

Ba từ khóa tuyên truyền đối ngoại “MÙA CAO ĐIỂM”



Bà Lê Thị Thu Hằng,
Người phát ngôn Bộ Ngoại
giao cho rằng, năm 2019
nhiều “trái ngọt” của công
tác thông tin, tuyên truyền
đối ngoại sẽ là nền tảng để
làm tốt công tác thông tin,
tuyên truyền đối ngoại trong
năm quan trọng 2020 với ba
từ khóa “chủ động, sáng tạo,
hiệu quả”.

Nếu được đặc tả công tác thông tin đối ngoại năm 2019 bằng một số tính từ, đó sẽ là gì, thưa bà?

Năm 2019 có thể nói là năm thành công của thông tin đối ngoại, và có thể gói gọn trong ba cụm từ: *Chủ động, sáng tạo và hiệu quả*. Tính chủ động được thể hiện trong thông tin tuyên truyền, quảng bá cũng như trong đấu tranh dư luận; tính sáng tạo được thể hiện trong cách làm, trong việc đổi mới các phương thức thông tin đối ngoại; tính hiệu quả được minh chứng bằng việc những thông tin tích cực về Việt Nam xuất hiện khá nhiều trên truyền thông quốc tế, đặc biệt, qua những chiến dịch truyền thông lớn như Hội nghị Thượng đỉnh Mỹ - Triều Tiên lần thứ hai, Việt Nam được bầu vào Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc với số phiếu cao kỷ lục.

Trên những “từ khóa” đó, bà có thể điểm lại một số thành tựu nổi bật của công tác thông tin đối ngoại trong năm qua?

Có thể nói, công tác thông tin, tuyên truyền đối ngoại của Việt Nam năm 2019 đã đạt được nhiều thành tựu nổi bật. Thứ nhất, công tác thông tin đối ngoại được kết hợp hài hòa với tuyên truyền đối nội. Chúng ta đã làm được cả tuyên truyền đối nội về chính các sự kiện đối ngoại, từ đó, làm cho người dân hiểu biết hơn và ủng hộ chủ trương, chính sách đối ngoại của ta.

Điều này có thể thấy rõ ở Hội nghị Thượng đỉnh Mỹ - Triều Tiên lần thứ hai tại Hà Nội. Đây là sự kiện mang tầm quốc tế và khu vực. Việc đăng cai Hội nghị nằm trong chủ trương về nâng tầm đối ngoại đa phương của ta với việc nâng cao vai trò của Việt Nam, đặc biệt là vai trò dẫn dắt, hòa giải các vấn đề khu vực và quốc tế, đóng góp vào tiến trình hòa bình trên bán đảo Triều Tiên. Tại sự kiện này, chúng ta đã làm tốt công tác tuyên truyền

đối nội, trong chính các tầng lớp nhân dân để người dân hiểu được ý nghĩa việc Việt Nam đăng cai Hội nghị, từ đó cùng chia sẻ, ủng hộ và chung tay trong việc tổ chức. Người dân thông cảm với việc cấm đường do siết chặt an ninh, không phản nản khi gặp khó khăn trong vấn đề giao thông. Nhiều doanh nghiệp tham gia đóng góp quà tặng hay món ăn trên tinh thần tự nguyện, thậm chí thấy vinh dự, tự hào vì đã góp sức vào công việc chung của đất nước, đồng thời là của khu vực và cộng đồng quốc tế.

Ngoài ra, thông tin đối ngoại chủ động xử lý tốt các vấn đề phát sinh trong nước, qua đó góp phần tạo điều kiện tốt hơn cho môi trường đối ngoại. Trước những vấn đề xảy ra trong nước liên quan đến môi trường như vấn đề ô nhiễm, rác thải hay liên quan đến vấn đề hàng giả xuất xứ, hàng nhái nhằm né thuế quan..., ta đã chủ động thông tin bằng nhiều hình thức: các bộ ngành liên quan trả lời phỏng vấn báo chí nước ngoài hoặc thông qua kênh Người Phát ngôn Bộ Ngoại giao công khai quan điểm và các biện pháp xử lý của ta để kịp thời giải tỏa dư luận, không để ảnh hưởng đến lợi ích của đất nước.

Thứ hai, chúng ta phát huy được tính chủ động kết hợp với tranh thủ khi có các sự kiện đối ngoại. Trong năm 2019, Bộ Ngoại giao đã chủ động xây dựng và chủ trì triển khai 70 đề án và kế hoạch tuyên truyền về các sự kiện đối ngoại của lãnh đạo cấp cao cũng như các sự kiện đối ngoại mà Việt Nam đăng cai tổ chức. Đồng thời, chúng ta tranh thủ thời cơ để làm tốt công tác tuyên truyền quảng bá về Việt Nam. Hội nghị Thượng đỉnh Mỹ - Triều Tiên chính là cơ hội vàng khi bản thân sự kiện đã thu hút sự quan tâm rất cao của dư luận khu vực và quốc tế với gần 3.000 nhà báo quốc tế đến Việt Nam. Chúng ta đã tranh thủ dịp này



để thể hiện năng lực tổ chức các sự kiện quốc tế lớn, năng lực dẫn dắt, giải quyết các yêu cầu phức tạp, thậm chí là trái chiều của hai bên Mỹ và Triều Tiên, những đối tác rất khó tính cũng như đảm bảo an ninh an toàn tuyệt đối cho Hội nghị. Chính vì vậy, trong và sau Hội nghị đã có rất nhiều bài báo phản ánh được sự nồng ấm của người dân Hà Nội, công tác tổ chức chu đáo của Việt Nam; các món ăn đặc sản và các điểm đến hấp dẫn của Việt Nam xuất hiện khá nhiều trên truyền thông nước ngoài, hình ảnh Hồ Hoàn Kiếm được phát liên tục trên các kênh truyền hình nổi tiếng của nước ngoài như CNBC, ABC, Skynews, NHK, KBS....

