

Báo chí truyền thông Trung Quốc

30 NĂM CẢI CÁCH MỞ CỬA VÀ HỘI NHẬP QUỐC TẾ

TS. NGUYỄN THỊ THU PHƯƠNG

Viện Nghiên cứu Trung Quốc

PHẠM THỊ HOAN

Đại học Sư phạm Hà Nội

Luật Báo chí của nước ta được Quốc hội thông qua ngày 28-12-1989 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Báo chí được Quốc hội khoá X - kỳ họp thứ năm thông qua ngày 12-6-1999. Để đáp ứng yêu cầu phát triển và quản lý báo chí trong tình hình mới, đồng thời chỉnh sửa một số nội dung không còn phù hợp với thực tế hiện nay, Dự án Luật Báo chí (sửa đổi) dự kiến sẽ được trình xin ý kiến tại kỳ họp thứ 4, Quốc hội khóa XII diễn ra từ ngày 16-10-2008 đến ngày 15-11-2008. Nhân dịp này, chúng tôi muốn góp thêm một cách nhìn về báo chí truyền thông Trung Quốc – một ngành văn hóa vốn trì trệ lạc hậu, nay trở nên nổi tiếng về sự năng động khi bước vào quá trình hội nhập quốc tế. Chúng tôi hy vọng, thông qua việc tìm hiểu sự phát triển báo chí truyền thông của một quốc gia có nhiều nét

tương đồng với Việt Nam như Trung Quốc sẽ phần nào cung cấp một số bài học kinh nghiệm thực tiễn có ý nghĩa tham khảo cho việc thúc đẩy sự phát triển của ngành báo chí truyền thông nước nhà.

1. Những đổi mới về quản lý đối với báo chí truyền thông Trung Quốc trong quá trình hội nhập quốc tế

1.1. Cải cách thể chế quản lý báo chí truyền thông

Tháng 12-1978, Đảng Cộng sản Trung Quốc đã xác định đường lối mở cửa cải cách tại Trung Quốc. Để giúp báo chí truyền thông nhanh chóng có sự phát triển phù hợp với cơ chế thị trường, Trung Quốc đã tiến hành cải cách thể chế quản lý: Từ chỗ được nhà nước “bao cấp” hoàn toàn, chính phủ từng bước đưa báo chí truyền thông sang cơ chế: “tự

chủ kinh doanh, tự chịu lời lỗ, tự chủ tích lũy, tự chủ phát triển"⁽¹⁾ thông qua việc thay đổi thể chế lãnh đạo theo hướng chuyên môn hóa về năng lực (tách bạch lãnh đạo chương trình, lãnh đạo xuất bản, lãnh đạo kinh doanh...); thay đổi về cơ chế dùng người (mở rộng phạm vi đánh giá nhân tài, xây dựng cơ chế khích lệ nhân tài; tạo cơ chế kinh doanh thông thoáng. Như vậy, từ cơ chế bao cấp, công hữu, báo chí truyền thông Trung Quốc đã chuyển sang kinh doanh doanh nghiệp hoá rồi tiếp tục cải cách sang cơ chế quản lý doanh nghiệp hoá vào năm 1978. Đây chính là thay đổi có tính căn bản để báo chí truyền thông Trung Quốc hòa vào dòng chảy chung của kinh tế toàn cầu sau gần 20 năm (1959 – 1978) rơi vào khủng hoảng trầm trọng.

Từ đây, báo chí truyền thông Trung Quốc đã phát triển với tốc độ chóng mặt theo cách "đi tắt đón đầu". "Nhật báo Nhân dân" – cơ quan báo chí lớn nhất của Trung Quốc lúc bấy giờ và 8 đơn vị báo chí truyền thông khác đã bắt đầu thực hiện thí điểm chế độ quản lý doanh nghiệp hoá. Các đơn vị từ nhỏ bé, chỉ trông chờ vào nguồn trợ cấp ngân sách của nhà nước đã trở thành những trung tâm truyền thông lớn mạnh với hệ thống cơ sở vật chất hiện đại, đội ngũ làm việc chuyên nghiệp.

1.2. Thành lập và mở rộng lợi ích của các tập đoàn truyền thông

Sau những lúng túng ban đầu, năm 1994, chính phủ Trung Quốc chính thức

cho phép báo chí truyền thông Trung Quốc có thể thành lập tập đoàn. Ngay sau đó, hàng loạt tập đoàn báo chí truyền thông đã hình thành và phát triển mạnh mẽ (Trung Quốc hiện có 39 tập đoàn báo chí truyền thông).

