TRUYỀN THÔNG DU LỊCH

GẮN VỚI BẢO VỆ CHỦ QUYỀN BIỂN ĐẢO, PHÁT TRIỂN KINH TẾ BIỂN VIỆT NAM

PGS.TS. LÊ THANH BÌNH
GVCC Học viện Ngoại giao

ĐẶT VẤN ĐỀ

Việt Nam nằm sát Biển Đông, nền kinh tế biển, ven biển, kinh tế biển đảo của nước ta ngày càng được chú trọng, là vấn đề chiến lược quan trọng, mang tính sống còn, nhất là tình hình đang đòi hỏi phải có những đối sách phù hợp với bối cảnh nhiều nước lớn trên thế giới đều có quan hệ về quyền lợi hoặc có mối quan tâm riêng tại vùng biển này. Du lịch Việt Nam được xác định là ngành kinh tế trọng điểm và nhằm thúc đẩy du lịch đi lên phải tiến hành truyền thông du lịch bài bản, phối hợp tốt với các lĩnh vực cần thiết khác. Từ câu chuyện có nước lớn đặt tên vùng biển, đảo thành quận huyện của họ, đến việc đưa dân họ đi du lịch đến Hoàng Sa, Trường Sa, gây tranh chấp biển đảo với nước ta và hoạt động thúc đẩy "sức mạnh mềm" nước họ, một vấn đề đặt ra là cần nghiên cứu sử dụng du lịch, truyền thông theo quan điểm liên ngành, xuyên ngành để góp phần cho chiến lược tổng thể ứng phó với các nước khác có lợi ích ở Biển Đông. Trong suốt những năm qua, đối với những địa phương có biển, Đảng và Nhà nước ta luôn coi trọng phát triển ngành du lịch gắn với kinh tế biển. Vì thế, trong giai đoạn mới cần phải quan tâm việc gia tăng gắn kết truyền thông với kinh tế biển, du lịch và an ninh môi trường kinh tế - văn hóa xung quanh một cách bền vững đối với các địa phương có thế mạnh ven biển như Đà Nẵng, Quảng Ninh, Khánh Hòa... và các địa phương khác, để nhằm nâng cao nhận thức của người dân về giá trị kinh tế biển đảo cũng như về quốc phòng, an ninh môi trường kinh tế - văn hóa, tài nguyên môi trường, bảo vệ chủ quyền biển đảo nước ta.

Hải đăng Tiên Nữ nằm trên đảo Tiên Nữ thuộc quần đảo Trường Sa, huyện Trường Sa, tỉnh Khánh Hòa

Truyền thông du lịch biển cần gắn với phát triển bền vững

Phát triển bền vững[1] là khả năng duy trì sự phát triển thường xuyên và lâu dài, gồm các mục tiêu chính: phát triển kinh tế, gìn giữ môi trường sinh thái, và tiến bộ văn hóa - xã hội, trong đó, con người là đối tượng trọng tâm, xuyên suốt. Nói cách khác, đó là sự phát triển toàn diện trên một tầm nhìn xa, xuyên các thế hệ, liên quan cả chính trị, kinh tế, văn hóa, môi trường. Ngược lại, sự phát triển kém bền vững chỉ đạt được một vài mục tiêu tăng trưởng mang tính nhất thời, phiến diện sẽ gây tổn hại cho tương lai, kéo lùi chính bản thân sự phát triển. Du lịch biển đảo trước tiên là lĩnh vực phải gắn với phát triển bền vững, gắn với giữ gìn môi trường biển đảo sạch đẹp, an toàn...

Nhưng một quốc gia muốn yên tâm phát triển bền vững, tổ chức ngành du lịch nói chung và du lịch tại vùng biển đảo nói riêng cần phải bảo vệ được lãnh thổ đất liền, trên biển và chủ quyền của mình, chung sống hòa bình với quốc gia láng giềng và dĩ nhiên trong chuỗi các nhiệm vụ trọng đại này vai trò truyền thông đại chúng là không nhỏ, dù chỉ mới xét ở vị trí xúc tác, kết nối, trung gian, phổ biến, giải thích, phản hồi thông tin, xúc tiến du lịch, quản trị môi trường - xã hội.

Như vậy, truyền thông du lịch về biển đảo một đất nước muốn gắn với phát triển bền vững và phục vụ phát triển bền vững thì bên cạnh việc gia tăng việc nâng cao giá trị thương hiệu; hình ảnh quốc gia, văn hóa, con người quốc gia chủ thể; tăng cường nhận thức của người dân về giá trị kinh tế, phải quan tâm và gắn với an ninh chủ quyền, trật tự xã hội, bảo vệ môi trường; an ninh văn hóa bản địa. Khi truyền thông nhằm thay đổi nhận thức người dân trong phát triển kinh tế biển phải giáo dục tinh thần tự giác, trách nhiệm công dân, quyền lợi, nghĩa vụ của họ đối với các ngành nghề (kể cả du lịch) và dự báo đầy đủ những hiểm họa của những tác động xấu đến môi trường xã hội và cả tài nguyên môi trường tự nhiên.

Truyền thông du lịch biển đảo cần chú trọng đề tài tiềm năng, lợi thế, chủ quyền hợp pháp

Sách báo và các phương tiện truyền thông đại chúng Việt Nam khác đã quảng bá thường xuyên về Tiềm năng, lợi thế, chủ quyền hợp pháp về biển đảo nước ta và nhấn mạnh: Phát triển kinh tế biển - con đường tất yếu, lâu dài của quốc gia tiếp giáp biển. Ngoài sách báo (kể cả báo điện tử), phát thanh, truyền hình... phát tin, bài, chương trình, còn có hình thức truyền thông khác, ví dụ như phim tài liệu. *"Chỉ riêng 2 năm 2013-2014 có 28 bộ phim tài liệu sinh động phản ánh các đề tài đa dạng về biển đảo phát trên sóng VTV1 và VTV3... Đó là các phim Ngư phủ nơi đảo xa, Cắm cờ Tổ quốc trên Biển Đông, Vươn Khơi, Liệt sĩ Gạc Ma, Tổ quốc, nơi đầu sóng ngọn gió, Cảnh sát biển Việt Nam, Đảo Lý Sơn, Trường Sa, Hoàng Sa: Nơi ghi dấu hồn thiêng đất Việt"*[2]...v.v..

