

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP XÚC TIẾN TRUYỀN THÔNG CHO THỂ THAO NGƯỜI KHUYẾT TẬT VIỆT NAM

Đinh Khánh Thu⁽¹⁾

Nguyễn Ngọc Tường Linh⁽²⁾

Tóm tắt:

Sử dụng thang đo gồm 25 nội dung thuộc 5 nhóm nội dung truyền thông và 15 hình thức thuộc 5 nhóm hình thức truyền thông đánh giá thực trạng công tác truyền thông và các yếu tố ảnh hưởng tới công tác truyền thông cho Thể thao Người khuyết tật Việt Nam, qua đó chỉ ra vấn đề còn tồn tại về nội dung và hình thức truyền thông, đồng thời xác định, phân tích các nguyên nhân làm cơ sở đề xuất 04 giải pháp nhằm tăng cường quảng bá hình ảnh, tăng cường các nguồn lực, góp phần nâng cao hơn chất lượng và hiệu quả hoạt động tập luyện và thi đấu của Thể thao Người khuyết tật Việt Nam.

Từ khóa: Giải pháp, xúc tiến truyền thông, Thể thao Người khuyết tật Việt Nam.

Current status and solutions for media promotion about sports for the disabled in Vietnam

Summary: Using a scale of 25 contents belonging to 5 media content groups and 15 forms belonging to 5 media form groups, the authors assessed the current status of communication and factors affecting communication for sports for the disabled in Vietnam. Thereby, they pointed out remaining problems in the content and form of communication; and at the same time, identified and analyzed the causes as a basis for proposing 04 solutions to enhance image promotion, increase resources, contribute to improving the quality and effectiveness of training and competition activities about sports for the disabled in Vietnam.

Keywords: solutions, media promotion, sports for the disabled in Vietnam.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Truyền thông có ảnh hưởng rất to lớn đến mọi mặt của đời sống xã hội. Tuy nhiên, truyền thông thể thao tại Việt Nam vẫn chưa nhận được sự quan tâm sâu sắc. Đặc biệt, Thể thao Người khuyết tật (NKT) Việt Nam là một lĩnh vực mang giá trị nhân văn sâu sắc và các VĐV Việt Nam đã đạt được hàng loạt thành tích cao trong khu vực và trên thế giới, tuy vậy, vấn đề truyền thông cho lĩnh vực này vẫn đang gặp nhiều khó khăn và hạn chế trong việc thu hút tài trợ; truyền thông về các giải đấu cũng chưa tương xứng khiến sức lan tỏa trong xã hội cũng bị hạn chế. Nghiên cứu này nhằm đề xuất giải pháp xúc tiến truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam, tăng cường quảng bá hình ảnh, qua đó tăng cường thu hút các nguồn lực, góp phần nâng cao hơn chất lượng và hiệu quả hoạt động tập luyện và thi đấu cho các đội tuyển Thể thao NKT Việt Nam.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Sử dụng các phương pháp nghiên cứu: phân tích và tổng hợp tài liệu, phương pháp phỏng vấn, phương pháp toán học thống kê.

Thang đo đánh giá thực trạng công tác truyền thông được thiết kế gồm 25 nội dung thuộc 5 nhóm nội dung truyền thông và 15 hình thức thuộc 5 nhóm hình thức truyền thông

Đối tượng khảo sát thực trạng công tác truyền thông: 30 chuyên gia, cán bộ quản lý, cán bộ truyền thông, HLV và VĐV.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ BÀN LUẬN

1. Nghiên cứu thực trạng công tác truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam

1.1. Thực trạng nội dung và hình thức hoạt động truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam

Để đánh giá được thực trạng công tác truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam, trên cơ sở

⁽¹⁾PGS.TS, Trường Đại học TDTT Bắc Ninh

⁽²⁾CN, Phòng Đào tạo và Quản lý Khoa học, Viện Khoa học Thể dục thể thao

BÀI BÁO KHOA HỌC

25 nội dung thuộc 5 nhóm nội dung truyền thông và 15 hình thức thuộc 5 nhóm hình thức truyền thông, nghiên cứu tiến hành phỏng vấn đối với 30 chuyên gia, cán bộ quản lý, cán bộ truyền thông, HLV và VĐV về thực trạng sử dụng các nội dung và hình thức truyền thông trong truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam

(TTNKTVN) và so sánh với truyền thông cho các môn thể thao thuộc Phòng Thể thao thành tích cao 1 (TTTTTC1), Phòng Thể thao thành tích cao 2 (TTTTTC2) và Phòng Thể thao cho mọi người (TTCMN).

Kết quả phỏng vấn thu được trình bày ở bảng 1 đến bảng 4.