Tập đoàn chính là lực lượng chủ đạo của báo chí truyền thông, nó là minh chứng rõ nhất cho thấy, kinh doanh tư bản đã xâm nhập vào báo chí truyền thông và tạo ra hậu thuẫn tài chính vững chắc có sự phát triển nhanh chóng của ngành. Tuy nhiên, vào bất cứ thời điểm nào, chính quyền Trung Quốc cũng luôn đặt ra những rào cản nhằm thể hiện quyền lực và sức mạnh chính trị của mình. Văn kiện số 17 năm 2001 của Đảng Cộng sản Trung Quốc khẳng định: "*Các hãng báo chí truyền thông vẫn do nhà nước chủ trì kinh doanh, không thu hút đầu tư nước ngoài và nguồn vốn tư nhân. Theo nhu cầu phát triển của các tập đoàn báo chí, có thể cho phép đầu tư vào các phòng ban xuất bản tin tức và các phòng kinh doanh khác thông qua các hình thức công ty hữu hạn hoặc công ty cổ phần nhưng các bên đầu tư không được tham gia vào hoạt động tuyên truyền và quản lý kinh doanh*"⁽²⁾.

Rõ ràng, sự cải cách trong truyền thông vẫn chưa thực sự toàn diện, các hãng báo chí truyền thông vẫn phải dựa vào nguồn vốn của nhà nước. Điều này là thiếu hợp lý, vì báo chí truyền thông là một lĩnh vực đặc biệt, nó luôn luôn có xu hướng lớn mạnh lên về quy mô trong khi sự viện trợ của nhà nước chỉ là hữu

hạn. Có thể thấy, đây là sự lãng phí rất lớn, bởi với tiềm năng và nội lực sẵn có, truyền thông Trung Quốc hoàn toàn có thể lớn mạnh gấp nhiều lần nếu chính quyền cởi mở và ít cản trở hơn trong đường lối của mình.

1.3. Huy động nhiều nguồn vốn tư nhân vào hoạt động kinh doanh báo chí truyền thông

Những hạn chế trên đã nhanh chóng được chính phủ Trung Quốc khắc phục. Ngày 31-12-2003, Trung Quốc chính thức cho phép xã hội được đầu tư vào các đơn vị báo chí thuộc lĩnh vực khoa học – kĩ thuật, các tập đoàn phát hành với điều kiện nhà nước vẫn nắm cổ phần chính. Điều này đồng nghĩa với việc Trung Quốc đã chấp nhận nhiều loại nguồn vốn khác nhau có thể tham gia vào kinh doanh báo chí truyền thông.

Tiếp đó, vào tháng 2- 2004, chính phủ Trung Quốc thông báo phê chuẩn sự hợp pháp về quyền sở hữu thương mại của các hãng báo chí truyền thông. Thông báo này chính thức đặt nền móng cho việc nguồn vốn tư nhân được đầu tư vào các phương tiện truyền thông và nguồn vốn nước ngoài được đầu tư vào các công ty chế tác truyền hình, điện ảnh. Theo nhận định của giới chuyên môn, chính sách mới đã giảm nhẹ dần gánh nặng trợ cấp của nhà nước, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Có thể coi đây là động lực mới cho sự tăng trưởng kinh tế và sự nghiệp sáng tạo của ngành báo chí truyền thông Trung Quốc. Hàng loạt tập

đoàn báo chí truyền thông tư nhân đã ra đời, trong đó tập đoàn truyền thông Thượng Hải (Shanghai Media Group) - với 13 kênh truyền hình, 11 đài phát thanh, 5 tờ báo và tạp chí và một công ty dịch vụ truyền hình internet đang được đánh giá là đối thủ đáng gờm của các hãng truyền thông khổng lồ trên thế giới như: Mecom Group, một tập đoàn đầu tư truyền thông có trụ sở tại Anh, quản lý nhiều tờ báo từ Ukraine đến Na Uy; tập đoàn Essel Group, Subhash Chandra kiểm soát gần 20 kênh truyền hình, một xưởng phim hoạt hình và một tờ báo lớn có lượng độc giả lên tới 350 triệu người tại hơn 120 quốc gia trên thế giới⁽⁹⁾... Các tập đoàn báo chí truyền thông Trung Quốc, với sức mạnh nội lực và khả năng hợp tác nhiều mặt cùng các hãng nước ngoài đã đóng vai trò quan trọng trong việc tăng cường khả năng cạnh tranh của báo chí truyền thông Trung Quốc trên thị trường nội địa cũng như quốc tế.

