



THAM LUẬN

**HỘI NGHỊ TRỰC TUYẾN TOÀN QUỐC
VỀ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH:
NHẬN THỨC - HÀNH ĐỘNG - NGUỒN LỰC**

Hà Nội, tháng 11/2022

MỤC LỤC

Stt	Nội dung	Ghi chú
1.	Công tác chỉ đạo thông tin của Đảng phải gắn với truyền thông chính sách của Chính phủ, các bộ, ngành, địa phương. BAN TUYÊN GIÁO TRUNG ƯƠNG	
2.	Công tác truyền khai Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022 - 2027”. BỘ TƯ PHÁP	
3.	Truyền thông chính sách theo chức năng, nhiệm vụ của Bộ Công an. BỘ CÔNG AN	
4.	Tổ chức bộ máy, vị trí việc làm, định mức biên chế công chức, viên chức làm công tác truyền thông chính sách. BỘ NỘI VỤ	
5.	Truyền thông Chính sách lấy người dân là trọng tâm của phát triển BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ	
6.	Bổ trí kinh phí cho tổ chức hoạt động của truyền thông chính sách. BỘ TÀI CHÍNH	
7.	Thực trạng, giải pháp về công tác truyền thông chính sách trong lĩnh vực Lao động - Thương binh và Xã hội. BỘ LAO ĐỘNG, THƯƠNG BINH VÀ XÃ HỘI	
8.	Thực trạng, giải pháp về công tác truyền thông chính sách trong lĩnh vực Văn hóa, Thể thao và Du lịch. BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH	
9.	Thực trạng, giải pháp về công tác truyền thông chính sách đối với lĩnh vực ngành Công thương. BỘ CÔNG THƯƠNG	

Stt	Nội dung	Ghi chú
10.	Vai trò, trách nhiệm và định hướng truyền thông chính sách trong lĩnh vực tiền tệ - ngân hàng. NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC VIỆT NAM	
11.	Thực trạng, giải pháp về công tác truyền thông chính sách Bảo hiểm xã hội và Bảo hiểm y tế. BẢO HIỂM XÃ HỘI VIỆT NAM	
12.	Vai trò, sứ mệnh của báo chí với công tác truyền thông chính sách. BÁO NHÂN DÂN	
13.	Từ nhận thức đến hành động và nguồn lực thực hiện. ĐÀI TRUYỀN HÌNH VIỆT NAM	
14.	Phát huy vai trò của Đài Tiếng nói Việt Nam trong công tác truyền thông chính sách. ĐÀI TIẾNG NÓI VIỆT NAM	
15.	Đổi mới trong công tác truyền thông chính sách trong tình hình mới. THÔNG TẤN XÃ VIỆT NAM	
16.	Chia sẻ kinh nghiệm truyền thông chính sách trong tình huống khủng hoảng do dịch Covid. ỦY BAN NHÂN DÂN TP. HỒ CHÍ MINH	
17.	Kinh nghiệm truyền thông chính sách đối với việc phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Quảng Ninh. ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH QUẢNG NINH	
18.	Kinh nghiệm thành lập Bộ phận truyền thông chính sách của tỉnh Long An. ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH LONG AN	

NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH CỦA CÁC CƠ QUAN BÁO CHÍ

Ban Tuyên giáo Trung ương

Công tác tuyên giáo là một bộ phận cấu thành quan trọng trong hoạt động của Đảng, luôn nằm trong dòng chảy của mọi sự kiện, mọi vận động xã hội, qua đó đóng góp xứng đáng vào các thành tựu chung của đất nước. Để có thể hoàn thành sứ mệnh vẻ vang đó, ngành Tuyên giáo đã phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành, địa phương gắn kết chặt chẽ công tác thông tin, tuyên truyền với việc thực hiện nhiệm vụ chính trị, phát triển kinh tế - xã hội, văn hóa, quốc phòng, an ninh, đối ngoại...; chú trọng, tập trung chỉ đạo, định hướng các cơ quan báo chí truyền thông triển khai tốt các chương trình, nội dung truyền thông chính sách đưa Nghị quyết của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến với mọi tầng lớp nhân dân, tạo sự đồng thuận, nhất trí cao trong quá trình triển khai chính sách trong thực tiễn.

1. Vai trò của báo chí truyền thông đối với hoạch định chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

Báo chí truyền thông là một lĩnh vực hoạt động đặc biệt mang tính văn hóa, chính trị, xã hội, đi đầu trên mặt trận tuyên truyền đường lối chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước. Với mục tiêu giữ vững ổn định chính trị, củng cố sự thống nhất ý chí trong Đảng, nền báo chí cách mạng đã thực sự là diễn đàn tin cậy, dân chủ của nhân dân, tạo điều kiện các tầng lớp nhân dân tham gia giám sát, phản biện, đóng góp ý kiến xây dựng các đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, phát huy quyền làm chủ của nhân dân.

Trong quá trình xây dựng các chủ trương lớn, các nghị quyết quan trọng của Đảng, nhất là các dự thảo Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc, Ban Tuyên giáo Trung ương đều được Ban Chấp hành Trung ương, Bộ Chính trị, Ban Bí thư giao nhiệm vụ tổ chức thông tin tuyên truyền sâu rộng, lấy ý kiến rộng rãi trong cán bộ, đảng viên và nhân dân nhằm tập hợp và phát huy trí tuệ, quyền làm chủ của Nhân dân tham gia đóng góp với Đảng trong việc hoạch định đường lối, chủ trương, quyết sách quan trọng của đất nước, góp phần nâng cao chất lượng dự thảo các văn kiện, chỉ thị, nghị quyết của Đảng, đồng thời qua đó củng cố, bồi đắp niềm tin của Nhân dân đối với Đảng, góp phần tạo sự thống nhất cao về nhận thức, hành động và ý chí quyết tâm thực hiện thắng lợi các chủ trương chính sách của Đảng. Thực tiễn cho thấy, với sự chỉ đạo của các cấp ủy Đảng, trong mỗi sự

kiện chính trị quan trọng, các cơ quan báo chí, truyền thông chủ động xây dựng kế hoạch, lập các chuyên trang, chuyên mục, tập hợp được rất nhiều ý kiến tâm huyết của các tầng lớp nhân dân, trong đó, nhiều ý kiến đề xuất, kiến giải những vấn đề xác đáng, có giá trị cả về lý luận và thực tiễn; thể hiện trí tuệ, sự nghiêm túc trong nghiên cứu; tâm huyết, trách nhiệm trong đóng góp ý kiến vào việc xây dựng chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, giúp cho việc hoạch định được thực hiện một cách đúng đắn, khoa học, là tiền đề để các chính sách đi vào cuộc sống, được người dân đón nhận, mang lại hiệu quả cao và xây dựng được sự đồng thuận xã hội.

Cùng với quá trình xây dựng, sau khi được thông qua và ban hành, chính các cơ quan báo chí, xuất bản, truyền thông là lực lượng tiên phong trong thông tin, tuyên truyền các nội dung, quan điểm, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đến với mọi người dân, nhất là với nhóm người nằm trong phạm vi ảnh hưởng trực tiếp của chính sách (các đối tượng thụ hưởng và đối tượng bị chính sách tác động), đồng thời tiếp thu lại ý kiến phản hồi của họ. Từ những ý kiến phản hồi này, các cơ quan đảng, nhà nước có thể nghiên cứu, xem xét, điều chỉnh chính sách để pháp luật ngày càng hoàn thiện hơn, phù hợp hơn, khả thi hơn và mang lại nhiều lợi ích nhất cho nhóm đối tượng được thụ hưởng, đồng thời hạn chế tối đa những tác động ngược chiều của chính sách đối với các nhóm đối tượng khác trong xã hội.

Điều chỉnh, hoàn thiện chính sách thông qua việc lắng nghe và thu nhận những ý kiến phản hồi từ các nhóm đối tượng được hưởng lợi cũng như nhóm đối tượng chịu tác động của chính sách là cách nhanh nhất và hiệu quả nhất để tạo dựng được sự đồng thuận xã hội, bảo đảm cho chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước đi vào cuộc sống, được thực hiện nhanh chóng, hiệu quả.

2. Hiệu quả của truyền thông chính sách thông qua các cơ quan báo chí của Đảng trong triển khai kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội

Ban Tuyên giáo Trung ương luôn phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý nhà nước về báo chí, các tỉnh ủy, thành ủy chú trọng chỉ đạo định hướng các cơ quan báo chí truyền thông đẩy mạnh công tác tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về phát triển kinh tế - xã hội. Nhiều nghị quyết, chỉ thị, chương trình, kế hoạch, văn bản chính sách, pháp luật được phổ biến kịp thời, sâu rộng trong toàn hệ thống chính trị, các tầng lớp nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp; tuyên truyền trong phạm vi cả nước và nước ngoài, nhất là nơi có đông cộng đồng người Việt sinh sống. Việc phối hợp xây dựng các tài liệu tuyên truyền, đáp ứng yêu cầu thông tin của nhân dân; định hướng tư

tưởng xã hội, ổn định tình hình; đấu tranh phản bác những luận điệu xuyên tạc, sai trái của các thế lực thù địch ngày càng kịp thời và hiệu quả. Công tác dự báo những vấn đề quan trọng, nhạy cảm, phức tạp dễ bị các thế lực thù địch, đối tượng phản động, bất mãn, cơ hội chính trị lợi dụng xuyên tạc, kích động chống phá Đảng, Nhà nước được quan tâm.

