

CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN VỀ DU LỊCH TRÊN TRUYỀN HÌNH QUẢNG NINH - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

ThS. LÊ MINH XUÂN^(*)
CN. ĐỖ HOÀI THƯƠNG ^(**)

Tóm tắt: Những năm qua, du lịch đã trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều tỉnh, thành và đem lại nguồn thu lớn, góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển. Trong các yếu tố tạo nên sự phát triển của ngành du lịch, có sự đóng góp quan trọng của các cơ quan truyền thông, đặc biệt là báo chí, vào việc quảng bá du lịch. Trên cơ sở phân tích thực trạng công tác tuyên truyền về du lịch trên truyền hình Quảng Ninh, bài viết đưa ra những giải pháp để nâng cao hiệu quả của công tác này, qua đó góp phần phát triển ngành du lịch của tỉnh Quảng Ninh.

Từ khóa: công tác tuyên truyền; du lịch; Quảng Ninh

1. Đặt vấn đề

Quảng Ninh là địa phương có vị trí đặc biệt quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội của vùng Đồng bằng sông Hồng nói riêng và cả nước nói chung, trong đó có phát triển ngành du lịch. Tỉnh có nhiều địa điểm du lịch và đang phấn đấu trở thành trung tâm du lịch quốc tế, trọng điểm du lịch hàng đầu quốc gia. Với hơn 250 km bờ biển, Quảng Ninh có hệ thống tài nguyên du lịch biển liên hoàn, nối liền vịnh Hạ Long với vịnh Bái Tử Long, Vườn Quốc gia Bái Tử Long, đảo Cô Tô, Trà Cổ, Vĩnh Thực,... Bên cạnh đó, Quảng Ninh còn được thiên nhiên ưu đãi những cánh rừng nguyên sinh

rất đẹp. Với hệ sinh thái, động thực vật vô cùng phong phú, nhiều loài hải sản quý hiếm là tiềm năng để Quảng Ninh phát triển các loại hình du lịch khám phá, mạo hiểm, ẩm thực,...

Du lịch văn hóa tâm linh cũng là một trong những thế mạnh của du lịch Quảng Ninh. Hiện nay, Quảng Ninh có hơn 600 di tích lịch sử - văn hóa các loại. Trong đó, có những di tích - danh lam thắng cảnh được xếp hạng di tích quốc gia đặc biệt có giá trị khai thác phục vụ phát triển du lịch, như di tích lịch sử và danh lam thắng cảnh Yên Tử, di tích lịch sử Bạch Đằng và khu di tích lịch sử văn hóa nhà Trần tại Đông Triều. Bên cạnh đó, trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh còn rất nhiều điểm di tích lịch sử văn hóa khác có giá trị, như chùa Quỳnh Lâm (Đông Triều), đền thờ Trần Hưng Đạo, miếu Vua Bà, đình Phong Cốc (thị xã Quảng Yên), chùa Xuân Lan, đình

^(*) và ^(**) Học viện Chính trị khu vực II, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

Xã Tắc (thành phố Móng Cái)...⁽¹⁾. Với những lợi thế này, những năm qua, ngành công nghiệp không khói của tỉnh Quảng Ninh đã có những bước phát triển đáng ghi nhận, lượng khách du khách trong và ngoài nước đến với Quảng Ninh ngày càng tăng.

Phát triển du lịch thông qua kênh truyền hình là việc làm hết sức ý nghĩa, vừa quảng bá hình ảnh du lịch, vừa kêu gọi sự chung tay giữ gìn, bảo tồn, phát huy các giá trị tự nhiên và nhân văn của ngành du lịch tỉnh Quảng Ninh. Việc đẩy mạnh tuyên truyền về du lịch đã gián tiếp góp phần vào sự tăng trưởng kinh tế - xã hội địa phương, đặc biệt là mục tiêu chuyển dịch từ “kinh tế đen” (khai thác than) sang “kinh tế xanh” (du lịch), phát huy tốt nhất những lợi thế sẵn có về ngành công nghiệp không khói của tỉnh Quảng Ninh.