Việt Nam là một trong những nước nhiều lợi thế về biển, *"có 1 triệu km² vùng biển kinh tế đặc quyền rộng gấp 3 lần diện tích đất liền, có vị trí địa chính trị hết sức quan trọng với hơn 3.000 hòn đảo có vị trí địa lý thuận lợi nằm trên đường hàng hải quốc tế, có cảng biển sâu, có điều kiện để phát triển hàng hải, hàng không, du lịch biển, đánh bắt, nuôi trồng thủy hải sản...."*[3], *"Với bờ biển dài trên 3.260km trải dài từ Bắc xuống Nam, Việt Nam đứng thứ 27/157 quốc gia ven biển, các quốc đảo và các vùng lãnh thổ trên thế giới. Trong 63 tỉnh, thành phố của cả nước, có 28 tỉnh, thành phố có biển (trong đó có 10 tỉnh và thành phố có hải đảo, quần đảo) với tổng diện tích 208.560km² chiếm 41% diện tích cả nước và 41, 2 triệu dân chiếm gần một nửa dân số Việt Nam. Kinh tế biển và các ngành kinh tế có liên quan đến biển đóng góp rất lớn vào nền kinh tế đất nước"*[4], Về nguồn lợi hải sản và tính đa dạng sinh học: trên vùng biển Việt Nam đã phát hiện được khoảng 11.000 loài sinh vật cư trú trong hơn 20 kiểu hệ sinh thái điển hình, thuộc 6 vùng đa dạng sinh học biển khác nhau. Ngoài ra, còn phát hiện khoảng 1.300 loài trên các hải đảo. Đa dạng sinh học biển và các hệ sinh thái đã cung cấp nguồn lợi hải sản to lớn cho nền kinh tế. Năm 2015, sản lượng thủy sản khai thác của cả nước đạt trên 3,1 triệu tấn; trong năm 2019, con số này đạt trên 3,3 triệu tấn.

Về khoáng sản, biển Việt Nam có khoảng 35 loại hình khoáng sản có quy mô trữ lượng khai thác khác nhau. Trong đó, dầu khí là tài nguyên lớn nhất ở thềm lục địa nước ta có tầm chiến lược quan trọng. Ngành dầu khí Việt Nam nhiều năm qua đã đạt mốc khai thác hàng trăm triệu tấn dầu thô. Ngoài ra, biển Việt Nam còn có tiềm năng băng cháy - loại hình tài nguyên mới của thế giới; vùng ven biển còn chứa đựng tiềm năng to lớn về quặng sa khoáng như titan, zircon, thiếc, vàng, sắt, mangan, thạch cao, đất hiếm...

Một lợi thế quan trọng khác là vùng biển Việt Nam thuộc Biển Đông - một trong những con đường giao thương hàng hải quốc tế nhộn nhịp nhất trên thế giới, nối liền Ấn Độ Dương và Thái Bình Dương, biển Đông còn là cửa ngõ và tuyến phòng thủ trọng yếu phía Đông của nước ta. Bờ biển mở ra cả 3 hướng Đông, Nam và Tây Nam nên rất thuận lợi cho việc giao lưu thương mại quốc tế và hội nhập kinh tế biển. Theo báo cáo của Tổng cục Biển và Hải đảo Việt Nam, bờ biển nước ta có 10 điểm có thể xây dựng cảng biển nước sâu và nhiều điểm cảng trung bình với tổng sản lượng hàng hóa vận chuyển đạt 50 triệu tấn/năm. Đến nay, Việt Nam đã ký hiệp định hàng hải thương mại với 26 quốc gia. Việt Nam đã phát triển được 30 cảng biển với 166 bến cảng, 350 cầu cảng với tổng chiều dài khoảng 45.000m; xây dựng 18 khu kinh tế ven biển... Mặt khác, vùng biển rộng lớn với nhiều đảo cũng là không gian trọng yếu để bảo đảm an ninh - quốc phòng.

Rõ ràng, nước ta có tiềm năng phát triển kinh tế biển vô cùng to lớn về nhiều mặt. Thời gian qua, kinh tế biển có những đóng góp quan trọng cho nền kinh tế đất nước (năm 2019 kinh tế biển chiếm khoảng hơn 50% tổng GDP cả nước, thuần biển đạt khoảng 15%), nhưng quy mô phát triển chưa tương xứng với tiềm năng và "nguồn vốn tự nhiên" của tài nguyên biển đang bị cạn kiệt, ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường biển ở mức báo động. Việc kết nối giữa du lịch, truyền thông phát triển với bảo vệ chủ quyền còn cần từng bước hoàn thiện hơn nữa để đáp ứng tình hình hiện nay và sắp tới.

Phát triển kinh tế du lịch biển đảo - một chủ đề lớn của truyền thông

Du lịch biển đảo ngày càng trở thành một xu hướng và động lực mới, với nhiều tiềm năng ở Việt Nam. Thực tế cũng cho thấy, với lượng khách đến tăng nhiều trong những năm qua và luôn chiếm khoảng 70% tổng khách du lịch cả nước, du lịch biển đảo hiện đang là loại hình du lịch chủ đạo, góp phần quan trọng đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam.

Việt Nam có nhiều tiềm năng về du lịch biển đảo khi sở hữu đường bờ biển dài hơn 3.260 km và hơn 3.000 hòn đảo, với những bờ cát trắng, vịnh biển hoang sơ, những hòn đảo nhiệt đới quanh năm tươi tốt... Việt Nam đứng thứ 27 trong số 156 quốc gia có biển trên thế giới và là nước có diện tích ven biển lớn ở khu vực Đông Nam Á. Và có tới 125 bãi biển mà hầu hết là các bãi tắm đẹp, trong đó bãi biển Đà Nẵng đã được tạp chí Forbes bầu chọn là 1 trong 6 bãi tắm quyến rũ nhất hành tinh. Việt Nam cũng là 1 trong 12 quốc gia có các vịnh đẹp nhất thế giới là Vịnh Hạ Long, Vịnh Nha Trang.

Về mặt hành chính, 28 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương là các địa phương có biển, với diện tích tự nhiên là 126.747 km2, dân số (năm 2019) là hơn 37,2 triệu người, bằng 38,2% diện tích tự nhiên và hơn 41% dân số cả nước.