1.4. Mở rộng quy mô hoạt động, mở cửa thị trường báo chí truyền thông

Trong quá trình hội nhập quốc tế, để phát triển và khẳng định vị thế của mình, chính phủ Trung Quốc đã thực hiện chiến lược mở rộng quy mô hoạt động của ngành báo chí truyền thông trên phạm vi toàn cầu song song với mở cửa thị trường báo chí truyền thông.

Đối với việc mở rộng quy mô phát triển ngành báo chí truyền thông trên toàn cầu, chính phủ Trung Quốc đã tích cực khích lệ các cơ quan phát thanh

truyền hình trung ương và các thành phố lớn xây dựng các đài phát thanh truyền hình ở nước ngoài thông qua hình thức độc lập hoặc hợp tác. Theo đó, các cơ quan phát thanh truyền hình phải áp dụng nhiều biện pháp cần thiết nhằm khai thác tiêu thụ ở thị trường nước ngoài; phải đưa ra được thị trường những sản phẩm có sức cạnh tranh xây dựng nhãn hiệu quốc tế nhằm nâng cao thị phần trên thị trường phát thanh truyền hình thế giới.

Từ đầu năm 2005, chính phủ Trung Quốc chính thức tuyên bố mở cửa thị trường báo chí truyền thông. Ngày 20-3-2005 chính phủ ra quyết định nguồn vốn không thuộc nhà nước có thể tham gia vào các nghề và lĩnh vực văn hoá như: xuất bản, in ấn và tham gia cổ phần vào việc phát hành quảng cáo, xuất bản tin tức, các tiết mục chế tác điện ảnh, âm nhạc có thể xây dựng và kinh doanh mạng truyền hình không dây, tham gia vào sự nghiệp cải tạo kỹ thuật số.⁽⁴⁾ Ngay sau khi quyết định này được ban bố, các hãng truyền thông tư bản của nước ngoài đã có những phản ứng tích cực: Theo nghiên cứu của công ty truyền thông Niesel – Hoa Kỳ, doanh thu từ quảng cáo ở Trung Quốc đạt khoảng 24 tỷ USD (số liệu năm 2004). Niesel khẳng định, đây là một thị trường triển vọng ở Châu Á và sẽ là hướng đầu tư trọng yếu của họ. Công ty Viacom (Mỹ) ngay lập tức đã ký kế hoạch hợp tác đầu tư với tập đoàn báo chí truyền thông Thượng Hải. Tiếp đó, Walst Disney, HBO, MTV

ba kênh truyền hình lớn phủ sóng khắp thế giới đã cung cấp một số chương trình truyền hình Trung Quốc để đổi lại quyền được chiếu một vài phút quảng cáo trên hệ thống truyền hình Trung Quốc⁽⁵⁾.

1.5. Kết hợp khai thác thị trường báo chí truyền thông với thị trường chứng khoán

Không chỉ củng cố và phát triển theo những nền tảng đã xây dựng trước đó, báo chí truyền thông Trung Quốc vẫn tiếp tục phát triển mạnh mẽ với việc thực hiện những bước đi linh hoạt. Tiêu biểu nhất là kết hợp với thị trường chứng khoán để tìm kiếm nguồn đầu tư và thu hút vốn trong xã hội. Từ 1994, công ty hữu hạn cổ phần Hòn ngọc Phương Đông (Thượng Hải) đã chính thức trở thành công ty hữu hạn cổ phần đầu tiên của báo chí truyền thông Trung Quốc. Từ đó đến nay, thị trường chứng khoán báo chí truyền thông diễn biến khá sôi động, cổ phiếu báo chí truyền thông luôn chiếm giữ vị trí và tỉ phần cao trong các phiên giao dịch, chỉ số chứng khoán (Index) phát triển theo chiều hướng tăng.