2. Thực trạng thông tin tuyên truyền về du lịch trên truyền hình Quảng Ninh

Việc sử dụng các cơ quan báo chí làm công cụ tuyên truyền, phát triển thông tin du lịch (ngành công nghiệp xanh) luôn được tỉnh Quảng Ninh ưu tiên chú trọng. Tỉnh đã ban hành nhiều văn bản liên quan đến công tác này, cụ thể: Quyết định số 974/2007/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc phê duyệt quy hoạch phát triển sự nghiệp truyền thanh, phát thanh, truyền hình tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2007 - 2010, định hướng đến năm 2020; Quyết định số 3528/QĐ-UBND ngày 04/11/2008 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc ban hành quy chế tổ chức và hoạt động Cổng thông tin điện tử tỉnh Quảng Ninh trên internet; Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh lần thứ VI nhiệm kỳ 2015 - 2020; Nghị quyết số 02-NQ/TU ngày 05/02/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về “Phát triển dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 - 2020, định hướng đến năm 2030”; Quyết định số 406-QĐ/TU ngày 15/11/2016 của Tỉnh ủy ban hành Quy định về chỉ đạo, định hướng tư tưởng, chính trị đối với thông tin báo chí và công tác tiếp nhận, xử lý thông tin báo chí, dư luận xã hội phục vụ hoạt động lãnh đạo, chỉ đạo của Thường trực Tỉnh ủy.

Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh là cơ quan sự nghiệp có thu, trực thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh, đồng thời là cơ quan thông tin đại chúng tuyên truyền đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, cầu nối giữa Đảng, chính quyền với nhân dân và là diễn đàn của nhân dân tỉnh Quảng Ninh. Hiện nay, Đài đang tự chủ một phần kinh phí hoạt động thường xuyên hằng năm, phần còn lại được cấp từ nguồn ngân sách tỉnh.

Việc sử dụng các cơ quan báo chí làm công cụ tuyên truyền, phát triển thông tin du lịch - “ngành công nghiệp xanh” luôn được tỉnh Quảng Ninh ưu tiên chú trọng. Thời gian qua, thực hiện chủ trương của tỉnh, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh luôn chú trọng việc đăng tải nội dung thông tin du lịch trên kênh truyền hình, góp phần phát triển kinh tế - xã hội hiệu quả trên địa bàn tỉnh.

- Về hình thức tuyên truyền về du lịch của Quảng Ninh

Thời gian qua, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh đã xây dựng được các chuyên mục riêng biệt, cố định, chuyên sâu quảng bá, phát triển thông tin du lịch phát vào khung giờ cố định trên kênh QTV1 và QTV3.

Hình thức tuyên truyền khá đa dạng và phong phú thông qua việc phát sóng các bản tin, phóng sự có nội dung chuyên sâu về vấn đề cụ thể, khai thác ở nhiều góc độ khác nhau nhằm truyền thông quảng bá địa điểm du lịch nổi tiếng, món ăn hấp dẫn, khu vui chơi giải trí thú vị, môi trường an toàn thân thiện... đến với du khách. Các chương trình du lịch được phát sóng vào khoảng khung giờ xác định nên khán giả dễ dàng theo dõi, đáp ứng được nhu cầu tham quan du lịch của cá nhân và gia đình.

Về tin liên quan đến du lịch: Tin thuộc nhóm thể loại thông tấn báo chí có thể mạnh là thông báo kịp thời, nhanh chóng các sự kiện, chính xác, đáp ứng nhu cầu khán giả đang theo dõi và có ý định đi du lịch vào những thời điểm diễn ra sự kiện nổi bật ở tỉnh Quảng Ninh. Do vậy, thể loại tin thường được các phóng viên, biên tập viên của Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh sử dụng nhiều.