Bên cạnh đó, lãnh thổ vùng đất ven biển, vùng biển và hệ thống các đảo, nơi diễn ra du lịch biển đảo và vùng ven biển tập trung tới 7/13 di sản thế giới ở Việt Nam; 6/8 các khu dự trữ sinh quyển; nhiều vườn quốc gia, các khu bảo tồn thiên nhiên...

Ngoài ra, từ bao đời nay, biển đảo không chỉ là nơi cung cấp nguồn sống, mà còn là không gian để cộng đồng người Việt tạo lập nên một nền văn hóa biển đảo, với những di sản văn hóa đặc sắc. Đó là hệ thống di tích lịch sử - văn hóa liên quan đến môi trường biển, hệ thống thần linh biển, những bậc tiền bối có công trong công cuộc chinh phục biển, xác lập và thực thi chủ quyền quốc gia trên biển...; các lễ hội dân gian của cư dân miền biển; tín ngưỡng, phong tục tập quán liên quan đến biển; văn hóa sinh kế, văn hóa cư trú, văn hóa ẩm thực, diễn xướng dân gian, tri thức bản địa... Đây chính là nguồn tài nguyên giàu có để phát triển du lịch biển đảo bền vững, đồng thời là các "cốt truyện" lý thú để người làm truyền thông, nhà báo, nhà làm phim thả sức sáng tạo về chủ đề, nội dung trong các tác phẩm của mình, trong các hoạt động truyền thông đa dạng để quảng bá cho du lịch và lồng ghép với các lĩnh vực cần thiết khác.

Số liệu thống kê cho thấy[5], hoạt động du lịch trong năm 2018 của Việt Nam đạt được kết quả ấn tượng với số khách du lịch quốc tế đến đạt mức kỷ lục 15,5 triệu lượt, tăng 19,9% so với năm trước đó. Việt Nam đang hy vọng dịch COVID-19 sớm chấm dứt vào cuối năm 2021 - đầu 2022 để triển khai các kế hoạch phục hồi kinh tế, kể cả du lịch biển, ven biển trong giai đoạn mới. Với bối cảnh toàn cầu hóa, Cách mạng công nghiệp 4.0 ngày nay, những lĩnh vực liên - đa ngành như truyền thông du lịch biển đảo rất cần phải kiện toàn các khâu kỹ thuật như số hóa, lưu trữ và xử lý dữ liệu lớn (Big Data), in ấn hiện đại; tích hợp các công nghệ truyền phát hình ảnh tĩnh, động; phim ảnh, đồ họa chuyên biệt; kết hợp các phương tiện truyền thông truyền thống với Internet, mạng xã hội, truyền thông đa phương tiện với các nhà quản lý du lịch, nhà truyền thông, nhà quản trị chuyên về biển đảo... có trình độ, phẩm chất đáp ứng yêu cầu để hoàn thành nhiệm vụ của mình trong giai đoạn phát triển mới của đất nước.

---

1 *Nguyễn Đức Khiển, 2003. Con người và vấn đề phát triển bền vững ở Việt Nam. Nxb Lao động - Xã hội.*

2 *Dương Xuân Sơn, Báo chí với vấn đề Biển đảo và duyên hải Việt Nam (2016), NXB Đại học quốc gia, Tr. 243.*

3 *Baotintuc.vn. (2020). Biển, đảo Việt Nam: Tiềm năng và lợi thế. [online] Available at: https://baotintuc.vn /kinh-te-bien-dao/bien-dao-viet-nam-tiem-nang-va-loi-the-20160817110709234.htm [Accessed 15 Feb. 2020].*

4 *Dương Xuân Sơn, Báo chí với vấn đề Biển đảo và duyên hải Việt Nam (2016), NXB Đại học quốc gia, Tr. 11.*

5 *[online] Available at: https://theleader.vn/giai-bai-toan-truyen-thong-cua-nganh-du-lich-viet-1548090868173.htm [Accessed 14 Feb. 2020].*

Đảo Sinh Tồn, xã Sinh Tồn, huyện Trường Sa, tỉnh Khánh Hòa. *Ảnh: Trọng Thiết*

Truyền thông cần chú trọng đặc biệt chủ đề: Tăng cường an ninh chủ quyền biển đảo Việt Nam

Hiện nay, khu vực Biển Đông có thể quy thành những vấn đề cốt lõi gồm 3 vòng tròn đồng tâm được xác định gồm các vòng: Vòng ngoài cùng là cạnh tranh chiến lược và tập hợp lực lượng giữa các nước lớn; Vòng tiếp ở giữa là vấn đề an ninh khu vực giữa Trung Quốc và ASEAN; Vòng trong cùng là tranh chấp lãnh thổ giữa Trung Quốc và một số nước trong khu vực, đồng thời tồn tại tranh chấp giữa các nước ASEAN có sự chồng lấn quyền chủ quyền trên Biển Đông. Tại khu vực thuộc chủ quyền của mình trên Biển Đông hiện nay, Việt Nam đã xây dựng cụm bảy khu vực nhà giàn[6], mỗi nhà giàn là một Trạm Dịch vụ Kinh tế - Khoa học kỹ thuật (DVKT-KHKT), giao Lữ đoàn 171 thuộc Vùng 2 Hải quân quản lý. Đó là 7 bãi cạn: Tư Chính, Phúc Tần, Ba Kè, Phúc Nguyên, Huyền Trân, Quế Đường, Cà Mau. Sự phân vùng hải quân đảm trách đó đã góp phần nâng cao an ninh môi trường biển, đồng thời gia tăng hiệu quả về nhiều mặt, trước mắt là kinh tế, an ninh quốc phòng.