2. Một số thành tựu và hạn chế chủ yếu của báo chí truyền thông Trung Quốc

Từ chỗ bao cấp công hữu lạc hậu, sau 30 năm tiến hành cải cách mở cửa và hội nhập quốc tế, báo chí truyền thông Trung Quốc đã trở thành một trung tâm báo chí truyền thông năng động vào bậc

nhất trên thế giới, một thị trường có sức hút mãnh liệt đối với các hãng báo chí truyền thông nước ngoài, trở thành “ông lớn” của truyền thông châu Á và đối thủ cạnh tranh của các hãng truyền thông khổng lồ phương Tây. Tính đến cuối năm 2007, những sản phẩm văn hóa từ các ngành nghề này được đánh giá là phong phú, đặc sắc chiếm một phần quan trọng trong tổng giá trị gia tăng 9.632,8 tỷ Nhân dân tệ (NDT) của nhóm ngành nghề thứ ba⁽⁶⁾. Dưới đây là một số thành tựu và những hạn chế chủ yếu của báo chí Trung Quốc:

2.1. Thành tựu

♦ *Phát huy tốt sức mạnh nội lực, phát triển mạnh mẽ các loại hình báo chí truyền thông*

Từ khi tiến hành cải cách mở cửa, đặc biệt là sau khi gia nhập WTO, báo chí truyền thông Trung Quốc phát triển với tốc độ chóng mặt và cùng với Ấn Độ, trở thành hai trung tâm truyền thông lớn nhất của châu Á. Báo chí truyền thông đã phát huy được sức mạnh nội lực và đạt được những thành tựu quan trọng trên mọi bình diện, cống hiến vào công cuộc phát triển văn hoá, chính trị, kinh tế của cả nước.

Cũng nhờ phát triển sức mạnh nội lực, báo chí truyền thông Trung Quốc đã phát triển mạnh mẽ trên tất cả các loại hình báo chí:

- *Báo in tiến bộ vượt bậc*

Về số lượng, năm 2004, Trung Quốc đã có tới trên 2.000 tờ báo, nhật báo và

trên 8.000 tạp chí, định chí phát hành theo hình thức tuần báo, chuyên san. Tính đến năm 2007, Trung Quốc xuất bản 43,9 tỷ bản báo, tạp chí các loại, 2,9 tỷ bản tập san các loại, 6,6 tỷ quyển (tờ) sách hình⁽⁷⁾. Số lượng các đầu báo lớn, cùng với sức đọc lớn từ nguồn dân cư đông đúc đã khiến Trung Quốc trở thành một trong những quốc gia có sức tiêu thụ báo vào nhóm lớn nhất thế giới. Trong danh sách top 20 “Best - Seller” - những tờ báo có số lượng phát hành nhiều nhất trên phạm vi toàn cầu, đã có sự góp mặt của 3 tờ báo Trung Quốc là: “Tin tức tham khảo”, “Nhân dân nhật báo”; “Dương Thành văn báo”. Điều này cho thấy, báo in nước này đã đạt được bước tiến đáng kể trong việc mở rộng tầm ảnh hưởng quốc tế.

Về mặt nội dung thể tài và phạm vi phản ánh, nhiều tờ báo in Trung Quốc đã khẳng định được đẳng cấp quốc tế thông qua những bài viết có nội dung vừa phong phú, hấp dẫn, vừa bám sát những diễn biến chính trường, các mặt của xã hội trong và ngoài nước.

- *Báo nói (phát thanh) tận dụng triệt để nhu cầu tiếp nhận thông tin của dân cư lao động*

Theo thống kê, năm 2004, Trung Quốc có 286 cơ sở truyền thanh trong đó lớn nhất là Đài truyền thanh Trung Quốc. Đây là đài truyền thanh quốc gia duy nhất ở Trung Quốc phát sóng tổng số 290 giờ một ngày với 38 tiếng nước ngoài, tiếng phổ thông Trung Quốc và 4 thổ ngữ với nội dung phong phú, hình

thức truyền tải sinh động thu hút thính giả. Theo thống kê, khoảng 700 triệu dân Trung Quốc thường xuyên nghe 1.000 đài radio⁽⁸⁾; phát thanh tổng hợp đã phủ sóng 95,4% dân số⁽⁹⁾. Điều này cho thấy, truyền thanh Trung Quốc đã biết cách khai thác, tận dụng triệt để nhu cầu tiếp nhận thông tin của đại bộ phận dân cư lao động ở Trung Quốc và biến thành động lực, sức mạnh của mình.

- Báo hình (Truyền hình)

Truyền hình là lĩnh vực then chốt, có vai trò to lớn đối với ngành báo chí truyền thông Trung Quốc. Năm 2007, Trung Quốc có tổng cộng: 151,18 triệu thuê bao cáp, 26,16 triệu thuê bao truyền hình 1.200 đài truyền hình, phát sóng trên 2.900 kênh⁽¹⁰⁾.