Thứ ba, có thể thấy rõ, chúng ta đã làm rất tốt công tác tuyên truyền và đấu tranh dư luận, kiên quyết, kiên trì bảo vệ chủ quyền, quyền chủ quyền và quyền tài phán của Việt Nam trên biển. Ta đã tỏ rõ lập trường chính nghĩa, quyền và lợi ích hợp pháp của Việt Nam, đấu tranh với những luận điệu và yêu sách phi lý.

Thứ tư, các hình thức trong công tác thông tin, tuyên truyền đối ngoại của chúng ta cũng có nhiều đổi mới với các hình thức linh hoạt và phong phú, như phỏng vấn, tọa đàm, tiếp xúc với học giả để từ đó có những bình luận, ý kiến khách quan của bên ngoài. Ngoài ra, chúng ta sử dụng mạng xã hội, phối hợp với nước ngoài để tuyên truyền về Việt Nam. Đài truyền hình Việt Nam đã có rất nhiều chương trình truyền hình, phóng sự, phim tài liệu có chất lượng được thực hiện

trên cơ sở liên kết với một số đài truyền hình lớn của Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc.

Năm 2020 được dự đoán sẽ là năm rất bận rộn với rất nhiều sự kiện đối ngoại lớn của đất nước. Công tác thông tin, tuyên truyền đối ngoại cần được định hướng như thế nào, thưa bà?

Năm 2020 là năm vô cùng quan trọng đối với Việt Nam. Về đối nội, chúng ta sẽ kỷ niệm những ngày lễ rất lớn và trọng đại của dân tộc như 90 năm Ngày lập Đảng Cộng sản Việt Nam (1930-2020), 75 năm Ngày thành lập nước (1945-2020), 45 năm Ngày giải phóng miền Nam thống nhất đất nước (1975-2020), 130 năm Ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh... Đây tuy là các sự kiện đối nội nhưng lại có ý nghĩa đối ngoại rất lớn. Ngày thành lập nước có ý nghĩa rất lớn đối với phong trào giải phóng dân tộc trên toàn thế giới, thắng lợi của ta năm 1975 cũng có ý nghĩa rất quan trọng, tác động đến cục diện thế giới lúc bấy giờ.

Đặc biệt, năm 2020 là năm diễn ra Đại hội Đảng các cấp, tiến tới Đại hội Đảng lần thứ XIII, do vậy, dư luận quốc tế sẽ rất quan tâm tới những điểm mới trong đường lối đối ngoại của Đảng ta. Việt Nam cũng sẽ đảm nhiệm một vai trò kép, ở tầm khu vực với vai trò Chủ tịch ASEAN 2020, và tầm quốc tế với vai trò Ủy viên không thường trực Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc.

Tôi cho rằng, những bài học kinh nghiệm về sự chủ động,

sáng tạo, tranh thủ và cân bằng giữa đối nội - đối ngoại của năm 2019 sẽ vẫn có ý nghĩa rất lớn cho công tác thông tin, tuyên truyền đối ngoại năm 2020.

Với ASEAN và Liên hợp quốc, công tác tuyên truyền đối ngoại phải nêu bật được vai trò của Việt Nam, trên tinh thần của Chỉ thị số 25-CT/TW về đẩy mạnh và nâng tầm đối ngoại đa phương đến năm 2030. Bên cạnh việc tuyên truyền cũng phải nhân cơ hội quảng bá mọi mặt về đất nước, con người Việt Nam, Năm Chủ tịch ASEAN với hơn 300 cuộc họp tại 10 địa phương trên cả nước cũng là cơ hội lớn cho các kế hoạch quảng bá này. Đối với vai trò mới của Việt Nam tại Liên hợp quốc, công tác tuyên truyền đối ngoại cũng phải làm nổi bật vai trò cầu nối để kết nối ASEAN với Liên hợp quốc và ngược lại. Song song với đó, chúng ta cũng vẫn cần tiếp tục những tuyên truyền để bảo vệ chủ quyền quốc gia, thành tựu dân chủ nhân quyền, kịp thời đấu tranh phản bác những thông tin sai trái về Việt Nam.

Về công tác phát ngôn, năm 2020 cũng cần phải phát huy các tiêu chí quan trọng như năm 2019 đảm bảo tính kịp thời nhưng không được nóng vội. Người phát ngôn phải xác định được: “nói khi nào, nói cái gì, nói đến đâu và nói cho ai”.

Để làm được điều đó, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị trong Bộ Ngoại giao và giữa Bộ Ngoại giao và các bộ, ban, ngành khác, kể cả địa phương.

HÀ PHƯƠNG (thực hiện)