

LẤP ĐẦY NHỮNG “KHOẢNG TRỐNG” TRONG TRUYỀN THÔNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH 592

Ngày 22/5/2012, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 592/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình hỗ trợ phát triển doanh nghiệp khoa học và công nghệ (KH&CN) và tổ chức KH&CN công lập thực hiện cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm (Chương trình 592) với mong muốn tạo ra sự thay đổi về chất của 2 lực lượng này. Sau 4 năm kể từ khi được phê duyệt thì có tới 72% số người thuộc nhóm đối tượng được thụ hưởng trực tiếp từ Chương trình 592 trả lời chưa từng biết đến Chương trình (khảo sát được thực hiện từ năm 2016). Đây là một trong những khoảng trống trong truyền thông về Chương trình 592. Từ thực trạng đó, cơ quan quản lý đã phối hợp với Tạp chí KH&CN Việt Nam và cơ quan truyền thông đại chúng khác đẩy mạnh công tác tuyên truyền về Chương trình nhằm lấp đầy những “khoảng trống” không mong muốn.

Kể từ khi Chương trình 592 được ban hành, do nhiều nguyên nhân khác nhau mà nhiều đối tượng được thụ hưởng từ chính sách hỗ trợ của Chương trình chưa quan tâm và tìm đến Chương trình; mặc dù đã trải qua 4 năm, nhưng nhiều mục tiêu của Chương trình vẫn chưa đạt được như mong muốn. Số lượng dự án đã được phê duyệt thực hiện còn khiêm tốn. Để Chương trình 592 thực hiện có hiệu quả, phát huy cao nhất chính sách hỗ trợ của Đảng và Nhà nước, ngoài sự nỗ lực tham gia trực tiếp của các cơ quan quản lý nhà nước, cá nhân/tổ chức thụ hưởng chính sách thì công tác truyền thông đóng vai trò quan trọng. Nó sẽ góp phần nâng cao sự hiểu biết của xã hội nói chung, nhóm đối tượng thụ hưởng cơ bản nói riêng về

Chương trình 592, lan tỏa những kết quả đạt được của các dự án thuộc Chương trình nhằm kích lệ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của toàn xã hội. Tuy nhiên, chính công tác truyền thông cũng còn nhiều hạn chế, đòi hỏi cơ quan quản lý cần phối hợp với cơ quan truyền thông đại chúng lấp đầy những “khoảng trống” không mong muốn trong công tác tuyên truyền về 592.

Khoảng trống trong truyền thông

Năm 2016, Tạp chí KH&CN Việt Nam được phê duyệt thực hiện dự án Nâng cao hiệu quả truyền thông về Chương trình 592. Dự án đã tiến hành điều tra về thực trạng, nhu cầu truyền thông về Chương trình 592 với các đối tượng là: Nhà khoa học trong các tổ chức KH&CN công lập phải thực hiện cơ chế tự

chủ, tự chịu trách nhiệm; doanh nghiệp KH&CN; doanh nghiệp/cá nhân có công nghệ được ương tạo; sinh viên/người dân có ý tưởng sáng tạo phát triển công nghệ. Kết quả điều tra bằng bảng hỏi và phỏng vấn sâu đã cho thấy nhiều “khoảng trống” trong truyền thông về Chương trình 592.

Dự án đã khảo sát 454 người, chủ yếu thuộc nhóm đối tượng được thụ hưởng từ Chương trình 592. Tuy nhiên, kết quả khảo sát cho thấy có đến 327 người (chiếm 72%) là chưa từng biết đến Chương trình. Chương trình 592 được Thủ tướng Chính phủ ký quyết định ban hành năm 2012, trong khi cuộc khảo sát được thực hiện vào năm 2016. Như vậy, sau hơn 4 năm ban hành, có đến hơn 2/3 các đối tượng thụ hưởng trực tiếp của chính sách lại chưa từng biết đến chính sách thì đây quả

Diễn đàn Khoa học - Công nghệ

là một “khoảng trống” lớn trong truyền thông. Kết quả khảo sát 28% những người đã từng biết đến Chương trình 592 về kênh truyền thông cho thấy, phần lớn mọi người chỉ biết qua các kênh như: Tivi (69,8%), hội nghị/hội thảo (55,6%), báo/tạp chí điện tử (53,2%). Các kênh khác còn khá hạn chế, như radio (6,3%), mạng xã hội (22,2%). Trong bối cảnh người dùng mạng xã hội đang ngày một tăng cao thì con số 22,2% chưa thực sự phát huy được hiệu quả và tiềm năng của truyền thông về Chương trình 592.