Trong những năm gần đây, Trung Quốc đã đẩy mạnh phát triển truyền hình kỹ thuật số, hiện 25 thành phố ở Trung Quốc đã phát truyền hình số thử nghiệm. Trung Quốc đã đặt ra mục tiêu: Trong vòng 7 năm (từ 2005 – 2012), mọi chương trình truyền hình cáp ở Trung Quốc sẽ được số hoá và 5 năm tiếp theo (2012 – 2017) các chương trình phát sóng analog thông thường sẽ ngừng hoạt động, xoá sổ khỏi hệ thống truyền hình quốc gia⁽¹¹⁾.

Năm 2004, mạng lưới phát thanh truyền hình đã phủ sóng 94,9 % cả nước. Cho đến nay, sau gần 4 năm, truyền hình với hàng loạt các bộ phim, kịch, phóng sự đã góp phần làm phong phú thêm đời sống tinh thần của người dân

Trung Quốc. Năm 2007, Trung Quốc sản xuất 402 bộ phim truyện, 58 bộ phim khoa học giáo dục, phóng sự, hoạt hình và các loại khác. Các tác phẩm truyền hình này về cơ bản đều phản ánh khách quan và hấp dẫn quan niệm giá trị, quan niệm đạo đức của con người trong thời hội nhập, vì vậy thu hút được đông đảo khán giả trong nước và tạo nên làn sóng phim truyền hình Trung Quốc lan rộng tới nhiều quốc gia trên khắp các châu lục⁽¹²⁾.

Trong sự phát triển sôi động của truyền hình Trung Quốc, Đài truyền hình Trung ương Trung Quốc (phát sóng lần đầu tiên vào ngày 2-9-1958), tên giao dịch là Chinal Central Television, viết tắt là CCTV có 16 kênh phát sóng 24 giờ/ngày và một kênh có độ phân giải cao. CCTV có quan hệ nghề nghiệp với 250 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn thế giới. Phong phú về số lượng, đặc sắc về chất lượng, CCTV còn có cả những chương trình đỉnh cao mà tiêu biểu là CCTV New year's Gala. Năm 2007, chương trình truyền hình này đã thu hút 800 triệu người trên toàn thế giới theo dõi⁽¹³⁾.

- Báo điện tử:

Ra đời muộn hơn báo in, báo nói, báo hình, nhưng gắn với Internet băng thông rộng, cơ sở hạ tầng kỹ thuật cao, tin tức cập nhật, nội dung phong phú, hình thức sinh động, nên báo điện tử Trung Quốc thu hút một lượng lớn bạn đọc trẻ có trình độ văn hóa cao. Tháng 12-2004, Trung Quốc có khoảng 94 triệu người

dùng Internet, biến Trung Quốc thành thị trường Internet và báo điện tử lớn thứ nhì thế giới sau Mỹ.

Sau một thời gian gần như phổ cập thông tin miễn phí, đến nay báo điện tử Trung Quốc đã thu phí và dần dần phát huy được tiềm năng và lợi nhuận. Năm 2004, trang web sohu.com thu về 100 triệu USD. Charles Zhang, người sáng lập website này và thường được mệnh danh là Bill Gates của Trung Quốc, được báo Time chọn là một trong 15 Global Tech Gurus, và báo Business Week chọn là một trong 25 CEOs tiêu biểu của các doanh nghiệp điện tử toàn cầu.

♦ *Làm tốt nhiệm vụ truyền tải thông tin và khẳng định vị thế và bản sắc của đất nước*

Luôn được coi là đơn vị sự nghiệp, thực hiện nhiệm vụ truyền tải thông tin chính trị, văn hoá, giáo dục, xã hội trên toàn quốc và góp phần mở rộng tầm ảnh hưởng của Trung Quốc trên toàn cầu, báo chí truyền thông Trung Quốc trong những năm qua đã thực hiện tốt nhiệm vụ của mình. Bên cạnh việc tuyên truyền đường lối, chính sách của chính quyền, phản ánh các thông tin sự kiện, báo chí truyền thông Trung Quốc còn có đóng góp rất lớn cho những dấu mốc quan trọng của lịch sử như: Vấn đề Macao, Hồng Kông và vừa qua là Olympic Bắc Kinh năm 2008.