Trong xây dựng, triển khai thực hiện các dự án, đề án lớn, nhạy cảm, Ban Tuyên giáo Trung ương và hệ thống Tuyên giáo các cấp đã phối hợp chặt chẽ với các bộ ngành, địa phương chủ động cung cấp thông tin cho cơ quan báo chí nội dung các chính sách mới, dự án, đề án lớn tác động đến tư tưởng, đời sống của đông đảo người dân để bàn giải pháp chỉ đạo, định hướng tuyên truyền; cử chuyên gia của ngành đến báo cáo chuyên đề tại các hội nghị giao ban công tác báo chí, tại các hội nghị báo cáo viên, hội nghị quán triệt các nghị quyết, kết luận của Đảng... về những nội dung chính các dự án, chương trình, đề án; những vấn đề đang được dư luận xã hội quan tâm, có tác động trực tiếp đến tư tưởng, đời sống của người dân. Một số địa phương, bộ ngành khi tổ chức họp triển khai, thực hiện các dự án, đề án đã có sự phối hợp chặt chẽ với Ban Tuyên giáo cùng cấp để tham gia góp ý, đề xuất những giải pháp về công tác tư tưởng, công tác báo chí, từ đó có những giải pháp truyền thông thích hợp trên cả không gian báo chí cũng như không gian mạng xã hội, góp phần tạo sự thống nhất cao trong nội bộ Đảng, sự đồng thuận trong xã hội, nhất là nhân dân vùng chịu tác động trực tiếp của các dự án, đề án.

Các cơ quan báo chí truyền thông đã và đang đóng vai trò quan trọng giúp cho việc thực thi chính sách được thuận lợi thông qua việc thực hiện các chiến dịch, kế hoạch tuyên truyền, giáo dục, cung cấp thông tin, kiến thức để người dân biết, hiểu, thực hiện cũng như tham gia giám sát quá trình thực thi chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Thông qua các chuyên mục, các diễn đàn mở trên báo chí, nêu những vấn đề nảy sinh, những vấn đề còn có các quan điểm chưa thống nhất để các nhóm đối tượng thụ hưởng chính sách cũng như các nhóm đối tượng chịu tác động của chính sách phản ánh tâm tư, nguyện vọng chính đáng của mình đến các cấp ủy đảng, chính quyền, giúp các cơ quan nhà nước nắm được thực trạng thực thi chính sách, có thể đưa ra các điều chỉnh nếu cần thiết.

Cùng với đó, các cơ quan báo chí truyền thông đã có nhiều đóng góp quan trọng trong việc điều tiết dư luận xã hội, tránh việc xung đột về quan điểm, nhận thức của các nhóm đối tượng trong xã hội nhất là những đối tượng bị ảnh hưởng trực tiếp khi thực thi các chương trình dự án phát triển kinh tế - xã hội. Với vai

trò là lực lượng chủ lực trong công tác thông tin, tuyên truyền, các cơ quan báo chí tuyên truyền, giải thích cho người dân hiểu mục đích tốt đẹp mà chính sách mang lại, thuyết phục họ hy sinh lợi ích trước mắt để hướng tới lợi ích to lớn, lâu dài hơn trong tương lai từ đó đạt đến sự đồng thuận xã hội trong việc thực thi chính sách.

3. Một số vấn đề đặt ra nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách qua các cơ quan báo chí

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, vẫn còn hạn chế, khuyết điểm của một số chủ thể truyền thông chính sách cả từ phía một số bộ, ngành, địa phương cũng như các cơ quan báo chí. Những hạn chế đó tập trung vào các vấn đề chính sau:

Thứ nhất, sự phối hợp giữa các bộ, ngành, địa phương với Ban Tuyên giáo và các cơ quan báo chí chưa đầy đủ và chưa tốt. Nhiều đơn vị, địa phương chưa làm tốt công tác phối hợp phối hợp với ban tuyên giáo trong công tác tư tưởng, chưa chủ động cung cấp thông tin cho các cơ quan báo chí, không có kịch bản truyền thông phù hợp khi xây dựng các đề án, dự án nhạy cảm, có tác động trực tiếp đến tư tưởng, đời sống của đông đảo người dân trong vùng dự án hoặc tác động của chính sách.

Trong bối cảnh xã hội bùng nổ thông tin, nhiều công cụ kỹ thuật đa phương tiện, không gian mạng rộng mở nhưng nhận thức và phương thức truyền thông của nhiều cơ quan, bộ ngành còn lạc hậu, chưa theo kịp sự phát triển của thực tiễn. Nhiều cơ quan, tổ chức chưa chủ động trong phát hiện, nắm bắt các vấn đề của thực tiễn trên bình diện quốc tế và trong nước; chưa có những phân tích đối với các tình huống, sự kiện phát sinh cũng như vận dụng các bài học kinh nghiệm, phối hợp thiếu thường xuyên và chặt chẽ với các cơ quan chỉ đạo, quản lý báo chí từ đó dẫn đến việc chưa đưa ra được giải pháp truyền thông thích hợp, nhất là đối với các vụ việc, sự kiện quan trọng, phức tạp, nhạy cảm tác động nhiều chiều, những sự việc có thể bị các đối tượng xấu lợi dụng, kích động, xuyên tạc từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến chương trình phát triển kinh tế xã hội của bộ ngành, địa phương. Không ít chủ thể là các bộ, ngành, địa phương chưa chủ động định hướng, cung cấp thông tin kịp thời để làm chủ thông tin, lấy thông tin tích cực, chính thống để đấu tranh chống lại các thông tin sai trái, bịa đặt, vu cáo, phản động trên mạng xã hội, internet.

Thứ hai, một số cơ quan báo chí chưa quan triệt tinh thần chỉ đạo, định hướng của các cơ quan chỉ đạo, quản lý báo chí; thiếu chủ động tuyên truyền kịp thời, hiệu quả đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà

nước; chưa quan tâm, xử lý tốt hơn mối quan hệ giữa tính định hướng chính trị tư tưởng và việc đáp ứng yêu cầu thông tin của công chúng. Trong một số trường hợp cụ thể, lực lượng báo chí chính thống chưa thực sự chiếm lĩnh được trận địa thông tin, làm tốt vai trò định hướng dư luận xã hội.

Thứ ba, một số cơ quan báo chí, nhất là các cơ quan báo chí chủ lực còn thiếu sự tìm tòi sáng tạo, chưa đa dạng hóa các hình thức thông tin; chất lượng nội dung thông tin chưa đáp ứng nhu cầu của người dân, chưa góp phần đáng kể nâng cao dân trí, hình thành và định hướng dư luận xã hội lành mạnh, tăng cường sự đoàn kết, nhất trí về tư tưởng, chính trị và hành động của nhân dân; chưa thường xuyên biểu dương các nhân tố mới, điển hình tiên tiến; chưa tích cực, chủ động đấu tranh phản bác các thông tin, quan điểm sai trái, thù địch; chưa phát huy vai trò giám sát, phản biện của các chủ thể truyền thông chính sách, đấu tranh chống tiêu cực, tham nhũng, lãng phí và các tệ nạn xã hội.

Thứ tư, nhiều cơ quan báo chí còn chưa có cơ chế khuyến khích khai thác, phát triển những tiện ích, lợi thế của thông tin điện tử, mạng xã hội và các loại hình truyền thông khác trên internet phù hợp với lợi ích công cộng. Chưa thường xuyên tuyên truyền tầm quan trọng của việc giữ gìn và phát huy truyền thống văn hóa dân tộc, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại; chưa làm tốt việc dự báo, định hướng phát triển xã hội, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Thứ năm, vẫn còn tình trạng xa rời tôn chỉ mục đích, chức năng, nhiệm vụ của một số cơ quan báo chí; tình trạng tư nhân lợi dụng liên kết để chi phối nội dung, thông tin không phù hợp tư tưởng chỉ đạo, định hướng báo chí, xa rời nhiệm vụ chính trị, hạ thấp chức năng tuyên truyền, giáo dục. Việc quản lý phóng viên, văn phòng đại diện, phóng viên thường trú, cộng tác viên còn lỏng lẻo; một bộ phận lãnh đạo, phóng viên cơ quan báo chí thiếu bản lĩnh chính trị, thiếu tu dưỡng, rèn luyện về đạo đức, mơ hồ, ngộ nhận trong nhận thức về vị trí, vai trò và nhiệm vụ của báo chí; công tác xây dựng Đảng trong cơ quan báo chí chưa được coi trọng đúng mức... những hạn chế này ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực truyền thông chính sách của các cơ quan báo chí, giảm khả năng thông tin tuyên truyền chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, nhất là trong công tác truyền thông đối với những chương trình, dự án trọng điểm ảnh hưởng không tốt đến việc triển khai các nhiệm vụ phát triển kinh tế xã hội.

4. Giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách qua các cơ quan báo chí

Dưới sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý điều hành của Chính phủ, hoạt động báo chí truyền thông đã có những đóng góp quan trọng trong công tác chính trị tư tưởng nói chung, công tác truyền thông chính sách nói riêng. Để phát huy vai trò của các cơ quan báo chí truyền thông trong điều kiện hiện nay, cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp cụ thể sau:

Một là, quán triệt và vận dụng quan điểm Đại hội XIII của Đảng về chủ trương xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại; thực hiện tốt công tác quy hoạch, phát triển hệ thống báo chí, truyền thông, bảo đảm báo chí, truyền thông tinh gọn, chất lượng, hiện đại hóa, là lực lượng tiên phong, là vũ khí sắc bén trong công tác tư tưởng của Đảng. Phải xác định rõ, mục tiêu quan trọng của quy hoạch là để báo chí truyền thông phát triển đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới. Tăng cường quản lý và phát triển các loại hình truyền thông, thông tin trên internet. Kiên quyết đấu tranh, loại bỏ các sản phẩm, thông tin độc hại, xuyên tạc, phản động, ảnh hưởng xấu đến ổn định chính trị - xã hội, thuần phong mỹ tục. Phát huy vai trò, trách nhiệm của các cơ quan và đại biểu dân cử, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các tổ chức chính trị - xã hội, nhân dân và cơ quan truyền thông, báo chí trong đấu tranh phòng, chống tham nhũng, lãng phí; nâng cao hiệu quả phát hiện và xử lý tham nhũng, lãng phí.

