý nhà nước về thông tin đối ngoại*, Ban hành kèm theo Quyết định số 79/2010/QĐ – TTg ngày 30/11/2010.

NEWSPAPER IN THE WORK OF EXTERNAL INFORMATION OF VIET NAM TODAY

Ho Thi Dieu Trang

Department of Journalism and Communication, Hue University College of Sciences

Email: dieutrang85@gmail.com

ABSTRACT

External information is an important piece of contents that is indispensable for the press in Vietnam in general and newspaper in particular. The external information is often put into many newspapers and columns, of Vietnam's journalism and this content is reflected abundantly, with multiple channels and different sources. External information has a very high proportion of the content in newspaper and played a very important role for the national foreign affairs. Selecting and posting the content will bring values to propaganda, introduction, advertisement and external relations of Government. The article shows the reflected current situation, the advantages and disadvantages towards improving the external information in Vietnam's newspaper today.

Keywords: *External information, foreign, press.*