Nhằm bảo vệ chủ quyền, cảnh giác với với những âm mưu, thế lực mưu toan xâm phạm chủ quyền, lãnh hải Việt Nam, Đảng và Nhà nước ta đề ra chủ trương tiếp tục xây dựng lực lượng, tổ chức điều chỉnh, bố trí và triển khai thế trận quốc phòng - an ninh, kết hợp phát triển kinh tế - xã hội trên vùng biển, đảo một cách hợp lý. Kết hợp chặt chẽ giữa thúc đẩy nhanh quá trình dân sự hóa trên biển với xây dựng thế trận quốc phòng - an ninh, thế trận lòng dân trên biển vững mạnh, đủ khả năng bảo vệ chủ quyền quốc gia trên biển. Dân sự hóa các vùng biển, đảo vừa là cơ sở để khai thác có hiệu quả các nguồn tài nguyên trên biển, vừa là tiền đề để xây dựng, củng cố và phát huy lực lượng tại chỗ phục vụ chiến lược quốc phòng – an ninh trên biển, như Chiến lược biển Việt Nam đến năm 2020 đã ghi rõ: *"Thực hiện quá trình dân sự hóa trên biển, đảo gắn với tổ chức dân cư, tổ chức sản xuất và khai thác biển. Có chính sách đặc biệt để khuyến khích mạnh mẽ nhân dân ra định cư ổn định và làm ăn dài ngày trên biển; thí điểm xây dựng các khu quốc phòng - kinh tế tại các đảo, quần đảo Trường Sa, vùng biển, đảo của Tổ quốc"*. Nghị quyết Hội nghị lần 8 BCHTW Đảng khóa XII cụ thể hóa thêm với "Chiến lược phát triển bền vững Kinh tế Biển Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045". Đây là các chủ trương chiến lược có ý nghĩa rất quan trọng đối với sự nghiệp bảo vệ chủ quyền biển, đảo của đất nước. Chủ trương này đã và đang được hiện thực hóa, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế biển đi đôi với bảo đảm quốc phòng - an ninh, bảo vệ vững chắc chủ quyền của Việt Nam trên biển.

Bên cạnh đó là chú trọng đẩy mạnh công tác truyền thông về phát triển kinh tế gắn với bảo vệ vững chắc chủ quyền biển, đảo, giữ vững môi trường hòa bình ổn định để xây dựng đất nước. Đây là một nhiệm vụ quan trọng, thường xuyên của cả hệ thống chính trị, nhằm tạo nên sự thống nhất cao trong cán bộ, Đảng viên và các tầng lớp nhân dân về mục tiêu chiến lược biển, đảo đến năm 2020, tạo tiền đề để thực hiện các mục tiêu thúc đẩy kinh tế biển sau năm 2020 trên tất cả các lĩnh vực kinh tế - xã hội, chiến lược quốc phòng - an ninh, đối ngoại, khoa học - công nghệ liên quan biển đảo; xây dựng kết cấu hạ tầng biển, kết hợp bảo vệ và khai thác tài nguyên, môi trường biển đảo hợp lý, lâu dài. Những vấn đề quan trọng về chủ quyền cần được xây dựng thành khung nhận thức cơ bản phổ biến cho không chỉ các ngành chức năng, công chúng mà phải tập huấn thường xuyên để các nhà báo, nhà truyền thông nắm vững, chủ động tác nghiệp bằng chuyên môn của mình.

LỒNG GHÉP, KẾT HỢP TRUYỀN THÔNG DU LỊCH BIỂN VỚI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG VÀ BẢO VỆ CHỦ QUYỀN BIỂN ĐẢO

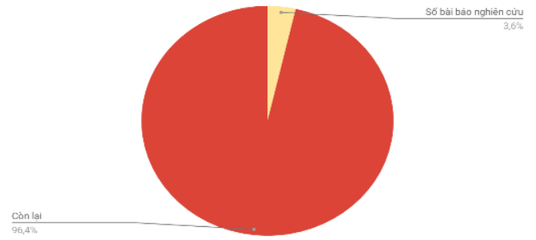
Thành tựu

Trước những tiềm lực về biển, truyền thông du lịch Việt Nam đã có sự gắn kết mật thiết với tất cả yếu tố: kinh tế biển, du lịch biển đảo, an ninh môi trường kinh tế - văn hóa, tài nguyên - môi trường biển đảo, để phục vụ phát triển bền vững bằng cách gia tăng quảng bá thông tin bằng các phương tiện truyền thông như báo chí, phim ảnh, các chương trình TV, phát thanh, sự kiện, hội thảo,...

Về lĩnh vực báo chí, khi khảo sát một số đầu báo lớn, thông dụng của Việt Nam như VnExpress, Báo Mới,..... thì rõ ràng vấn đề này thuộc top những vấn đề nhận được nhiều sự quan tâm của công chúng.

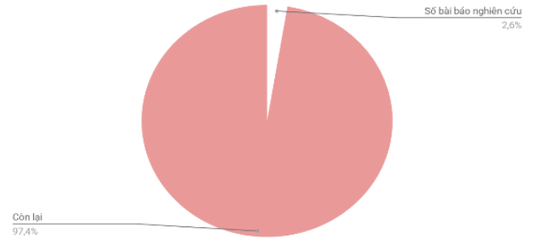
Với báo VnExpress, khảo sát tỉ lệ trung bình trong vòng 24h của năm 2020, tổng số bài báo được đăng là khoảng 500 trên tổng số 15 chuyên mục, trong đó các bài báo có hagtag #Kinh tế biển, Du lịch biển, An ninh biển chiếm 18 bài, cụ thể Kinh tế biển 9 bài, Du lịch biển 5 bài và An ninh biển 4 bài. Rõ ràng rằng với tổng số trung bình 500 bài báo trên tổng số 15 chuyên mục, mỗi chuyên mục chiếm 6,6% số bài, riêng lĩnh vực liên quan đến kinh tế biển, du lịch, an ninh môi trường biển đảo chiếm trung bình 3,6% tổng số bài. Báo VnExpress là báo tiếng Việt được nhiều người đọc nhất, chính vì thế, có thể khẳng định hiệu quả tuyên truyền thông qua báo chí là cao và tiếp cận được tới nhận thức của một bộ phận công chúng nhất định.

Số bài báo về kinh tế biển, du lịch và an ninh kinh tế- văn hóa biển trên trang VnExpress



Với trang Báo Mới, cũng khảo sát dựa trên 3 yếu tố trên, cũng với lượt lên tin trung bình khoảng 500 bài trong vòng 24h năm 2020, tổng số bài liên quan đến các lĩnh vực kinh tế biển, du lịch biển, an ninh môi trường kinh tế - xã hội trung bình chiếm 13 bài, chiếm 2,6% tổng số bài.

Số bài báo về kinh tế biển, du lịch, an ninh kinh tế - văn hóa biển trên trang Báo Mới



Với những số liệu trung bình khảo sát có thể thấy rằng, truyền thông nói chung, báo chí nói riêng vẫn đang nỗ lực gắn kết các lĩnh vực kinh tế biển đảo, du lịch, an ninh môi trường kinh tế - văn hóa để có thể phục vụ phát triển bền vững.