Hai là, cần tiếp tục nhận thức, quán triệt thật sâu sắc và đầy đủ vị trí, vai trò, tầm quan trọng của công tác báo chí với tư cách là một thành tố quan trọng trong công tác tuyên giáo của Đảng; là vũ khí tư tưởng sắc bén của Đảng, là diễn đàn của Nhân dân. Chỉ trên cơ sở nhận thức đúng đắn, sâu sắc và toàn diện đó, chúng ta mới có thể đặt niềm tin, qua đó xây dựng, triển khai thực hiện công tác thông tin, tuyên truyền, truyền thông chính sách một cách chủ động, tích cực, sáng tạo và hiệu quả, thực hiện tốt sứ mệnh vẻ vang của báo chí cách mạng, xứng đáng với niềm tin và kỳ vọng của Đảng, Nhà nước và Nhân dân

Ba là, tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các quy định của Đảng, pháp luật của Nhà nước về báo chí theo hướng tăng cường trách nhiệm; tiếp tục đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu lực, hiệu quả công tác chỉ đạo, quản lý báo chí. Cần tiến hành rà soát toàn diện các quy định của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đối với báo chí; để từ đó đề xuất những vấn đề cần sửa đổi, bổ sung cho phù hợp yêu cầu chỉ đạo, quản lý và thực tiễn phát triển báo chí, phát huy vai trò và trách nhiệm của cơ quan báo chí với tư cách là một chủ thể quan trọng của truyền thông chính sách, đưa Nghị quyết của Đảng vào cuộc sống cũng như nâng cao hiệu quả của các chương trình, dự án, đề án phát triển kính tế xã hội bảo đảm quốc phòng an ninh.

Bốn là, công tác thông tin tuyên truyền và truyền thông chính sách phải gắn với đấu tranh tư tưởng, lý luận; nâng cao chất lượng định hướng và hiệu quả quản lý mạng xã hội, củng cố thái độ kiên quyết, nâng tầm trình độ đấu tranh, phê phán của mỗi chủ thể, mỗi con người. Thường xuyên quan tâm giáo dục, bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ và lập trường tư tưởng, ý thức chính trị của cán bộ quản lý, đội ngũ phóng viên các cơ quan báo chí cũng như những người làm công tác truyền thông ở các bộ, ngành, địa phương tiến tới xây dựng đội ngũ truyền thông chính sách có chất lượng cao làm chủ Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và đấu tranh, phê phán những quan điểm sai trái trong chính trị, văn hóa.

Năm là, xây dựng và hoàn thiện kết cấu hạ tầng công nghệ, thông tin cho các cơ quan báo chí cũng như các chủ thể truyền thông chính sách theo kịp xu thế phát triển của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đồng thời phù hợp với trình độ tiếp cận và sử dụng các thiết bị thông minh của công chúng. Đào tạo và đào tạo lại nguồn nhân lực ngành truyền thông chính sách đáp ứng yêu cầu của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, bao gồm đồng bộ hóa đội ngũ nhà báo Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và nhà quản lý truyền thông chính sách đủ bản lĩnh, nhân cách và năng lực tương ứng.

Sáu là, bảo đảm các vấn đề về an toàn, an ninh truyền thông, có giải pháp hiệu quả trong phòng chống, chống tội phạm công nghệ cao và an ninh mạng. Các bộ, ngành, địa phương phải có sự phối hợp chặt chẽ với cơ quan chỉ đạo, quản lý báo chí (Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và Truyền thông) nghiên cứu các giải pháp, biện pháp trong chiến lược quản lý truyền thông chính sách trước thách thức của sự phát triển mạng xã hội, truyền thông chính sách xã hội; khuyến khích và tạo điều kiện cho các loại hình báo chí đa nền tảng, báo chí dữ liệu và báo chí sáng tạo phù hợp với xu thế chuyển đổi số báo chí, chuyển đổi số đời sống kinh tế xã hội./.

THAM LUẬN

Công tác truyền khai Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022 - 2027”

Bộ Tư pháp

Ngày 30/3/2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 407/QĐ-TTg phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022 - 2027” (sau đây gọi là Đề án). Đề án đã xác định rõ 08 nhóm nhiệm vụ, giải pháp và quy định cụ thể trách nhiệm cụ thể của các bộ, cơ quan ngang bộ, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (cấp tỉnh), cơ quan, tổ chức trong thực hiện Đề án. Qua hơn 6 tháng thực hiện Đề án, Bộ Tư pháp thông tin, báo cáo tình hình thực hiện như sau:

1. Tình hình triển khai thực hiện Đề án

1.1. Kết quả đạt được

a) Tại Bộ Tư pháp:

- Thực hiện các nhiệm vụ được giao tại Đề án, Bộ Tư pháp – Cơ quan Thường trực của Hội đồng phổ biến, giáo dục pháp luật (PBGDPL) trung ương đã tham mưu Hội đồng ban hành các văn bản chỉ đạo, hướng dẫn, đôn đốc thực hiện Đề án (Công văn số 2075/HĐPH ngày 23/6/2022 hướng dẫn triển khai thực hiện Đề án năm 2022; Công văn số 3779/HĐPH ngày 05/10/2022 về việc đôn đốc triển khai thực hiện Đề án).

- Nhằm nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành về vị trí, vai trò của công tác truyền thông dự thảo chính sách và quán triệt các nội dung cơ bản của Đề án, Bộ Tư pháp đã tham mưu Hội đồng phối hợp PBGDPL trung ương tổ chức Hội nghị triển khai Quyết định số 407/QĐ-TTg (ngày 24/6/2022) với sự tham dự của đại diện một số ban Đảng liên quan, các bộ, ngành, đoàn thể trung ương, thành viên Hội đồng phối hợp PBGDPL Trung ương và Tổ Thư ký giúp việc Hội đồng; lãnh đạo tổ chức pháp chế các bộ, cơ quan, tổ chức ở trung ương; đại diện tổ chức xã hội - nghề nghiệp (Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam; Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam); một số chuyên gia pháp lý, nhà khoa học.

- Thực hiện nhiệm vụ của Đề án giao, Bộ Tư pháp đang phối hợp với các cơ quan, tổ chức liên quan xây dựng Tài liệu tập huấn kỹ năng truyền thông dự

thảo chính sách pháp luật để phục vụ cho công tác tập huấn, bồi dưỡng, nâng cao năng lực cho đội ngũ người làm công tác truyền thông dự thảo chính sách.

- Đối với nhiệm vụ tổ chức truyền thông các dự thảo chính sách, pháp luật do Bộ Tư pháp chủ trì tham mưu xây dựng năm 2022, hiện nay, Bộ Tư pháp đang chuẩn bị xây dựng và thực hiện các hoạt động truyền thông dự thảo chính sách có tác động lớn đến xã hội trong dự thảo đề nghị xây dựng Luật Công chứng (sửa đổi); dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Đấu giá tài sản; dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 62/2017/NĐ-CP ngày 16/5/2017 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Đấu giá tài sản. Bên cạnh đó, Bộ Tư pháp đang tích cực phối hợp với các cơ quan thông tin, báo chí (Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, Báo Pháp luật Việt Nam...) xây dựng các tọa đàm, giao lưu, các tin, bài viết truyền thông về một số dự thảo văn bản quy phạm pháp luật như: dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi), dự thảo Luật Dân chủ ở cơ sở...

- Mặc dù năm 2022, Bộ Tư pháp chưa được bố trí kinh phí thực hiện Đề án nên Bộ đã bố trí kinh phí truyền thông dự thảo chính sách từ nguồn kinh phí hoạt động của Hội đồng phối hợp PBGDPL trung ương và các hoạt động PBGDPL đặc thù năm 2022. Đồng thời, để tăng cường nguồn lực thực hiện Đề án, Bộ Tư pháp đang phối hợp với một số tổ chức, doanh nghiệp ngoài nhà nước nghiên cứu, huy động nguồn lực xã hội trong tổ chức các hoạt động truyền thông dự thảo chính sách theo nhiệm vụ được giao trong Đề án.

b) Tại các bộ, ngành, địa phương:

- Tính đến ngày 06/10/2022, có 08 bộ, ngành¹, 55 tỉnh, thành phố² đã ban hành kế hoạch, công văn hướng dẫn triển khai thực hiện Đề án và 13 tỉnh, thành phố³ đã ban hành văn bản hướng dẫn của Hội đồng phối hợp PBGDPL cấp tỉnh. Một số bộ, ngành chủ trì soạn thảo đã ban hành và thực hiện kế hoạch truyền thông riêng cho từng dự án luật như:

¹ Bộ Giao thông vận tải, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Tư pháp, Ban Quản lý lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh, Bộ Thông tin và Truyền thông, Ủy ban Dân tộc, Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội

² Bà Rịa – Vũng Tàu, Hưng Yên, Hòa Bình, Quảng Trị, Yên Bái, Bắc Ninh, Nghệ An, Cao Bằng, Bình Thuận, Bình Định, Quảng Nam, Nam Định, Bạc Liêu, Thái Bình, Cà Mau, Sóc Trăng, Hậu Giang, Quảng Ngãi, Thái Nguyên, Trà Vinh, Đà Nẵng, Quảng Ninh, Thanh Hóa, Hà Giang, Hà Tĩnh, Tiền Giang, Lào Cai, Huế, Bắc Kạn, Quảng Bình, Hà Nam, Quảng Nam, Phú Thọ, Bình Dương, Bắc Giang, Ninh Thuận, Lâm Đồng, Khánh Hòa, Kon Tum, Kiên Giang, Cần Thơ, Đắk Nông, Long An, Hải Phòng, Hải Dương, Tây Ninh, Gia Lai, Ninh Bình, Tuyên Quang, Vĩnh Phúc, Bình Phước, Bến Tre, TP. Hồ Chí Minh, Sơn La, Phú Yên

³ Gia Lai, Bình Dương, Cần Thơ, Hải Dương, Hậu Giang, Kon Tum, Lâm Đồng, Nam Định, Tiền Giang, Trà Vinh, Kiên Giang, Long An, Phú Thọ

- Qua hơn 6 tháng thực hiện Đề án, trên cơ sở Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh của Quốc hội năm 2022, một số bộ chủ trì soạn thảo đã ban hành và thực hiện kế hoạch truyền thông riêng cho từng dự án luật như:

(i) Bộ Tài nguyên và Môi trường đã ban hành Kế hoạch truyền thông tổng kết thi hành Luật Đất đai 2013⁴; sản xuất các ấn phẩm truyền thông (phim, phóng sự, infographic...) và tổ chức triển khai truyền thông về dự thảo Luật thông qua các hình thức truyền thông như: tổ chức các hội nghị, tọa đàm lấy ý kiến về dự thảo Luật; xây dựng, vận hành Chuyên mục “Tuyên truyền sửa đổi Luật Đất đai” trên Cổng Thông tin điện tử của Bộ⁵; xây dựng các tin, bài viết tuyên truyền tổng kết Nghị quyết số 19/NQ-TW, tổng kết thi hành Luật Đất đai 2013 và dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi)...