Bảng 1. So sánh mức độ sử dụng các nhóm nội dung truyền thông cho thể thao NKT Việt Nam với các nhóm môn thể thao (n=30)

TT	Nhóm nội dung truyền thông	Mức độ	Các nhóm môn thể thao							
			TTNKTVN		TTTTTC1		TTTTTC2		TTCMN	
			n	%	n	%	n	%	n	%
1	Giải đấu và các tin liên quan	TX	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
		BT	0	0.00	23	76.67	26	86.67	19	63.33
		KTX	30	100.00	7	23.33	4	13,3	11	36.67
2	Thành tích của đội, HLV, VĐV	TX	0	0.00	23	76.67	19	63.33	0	0.00
		BT	10	33.30	7	23.33	7	23.33	7	23.33
		KTX	20	66.70	0	0.00	4	13,3	23	76.67
3	Tin về cuộc đời và sự nghiệp của HLV, VĐV	TX	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
		BT	0	0.00	7	23.33	5	16.67	0	0.00
		KTX	30	100.00	23	76.67	25	83.33	30	100.00
4	Các sự kiện	TX	0	0.00	5	16.67	7	23.33	0	0.00
		BT	10	33.30	18	60.00	19	63.33	12	39.90
		KTX	20	66.70	7	23.33	4	13,3	18	61.10
5	Hoạt động tài trợ	TX	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
		BT	0	0.00	10	33.30	12	39.90	7	23.33
		KTX	30	100.00	20	67.70	18	61.10	23	76.67

* Chú thích: TX: Thường xuyên; BT: Bình thường; KTX: Không thường xuyên

Kết quả chỉ rõ: không những các nội dung truyền thông chưa được quan tâm đúng mức mà còn có sự khác biệt rất lớn trong nội dung truyền thông cho TTNKTVN so với TTTTTTC1,2 cũng như TTCMN, thể hiện chỉ có 2/5 nội dung truyền thông cho TTNKTVN đạt mức độ sử dụng bình thường, còn lại 3/5 có mức sử dụng không thường xuyên đạt tỉ lệ 100%, trong khi các nhóm môn thể thao khác có tỉ lệ cao hơn ít nhất ở một vài nội dung.

Kết quả khảo sát cho thấy: Các nội dung truyền thông về TTNKTVN được quan tâm ở mức độ bình thường chủ yếu tập trung vào nhóm 1, nhóm 2 và nhóm 3, nhưng cũng chỉ tập

trung truyền thông tốt ở một số nội dung; nhóm 4 và nhóm 5 không được quan tâm, các nội dung truyền thông đều không được đánh giá, chỉ có 3 nội dung truyền thông được nhắc đến nhưng có tới 96.7 - 100% đánh giá chất lượng không tốt.

Mức độ sử dụng hình thức truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam cũng chưa thật sự đa dạng, chỉ có 2/5 hình thức được sử dụng ở mức bình thường hoặc thường xuyên. Còn 3 hình thức không được sử dụng thường xuyên với tỉ lệ rất cao.

Kết quả cho thấy: chỉ có 6/15 hình thức được sử dụng với chất lượng được đánh giá không đồng nhất, trong đó: có 04 nội dung được đánh

Bảng 2. Thực trạng chất lượng các nội dung truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam (n=30)

TT	Các nội dung truyền thông		Chất lượng nội dung		
			Tốt (%)	BT (%)	KT (%)
1	Nhóm 1	Sự kiện quảng cáo tiền các giải đấu			
		Thông tin về các giải đấu	3.33	80	16.67
		Diễn biến các giải đấu	0	43.33	56.67
		Kết quả, thành tích giải đấu	16.67	63.33	20
2	Nhóm 2	Thành tích của các đội tuyển	23.33	76.67	0
		Thành tích của các cá nhân VĐV	93.33	6.67	0
		Thành tích của cá nhân HLV	0	53.33	46.67
		So sánh, dự đoán thành tích	0	90	10
3	Nhóm 3	Tin tức về tiêu sử của HLV, VĐV	0	36.67	63.33
		Tin tức về quá trình tham gia hoạt động chuyên môn của HLV, VĐV	0	16.67	83.33
		Tin tức về công việc và thu nhập của HLV, VĐV	0	26.67	73.33
		Tin tức về sinh hoạt đời thường của HLV, VĐV	0	26.67	73.33
		Tin tức về các vụ bê bối (scandal) của HLV, VĐV			
4	Nhóm 4	Sự kiện họp báo, các hoạt động thông cáo báo chí	0	3.33	96.67
		Các sự kiện gây quỹ, chương trình từ thiện			
		Sự kiện triển lãm			
		Sự kiện ra mắt sản phẩm mới			
		Các lễ hội, liên hoan, lễ kỉ niệm,...			
		Sự kiện khai trương, khánh thành			
		Các buổi hội thảo, hội nghị			
		Các sự kiện team building, các hoạt động trải nghiệm			
5	Nhóm 5	Hoạt động tài trợ cho giải đấu, chương trình, sự kiện			
		Hoạt động tài trợ cho việc tập luyện	0	0	100
		Hoạt động tài trợ cho việc thi đấu	0	0	100
		Hoạt động tài trợ phát triển cộng đồng			