Bên cạnh vai trò của truyền thông báo chí, các địa phương ven biển cũng có những hình thức truyền thông rất sáng tạo để truyền thông cho người dân, ngư dân. Đảng, Nhà nước và địa phương cũng đã tổ chức các hình thức truyền thông trực tiếp tới người dân, không chỉ ở mặt sách, báo mà còn tổ chức những buổi gặp gỡ để nói chuyện, tương tác với ngư dân về pháp luật, chủ quyền biển đảo, khai thác - gìn giữ tài nguyên, môi trường biển đảo. Ví dụ tại buổi giao lưu giữa Ban Dân vận Tỉnh ủy Quảng Ngãi, Bộ Chỉ huy BĐBP Quảng Ngãi, Bộ Tư lệnh Vùng Cảnh sát biển 2 với ngư dân tại huyện đảo Lý Sơn[7]. Tại buổi gặp gỡ, các đơn vị đã cấp phát các loại

6 *Ban Tuyên giáo Trung ương [Việt Nam] (2013). 100 câu hỏi-đáp về biển, đảo dành cho tuổi trẻ Việt Nam. Hà Nội: Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông. tr. 141–43.*

7 *Bienphong.com.vn. (2020). Tuyên truyền, phổ biến pháp luật về biển, đảo cho ngư dân - Báo Biên phòng. [online] Available at: http://www.bienphong.com.vn/tuyen-truyen-pho-bien-phap-luat-ve-bien-dao-cho-ngu-dan/ [Accessed 15 Feb. 2020].*

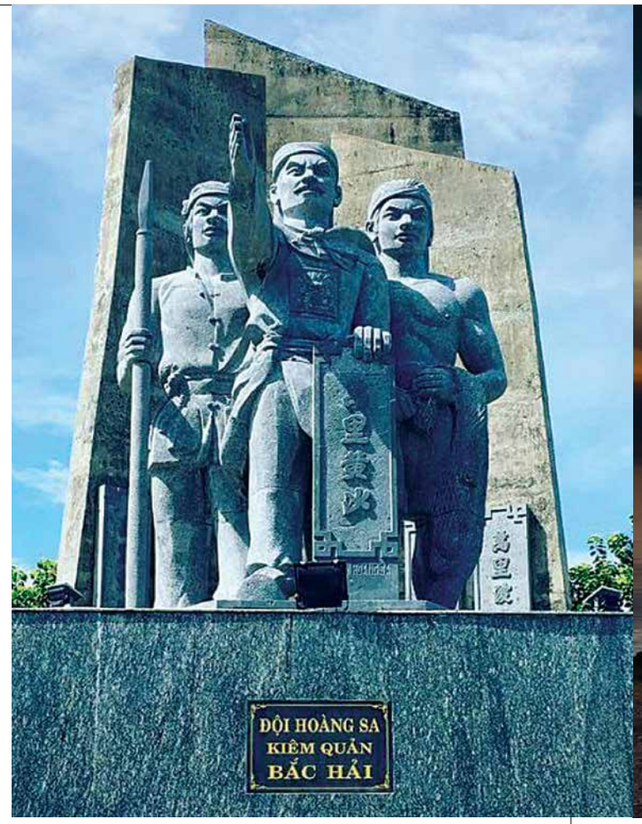
tờ rơi tìm hiểu về pháp luật, phổ biến các văn bản luật như: Luật Cảnh sát biển Việt Nam; Luật Biển Việt Nam; Nghị định số 71 năm 2015 của Chính phủ về hoạt động của người, phương tiện trong khu vực biên giới biển nước CHXHCN Việt Nam; Chỉ thị của Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Ngãi về thực hiện các biện pháp cấp bách để ngăn chặn tàu cá và ngư dân vi phạm vùng biển các nước khai thác hải sản trái phép; những chế tài xử phạt của nước ngoài đối với tàu cá ngư dân Việt Nam vi phạm vùng biển... Với cách truyền thông giao lưu trực tiếp như vậy, ngư dân đã nắm bắt cụ thể những quy định pháp luật về biển, quy định về đánh bắt trên biển và các vấn đề liên quan tài nguyên - môi trường biển đảo.

Không chỉ thế, các địa phương ven biển còn sáng tạo hình thức truyền thông về biển đảo thông qua hình thức truyền thông bằng sân khấu hóa để tiếp cận được tới đông đảo đối tượng người dân hơn. Vụ Văn hóa dân tộc, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ngãi tổ chức chương trình văn nghệ truyền thông tại các điểm tuyến biên giới, biển đảo năm 2018[8]. Chương trình được tổ chức theo hình thức sân khấu hóa do Trung tâm Văn hóa Quảng Ngãi phối hợp bộ đội biên phòng Quảng Ngãi tổ chức dàn dựng, biểu diễn. Thông qua những tác phẩm nghệ thuật, chương trình đã giúp nhân dân hiểu biết sâu sắc hơn về sự mất mát, hy sinh của những người chiến sĩ ngày đêm ở ngoài khơi xa đang vững chắc tay súng bảo vệ biên cương, bờ cõi của Tổ quốc. Đồng thời, động viên tinh thần nhân dân phấn khởi hăng say bám biển sản xuất làm giàu cho gia đình, phát triển kinh tế địa phương và tích cực tham gia bảo vệ chủ quyền biển, đảo Việt Nam...

Lực lượng truyền thông đã phối hợp khá chặt chẽ với các ngành chức năng kinh tế biển, du lịch, an ninh kinh tế - văn hóa, môi trường để thúc đẩy phát triển bền vững, vừa truyền phát các hình ảnh sinh động, hấp dẫn mà còn chú ý dùng thủ pháp văn nghệ sáng tạo, gần gũi với công chúng địa phương làm lan tỏa cả chiều rộng, chiều sâu và lồng ghép các lĩnh vực cốt lõi với nhau uyển chuyển.

Hạn chế

Cho đến nay nếu nhìn nhận nghiêm khắc và so với hoàn cảnh các quốc gia có biển đảo khác thì ở Việt Nam một số nơi, địa phương, ngành chức năng còn chưa chú ý đúng mức đến bảo vệ môi trường tự nhiên; chưa đẩy mạnh truyền thông về du lịch biển đảo, việc kết hợp truyền thông về chủ quyền biển đảo, bảo vệ tài nguyên, môi trường biển chưa đáp ứng tính lâu dài, bài bản.