Về bài phóng sự: Thời gian qua, các phóng sự về “Đất và Người Quảng Ninh”, “Vi một Hạ Long xanh”, “Âm thực Quảng Ninh”... trên truyền hình Quảng Ninh đã giúp khán giả trong nước hiểu hơn về Quảng Ninh thông qua nội dung phản ánh cũng như nhận định, suy nghĩ và cảm xúc của phóng viên, biên tập viên. Tuy nhiên, phóng sự cần phải có nhân vật và phải đầu tư thời gian, cách viết cũng khó hơn nên nhiều phóng viên “ngại” viết thể loại này.

Về bài phỏng vấn: Các bài phỏng vấn đã phản ánh chân thực, khách quan về chất lượng hoạt động du lịch đang diễn ra, giúp cho khán giả có dự định du lịch Quảng Ninh có thể lựa chọn và lên kế hoạch chu đáo cho chuyến đi của mình. Các bài phỏng vấn trên kênh truyền hình Quảng Ninh đa phần đều có nội dung thiết thực, tự nhiên, sinh động, thể hiện đúng đặc trưng ngôn ngữ, văn phong của người hỏi và người trả lời. Ngoài ra, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh còn sử dụng hình thức truyền hình trực tiếp để truyền tải thông tin du lịch.

Đối với chuyên mục *Tạp chí Du lịch*, *Chương trình Khám phá Hạ Long*: các phóng sự đã đáp ứng được nhiệm vụ tuyên truyền, đăng tải hình ảnh, địa điểm du lịch trên cả nước nói chung, tỉnh Quảng Ninh nói riêng. Các bản tin, phóng sự, phỏng vấn của các chuyên mục đã hoàn thành tốt nhiệm vụ tuyên truyền đường lối, quan điểm phát triển du lịch của tỉnh Quảng Ninh về xây dựng văn hóa ứng xử thân thiện, mến khách, về những món ăn đặc trưng, hấp dẫn, những quà lưu niệm từ biển mà du khách có thể mua mỗi khi đến với Quảng Ninh.

- Về nội dung tuyên truyền về du lịch của Quảng Ninh

Hiện nay, nội dung truyền tải thông tin tuyên truyền phát triển du lịch trên kênh truyền hình Quảng Ninh rất đa dạng, phong phú, gồm:

Thứ nhất, thông tin tuyên truyền về du lịch Quảng Ninh và vịnh Hạ Long

Tạp chí Du lịch ra đời từ ngày 01/4/2012 trên kênh QTV3, là sự đổi mới phóng sự chuyên đề phát trên kênh QTV1. Chương trình được phát sóng vào 21 giờ 15 phút thứ Ba (tuần

1 + 3) trên kênh QTV1 và 19 giờ 45 phút chủ Nhật (tuần 2 + 4) trên kênh QTV3.

Tạp chí quảng bá về hình ảnh, vẻ đẹp đất nước, con người, lịch sử, văn hóa Việt Nam nói chung, Quảng Ninh nói riêng. Điển hình như quảng bá về vịnh Hạ Long, điểm đến hấp dẫn, là di sản, kỳ quan mới của thế giới với các công trình hạ tầng, dự án trọng điểm về giao thông, du lịch, đồng thời giới thiệu các điểm du lịch, các tour tuyến gắn kết di sản kỳ quan thiên nhiên thế giới vịnh Hạ Long và khu bảo tồn thiên nhiên Đồng Sơn - Kỳ Thượng...; huyện Vân Đồn với các giá trị truyền thống lịch sử, văn hóa, định hướng phát triển trong thời gian tới gắn với triển khai xây dựng thí điểm Đề án Ban Quản lý Khu kinh tế Vân Đồn và các khu vực động lực về phát triển du lịch của Tỉnh, như Đông Triều, Uông Bí, Cô Tô, Móng Cái⁽²⁾.