giá chủ yếu ở mức độ bình thường, mức độ tốt chiếm tỉ lệ thấp ngoại trừ hình thức Truyền hình; 02 hình thức còn lại được đánh giá chủ yếu ở mức độ không tốt. Nhóm 4 và nhóm 5 với hình thức Facebook và YouTube là hình thức truyền thông tin siêu tốc, tương tác nhiều chiều giữa đồng đảo công chúng...tuy nhiên, mức độ khai thác để truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam vẫn rất khiêm tốn

1.2 Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam

Thông qua nghiên cứu các tài liệu chuyên môn, sách báo liên quan, đồng thời tham khảo

các chuyên gia nhiều kinh nghiệm, kết hợp phỏng vấn chuyên gia, các nhà chuyên môn, các HLV và VĐV Thể thao NKT Việt Nam, nghiên cứu đã xác định được 04 yếu tố ảnh hưởng chính. Kết quả phỏng vấn đánh giá được trình bày tại bảng 5.

Kết quả phỏng vấn cho thấy, các nhà quản lý đã có ý kiến đồng nhất trong việc đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố liên quan đến hoạt động truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam, cả 4/4 yếu tố mà đề tài đưa ra đều được đánh giá có ảnh hưởng ở mức độ từ lớn đến rất lớn với tỉ lệ rất cao, từ 86.7% - 100%.

Bảng 3. So sánh mức độ sử dụng hình thức truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam với các nhóm môn thể thao (n=30)

TT	Nhóm hình thức truyền thông	Mức độ	Các nhóm môn thể thao							
			TTNKTVN		TTTTTC1		TTTTTC2		TTCMN	
			n	%	n	%	n	%	n	%
1	Báo điện tử, Tạp chí điện tử	TX	5	16.67	8	26.67	6	20	7	23.33
		BT	16	53.33	20	66.67	17	56.67	18	60
		KTX	9	30	2	6.67	7	23.33	5	16.67
2	Truyền hình	TX	0	0	3	10	5	16,7	3	10
		BT	7	23.33	7	23.33	5	16,7	7	23.33
		KTX	23	76.67	20	66.67	20	66,7	20	66.67
3	Pano, áp phích	TX	0	0	0	0	0	0,0	0	0
		BT	0	0	5	16.67	6	20,0	4	13.33
		KTX	30	100	25	83.33	24	80,0	26	86.67
4	Mạng xã hội: Nhóm Cộng đồng xã hội	TX	0	0	0	0	0	0,0	0	0,0
		BT	4	13.33	7	23.33	8	26.67	5	16.67
		KTX	26	86.67	23	76.7	12	40	25	83.33
5	Mạng xã hội: Nhóm Xuất bản xã hội	TX	0	0	0	0	0	0	0	0
		BT	0	0	0	0	0	0	0	0
		KTX	30	100	30	100	30	100	30	100

* Chú thích: TX: Thường xuyên; BT: Bình thường; KTX: Không thường xuyên

Bảng 4. Thực trạng chất lượng các hình thức truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam (n=30)

TT	Các hình thức truyền thông		Kết quả đánh giá		
			Tốt (%)	BT (%)	KT (%)
1.	Nhóm 1	Báo điện tử	13.33	86.67	0
2.		Tạp chí điện tử	13.33	86.67	0
3.	Nhóm 2	Truyền hình giải trí	3.33	96.67	0
4.		Truyền hình thông tin	53.33	46.67	0
5.		Truyền hình giáo dục			
6.	Nhóm 3	Pano			
7.		Áp phích			
8.	Nhóm 4	Facebook	0	6.67	93.33
9.		Twitter và Microblogging			
10.	Nhóm 5	Instagram			
11.		Các diễn đàn trên Internet			
12.		YouTube	6.7	16,7	77.6
13.		Reddit			
14.		Blogging			
15.		Snapchat, Tiktok			



Tính đa dạng của các nội dung truyền thông và hình thức truyền thông là một trong những yếu tố ảnh hưởng lớn tới hoạt động truyền thông cho thể thao NKT

Bảng 5. Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố liên quan đến hoạt động truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam (n=30)