(ii) Bộ Y tế đã ban hành Kế hoạch truyền thông về Dự thảo Luật Khám bệnh, chữa bệnh (sửa đổi)⁶ và xây dựng các tin, bài viết truyền thông; tổ chức các hội thảo, tọa đàm lấy ý kiến về dự thảo Luật; cung cấp thông tin cho các cơ quan báo chí để truyền thông về dự thảo Luật...

(iii) Bộ Nội vụ đã ban hành Kế hoạch thông tin, truyền thông về dự án Luật Thực hiện dân chủ ở cơ sở⁷ và tổ chức truyền thông về dự thảo Luật thông qua các hình thức như: phát hành các tin, bài báo khoa học, chuyên đề nghiên cứu chuyên sâu; tổ chức họp báo thông tin về chính sách mới trong dự thảo Luật; tổ chức hội thảo khoa học, xây dựng video clip phỏng vấn các nhà khoa học, nhà quản lý, chuyên gia để đăng tải trên Tạp chí giấy và Tạp chí điện tử Tổ chức nhà nước, Cổng Thông tin điện tử Bộ Nội vụ; phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Cổng Thông tin điện tử Chính phủ và các cơ quan thông tấn, báo chí đăng tải tin, bài về chính sách trong dự thảo Luật. Bên cạnh đó, Bộ Nội vụ còn tổ chức tham vấn, đối thoại về dự thảo chính sách với sự tham dự của Ủy ban Pháp luật của Quốc hội, VCCI, Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các cơ quan trung ương của các tổ chức chính trị - xã hội và một số cơ quan thông tin, báo chí.

(iv) Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành Kế hoạch tổ chức tuyên truyền về phòng, chống bạo lực gia đình trên truyền hình⁸ và tổ chức triển khai truyền thông về dự thảo Luật Phòng, chống bạo lực gia đình thông qua các hình thức truyền thông như: tổ chức các hội thảo truyền thông và lấy ý kiến về dự

⁴ Quyết định số 1707/QĐ-BTNMT ngày 01/9/2021

⁵ (<https://tainguyenmoitruong.gov.vn/tuyen-truyen-sua-doi-luat-dat-dai/>)

⁶ Quyết định số 1895/QĐ-BYT ngày 12/7/2022 của Bộ trưởng Bộ Y tế

⁷ Quyết định số 202/QĐ-BNV ngày 22/3/2022 của Bộ Nội vụ

⁸ Quyết định số 1094/QĐ-BVHTTDL của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

thảo Luật; tổ chức diễn đàn đối thoại chính sách. Bộ đã xây dựng các chương trình truyền hình truyền thông về dự thảo chính sách: “Hỏi-đáp chính sách”, Chương trình “Vấn đề và bình luận” (VOVTV); Chương trình “Luật và chính sách”, Chương trình “Góc nhìn đại biểu”, Chương trình “Từ nghị trường đến cuộc sống”, “Câu chuyện hôm nay” trên Kênh Truyền hình Quốc hội; Chương trình “Chuyện làng, chuyện nước”, Chương trình “Luật về làng” (VTC16)...

- Các bộ, ngành còn lại đã tổ chức hội nghị, tọa đàm lấy ý kiến và tổ chức truyền thông về dự thảo chính sách. Một số Luật còn được truyền thông bằng hình thức họp báo để trao đổi, thông tin về dự thảo chính sách (dự thảo Luật Phòng, chống rửa tiền sửa đổi, dự thảo Luật Giá sửa đổi...).

c) Đánh giá chung:

Việc triển khai Đề án ở các bộ, ngành, địa phương đã thúc đẩy công tác truyền thông chính sách pháp luật, góp phần nâng cao chất lượng soạn thảo, ban hành văn bản quy phạm pháp luật và tạo thuận lợi cho việc tổ chức thi hành pháp luật sau khi được ban hành. Trên cơ sở kế hoạch truyền thông chính sách và các dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, các cơ quan chủ trì soạn thảo đã chủ động hơn trong việc thực hiện hoạt động truyền thông chính sách như xây dựng nội dung nội dung, đề cương tuyên truyền, phổ biến chính sách để cung cấp cho cơ quan báo chí hoặc tổ chức hội thảo, diễn đàn về chính sách pháp luật; các cơ quan thông tấn, báo chí có cơ sở để xây dựng kế hoạch tham gia vào hoạt động truyền thông đối với các dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, xác định được địa chỉ, đầu mối phối hợp, cung cấp nội dung.

Đồng thời, việc thực hiện kế hoạch truyền thông chính sách đã được lãnh đạo một số bộ, ngành, ngành quan tâm chỉ đạo quyết liệt, như dự án Luật Đất đai (sửa đổi), đồng chí Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường đã trực tiếp tham gia các tọa đàm, đối thoại và trả lời phỏng vấn trên các phương tiện truyền thông đại chúng đã tạo hiệu ứng tốt trong dự luận về quan điểm, định hướng hoàn thiện pháp luật về đất đai.

1.2. Tồn tại, hạn chế và nguyên nhân

a) Tồn tại, hạn chế

Còn một số bộ, ngành, địa phương chưa ban hành Kế hoạch tổ chức truyền thông dự thảo chính sách theo yêu cầu của Quyết định số 407/QĐ-TTg. Hình thức truyền thông chưa phong phú, chủ yếu là tổ chức hội thảo, tọa đàm lấy ý kiến, chưa mang lại hiệu quả như mong muốn. Việc truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật của các cơ quan báo chí vẫn chưa được thực hiện thường

xuyên, chủ động; sự phối hợp giữa các cơ quan báo chí với một số cơ quan chủ trì soạn thảo chưa thực sự chặt chẽ.

b) Nguyên nhân

- Lãnh đạo một số cơ quan, đơn vị, địa phương nhận thức chưa đầy đủ, toàn diện về vai trò, tầm quan trọng của truyền thông dự thảo chính sách trong quá trình soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật, do vậy, chưa thực sự quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo, dẫn đến còn ít bộ, ngành, địa phương ban hành và thực hiện Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách theo quy định của Đề án.

- Kinh phí từ ngân sách nhà nước cho công tác truyền thông nói chung, truyền thông về dự thảo chính sách nói riêng còn rất eo hẹp, chưa có kinh phí riêng cho công tác này nên các cơ quan, đơn vị, địa phương phải cân đối, bố trí từ kinh phí chi cho hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ.

- Đội ngũ cán bộ chuyên trách làm công tác truyền thông dự thảo chính sách còn thiếu, nhiều bộ, ngành, địa phương chưa có cán bộ chuyên trách này. Theo khảo sát của Bộ Thông tin và Truyền thông, 40/59 cơ quan được khảo sát cho biết chưa có đội ngũ chuyên trách làm công tác truyền thông chính sách (chiếm gần 68%)⁹. Kinh nghiệm, kỹ năng trong cung cấp, xử lý thông tin báo chí của cán bộ tham mưu về truyền thông tại nhiều bộ, ngành, địa phương còn hạn chế. Bên cạnh đó, đội ngũ phóng viên, biên tập viên báo chí chủ yếu có nghiệp vụ báo chí mà chưa được đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng truyền thông dự thảo chính sách nên ảnh hưởng đến chất lượng, hiệu quả công tác.

- Truyền thông dự thảo chính sách là lĩnh vực mới, nhạy cảm, các chính sách đang ở giai đoạn đề xuất xây dựng, soạn thảo.

2. Nhiệm vụ, giải pháp thời gian tới

2.1. Cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật bên cạnh việc ban hành kế hoạch xây dựng văn bản quy phạm pháp luật cần đồng thời ban hành kế hoạch truyền thông về nội dung dự thảo chính sách thuộc phạm vi của Đề án hoặc bổ sung nhiệm vụ về truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật vào kế hoạch soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật.

2.2. Tổ chức tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng truyền thông dự thảo chính sách cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên, cán bộ quản lý thông tin, báo chí ở trung ương, địa phương; báo cáo viên pháp luật, công chức pháp chế các bộ, cơ

⁹ Công văn số 2137/BTTTT-CBC ngày 03/6/2022 của Bộ Thông tin và Truyền thông báo cáo Thủ tướng Chính phủ về xây dựng đội ngũ truyền thông chính sách chuyên trách, chuyên nghiệp ở bộ, ngành, địa phương

quan, tổ chức ở trung ương, sở, ngành địa phương; tuyên truyền viên pháp luật theo quy định tại Đề án.

2.3. Các bộ, cơ quan ngang bộ, địa phương bố trí công chức chuyên trách làm nhiệm vụ truyền thông dự thảo chính sách; bố trí nguồn kinh phí riêng đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ này. Bên cạnh đó, chú trọng huy động nguồn lực xã hội tham gia công tác truyền thông dự thảo chính sách, nhất là cá nhân, tổ chức hành nghề về pháp luật, đội ngũ nhà khoa học, nhà hoạt động thực tiễn, chuyên gia pháp lý. Đồng thời, khuyến khích các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân hỗ trợ nguồn lực để tổ chức các hoạt động truyền thông về dự thảo chính sách theo quy định của pháp luật.

2.4. Tăng cường sự phối hợp giữa ngành Tư pháp với ngành Tuyên giáo, Thông tin và Truyền thông, cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật, các cơ quan thông tin, báo chí trong tổ chức truyền thông dự thảo chính sách để bảo đảm chất lượng, hiệu quả, đúng quy định của pháp luật.