Từ tháng 6/2010, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh sản xuất chương trình *Khám phá Hạ Long*, nhằm tuyên truyền cho di sản thiên nhiên thế giới vịnh Hạ Long, đặc biệt trong các lần bầu chọn cho vịnh Hạ Long trở thành kỳ quan thiên nhiên mới của thế giới. Chương trình được phát sóng vào khung giờ: 20 giờ 15 phút chủ Nhật (tuần 2 + 4) trên kênh QTV1 và 8 giờ 45 phút thứ Tư (tuần 2 + 4) trên kênh QTV3⁽³⁾.

Thứ hai, nội dung tuyên truyền giới thiệu về con người Quảng Ninh

Văn hóa trong du lịch không chỉ là các giá trị văn hóa vật chất, tinh thần, mà còn là cách ứng xử văn minh, tạo ra môi trường du lịch thân thiện, an toàn. Những năm gần đây, văn hóa ứng xử trong du lịch đã được tỉnh Quảng Ninh chú trọng, tác động tích cực đến kết quả hoạt động du lịch. Để góp phần tạo hình ảnh đẹp về vùng đất và con người Quảng Ninh, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh đã xây dựng chương trình *Đất và Người Quảng Ninh*, với rất nhiều phóng sự khác nhau, cụ thể:

Phóng sự *Văn hóa phụ nữ trong kinh doanh dịch vụ du lịch* của tác giả Thu Thảo - Mai Phương, phát sóng 21 giờ ngày 05/7/2019 kênh QTV3. Phóng sự đưa tin về sự thành công của việc tổ chức mô hình dân vận khéo “Văn hóa

phụ nữ Hạ Long vùng du lịch” gắn với việc thực hiện Bộ quy tắc ứng xử Nụ cười Hạ Long, được các cấp hội phụ nữ trên địa bàn thành phố hướng ứng bằng những hành động cụ thể, thiết thực.

Phóng sự *Xây dựng môi trường du lịch an toàn, thân thiện, chuyên nghiệp* của tác giả Hồng Hạnh, phát sóng 20 giờ 30 phút ngày 05/11/2019 kênh QTV1. Phóng sự đưa tin về Cảng tàu khách quốc tế Tuần Châu đã và đang xây dựng môi trường du lịch lành mạnh, an toàn, thân thiện cho mỗi du khách khi đến với Quảng Ninh. Ngoài ra, còn nhiều phóng sự khác quảng bá, tuyên truyền về du lịch, văn hóa, con người Quảng Ninh. Thông qua các phóng sự trên, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh đã làm tốt công tác truyền tải thông điệp về “Đất và Người Quảng Ninh”, góp phần thực hiện thành công quyết tâm xây dựng, phát triển văn hóa, con người Quảng Ninh theo Nghị quyết số 11-NQ/TU ngày 09/3/2018 về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Quảng Ninh đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững.

Thứ ba, nội dung thông điệp về văn hóa ẩm thực của tỉnh Quảng Ninh

Những năm qua, Quảng Ninh là một trong những địa phương đi đầu cả nước về thực hiện chương trình *Môi xã, phường một sản phẩm* (OCOP). Đến nay, toàn Tỉnh có hơn 400 sản phẩm được gắn thương hiệu OCOP, trong đó có khoảng 200 sản phẩm thuộc nhóm thực phẩm gắn OCOP. Nhiều sản phẩm được đông đảo người tiêu dùng ưa chuộng, như Gà Tiên Yên, chả mực Hạ Long, hàu Vân Đồn, ghe Trà Cổ, rượu nếp cái hoa vàng Đông Triều, miến dong Bình Liêu, na dai Đông Triều...