Trong quá trình hội nhập quốc tế, báo chí truyền thông Trung Quốc đã luôn khẳng định được vị thế của mình một

cách nổi bật, tự tin, đầy thách thức trên bản đồ truyền thông thế giới bằng những gam màu nóng và ấn tượng.

Ở châu Á, báo chí truyền thông Trung Quốc là một trung tâm nổi bật vì có qui mô và tốc độ tăng trưởng vượt trội hẳn so với các trung tâm khác. Đặc biệt, với sự bảo hộ, quản lí trực tiếp của Nhà nước thống nhất, báo chí truyền thông Trung Quốc là một nền báo chí truyền thông rất "tự tin". Điều này khác biệt với nền báo chí truyền thông của nhiều nước có thể chế chính trị đa nguyên đa đảng như Mĩ, Pháp, Đức... Mọi nguồn thông tin mà truyền thông Trung Quốc đưa ra đều được Nhà nước kiểm soát, bảo hộ, vì thế nó mang tính nhất quán (cho dù điều này cũng gây nên những hạn chế nhất định).

Báo chí Trung Quốc cũng không ngừng kết nối với báo chí truyền thông toàn cầu thông qua kí kết các văn kiện hợp tác cấp nhà nước về báo chí truyền thông với các quốc gia và tổ chức khu vực, mở rộng mối quan hệ nghề nghiệp với các nước, đưa ngày càng nhiều phóng viên ra nước ngoài tác nghiệp...

2.2. Hạn chế

Báo chí truyền thông thế giới, đặc biệt là truyền thông Mỹ và phương Tây thường rất hay lên án những mặt hạn chế của báo chí truyền thông Trung Quốc. Tất nhiên, không phải tất cả những thành kiến đó đã đúng, nhưng chắc chắn đây là một vấn đề lớn đòi hỏi sự xem xét triệt để và toàn diện. Qua

nghiên cứu, theo chúng tôi truyền thông Trung Quốc có 3 hạn chế như sau:

♦ *Kiểm soát quá chặt chẽ nguồn thông tin:*

Báo chí truyền thông là lĩnh vực thông tin đại chúng, nó đòi hỏi sự cởi mở, kịp thời bám sát và phản ánh chân thực thực tế, diễn biến khách quan. Thế nhưng, một số nguồn thông tin ở phương Tây cho rằng, Trung Quốc đã không tuân thủ nguyên tắc truyền thông này làm tổn hại nghiêm trọng đến tính chân thực của báo chí truyền thông. Bên cạnh đó, việc kiểm duyệt hoạt động của báo chí truyền thông còn dẫn tới tình trạng nguồn thông tin bị độc quyền. Để giảm bớt áp lực quốc tế, chính quyền Trung Quốc đang từng bước nới lỏng việc thắt chặt thông tin.

♦ *Thiếu minh bạch trong việc cung cấp thông tin về các sản phẩm hàng hóa*

Một thực trạng đang diễn ra ở Trung Quốc khi tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế là báo chí truyền thông nước này thường xuyên đưa ra những thông tin tiêu cực thiếu chính xác về hàng hoá nước ngoài và ca ngợi hàng hoá trong nước. Tất nhiên, việc tuyên truyền nhằm quảng bá thương hiệu của quốc gia mình là một nhiệm vụ mà báo chí truyền thông phải làm. Tuy nhiên, cách bảo hộ hàng hóa bằng báo chí truyền thông như Trung Quốc đã làm, theo một số nhà chuyên môn nước ngoài, là “khó được chấp nhận từ cộng đồng các quốc

gia khác vì nó ảnh hưởng tới quyền lợi của nhà sản xuất cũng như người tiêu dùng” (một số công ty nước ngoài cho rằng, đã có 44% người tiêu dùng bị vi phạm quyền lợi trong năm 2006). Trong khi ở một số lĩnh vực, thông tin được quản lý quá chặt chẽ thì ở một số phương diện, thông tin lại bị buông lỏng làm ảnh hưởng nghiêm trọng không chỉ đối với kinh tế mà còn đối với cả đời sống xã hội và làm mất ổn định quốc gia.