3. Một số đề xuất, kiến nghị

3.1. Với Thủ tướng Chính phủ, Bộ Tư pháp kính đề nghị:

a) Thủ tướng Chính phủ giao Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh chịu trách nhiệm chỉ đạo thực hiện nhiệm vụ truyền thông dự thảo chính sách.

b) Đưa việc đánh giá tình hình triển khai truyền thông dự thảo chính sách là một trong các nội dung của Phiên họp chuyên đề của Chính phủ về xây dựng pháp luật để nâng cao trách nhiệm của các bộ, cơ quan ngang bộ, địa phương trong thực hiện nhiệm vụ này.

c) Chỉ đạo cơ quan, đơn vị chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật khi hoàn thiện hồ sơ trình dự thảo văn bản quy phạm pháp luật cần báo cáo về việc ban hành Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách thuộc phạm vi Đề án và kết quả tổ chức truyền thông dự thảo chính sách đang trình; việc tiếp thu, giải trình những vấn đề mà dư luận quan tâm trong quá trình truyền thông.

3.2. Đề nghị các bộ, cơ quan ngang bộ, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh

a) Ban hành và thực hiện kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách hàng năm.

b) Để bảo đảm thống nhất trong quá trình tổ chức thực hiện Đề án, cần xác định và phân công rõ:

- Đơn vị, tổ chức có chức năng, nhiệm vụ tham mưu công tác PBGDPL tại các bộ, cơ quan ngang bộ và Sở Tư pháp các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương làm đầu mối tham mưu, hướng dẫn, tổng hợp, theo dõi, đôn đốc việc triển khai thực hiện Đề án;

- Đơn vị, tổ chức tham mưu xây dựng chính sách, soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật có trách nhiệm chủ trì tổ chức truyền thông chính sách thuộc phạm vi Đề án.

3.2. Đề nghị Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với Bộ Tư pháp tham mưu xây dựng đội ngũ cán bộ truyền thông dự thảo chính sách chuyên trách, chuyên sâu bảo đảm thực hiện hiệu quả công tác này.

3.3. Đề nghị Bộ Tài chính nghiên cứu, tham mưu cấp có thẩm quyền bố trí nguồn kinh phí riêng cho công tác truyền thông dự thảo chính sách; sớm ban hành Thông tư sửa đổi, bổ sung Thông tư số 14/2014/TTLT-BTC-BTP ngày 27/01/2014 của Bộ Tài chính, Bộ Tư pháp quy định việc lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác PBGDPL và chuẩn tiếp cận pháp luật của người dân tại cơ sở, trong đó có nội dung chi, mức chi cụ thể cho công tác này. Đồng thời, hướng dẫn cơ chế thực hiện đặt hàng với các cơ quan thông tin, báo chí trong truyền thông dự thảo chính sách theo Nghị định số 32/2019/NĐ-CP ngày 10/4/2019 của Chính phủ quy định giao nhiệm vụ, đặt hàng hoặc đấu thầu cung cấp sản phẩm, dịch vụ công sử dụng ngân sách nhà nước từ nguồn kinh phí chi thường xuyên.

3.4. Đề nghị Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các tổ chức thành viên của Mặt trận, Hội Luật gia Việt Nam, Liên đoàn Luật sư Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam phát huy vai trò, trách nhiệm xã hội của các cá nhân, tổ chức hành nghề về pháp luật, đội ngũ nhà khoa học, nhà hoạt động thực tiễn, chuyên gia tham gia góp ý, truyền thông, phản biện xã hội về dự thảo chính sách.

3.5. Đề nghị các cơ quan thông tin, truyền thông phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản trong truyền thông dự thảo chính sách. Đề nghị Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam xây dựng chuyên mục riêng trên VTV1, VOV1 về truyền thông dự thảo chính sách để tăng cường hiệu quả, tính lan tỏa của công tác này./.

THAM LUẬN
Tại Hội nghị trực tuyến về Truyền thông chính sách
“Nhận thức - Hành động - Nguồn lực”

TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH THEO
CHỨC NĂNG, NHIỆM VỤ CỦA BỘ CÔNG AN

BỘ CÔNG AN

1. Nhận thức về khái niệm “truyền thông” và khái niệm “chính sách” qua nghiên cứu ban đầu cho thấy có rất nhiều quan niệm, khái niệm khác nhau, nhưng tựu chung về nội hàm có thể nhận thức như sau: *“Truyền thông là quá trình liên tục trao đổi thông tin giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân, của nhóm người, của cộng đồng và của toàn xã hội”*. Như vậy, thuật ngữ “truyền thông” luôn gắn liền với thuật ngữ “tuyên truyền”, “trao đổi thông tin”. Về bản chất truyền thông là quá trình chia sẻ, trao đổi hai chiều, diễn ra liên tục giữa chủ thể truyền thông và đối tượng truyền thông. Về mục đích, truyền thông hướng đến những hiểu biết chung nhằm thay đổi thái độ, nhận thức, hành vi của đối tượng truyền thông và tạo định hướng giá trị cho công chúng. Công tác truyền thông có vị trí, vai trò và tầm quan trọng rất lớn trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội; định hướng dư luận, góp phần bảo vệ quyền con người, quyền công dân, giúp cá nhân, tổ chức tiếp cận và cập nhật thông tin... *“Chính sách là một tập hợp các biện pháp của Nhà nước nói chung và Chính phủ nói riêng được thể chế hóa thành các văn bản quy phạm pháp luật nhằm giải quyết các vấn đề xã hội hoặc phát triển xã hội”*. Một chính sách đúng đắn, hiệu quả là một chính sách có tính khả thi trên thực tiễn, tạo ra các kết quả như mong muốn và được xã hội chấp thuận. Như vậy, có thể khái quát: *“Truyền thông chính sách là quá trình liên tục trao đổi thông tin về chính sách của Nhà nước để thực hiện chủ trương, đường lối của Đảng trong một thời gian nhất định, trên những lĩnh vực cụ thể, nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa các chủ thể trong xã hội, góp phần thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân, của nhóm người, của cộng đồng và của toàn xã hội”*. Chính vì vậy, việc truyền thông chính sách, pháp luật không những nhằm bảo đảm thực hiện quyền làm chủ của người dân trong tham gia xây dựng pháp luật theo nguyên tắc “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng” mà còn có ý nghĩa hết sức quan trọng nhằm củng cố, xây dựng niềm tin của nhân

dân với Đảng, Nhà nước về mỗi một chủ trương, chính sách mới được ban hành.

2. Nhận thức sâu sắc về vị trí, vai trò và tầm quan trọng của công tác tuyên truyền chính sách đối với nhiệm vụ xây dựng, hoàn thiện pháp luật về ANTT, trong những năm qua, Đảng ủy CATW, Bộ Công an đã tập trung lãnh đạo, chỉ đạo Công an các đơn vị, địa phương làm tốt công tác truyền thông, công tác tuyên truyền từ trước, trong và sau khi ban hành chính sách, pháp luật về ANTT, qua đó đã từng bước nâng cao nhận thức cho cán bộ, chiến sĩ, quần chúng nhân dân về các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về bảo đảm ANTT, xây dựng lực lượng CAND, góp phần giữ vững ổn định chính trị, bảo đảm an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, phục vụ có hiệu quả nhiệm vụ phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội và đối ngoại của đất nước. **Nổi bật như:** ⁽¹⁾ Đã chủ động tham mưu với Đảng, Nhà nước chỉ đạo các cấp, các ngành làm tốt công tác tuyên truyền, phổ biến, quán triệt, thực hiện các chính sách, pháp luật về ANTT. ⁽²⁾ Tổ chức thực hiện nghiêm túc, có hiệu quả các quy định của Đảng, Nhà nước về công tác truyền thông, nhất là thực hiện nghiêm túc Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022 - 2027”; Chỉ thị số 12/CT - TTg, ngày 12/5/2021 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường công tác tuyên truyền, định hướng hoạt động truyền thông, báo chí phục vụ nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc, kịp thời chấn chỉnh và xử lý các vi phạm trong hoạt động báo chí, truyền thông. Chú trọng công tác tuyên truyền đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, xử lý thông tin xấu, độc. ⁽³⁾ Đã tổ chức truyền thông, tuyên truyền các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về bảo vệ ANTT ngay từ khâu dự thảo xây dựng luật, đến ban hành, và tổ chức thực hiện luật; trong đó chú trọng khảo sát, đánh giá cơ sở khoa học và thực tiễn, xác định mục tiêu, nguồn lực, tác động, lợi ích xã hội đối với chủ trương chính sách mới. Các chính sách về ANTT có tác động lớn tới xã hội đều được tổ chức truyền thông, lấy ý kiến rộng rãi trong nhân dân, cụ thể: Trước khi ban hành Luật An ninh quốc gia, Luật Cảnh vệ, Luật Phòng chống khủng bố, Luật An ninh mạng, Luật bảo vệ bí mật nhà nước, Luật xuất cảnh, nhập cảnh của công dân Việt Nam, Luật nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh, cư trú của người nước ngoài tại Việt Nam, Luật Tổ chức cơ quan điều tra hình sự, Luật Cảnh sát cơ động; dự thảo Luật Lực lượng tham gia bảo vệ ANTT ở cơ sở; dự thảo Luật Bảo đảm trật tự giao thông... Bộ Công an đã chủ động làm tốt công tác tuyên truyền về những định hướng, dự thảo nội dung cơ bản của luật, qua đó tạo được