Tượng đài đội Hoàng Sa kiêm quản Bắc Hải tại trung tâm huyện đảo Lý Sơn (Quảng Ngãi).

Về du lịch ngoài biện pháp hành chính - quản lý, chỉ đạo trong khi các cơ quan báo đài cần thường xuyên truyền thông về trách nhiệm xã hội ngoài thân thiện, lịch sự đối đãi du khách, đồng thời phải có biện pháp phòng ngừa du khách không tốt; lưu ý việc không được ưu tiên kinh tế mà chủ quan, lơ là về an ninh (đối tượng từ nước thù địch, nhóm người vô nghề nghiệp châu Phi, người từ nơi có ổ dịch đến, đối tượng phá bĩnh nhà hàng, gây bất ổn...), nhưng việc này có lúc, có nơi chưa đáp ứng yêu cầu thực tiễn. Một số đơn vị truyền thông vẫn chưa sử dụng nhuần nhuyễn các hình thức truyền thông phù hợp cho từng đối tượng người dân: ví dụ ngư dân cần được phát tài liệu sách có nội dung ngắn gọn dễ hiểu, nhiều hình vẽ; chưa phổ biến việc dùng thơ ca hò vè sinh động nói về các chủ đề: chủ quyền biển đảo, phòng chống cướp biển, kẻ địch xâm phạm quyền lợi ngư dân; cảnh báo ngư dân Việt Nam không được đánh bắt sai khu vực dễ bị EU phạt thẻ vàng; cư dân ven biển cần phối hợp với nhau và với tỉnh, địa phương, bộ đội, công an, nhà báo, hướng dẫn viên du lịch... những việc gì? Đối với dân ven biển ngoài phổ biến chính sách của Đảng và Nhà Nước, phải truyền thông về bảo vệ quyền lợi quốc gia (không cho du khách nước ngoài trốn thuế, chiếm riêng nhà hàng, nói xấu phong tục, văn hóa Việt); Việc dùng báo chí, phim tư liệu và hình thức sáng tạo khác chưa thường xuyên bài bản về hướng dẫn cách thức bảo vệ tài nguyên môi trường tự nhiên, di tích thắng cảnh, chuyển giao kinh nghiệm nước khác... Trong khi đó, đối với du khách cần có hướng dẫn, quy định bằng tiếng Anh ngoài giới thiệu thắng cảnh, nơi ăn uống, lễ hội, gồm cả quy định mức phạt và các hình thức chế tài. Đối với khu vực du lịch gần căn cứ địa điểm an ninh quân sự đất nước (Nha Trang, bán đảo Sơn Trà, Đà Nẵng, Cam Ranh...) phải có cảnh giới từ xa, dân được hướng dẫn, nếu có kẻ gian phải báo kịp thời... Đối với môi trường, tài nguyên biển đảo cần hướng dẫn, chế tài hợp lý để dân cư, du khách hiểu rõ việc không dùng lưới điện đánh bắt cạn kiệt thủy hải sản, không đánh bắt khi thủy cầm đang mùa sinh đẻ, không tàn phá các cảnh quan, môi trường san hô, thảm thực vật, rau tảo sinh sống, không xả rác, bỏ rác nhựa, chất thải xuống biển...

Biển đảo Lý Sơn.

Nghiên cứu trường hợp địa phương Đà Nẵng

Về mặt kinh tế biển, Đà Nẵng là một trong những thành phố cảng biển lớn nhất miền Trung nước ta, có đường bờ biển dài 30km. Thành phố cảng này có 2 cảng biển lớn là Tiên Sa và Sông Hàn, nằm ở trung độ nên thuận lợi cho mọi hoạt động giao thương buôn bán phát triển kinh tế. Bên cạnh đó, vùng biển Đà Nẵng là một nguồn tài nguyên biển nằm trong ngư trường trọng điểm của miền Trung, với trữ lượng nguồn lợi thủy sản khoảng 1.140.000 tấn, chiếm 43% tổng trữ lượng của cả nước, gồm trên 670 giống, loài, trong đó hải sản có giá trị kinh tế cao là 110 loài. Khu vực biển Nam Hải Vân – Bán đảo Sơn Trà có các hệ sinh thái với tính đa dạng sinh học cao như rạn san hô, thảm cỏ biển, rong biển và các chủng loại sinh vật quý, là tài sản phục vụ cho quá trình phát triển kinh tế xã hội.

Về mặt du lịch, Đà Nẵng có những khu du lịch sinh thái, du lịch tâm linh nổi tiếng, những khu nghỉ dưỡng, khách

8 *Bienphong.com.vn. (2020). Quảng Ngãi: Tuyên truyền biên giới, biển đảo bằng hình thức sân khấu hóa - Báo Biên phòng. [online] Available at: http://www.bienphong.com.vn/quang-ngai-tuyen-truyen-bien-gioi-bien-dao-bang-hinh-thuc-san-khau-hoa/ [Accessed 15 Feb. 2020].*

sạn sang trọng. Đà Nẵng đang là điểm trung chuyển lượng lớn khách du lịch của cả nước, đặc biệt đối với khách quốc tế. Hiện nay có 7 bãi tắm trực thuộc tỉnh Đà Nẵng đang hoạt động: Sơn Trà, Mỹ Khê, Tiên Sa, Phạm Văn Đồng, Xuân Thiều, Thanh Bình, Bắc Mỹ An.

Về mặt an ninh môi trường biển, quần đảo Hoàng Sa đang thuộc địa phận của tỉnh Đà Nẵng, bán đảo Sơn Trà là thắng cảnh và có vị trí quân sự quan trọng.

Với một vị trí địa lý đặc thù, hội tụ đầy đủ những tiềm năng phát triển bền vững về mặt kinh tế biển, du lịch biển và an ninh môi trường kinh tế - xã hội, ban lãnh đạo tỉnh Đà Nẵng đã có chủ trương gắn kết truyền thông với 3 lĩnh vực nêu trên nhằm tạo nên nhiều bước đột phá trong quá trình phát triển.