Trong các chương trình quảng bá sản phẩm du lịch, Quảng Ninh không chỉ chú trọng giới thiệu các di sản cảnh quan thiên nhiên, di sản văn hóa các dân tộc trong tỉnh, mà còn đẩy mạnh tuyên truyền các giá trị văn hóa ẩm thực của địa phương đến đông đảo du khách trong và ngoài nước. Phóng sự *Đến Hạ Long mua gì làm quà?* của tác giả Thu Hoài, phát sóng lúc 20 giờ 30 phút ngày 18/11/2019 kênh QTV1 là minh chứng cụ thể. Phóng sự thành công ở việc khái quát được những món ăn đặc trưng, nổi tiếng ẩm thực Quảng Ninh,

như chả mực Hạ Long, mực khô, mực một nắng, sam,... Có thể thấy, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh đã có nhiều bản tin, phóng sự về ẩm thực Quảng Ninh, chào mời du khách đến và trải nghiệm những món quà từ biển.

Tuy nhiên, dựa trên cơ sở nghiên cứu thực tiễn hoạt động quảng bá du lịch trên truyền hình Quảng Ninh, có thể thấy, các tin bài, phóng sự, chuyên đề thông tin du lịch trên truyền hình Quảng Ninh vẫn còn một số hạn chế, như: trình độ phóng viên, biên tập viên chưa đồng đều; một bộ phận phóng viên, biên tập viên chưa chuyên nghiệp, chủ động tìm tòi, sáng tạo trong tác phẩm, thậm chí có lúc còn trông chờ vào các sự kiện sẵn có; chưa có nhiều tác phẩm xuất sắc đưa hình ảnh du lịch Quảng Ninh có tầm ảnh hưởng quốc tế; vẫn còn thiếu các chương trình truyền hình thực tế, hấp dẫn quảng bá hình ảnh du lịch Quảng Ninh.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả thông tin tuyên truyền về du lịch trên kênh truyền hình Quảng Ninh

Thứ nhất, nâng cao nhận thức về hiệu quả phát triển du lịch thông qua tuyên truyền trên truyền hình

Du lịch phát triển chính là yếu tố thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế, các lĩnh vực khác trong xã hội. Du lịch không chỉ đơn giản là ngành kinh tế đem lại lợi nhuận cho mỗi địa phương cũng như quốc gia, mà du lịch còn có chức năng làm cầu nối cho các nền văn hóa, tăng cường thúc đẩy quan hệ hữu nghị giữa các vùng miền và giữa các quốc gia với nhau. Để làm được điều này, các cấp lãnh đạo của tỉnh Quảng Ninh nói chung, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh nói riêng cần xây dựng và ban hành các kế hoạch, chiến lược phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông trong thông tin tuyên truyền quảng bá du lịch. Cần có quy định, văn bản hướng dẫn cụ thể về việc quảng bá hình ảnh Quảng Ninh trên Đài Phát thanh - Truyền hình của tỉnh.

Lãnh đạo Đài, đội ngũ phóng viên, biên tập viên cần nhận thức đúng về vị trí, vai trò của công tác tuyên truyền du lịch trên kênh truyền hình Quảng Ninh để chủ động trong việc đưa ra chiến lược truyền thông dài hạn, phát triển các

kênh, các loại hình truyền thông, biết tận dụng lợi thế của công nghệ số hiện đại. Đặc biệt là phải đổi mới phương thức, nội dung, nâng cao tính chuyên nghiệp để tạo ra hiệu quả cao cho công tác tuyên truyền. Các phòng, ban chức năng cần hoạt động đồng bộ, tương tác để cùng nhau hướng tới mục tiêu chung là phát triển du lịch.

Trước mắt cần đổi mới phương thức lãnh đạo và quản lý truyền hình hiệu quả, phù hợp hơn. Chủ động xây dựng kế hoạch tuyên truyền về du lịch mang tính chiến lược, có sự phân bổ hợp lý về địa điểm, thời gian, thời lượng tuyên truyền. Xây dựng đội ngũ nhà báo chuyên trách tuyên truyền, quảng bá du lịch của địa phương. Thường xuyên mở các lớp bồi dưỡng, tập huấn nhằm trang bị những kiến thức cơ bản về phát triển du lịch cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên. Tăng cường các chuyên trang, chuyên mục về phát triển du lịch có chất lượng cao, tiếp tục đổi mới cách trình bày, hình thức thể hiện, kết cấu và chất lượng in ấn của các sản phẩm báo chí để tăng sức hấp dẫn đối với bạn đọc.