Có đến 88,1% những người đã từng biết đến Chương trình 592 cho rằng, Chương trình có đề cập trực tiếp đến đối tượng được hỗ trợ. Tuy nhiên, trên thực tế nó chỉ đề cập gián tiếp đến các đối tượng được hỗ trợ qua mục III là nội dung của Chương trình. Điều này cho thấy, những người này cũng chưa thật sự tìm hiểu đầy đủ thông tin về Chương trình. Chỉ báo này cũng hoàn toàn phù hợp với thông tin khi đọc giả trả lời về những nội dung cơ bản được Chương trình 592 đề cập tới. Câu hỏi được đưa ra cho những người từng biết đến Chương trình 592 là: “Xin ông/bà cho biết, Chương trình 592 đề cập đến những nội dung cơ bản nào?”. Các phương án trả lời là: 1. Hỗ trợ hoạt động ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp KH&CN; 2. Hỗ trợ các công trình nghiên cứu cơ bản; 3. Hỗ trợ đào tạo cho các doanh nghiệp KH&CN; 4. Nghiên cứu đề xuất sửa đổi chính sách phát triển doanh nghiệp KH&CN và cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm của các tổ chức KH&CN công lập; 5. Hỗ trợ phát triển doanh nghiệp KH&CN; 6. Hỗ trợ thương mại hóa các công nghệ; 7. Hỗ trợ các tổ chức KH&CN



Kiểm tra dự án nuôi cá Vược thuộc Chương trình 592 tại Thái Bình.

công lập thực hiện cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm; 8. Nội dung khác. Trên thực tế, Chương trình 592 không đề cập (không hỗ trợ) như phương án trả lời số 2 và 6. Tuy nhiên, kết quả khảo sát lại vẫn có tỷ lệ % số người đã từng biết đến Chương trình 592 trả lời là Chương trình hỗ trợ các nghiên cứu cơ bản (7,9%) và hỗ trợ cho thương mại hóa công nghệ (19%). Bên cạnh đó, có tới 44,4% số người từng biết đến Chương trình 592 cho rằng Chương trình không hỗ trợ đào tạo các doanh nghiệp KH&CN, 21,4% cho rằng Chương trình không hỗ trợ hoạt động ươm tạo công nghệ/doanh nghiệp. Có thể nói, những con số này đã khẳng định “khoảng trống” trong truyền thông về Chương trình 592, khi mà vẫn còn nhiều người biết thông tin về Chương trình chưa đầy đủ.

Khoảng trống trong truyền thông về Chương trình 592 còn được thể hiện khi đưa ra câu hỏi

về mức độ rõ ràng và đầy đủ của những thông tin cơ bản. Người trả lời lựa chọn 3 mức (cao, trung bình, thấp) với các phương án: 1. Thông tin về đối tượng được hỗ trợ; 2. Thông tin về những điều kiện được hỗ trợ; 3. Thông tin về cơ quan điều phối chương trình; 4. Thông tin về hội nghị/hội thảo về những vấn đề liên quan đến Chương trình 592; 5. Thông tin về mức kinh phí được hỗ trợ; 6. Thông tin về các tổ chức/cá nhân đang được hỗ trợ; 7. Thông tin về những bất cập, khó khăn trong việc tiếp cận Chương trình 592; 8. Mục đích, ý nghĩa của Chương trình 592; 9. Thông tin khác. Kết quả cho thấy, phần lớn người trả lời cho rằng, thông tin chỉ đáp ứng ở mức trung bình hoặc thấp. Số người trả lời thông tin đáp ứng rõ ràng, đầy đủ ở mức cao đều dưới 50% (thông tin về đối tượng được hỗ trợ: 44,8%; thông tin về điều kiện được hỗ trợ: 45,8%; thông tin về cơ quan điều phối: 40,7%; thông tin về hội nghị/hội

thảo và những vấn đề liên quan: 11,8%; thông tin về mức kinh phí được hỗ trợ: 15,3%; thông tin về các tổ chức/cá nhân được hỗ trợ: 18,5%; thông tin về những khó khăn trong tiếp cận: 19,3%).

Lấp đầy những khoảng trống không mong muốn

Những khoảng trống trong truyền thông về Chương trình 592 đã được cơ quan quản lý phối hợp Tạp chí KH&CN Việt Nam và các cơ quan truyền thông khác lấp đầy bằng việc đẩy mạnh công tác truyền thông theo quan điểm hướng đích: Đứng đối tượng và đáp ứng nhu cầu về kênh cũng nội dung thông tin.

Căn cứ vào nội dung hỗ trợ của Chương trình 592, có thể khẳng định, đối tượng truyền thông của Chương trình 592 chính là các nhà khoa học, đặc biệt là những người lãnh đạo trong các tổ chức KH&CN công lập phải thực hiện cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm; các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp KH&CN hoặc những doanh nghiệp đang có hướng đăng ký thành lập doanh nghiệp KH&CN; những người đam mê sáng tạo và có tinh thần của một doanh nghiệp; cá nhân, tổ chức có công nghệ được ươm tạo...