sự đồng tình ủng hộ của tổ chức, cá nhân và đại biểu Quốc hội; sau khi Luật được Quốc hội thông qua, có hiệu lực thi hành, Bộ Công an đã tổ chức phổ biến, quán triệt thực hiện, đồng thời tuyên truyền sâu rộng trên các phương tiện thông tin đại chúng trong và ngoài Ngành Công an, tạo được dư luận tốt, góp phần đưa chính sách, pháp luật vào thực tiễn công tác bảo đảm ANTT, đấu tranh phòng, chống tội phạm. ⁽⁴⁾ Tập trung xây dựng nguồn lực truyền thông, xây dựng các cơ quan truyền thông, báo chí trong CAND theo xu hướng truyền thông hiện đại, đa phương tiện, ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, tăng cường tương tác để tuyên truyền các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về ANTT đến với người dân, cụ thể: Bộ Công an đã thành lập Cục Truyền thông CAND có nhiệm vụ quản lý, tổ chức hiệu quả các hoạt động truyền thông CAND từ Bộ tới địa phương; xây dựng và triển khai “Đề án quy hoạch báo chí trong CAND” theo định hướng “Sắp xếp báo in theo đúng quy hoạch của Chính phủ; nâng cao chất lượng báo hình; đầu tư phát triển báo điện tử CAND”, trong đó xây dựng Truyền hình CAND là một trong 7 kênh truyền hình thiết yếu quốc gia, Báo CAND là một trong 6 cơ quan truyền thông chủ lực đa phương tiện; xây dựng báo chí CAND là lực lượng nòng cốt trong thực hiện nhiệm vụ công tác giáo dục chính trị, tư tưởng, tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, chỉ thị, nghị quyết của Đảng ủy CATW, Bộ Công an về bảo đảm ANTT. Đồng thời, thiết lập và duy trì các kênh thông tin phát ngôn chính thống trong CAND, xây dựng gần 100 Cổng/trang Thông tin điện tử; hơn 4.500 fanpage, tài khoản mạng xã hội... Đi đôi với xây dựng nguồn lực về cơ sở vật chất, Bộ Công an cũng đã chú trọng xây dựng đội ngũ cán bộ quản lý, phóng viên, biên tập viên có đủ phẩm chất, năng lực, nghiệp vụ, kỹ năng đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ tuyên truyền, cung cấp thông tin về chủ trương, đường lối, chính sách pháp luật đến quần chúng nhân dân. ⁽⁵⁾ Thường xuyên duy trì, phát huy hiệu quả mối quan hệ phối hợp, hiệp đồng, cộng tác chặt chẽ giữa Bộ Công an với các ban, bộ, ngành, địa phương, các cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí, cơ quan báo chí trong công tác truyền thông chính sách (*Bộ Công an đã ký quy chế phối hợp, Chương trình hợp tác tuyên truyền với Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam, Báo Nhân dân...*), qua đó đã tạo được sức mạnh về nguồn lực, sự đồng bộ, thống nhất, hiệu quả trong tuyên truyền chính sách pháp luật về ANTT. **Tuy nhiên**, công tác truyền thông chính sách vẫn còn những hạn chế, thách thức nhất định, như: ⁽¹⁾ Công tác định hướng, cung cấp thông tin chưa thật sự chủ động, kịp thời để làm chủ thông tin, lấy

thông tin tích cực, chính thống để đấu tranh chống lại, phản bác lại các thông tin sai trái, bịa đặt, vu cáo, phản động trên mạng xã hội. ⁽²⁾ Một số thông tin cung cấp cho quần chúng còn thiếu chọn lọc, nặng về phản ánh mặt trái, tiêu cực của xã hội, chưa đáp ứng được nhu cầu của người dân, làm giảm tính hiệu quả trong truyền thông chính sách. ⁽³⁾ Ngày càng đặt ra rõ hơn nguy cơ sử dụng sức mạnh, lợi thế về công nghệ thông tin để “xâm lấn”, “can thiệp”, “lấn át” thông tin chính thống; xuất hiện ngày càng nhiều tin giả, tin xấu độc, làm lũng đoạn thông tin, gây tâm lý hoang mang trong xã hội, gây khó khăn cho công tác định hướng dư luận, hạn chế khả năng gạn lọc thông tin chính thống trong truyền thông chính sách, cũng như thách thức lớn hơn về công tác bảo mật thông tin, quản trị dữ liệu, bảo đảm an ninh, an toàn hệ thống thông tin.

3. Trước yêu cầu, nhiệm vụ trong tình hình mới, Bộ Công an tiếp tục xác định truyền thông chính sách là một bộ phận quan trọng trong công tác hoàn thiện thể chế - ***một trong ba đột phá chiến lược*** đã được đề ra tại Đại hội lần thứ XIII của Đảng; công tác truyền thông chính sách có tác động, ảnh hưởng sâu sắc, toàn diện tới các mặt công tác công an và đời sống xã hội. Để làm tốt công tác truyền thông chính sách trong thời gian tới, Bộ Công an tập trung thực hiện các giải pháp trọng tâm sau đây:

Một là, cần nâng cao nhận thức hơn nữa về vị trí, vai trò và tầm quan trọng của công tác truyền thông nói chung và truyền thông chính sách nói riêng đối với cán bộ chiến sĩ, công an, nhất là đối với đội ngũ cán bộ quản lý, phóng viên, biên tập viên báo chí trong CAND. Xác định truyền thông phải nhanh nhạy, sắc bén, chính xác, nhân văn, tin cậy, kịp thời, hấp dẫn để phản biện và giám sát xã hội. Truyền thông chính sách phải đi trước một bước để tạo nhận thức, đồng thuận trong xã hội và phải được triển khai đồng bộ trên tất cả các khâu hoạch định, dự thảo chính sách, đến khâu hoàn thiện chính sách và tổ chức thực hiện chính sách. Đổi mới, phát triển công tác truyền thông chính sách phải hướng tới mục tiêu giữ vững ổn định chính trị xã hội, bảo vệ vững chắc an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, trong đó cần chú trọng quan tâm xây dựng, tổ chức hiệu quả các kế hoạch, kịch bản truyền thông chính sách theo định kỳ và đối với từng dự thảo chính sách có tác động, ảnh hưởng lớn trong xã hội.

Hai là, tập trung đầu tư xây dựng hệ thống truyền thông trong CAND theo hướng hiện đại, đa phương tiện, ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo; chú trọng kiện toàn, nâng cao chất lượng, hiệu quả các kênh thông tin, phát ngôn chính thống..., để tuyên truyền kịp thời, nhanh chóng, chính xác các chủ trương,

đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về ANTT và tăng cường tương tác với nhân dân.

Ba là, tập trung xây dựng, đào tạo, bồi dưỡng về năng lực quản lý cho đội ngũ cán bộ làm công tác báo chí, truyền thông trong CAND có đủ phẩm chất, đạo đức, năng lực, không ngừng nâng cao kỹ năng, tính chuyên nghiệp, lương tâm nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội, vượt qua mọi sự cám dỗ, có đủ dũng khí, luôn đặt lợi ích của tập thể lên trên lợi ích cá nhân theo phương châm: “*dấn thân, cống hiến, miệt mài, sáng tạo, chủ động, tích cực, nỗ lực từng ngày*”, thực sự là những chiến sĩ tiên phong trên mặt trận văn hóa, tư tưởng.

Bốn là, thực hiện hiệu quả nhiệm vụ bảo đảm an ninh văn hóa, tư tưởng, an ninh thông tin, an ninh mạng. Chủ động phối hợp chặt chẽ với các ban, bộ, ngành, địa phương, các cơ quan báo chí trong việc chỉ đạo, định hướng, cung cấp thông tin, tổ chức truyền thông. Kịp thời phát hiện, đề xuất chấn chỉnh, xử lý nghiêm các sai phạm, vi phạm pháp luật trên lĩnh vực bảo đảm an ninh văn hóa, tư tưởng, an ninh thông tin, an ninh mạng. Tăng cường đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, xử lý thông tin xấu, độc trên mạng xã hội; bảo vệ nền tảng tư tưởng, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

Năm là, Bộ Công an kính đề nghị Chính phủ tiếp tục quan tâm chỉ đạo thực hiện hiệu quả Chỉ thị 12, ngày 12/5/2021 về tăng cường công tác tuyên truyền, định hướng hoạt động truyền thông, báo chí phục vụ nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc; Quyết định số 407, ngày 30/3/2022 của Chính phủ phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022 - 2027”, làm cơ sở quan trọng để nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách nói chung, truyền thông chính sách về ANTT nói riêng. Đề nghị Bộ Thông tin và Truyền thông, các ban, bộ, ngành liên quan chủ động phối hợp, hướng dẫn công tác thông tin tuyên truyền chính sách pháp luật về ANTT nhằm định hướng dư luận, chấn chỉnh, xử lý nghiêm các hoạt động thông tin, báo chí, truyền thông trên không gian mạng vi phạm pháp luật. Đề nghị các cơ quan báo chí tích cực phát hiện, trao đổi, phối hợp, cung cấp thông tin cho Công an các cấp, để lực lượng CAND thực hiện thắng lợi nhiệm vụ bảo đảm ANTT mà Đảng, Nhà nước và Nhân dân tin tưởng giao phó./.

BÁO CÁO THAM LUẬN

Tổ chức bộ máy, vị trí việc làm, định mức biên chế công chức, viên chức làm công tác truyền thông chính sách

BỘ NỘI VỤ

Truyền thông chính sách để thống nhất nhận thức, tạo sự đồng thuận trong toàn xã hội, kịp thời phát hiện và xử lý hiệu quả đối với những xu hướng thông tin sai lệch, thông tin nhạy cảm, thông tin không có lợi cho sự phát triển của đất nước, góp phần tạo sự chuyển biến mạnh mẽ trong nhận thức và ý thức tuân thủ chính sách, pháp luật, tự giác học tập, tìm hiểu pháp luật, tự giác chấp hành, xây dựng lối sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật trong toàn xã hội... là vấn đề luôn được Đảng và Nhà nước quan tâm. Hoạt động truyền thông chính sách tạo tiền đề để công tác phổ biến giáo dục pháp luật đạt hiệu quả thiết thực, góp phần bảo đảm thực hiện quyền được thông tin về chính sách, pháp luật của người dân và doanh nghiệp, củng cố niềm tin của nhân dân với Đảng, nhà nước, thực hiện thắng lợi các nhiệm vụ chính trị, phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm an ninh, quốc phòng... Tuy nhiên, hiện nay một số cơ quan, đơn vị chưa quan tâm đúng mức đến hoạt động truyền thông chính sách, còn lúng túng trong việc cung cấp, xử lý thông tin dẫn đến hoạt động truyền thông chính sách chưa đúng cách, chưa đủ liều lượng; nhiều bộ, ngành, địa phương chưa có kế hoạch, chưa bố trí đủ nguồn lực để triển khai công tác truyền thông chính sách một cách bài bản, chuyên nghiệp. Để tiếp tục nâng cao hiệu quả công tác truyền thông chính sách, Báo cáo tham luận tập trung làm rõ về tổ chức bộ máy làm công tác truyền thông chính sách, thẩm quyền xác định vị trí việc làm, định mức biên chế làm công tác truyền thông chính sách và một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông chính sách.