Thứ hai, nâng cao chất lượng các chương trình về du lịch nói chung, tác phẩm báo chí tuyên truyền về du lịch nói riêng

Không ngừng nâng cao chất lượng các chương trình, tin bài, sản phẩm phản ánh sinh động tiềm năng, thực trạng hoạt động du lịch của tỉnh Quảng Ninh. Tăng tần suất chương trình truyền hình trực tiếp các sự kiện do QTV tự sản xuất, tự lên ý tưởng, xây dựng kịch bản và tự tổ chức sản xuất của QTV. Nâng cao chất lượng các sản phẩm đồ họa, làm sinh động màn hình; nâng cao chất lượng và đổi mới cách thức thể hiện của các chương trình khai thác nước ngoài; tổ chức hợp lý chương trình Trang địa phương.

Có kế hoạch sản xuất các chương trình mới về du lịch để làm phong phú hình thức truyền truyền. Đổi mới và nâng cao chất lượng các chương trình giải trí. Khai thác phim truyện hấp dẫn; liên kết sản xuất phim truyện có bối cảnh quay tại Quảng Ninh. Đặc biệt, sản xuất mới một số chương trình phát sóng vào các khung giờ vàng như: Quảng Ninh - Những thông điệp xanh, Ống kính QTV, QTV14...

Đầu tư sức người và của để nâng cao chất lượng các tác phẩm báo chí về du lịch Quảng Ninh. Hoàn thiện dự án nâng cấp hệ thống kỹ thuật truyền hình chuẩn HD đảm bảo tiến độ và yêu cầu đặt ra, tổ chức tập huấn, khai thác, vận hành hiệu quả các trang thiết bị hiện có. Triển khai các thủ tục đầu tư dự án đầu tư, nâng cấp hệ thống sản xuất chương trình, truyền dẫn phát sóng phát thanh Quảng Ninh. Xây dựng app truyền hình Quảng Ninh, App phát thanh Quảng Ninh trên Internet.

Tăng cường liên kết với các đài truyền hình trong cả nước để sản xuất các chương trình về du lịch, vừa phát sóng trên truyền hình Quảng Ninh, vừa sóng phát trên các đài phát thanh truyền hình khác trong cả nước, như Đài truyền hình Việt Nam, Đài Phát thanh - Truyền hình Hải Dương, Đài Phát thanh - Truyền hình Hải Phòng, Đồng Nai... Trong quá trình liên kết sản xuất cần chuẩn bị thông điệp truyền thông về các giá trị cốt lõi của di sản cũng như các quy định, hướng dẫn về các nguyên tắc bảo tồn di sản trong quá trình phát triển. Trong đó, các sản phẩm truyền hình cần tập trung tuyên truyền việc triển khai và kết quả thực hiện chương trình kích cầu du lịch nội địa, gắn với những đặc trưng của Quảng Ninh.

Thứ ba, nâng cao chất lượng đội ngũ phóng viên, biên tập viên của Đài nói chung, phóng viên, biên tập viên về du lịch nói riêng.

Xây dựng, kiện toàn, nâng cao trình độ chuyên môn, phẩm chất đạo đức cho đội ngũ biên tập viên, phóng viên, cán bộ kỹ thuật, thích ứng với xu thế báo chí đa phương tiện.

Đội ngũ cán bộ báo chí phải thường xuyên được đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn, lý luận chính trị, đạo đức báo chí; thường xuyên nâng cao trình độ ngoại ngữ, tin học, biết sử dụng thành thạo những công cụ, thiết bị, máy móc tác nghiệp.

Cử cán bộ tham gia các lớp bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho biên tập viên, phóng viên, kỹ thuật viên và đội ngũ quản lý. Cử cán bộ phóng viên, kỹ thuật viên tham gia học tập kinh nghiệm quản lý và sản xuất chương trình tại Đài Truyền hình Việt Nam.