Suốt những năm qua, truyền thông du lịch Đà Nẵng đều gắn kết rất mật thiết với 3 mũi nhọn trên. Rất nhiều các sự kiện quan trọng được tổ chức ở Đà Nẵng, thu hút một lượng lớn báo giới truyền thông và sự quan tâm của công chúng trên cả nước. Đơn cử các cuộc thi sắc đẹp đều tổ chức ở Đà Nẵng, thi pháo hoa quốc tế đã và đang thu hút một lượng công chúng lớn đến với thành phố xinh đẹp này, thông qua đó gia tăng những giá trị về mặt kinh tế cũng như thương hiệu, hình ảnh Đà Nẵng.

Bên cạnh đó, các hội nghị lớn liên quan đến chính trị quốc tế (Ví dụ họp thượng đỉnh APEC, họp nguyên thủ Mỹ - Triều) cũng chọn Đà Nẵng là địa điểm tổ chức và được giới truyền thông cả nước, của Đà Nẵng và báo đài quốc tế chú trọng truyền phát tin bài... Chính điều đó khiến cho Đà Nẵng luôn là một cái tên hot trên các mặt báo và các chương trình, sự kiện. Bằng thực lực của mình, có chính sách đúng lại có truyền thông hỗ trợ, địa danh Đà Nẵng đã được xuất hiện trên trang Forbes trong danh mục những địa điểm du lịch đẹp nhất trên thế giới.

Bên cạnh thành tựu bước đầu, vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế về việc truyền thông nâng cao ý thức người dân về vấn đề chủ quyền biển đảo, bảo vệ tài nguyên môi trường biển đảo, cũng như những giá trị về kinh tế, văn hóa du lịch tỉnh Đà Nẵng. Là một khu vực nhạy cảm, tồn tại nhiều sự giao thoa văn hóa, có lượng lớn khách du lịch mỗi ngày, Đà Nẵng cần có những biện pháp chế tài, gắn kết truyền thông với dư luận xã hội để nâng cao hình ảnh, chất lượng các địa điểm du lịch, đồng thời tăng cường cảnh giác, bảo vệ an ninh khu vực biển đảo trước những hiện tượng tiêu cực như du khách một số nước ồ ạt đến tự mang theo hướng dẫn viên, tự bao tiêu các dịch vụ, tiêu tiền được thu qua hệ thống riêng làm cho du lịch của địa phương thất thu... Các quy hoạch ở bán đảo Sơn Trà phải quản lý chặt chẽ không để doanh nghiệp, công dân vi phạm; cần chú trọng nâng cao ý thức cư dân và du khách trong việc vệ sinh môi trường, bảo vệ tài nguyên-môi trường biển đảo của thành phố được coi là là một trong những nơi đáng sống trong khu vực. Bên cạnh đó, các đơn vị báo chí truyền thông ở Đà Nẵng cần được đầu tư cả cán bộ, phóng viên, cơ sở vật chất để đáp ứng yêu cầu mới, nhất là các phương tiện truyền thông hiện đại, cách làm báo phù hợp thời đại số hóa của Cách mạng công nghiệp 4.0.

Kết luận

Phát triển du lịch, kinh tế biển đảo đi đôi với việc bảo tồn tài nguyên môi trường hợp lý, giữ gìn an ninh chính trị - kinh tế - văn hóa xã hội bền vững là nhu cầu bức thiết cho cả hệ thống chính trị chúng ta và mọi người dân. Vì vậy, xin khuyến nghị một số giải pháp đồng bộ dưới đây:

+ Ngoài chiến lược chung của quốc gia về phát triển kinh tế biển đảo, các địa phương phải có chiến lược thành phần của mình, được chuyên gia soạn thảo gắn với chiến lược tổng thể đất nước. Hàng năm, các địa phương có biển đảo phải tùy thực tế để kiến nghị thêm sự điều chỉnh cần thiết. Đối với chiến lược quốc gia, sau 5 năm phải tổng kết, kiện toàn cho hợp lý, phù hợp thực tiễn.

+ Tăng cường hơn nữa nhận thức toàn xã hội, cho cơ quan chức năng, địa phương, đơn vị quốc phòng, an ninh, giáo dục, trường học, nhân dân về tầm quan trọng của biển đảo, chủ quyền, du lịch, kinh tế, văn hóa, môi trường biển đảo thông qua các phương tiện truyền thông kết hợp các hình thức văn nghệ và các thủ pháp khác một cách phù hợp. Đặc biệt phải gắn với chương trình chuyển đổi số quốc gia mà Bộ Thông tin Truyền thông là một trong các Bộ chức năng đầu tàu. Cần phát huy mạng xã hội, ví dụ thiết kế Web có logo nhận diện chủ quyền biển đảo với hoạt động du lịch để đông đảo công chúng trong, ngoài nước nâng cao nhận thức một cách tự giác về các vấn đề này.

+ Tăng cường chức năng quản lý cho Tổng cục biển đảo, nếu đủ điều kiện xem xét thêm khả năng thiết lập Bộ khai thác và phát triển kinh tế - văn hóa biển đảo trong khi nhà nước thực hiện chủ trương tinh giản những Bộ trùng lặp chức năng thì có thể lập Bộ đặc thù cho phù hợp nhu cầu giai đoạn mới. Chú ý đầu tư hơn nữa cho lực lượng truyền thông của riêng Tổng cục để tương xứng với tầm quan trọng của quản lý lĩnh vực và tạo thuận lợi cho Tổng cục chủ động phát huy sức mạnh truyền thông trong phạm vi quản lý ngành của mình.

+ Các tổ chức như Tổng cục biển đảo, Tổng cục Du lịch, lực lượng hải quân, các địa phương... cần luôn phối hợp, trao đổi với nhau để cụ thể hóa các chủ trương lớn của Đảng, Nhà nước và kịp thời đề ra các nhiệm vụ sát hợp thực tế với từng thời điểm, từng giai đoạn, sau đó chủ động "đặt hàng" cho các báo đài lớn của trung ương, của ngành, của địa phương để truyền thông có thể tác nghiệp đúng, nhanh, trúng vấn đề, thực hiện tốt sứ mệnh vừa truyền thông cho du lịch biển đảo, vừa cho mục đích phát triển bền vững, vừa hướng đến mục tiêu bảo vệ chủ quyền biển đảo quốc gia...