1. Về tổ chức, bộ máy làm công tác truyền thông chính sách

Ngày 12/5/2021, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 12/CT-TTg về tăng cường công tác tuyên truyền, định hướng hoạt động truyền thông, báo chí phục vụ nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc; kịp thời chấn chỉnh và xử lý các vi phạm trong hoạt động báo chí, truyền thông; ngày 30/3/2022 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 407/QĐ-TTg phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022-2027”, trong đó đã giao nhiệm vụ cụ thể cho các bộ, ngành, địa phương và các cơ quan báo chí, truyền thông trong việc nâng cao chất lượng, hiệu quả các hoạt động thông tin, tuyên truyền, bảo đảm phục vụ hiệu quả nhiệm

vụ bảo vệ Tổ quốc và công tác truyền thông chính sách. Theo đó, công tác truyền thông chính sách đã được các Bộ, ngành, địa phương triển khai và phân công cho một đơn vị chủ trì thực hiện.

2. Về thẩm quyền xác định vị trí việc làm, định mức biên chế làm công tác truyền thông chính sách

Tại khoản 1 Điều 14 Nghị định số 62/2020/NĐ-CP ngày 01/6/2020 của Chính phủ về vị trí việc làm và biên chế công chức đã giao Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, người đứng đầu tổ chức do Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ thành lập mà không phải là đơn vị sự nghiệp công lập (trong đó có Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông) hướng dẫn về vị trí việc làm công chức nghiệp vụ chuyên ngành được giao quản lý từ trung ương đến địa phương; định mức biên chế công chức trong cơ quan, tổ chức thuộc ngành, lĩnh vực được giao quản lý sau khi có ý kiến thống nhất của Bộ Nội vụ.

Tại điểm a khoản 1 Điều 12 Nghị định số 106/2020/NĐ-CP ngày 10/9/2020 của Chính phủ về vị trí việc làm và số lượng người làm việc trong đơn vị sự nghiệp công lập đã giao Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ (trong đó có Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông) hướng dẫn về vị trí việc làm lãnh đạo, quản lý và chức danh nghề nghiệp chuyên ngành, cơ cấu viên chức theo chức danh nghề nghiệp và định mức số lượng người làm việc trong đơn vị sự nghiệp công lập thuộc ngành, lĩnh vực được giao quản lý sau khi có ý kiến thống nhất của Bộ Nội vụ.

Do vậy, Bộ Nội vụ sẽ phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông trong việc hướng dẫn về vị trí việc làm và định mức biên chế của công chức, viên chức làm công tác truyền thông chính sách.

3. Về một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông chính sách

Tại Quyết định số 407/QĐ-TTg nêu trên, Thủ tướng Chính phủ đã yêu cầu các Bộ, ngành, địa phương thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp để nâng cao chất lượng, hiệu quả của công tác truyền thông chính sách, trong đó đã chỉ đạo:

(1) Thủ trưởng các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung tâm chủ động quán triệt, chỉ đạo nhằm nâng cao nhận thức về vai trò, tầm quan trọng của công tác truyền thông dự thảo chính sách bằng hình thức phù hợp cho đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức cũng như người dân, tổ chức, doanh nghiệp; phát huy vai trò, trách nhiệm của cả hệ thống chính trị trong vận động, khuyến khích Nhân dân quan tâm, tham gia đóng góp ý kiến đối với dự thảo chính sách.

(2) Bộ Tư pháp chủ trì, phối hợp với các cơ quan, tổ chức có liên quan rà soát, nghiên cứu và tham mưu hoàn thiện các quy định của pháp luật về: Xây dựng văn bản quy phạm pháp luật; phổ biến, giáo dục pháp luật và tiếp cận thông tin nhằm bảo đảm cơ sở pháp lý và nguồn lực cho hoạt động truyền thông dự thảo chính sách.

(3) Phát huy vai trò chủ động của cơ quan, đơn vị, cá nhân chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật trong tổ chức thực hiện truyền thông dự thảo chính sách.

(4) Tăng cường công tác chỉ đạo, theo dõi của Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật trung ương, Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật cấp tỉnh về truyền thông dự thảo chính sách.

(5) Xây dựng nội dung truyền thông dự thảo chính sách, trong đó yêu cầu: Cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật xây dựng tài liệu, nội dung truyền thông dự thảo chính sách bảo đảm đầy đủ, ngắn gọn, dễ hiểu, hình thức phong phú, sinh động để đăng tải trên Cổng/Trang Thông tin điện tử của các cơ quan, tổ chức ở trung ương và ở địa phương và cung cấp cho các cơ quan thông tin, báo chí phục vụ hoạt động truyền thông dự thảo chính sách.

(6) Tổ chức triển khai các hình thức truyền thông về dự thảo chính sách, trong đó yêu cầu phát huy vai trò của cơ quan quản lý thông tin, báo chí trong lãnh đạo, chỉ đạo, định hướng cơ quan thông tin, báo chí tham gia truyền thông dự thảo chính sách; tổ chức các hội nghị, tọa đàm, diễn đàn, phỏng vấn, đối thoại trực tiếp, trực tuyến, họp báo để trao đổi, thông tin về dự thảo chính sách tới các cơ quan, tổ chức, người dân, doanh nghiệp; chú trọng phát huy đội ngũ báo cáo viên pháp luật; tổ chức truyền thông dự thảo chính sách tại địa bàn cơ sở; thực hiện việc tích hợp, chia sẻ để đăng tải thông tin nội dung dự thảo chính sách; tổ chức truyền thông thông qua các ứng dụng mạng xã hội và hình thức truyền thông phù hợp khác...

(7) Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông chính sách.

(8) Huy động nguồn lực xã hội tham gia công tác truyền thông dự thảo chính sách.

Từ các vấn đề nêu trên, để tăng cường hiệu quả của công tác truyền thông chính sách và bảo đảm phù hợp với chủ trương tinh gọn tổ chức bộ máy theo yêu cầu tại Nghị quyết số 18-NQ/TW, Nghị quyết số 19-NQ/TW của Hội nghị Trung ương 6 khóa XII, đề nghị các Bộ, ngành, địa phương xác định đầy đủ các nội dung, nhiệm vụ về công tác truyền thông chính sách thuộc phạm vi quản lý của Bộ, ngành, địa phương mình; trên cơ sở đó, phân công một đầu mối hiện có để chủ trì thực

hiện nhiệm vụ này và bố trí công chức, viên chức trong tổng số biên chế được cấp có thẩm quyền giao để thực hiện tốt nhiệm vụ truyền thông chính sách theo yêu cầu của Thủ tướng Chính phủ tại Quyết định số 407/QĐ-TTg nêu trên./.

**THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ
TRỰC TRUYỀN TOÀN QUỐC VỀ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH:
NHẬN THỨC - HÀNH ĐỘNG - NGUỒN LỰC**

**TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH
LẤY NGƯỜI DÂN LÀ TRỌNG TÂM CỦA PHÁT TRIỂN**

BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ

Triết lý truyền thông chính sách

Cách đây 59 năm, ngày 31/8/1963, phát biểu tại Hội nghị Tuyên huấn miền núi, sau khi ghi nhận và biểu dương những nỗ lực cố gắng của cán bộ tuyên huấn trong công tác tuyên truyền, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã nói: *“Công tác tuyên truyền phải cụ thể, thiết thực. Tuyên truyền cái gì? Tuyên truyền cho ai? Tuyên truyền để làm gì? Tuyên truyền cách thế nào? Đó là những vấn đề các chú phải tự hỏi, tự trả lời. Chứ không phải chờ trên gửi tài liệu xuống, rồi theo một, hai, ba, bốn mà làm... Chứ không phải trung ương bảo làm, tỉnh bảo làm, thì tôi làm. Tuyên truyền cũng thế, huấn luyện cũng thế. Phải làm sao để hiểu, nói sao để người ta hiểu được, hiểu để làm. Vì thế nên tuyên truyền phải thiết thực. Không phải tuyên truyền để mà tuyên truyền, huấn luyện để mà huấn luyện”*. Lời nói của Bác đã trở thành triết lý trong đời sống công tác tuyên truyền, nền tảng của công tác truyền thông ngày nay.

Ngày 11/5/2021, Thủ tướng Phạm Minh Chính đã chỉ đạo định hướng ngành thông tin và truyền thông: *“Việc tốt mà không biết truyền thông thì người ta không biết, sơ hở nhỏ nhưng để thành khủng hoảng thì gây hậu quả lớn. Phải tăng cường nhận thức, phải xây dựng cơ chế, thể chế chính sách phù hợp để truyền thông thực sự là một nguồn lực, là sức mạnh”* và *“Không để chiến lược trên giấy”*.

Đối với công tác thống kê, tại Hội nghị Thống kê toàn quốc ngày 18/3/2022, Thủ tướng Phạm Minh Chính đã phát biểu chỉ đạo cần coi trọng vai trò của dữ liệu trong hoạt động truyền thông để đáp ứng yêu cầu *“kết quả công việc năm nay phải tốt hơn năm trước, nhiệm kỳ sau tốt hơn nhiệm kỳ trước”*. Quản trị Chính phủ dựa trên dữ liệu đòi hỏi triển khai bất cứ nhiệm vụ mới nào cũng phải trên cơ sở tổng kết, đánh giá các công việc đã làm, dựa trên số liệu, *“số liệu nói lên tất cả”* và làm sao để *“số liệu thực sự biết nói”*.