Khảo sát nhu cầu về kênh thông tin mà độc giả mong muốn được tiếp cận, dự án Nâng cao hiệu quả truyền thông về Chương trình 592 đã đưa ra 3 mức độ mong muốn (cao, trung bình, thấp) với 7 các kênh thông tin chủ yếu: 1. Báo/tạp chí giấy; 2. Báo/tạp chí mạng; 3. Ti vi; 4. Radio; 5. Mạng xã hội; 6. Hội nghị/hội thảo/tập huấn...; 7. Website riêng của Chương trình 592. Kết quả khảo sát cho thấy, phần lớn độc giả mong muốn

được tiếp cận thông tin ở mức cao qua các kênh: Báo/tạp chí mạng: 80,9%; website riêng về Chương trình 592: 74,6%; kênh truyền hình (tivi): 69,7%; báo/tạp chí giấy: 61,5%. Từ những kết quả khảo sát về nhu cầu kênh thông tin của độc giả, Tạp chí KH&CN Việt Nam đã xây dựng chuyên mục riêng về Chương trình 592 trên website của Tạp chí với các mục cơ bản: Văn bản, Các dự án đang triển khai, Hoạt động hỗ trợ tổ chức KH&CN công lập, Hỗ trợ doanh nghiệp KH&CN công lập, Hoạt động khởi nghiệp và ươm tạo công nghệ. Điều này giúp độc giả có điều kiện xem thông tin về Chương trình một cách đầy đủ, hệ thống và chính thức.

Một trong những nội dung mà Dự án Nâng cao hiệu quả truyền thông về Chương trình 592 do Tạp chí KH&CN Việt Nam thực hiện là chủ động và là đầu mối phối hợp với các cơ quan truyền thông đại chúng khác tuyên truyền về Chương trình 592. Tính đến hết tháng 12/2017, Tạp chí KH&CN Việt Nam đã đăng tải 11 bài, 64 tin; các báo và tạp chí ngoài đăng 10 bài, 50 tin; phát sóng trên truyền hình 20 phóng sự đề cập trực tiếp đến Chương trình 592. Nhiều nội dung đã đề cập trực tiếp và hướng đến nhóm đối tượng mục tiêu như: “Quy hoạch mạng lưới tổ chức KH&CN công lập tại Việt Nam và những vấn đề cần tháo gỡ”, “Tổ chức KH&CN công lập phải lập phương án tự chủ trình cơ quan có thẩm quyền phê duyệt trước ngày 31/1 hàng năm”, “Quy định mới về tự chủ cho tổ chức KH&CN công lập”, “Nghiên cứu tiêu chí xếp hạng và giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm của tổ chức KH&CN công lập”, “Phát huy hiệu quả việc tự chủ trong hoạt

động khoa học và công nghệ”... (đối với các nhà khoa học trong các tổ chức KH&CN công lập phải thực hiện cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm); “Cần có chính sách hỗ trợ mang tính hệ thống cho các doanh nghiệp KH&CN”, “Chương trình 592 góp phần bảo tồn và phát triển cây thuốc quý có giá trị kinh tế cao”, “Phát triển doanh nghiệp KH&CN ở TP Đà Nẵng”, “Công ty Cổ phần giống, vật tư nông nghiệp công nghệ cao Việt Nam: Thành công nhờ đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng KH&CN”... (đối với các doanh nghiệp KH&CN); “Cần lấy yếu tố con người làm trung tâm cho hoạt động đổi mới sáng tạo”, “Mùa xuân khởi nghiệp”, “Khởi nghiệp sẽ tốt hơn nếu biết khai thác công cụ về sở hữu trí tuệ”, “Hỗ trợ các ý tưởng khởi nghiệp”, “Khởi nghiệp từ nông nghiệp ngày càng hấp dẫn giới trẻ”, “Chắp cánh sáng tạo”... (đối với các doanh nghiệp/cá nhân có công nghệ được ươm tạo và sinh viên/người dân có ý tưởng sáng tạo phát triển công nghệ).

Hoạt động tuyên truyền về Chương trình 592 do Tạp chí KH&CN thực hiện và phối hợp với các cơ quan truyền thông đại chúng khác thực hiện trong thời gian qua, bước đầu tạo ra được hiệu ứng tốt, lan tỏa Chương trình 592 đến đông đảo độc giả, trong đó có nhóm đối tượng mục tiêu. Đây là nền tảng quan trọng để các cơ quan truyền thông đại chúng biết và quan tâm đến Chương trình, từ đó chủ động tuyên truyền về Chương trình khi dự án kết thúc.

Vũ Hùng, Chu Hải Ninh