+ Phát triển, gắn kết các chương trình hấp dẫn, định kỳ và thường xuyên của cơ quan truyền thông với chủ đề bảo vệ khai thác tài nguyên môi trường biển đảo, bảo đảm an ninh chính trị, kinh tế, văn hóa biển đảo. Truyền thông cần phối hợp cơ quan chuyên môn quảng bá kinh nghiệm nước ngoài trong việc bảo vệ, khai thác tài nguyên môi trường biển đảo trật tự, hài hòa, thân thiện với tự nhiên, thịnh vượng, bền vững, đấu tranh hiệu quả để bảo vệ chủ quyền quốc gia. Để cuốn hút, hấp dẫn với công chúng, các phương tiện truyền thông thông dụng như đài phát thanh VOV, Đài truyền hình VTV cần đầu tư nhiều hơn cho các chương trình. Các chương trình phát thanh như "Tạp chí Du lịch biển", "Vì môi trường sinh thái biển", chương trình truyền hình như "Việt Nam đất nước, con người"... cần được cải tiến, mở thêm tiểu mục phù hợp. Có thể mở các cuộc thi viết kịch bản cho phim tài liệu và nhất là phim truyện lịch sử chiếu trên truyền hình, chủ đề nên tập trung xây dựng hình tượng những tướng lĩnh gắn với bảo vệ biển đảo như Nguyễn Phúc Tần, Trương Phúc Phan, Phạm Quang Ảnh, Phạm Văn Nguyên, Phạm Hữu Nhật, Trương Phúc Sĩ, chiến sĩ Gạc Ma...

+ Chú trọng đào tạo cả trong nước và cử người đi đào tạo ở nước ngoài một số ngành liên quan đến Luật quốc tế về biển đảo, tài nguyên môi trường, kinh tế biển đảo, du lịch biển đảo; xây dựng Logistic, kho vận, cho thuê cảng biển; xây dựng các thành phố dịch vụ ngân hàng - tài chính, dịch vụ nghỉ dưỡng ven biển và chuyên môn đối với nhà truyền thông, nhà báo chuyên về các lĩnh vực liên quan biển, đảo, du lịch, quản lý biển đảo...

+ Đối với các tác nhân có thể gây hại đối với tài nguyên môi trường biển đảo, địa chất, ngập mặn đất đai, cần phải cẩn trọng, có quyết định đúng đắn. Ví dụ chấm dứt việc Xây dựng Thủy điện, Nhiệt điện từ nguồn sông hồ trực tiếp hay gần sông chảy ra biển, vì điện than gây ô nhiễm, sụt lở đất đai, thủy điện gây lụt lội, không an toàn, thay đổi dòng chảy; không xây nhà máy gần biển vừa phá hỏng cảnh quan vừa có thể khó kiểm tra việc xả chất thải nguy hại ra môi trường, nếu không xử lý được chất thải đáp ứng yêu cầu kỹ thuật và môi trường trước khi xả ra biển. Nên phổ biến xây dựng nhà máy cấp điện bằng năng lượng gió, mặt trời hoặc chạy bằng rác thải, chất có thể tái chế... Các cơ quan truyền thông cần dựa vào quy định pháp luật để góp phần tạo công luận, sức ép không cho các nhóm lợi ích trục lợi về các dự án sai lệch kể trên.

+ Đối với tác động biến đổi khí hậu, hiện tượng xâm thực đất liền của biển, gây ngập mặn ở Nam Bộ nước ta, cần tiến hành giải pháp đồng bộ, lâu dài, căn cơ, nếu để chậm càng khó khắc phục và tốn kém. Một mặt huy động được các nhà quản lý, hoạch định chính sách giỏi, mặt khác có sự tham gia của chuyên gia, được đầu tư tài chính đủ, mời được các nước có kinh nghiệm xây đê biển như Hà Lan hỗ trợ; mặt khác phải tích cực thương thuyết, dùng nhiều sức mạnh kể cả truyền thông huy động được tiếng nói công bằng từ diễn đàn quốc tế để hạn chế việc các nước đầu nguồn sông Mê Công xây dựng thủy điện gây ảnh hưởng tiêu cực cho đồng bằng sông Cửu Long.

+ Tóm lại, trong khi quan hệ giữa các nước lớn trên Biển Đông có những diễn biến phức tạp, Việt Nam cần có những đối sách chủ động, hiệu quả, lâu dài. Nhằm phát triển kinh tế biển đảo, trong đó có du lịch biển đảo, ven biển gắn với xây dựng các mặt văn hóa - xã hội, an ninh quốc phòng, phát triển bền vững thì một trong các giải pháp cần thiết là tăng cường hoạt động truyền thông. Phải thực hiện truyền thông liên tục, hiệu quả tới công chúng trong nước về các vấn đề đã nêu, đồng thời tăng cường truyền thông các thông điệp phù hợp tới các lớp công chúng quốc tế, trước hết là tới công chúng Trung Quốc, các nước trong khu vực. Phải chú trọng các đối tượng truyền thông các quốc gia như: Nguyên thủ, chính trị gia; tướng lĩnh, lực lượng vũ trang; nhân sĩ, trí thức; quần chúng và không những cả trên bình diện quốc gia mà chú trọng các tỉnh sát biên giới, vùng biển của ta. Tất nhiên đúng như Hồ Chủ tịch đã dạy: Chiêng có lớn thì đánh tiếng mới to. Cần phải nâng cao quốc lực, cả sức mạnh cứng cả sức mạnh mềm của nước nhà, đó là đối sách của Việt Nam trong quan hệ quốc tế nói chung và quan hệ với các nước liên quan đến Biển Đông nói riêng. ■ THÔNG TIN & TRUYỀN THÔNG

Tài liệu tham khảo:

1. *Wörndl Wolfgang, Koo Chulmo, Stienmetz Jason L (2021), Information and Communication Technologies in Tourism 2021, Published by Springer*
2. *https://www.educationaltravelasia.org/economy-tourism-vietnams-timeless-charm/ 25/1/2020*
3. *https://www.smartraveller.gov.au/destinations/asia/vietnam Xem: COVID-19 and Traval ngày 23/3/2021*
4. *Ban Tuyên giáo Trung ương, Sổ tay Công tác tuyên truyền biển, đảo Việt Nam, NXB Chính trị quốc gia 2020.*
5. *Bộ VHTTDL (2020): Kế hoạch hành động của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam*
6. *Dương Xuân Sơn, Báo chí với vấn đề Biển đảo và duyên hải Việt Nam (2016), NXB Đại học quốc gia*