Từng bước chuẩn hóa trình độ chính trị cử nhân hoặc cao cấp lý luận chính trị đối với đội ngũ phóng viên, biên tập và lãnh đạo trưởng, phó phòng trở lên. Phát hiện kịp thời những nhân tố có năng lực và triển vọng để tập trung đào tạo bồi dưỡng trở thành những cán bộ giỏi, có chuyên môn vững vàng, trong đó cần lưu ý các lĩnh vực: cán bộ quản lý; đạo diễn; biên kịch; dẫn chương trình; cán bộ kỹ thuật - công nghệ.

Đẩy mạnh huy động các nguồn lực xã hội tham gia phát triển hệ thống báo chí theo quy định của pháp luật; mở rộng hợp tác quốc tế về báo chí truyền thông, tiếp thu công nghệ thông tin tiên tiến.

Tăng cường khai thác, sử dụng các nguồn lực hợp tác quốc tế từ các trường đại học có chức năng đào tạo và nghiên cứu về báo chí.

Tóm lại, Quảng Ninh là tỉnh có thế mạnh về du lịch, cần xác định công tác thông tin tuyên truyền phải đi trước để quảng bá du lịch, thu hút du khách trong và ngoài nước. Để thực hiện được mục tiêu trên, cần triển khai hoạt động

truyền thông vào các lĩnh vực, như: truyền thông trong việc quảng bá sức hấp dẫn của điểm đến và sản phẩm, dịch vụ du lịch; truyền thông nhằm nâng cao nhận thức của những người tham gia vào chuỗi cung cấp các dịch vụ của ngành du lịch, của cộng đồng dân cư tại điểm đến, tạo ra nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, cộng đồng dân cư thân thiện, hiếu khách, tạo ấn tượng, thiện cảm và hài lòng cho du khách. Điều này góp phần nâng cao chất lượng và phát triển bền vững du lịch Quảng Ninh ở hiện tại và trong tương lai □

(1) <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/13850>

(2) Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh, *Đề án xây dựng kênh Phát thanh Du lịch và Thông tin Đối ngoại*, năm 2019

(3) Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ninh, Phòng Biên tập truyền hình, *Giờ phát sóng chuyên đề, chuyên mục năm 2020*

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM ĐỊNH HƯỚNG NIỀM TIN TRONG ĐỜI SỐNG TÍN NGƯỠNG, TÔN GIÁO...

(tiếp theo trang 78)

tiêu chí do Luật Tín ngưỡng, tôn giáo năm 2016 quy định và khuyến khích các tôn giáo phát huy giá trị văn hóa truyền thống, bản sắc dân tộc. Đồng thời, kiên quyết đấu tranh xóa bỏ những tổ chức, cá nhân có âm mưu lợi dụng tôn giáo chống phá cách mạng hay các hiện tượng phản nhân văn, phi văn hóa.

Tóm lại, để niềm tin tôn giáo, tín ngưỡng đi vào đời sống của nhân dân ở Trung Bộ một cách đúng đắn, lành mạnh, đòi hỏi Đảng, Nhà nước cũng như chính quyền các tỉnh, thành cần có sự nghiên cứu kỹ lưỡng về điều kiện, hoàn cảnh cụ thể để có những biện pháp thiết thực, hiệu

quả. Điều này, một mặt sẽ góp phần định hướng niềm tin trong đời sống tín ngưỡng, tôn giáo ở khu vực Trung Bộ một cách đúng đắn, mặt khác có thể khắc phục những hiện tượng tiêu cực ảnh hưởng đối với niềm tin của các giai cấp, tầng lớp trong xã hội □

(1) Nếu tính theo tổng dân số theo cùng thời điểm thì tín đồ tôn giáo chiếm khoảng 14,5% dân số toàn Vùng

(2) *Luật Tín ngưỡng tôn giáo năm 2018*

(3) Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2016, tr.165