♦ *Công tác quản lý còn chưa hiệu quả trong việc truy quét, ngăn chặn các ấn phẩm khiêu dâm, bạo lực, xuyên tạc*

Quá trình hội nhập kéo theo một hệ quả là phim ảnh bạo lực, tạp chí khiêu dâm xuất hiện công khai trên thị trường sách báo; các kịch bản, các tác phẩm kinh điển bị xuyên tạc, trang web cổ súy cho sự cởi mở thái quá về đời sống tình dục cũng xuất hiện tràn lan trên mạng. Để ngăn chặn tác hại, các cơ quan quản lý báo chí truyền thông Trung Quốc đã nỗ lực tiến hành nhiều biện pháp khác nhau. Chỉ trong 3 tháng của năm 2007, các đợt truy quét đã thu giữ và tiêu hủy hơn 30 triệu ấn phẩm đen. Trong số đó, có hơn 1,2 triệu báo và tạp chí xuất bản trái phép, 29,2 triệu sách và băng đĩa có nội dung xấu như khiêu dâm, bạo lực hoặc được in sang trái phép. Trong tổng số hơn 6.200 cá nhân và tổ chức bị bắt giữ, có 111 trường hợp bị khởi tố, 109 trường hợp bị xử phạt hành chính⁽¹⁴⁾. Chính phủ Trung Quốc cũng rất nỗ lực tiến hành phá bỏ các trang web không

lành mạnh và chú trọng xây dựng các trang web chất lượng.

Tuy nhiên, những giải pháp trên vẫn là chưa đủ và hiệu quả để giải quyết tình trạng này và những ấn phẩm bất hợp pháp vẫn đang ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành báo chí truyền thông, ngành xuất bản, an ninh văn hóa và sự ổn định xã hội của Trung Quốc.

*
* *

Tóm lại, trong 30 năm qua, báo chí truyền thông Trung Quốc với những đặc thù riêng, luôn là ngành đảm nhiệm tốt nhiệm vụ trọng tâm bám sát định hướng Xã hội chủ nghĩa, truyền tải thông tin trong nước và quốc tế thông qua các phân ngành: báo in, báo nói (truyền thanh); báo hình (truyền hình); báo điện tử. Từ một ngành văn hóa phát triển trì trệ và chịu sự "o bế" hoàn toàn của Nhà nước, hiện nay báo chí truyền thông Trung Quốc đã tích cực cải cách, mở cửa và vươn lên trở thành một trong những trung tâm truyền thông lớn nhất của châu Á, góp phần đưa đất nước nhanh chóng bước vào quá trình hội nhập quốc tế. Bên cạnh những thành tựu đáng ghi nhận, một số mặt hạn chế và tiêu cực đang tồn tại đã ít nhiều làm giảm đi tính hiệu quả của báo chí truyền thông, gây ảnh hưởng xấu tới sự phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, cũng như hình ảnh Trung Quốc trước cộng đồng quốc tế.

Đây chính là những thách thức buộc báo chí truyền thông Trung Quốc phải đổi mới và giải quyết khi thực hiện tham vọng vươn xa hơn nữa trên con đường cải cách mở cửa và hội nhập quốc tế./.



CHÚ THÍCH:

(1) Bạch Nhuận Sinh (chủ biên): *Cương yếu thông sử báo chí truyền thông Trung Quốc*, Trung ương đại học dân tộc xuất bản, 2004, tr. 572

(2), (4) Phương Thảo (Theo BPA.com), *Truyền thông Trung Quốc – "tôi tự đốt tôi sáng"* <http://www.tuanvietnam.net/news/InTin.aspx?alias=thegioitruyenthong&msgid=1662>

(3) Trần Kiên (theo FP): *Nhận diện các đại gia truyền thông thế giới*, <http://www.vietnamnet.vn/thegioi/nhanvat/2006/10/618491>.

(5) Theo BBD, VnE, Trung Quốc mở cửa truyền hình <http://www.vietstock.com.vn/tianyon/Index.aspx?ArticleID=7728&ChannelID=39>

(6),(7),(9),(10),(12) Theo số liệu của cục thống kê nước CHND Trung Hoa ngày 28/2/08

(8) Theo số liệu của (BBC), Trung Quốc sẵn sàng phát triển truyền thông, <http://sohoa.vnexpress.net/new/tin-khac/2005/03/3B9ACF67>,

(11) Trung Quốc mở cửa thị trường, ngày 20/01/2005

(13) <http://vi.wikipedia.org/wiki/CCTV>.

(14) Trung Quốc tịch thu 30 triệu ấn phẩm bất hợp pháp/ Anphamvanhoa.<http://www.amworld.com.vn>