TT	Yếu tố ảnh hưởng	Kết quả khảo sát		
		Mức độ ảnh hưởng	n	%
1	Nhận thức của nhà quản lý về vai trò của truyền thông cho TTNKTVN	Rất lớn	28	92.30
		Lớn	2	6.70
		Bình thường	0	0
		Không ảnh hưởng	0	0
2	Tính đa dạng của các nội dung và hình thức truyền thông	Rất lớn	30	100
		Lớn	0	0
		Bình thường	0	0
		Không ảnh hưởng	0	0
3	Cơ chế truyền thông hiệu quả cho TTNKTVN	Rất lớn	26	86.70
		Lớn	4	13.30
		Bình thường	0	0
		Không ảnh hưởng	0	0
4	Hạ tầng kỹ thuật thúc đẩy hoạt động truyền thông cho TTNKTVN	Rất lớn	28	92.30
		Lớn	2	6.70
		Bình thường	0	0
		Không ảnh hưởng	0	0

Bảng 6. Kết quả phỏng vấn lựa chọn các giải pháp xúc tiến truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam (n=30)

TT	Giải pháp	Kết quả khảo sát			Điểm Likert
		MĐ1 1đ	MĐ2 2đ	MĐ3 3đ	
1.	Đẩy mạnh tuyên truyền về ý nghĩa, vai trò của truyền thông đối với TTNKTVN	0	5	25	2,83
2.	Tăng cường tính hiệu quả, đa dạng của các nội dung và hình thức truyền thông cho TTNKTVN	0	12	18	2,60
3.	Thiết lập một cơ chế truyền thông hiệu quả cho TTNKTVN trên nền tảng tăng cường các kênh phản hồi của dư luận và công chúng	0	11	19	2,63
4.	Tăng cường xây dựng và nâng cấp hạ tầng kỹ thuật theo hướng đẩy mạnh chuyển đổi số để thúc đẩy đổi mới hoạt động truyền thông cho TTNKTVN	0	12	18	2,60

2. Đề xuất giải pháp xúc tiến truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam

Trên cơ sở lý luận, thực tiễn và các nguyên tắc, đồng thời thông qua tham khảo các tài liệu chuyên môn và kết quả phỏng các 30 chuyên gia, cán bộ chuyên môn về truyền thông và các giáo viên, HLV, VĐV theo thang đo Likert với 03 mức độ ưu tiên lựa chọn, từ đó xác định được 04 giải pháp xúc tiến truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam. Kết quả được trình bày ở bảng 6.

Kết quả phỏng vấn thu được ở bảng 6 cho thấy, tất cả 04 giải pháp được chúng tôi nghiên cứu đều nhận được sự tán thành cao của những người tham gia phỏng vấn. Tỷ lệ tán thành đều đạt điểm Likert từ 2.6 – 2.8/3 đã cho thấy ý kiến thống nhất và tầm quan trọng của các giải pháp này. Trên cơ sở kết quả phỏng vấn lựa chọn trên, chúng tôi đã tiến hành nghiên cứu và xây dựng nội dung chi tiết của 04 giải pháp đã lựa chọn được theo cấu trúc: Mục đích; Nội dung; Tổ chức thực hiện.

KẾT LUẬN

1. Thực trạng công tác truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam được đánh giá trên thang đo gồm 25 nội dung thuộc 5 nhóm nội dung truyền thông và 15 hình thức thuộc 5 nhóm hình thức truyền thông đã cho thấy nội dung và hình thức truyền thông còn rất khiêm tốn, thiếu tính đa dạng và không được sử dụng thường xuyên; chất lượng của nội dung và hình thức truyền thông đều hạn chế. Các yếu tố ảnh hưởng tới thực trạng này bao gồm: Nhận thức của nhà

quản lý về vai trò của truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam; Tính đa dạng của các nội dung và hình thức truyền thông; Cơ chế truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam; Hạ tầng kỹ thuật thúc đẩy hoạt động truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam.

2. Kết quả nghiên cứu đã lựa chọn được 04 giải pháp xúc tiến truyền thông cho Thể thao NKT Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2019), *Quyết định số: 2112/QĐ-BVHTTDL ngày 14 tháng 06 năm 2019 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về việc công bố danh mục các môn, nội dung thi đấu thể thao thuộc nhóm I, nhóm II và nhóm III*, Hà Nội.
2. Brittany Hennessy (2019), *Xây dựng thương hiệu cá nhân trong kỷ nguyên 4.0*, Nxb Lao động, Hà Nội.
3. Guy Kawasaki, Peg Fitzpatrick (2016), *Lên mạng cũng là một nghệ thuật*, Nxb Lao động, Hà Nội.
4. Võ Văn Thường (2017), “Vai trò lãnh đạo của Đảng đối với công tác báo chí và truyền thông trong tình hình mới”, *Báo Nhân dân Online*.

(Bài nộp ngày 8/11/2023, Phản biện ngày 13/11/2023, duyệt in ngày 30/11/2023
 Chịu trách nhiệm chính: Đinh Khánh Thu
 Email: thutdth73@gmail.com)