Theo dòng chảy đó, từ nhiều năm nay, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã xác định 5 triết lý truyền thông chính sách của ngành, đó là:

(i) “*Người dân là trọng tâm của phát triển, mọi chính sách của Chính phủ phải hướng tới hạnh phúc người dân*” là thông điệp xuyên suốt trong mọi hoạt động tham mưu và hoạch định chính sách của toàn Ngành.

(ii) Coi truyền thông chính sách nhằm tạo đồng thuận xã hội là trọng tâm, là cốt lõi của nghiên cứu, hoạch định và thực thi chính sách.

(iii) Coi trọng hiệu quả công tác truyền thông chính sách, từ đó tác động đến hiệu quả chính sách và hiệu quả điều hành, bám sát phương châm “5 thật” là “*Nghĩ thật - Nói thật - Làm thật - Hiệu quả thật - Hưởng thụ thật*” với mục tiêu cuối cùng là nhân dân, doanh nghiệp được thụ hưởng các thành quả của chính sách.

(iv) Luôn đổi mới nội dung, phương thức của truyền thông chính sách luôn để thích nghi với môi trường hiện đại và các triển vọng phát triển nhanh của xu thế thời đại.

(v) Đẩy mạnh phát triển mô hình quản lý nhà nước và tham mưu chính sách dựa trên thực chứng, nhất là nghiên cứu phân tích dữ liệu, báo cáo khoa học và các thông tin từ báo chí, các phương tiện truyền thông và dư luận.

Tầm nhìn, sứ mệnh truyền thông chính sách

Công tác truyền thông chính sách thời gian qua đã góp phần chia sẻ rõ nét về vị trí, vai trò, các nhiệm vụ lớn, khó, quan trọng của Bộ Kế hoạch và Đầu tư với tư cách là cơ quan tham mưu tổng hợp chiến lược về kinh tế - xã hội của Đảng và Nhà nước, thể hiện được tinh thần đoàn kết, trí tuệ, bản lĩnh, nhân văn và tiên phong đổi mới của Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Thực tiễn cho thấy, truyền thông chính sách đã có tác động lớn đến hiệu quả của công tác hoạch định chính sách, tạo đồng thuận xã hội, để các chính sách ban hành hướng tới toàn thể người dân, không ai bị bỏ rơi phía sau của sự phát triển, góp phần vào công bằng xã hội.

Yếu tố quan trọng để truyền thông chính sách đi vào cuộc sống là thông tin phải chính thống, công khai, minh bạch, đầy đủ, chính xác, kịp thời, đúng đối tượng, đúng thời điểm và “cởi mở” với xã hội; mọi hoạt động của Bộ Kế hoạch và Đầu tư đều công khai, minh bạch, công bố cho người dân được biết.

Giải pháp truyền thông chính sách

(1) Xây dựng phương pháp truyền thông thống nhất:

Thống nhất trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện truyền thông chính sách từ Bộ trưởng, Lãnh đạo Bộ đến các đơn vị chức năng, được cụ thể hóa bằng kế hoạch truyền thông được phê duyệt gắn với những trọng tâm, chủ đề truyền thông hằng năm.

Nội dung truyền thông cụ thể của từng lĩnh vực, từng chính sách, từng hoạt động phải được xây dựng bài bản, chuyên nghiệp, chứa đựng hàm lượng kiến thức, trí tuệ khoa học, tập trung những nội dung cốt lõi, dựa trên nguyên tắc tổng hợp thông tin, dữ liệu chính thống, chính xác và phải được cấp có thẩm quyền phê duyệt, thông qua trước khi triển khai truyền thông ra công chúng.

Thường xuyên đổi mới, cải tiến, mở rộng các hình thức, công cụ truyền thông kết hợp với công nghệ tiên tiến, hiện đại, nhằm nâng cao tính thiết thực, chất lượng và hiệu quả của thông tin truyền thông.

Mở rộng độ tiếp cận kênh thông tin truyền thông thông qua nhiều cách thức sáng tạo, trong đó điển hình là Mô hình Đối thoại chuyên gia với báo chí (Knowledge Sharing Talk) và cải tiến bộ phận tiếp công dân.

(2) Xác định nội dung trọng điểm truyền thông

Năm 2022 Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã xác định khoảng 11 chủ đề lớn nhằm tập trung truyền thông có trọng điểm, đó là:

(i) Việc triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII, Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2021 – 2030, Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021 – 2025;

(ii) Đề án phục hồi kinh tế; triển khai các kịch bản tăng trưởng, phát triển kinh tế - xã hội trong bối cảnh và diễn biến mới; các mô hình phát triển bền vững; các động lực tăng trưởng mới; chất lượng tăng trưởng; đánh giá quy mô nền kinh tế; cơ cấu nền kinh tế; năng suất lao động

(iii) Cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh, năng suất lao động; cắt giảm các điều kiện kinh doanh, cắt giảm chi phí cho doanh nghiệp; hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.

(iv) Giải ngân vốn đầu tư công, sử dụng nguồn lực công, vốn hỗ trợ phát triển chính thức ODA;

(v) Liên kết vùng, liên kết ngành thông qua các Hội nghị về vùng Đông Nam Bộ và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam; vùng Tây Nguyên; Vùng trung du và miền núi Bắc Bộ...;

(vi) Triển khai xây dựng các quy hoạch thuộc hệ thống quốc gia cho thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn 2050; công tác thẩm định quy hoạch tổng thể quốc gia; quy hoạch vùng đồng bằng Sông Cửu Long, quy hoạch các tỉnh, thành phố trong cả nước;

(vii) Kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác xã, tổ hợp tác; thông qua 2 sự kiện Hội nghị trực tuyến toàn quốc về kinh tế tập thể, hợp tác xã; Diễn đàn Kinh tế hợp tác, hợp tác xã năm 2022.

(viii) Các dự án luật trình ra Quốc hội như Luật sửa 8 luật về đầu tư kinh doanh; Luật đấu thầu sửa đổi, Luật Hợp tác xã sửa đổi.

(ix) Chiến lược thu hút FDI, xúc tiến đầu tư; thu hút đầu tư vào khu kinh tế, khu công nghiệp, khu công nghệ cao.

(x) Các hoạt động đổi mới sáng tạo gắn với các cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

(xi) Tăng cường trụ cột phát triển xã hội và cộng đồng thông qua thông qua Chương trình Vì sự phát triển của cộng đồng và Sáng kiến Cây gậy trắng cho người mù Việt Nam.

(3) Xây dựng Kế hoạch truyền thông hằng năm

Bộ Kế hoạch và Đầu tư ban hành Kế hoạch truyền thông hằng năm làm định hướng kim chỉ nam cho thực thi các hoạt động truyền thông chính sách; đồng thời xuất bản Bản tin nội bộ phục vụ công tác điều hành và quản lý của Lãnh đạo Bộ và lãnh đạo các đơn vị thuộc Bộ. Bên cạnh đó, xây dựng bản tin ngày khi có sự kiện đặc biệt hoặc khi có dạng tin bất thường để cung cấp tin nguồn điều hành cho Lãnh đạo Bộ.

(4) Xây dựng đội ngũ cán bộ làm truyền thông

Bộ Kế hoạch và Đầu tư sắp xếp đội ngũ cán bộ truyền thông ngày càng chuyên nghiệp, thạo nghiệp vụ, am hiểu về truyền thông chính sách; tổ chức xây dựng đội ngũ cán bộ theo dõi truyền thông ở các đơn vị, sắp xếp đúng người, đúng việc, duy trì việc đào tạo và tự đào tạo liên tục.

(5) Xây dựng thương hiệu Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Xây dựng và phát triển Bộ Kế hoạch và Đầu tư không chỉ là một cơ quan tham mưu tổng hợp chiến lược về cơ chế, chính sách phát triển kinh tế và xã hội, mà còn là một cơ quan thể hiện sự quan tâm sâu sắc đến các vấn đề xã hội, phát triển cộng đồng, nhất là các cộng đồng yếu thế trong xã hội. Một trong những ví dụ điển hình về xây dựng thông điệp truyền thông là lồng ghép câu chuyện người yếu thế trong các hoạt động của Bộ, mở ra một hướng tiếp cận mới, làm thay đổi tư duy làm chính sách, nâng cao tính nhân văn trong từng chính sách và nâng cao nhận thức của đội ngũ cán bộ trong bộ máy.

Từ tháng 01/2018, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã triển khai các hoạt động trong khuôn khổ Chương trình Vì sự phát triển cộng đồng, lựa chọn 8 nhóm yếu thế để bảo trợ và triển khai đồng bộ các hoạt động xã hội, đồng hành cùng với các cộng đồng yếu thế từ các đơn vị trong ngành Kế hoạch, Đầu tư và Thống kê. Các sự kiện cộng đồng gây tiếng vang như Tự hào Việt Nam, ra mắt video clip Bao la Việt Nam nhằm phục hồi ngành du lịch và đầu tư; chương trình Sức sống Việt Nam, chương trình Sức sống Việt Nam để đẩy mạnh quảng bá hình ảnh quốc gia, xúc tiến đầu tư, phát triển nguồn nhân lực cho doanh nghiệp, vì sự phát triển của cộng đồng; phát động cuộc thi “*Mỗi người dân là một sứ giả*” nhằm kêu gọi sự đồng lòng của người dân trong phòng chống dịch cũng như phục hồi kinh tế đất nước; chương trình Yêu thương Việt Nam... tạo hiệu ứng lan tỏa sang các đối tác của Bộ, bộ ngành và địa phương và ra xã hội. Đồng thời, tháng 12/2019 Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã phát động Hành trình cây gậy trắng cho người mù Việt Nam, giúp đỡ cộng đồng mù và khiếm thị trên 3 trụ cột: (i) Tặng cây gậy trắng để sử dụng; (ii) Đào tạo kỹ năng sử dụng cây gậy trắng trong đi lại; (iii) Truyền thông nâng cao nhận thức xã hội về cộng đồng người mù và khiếm thị.

Mỗi một hành động tốt đẹp, nhân văn và tử tế thông qua hoạt động truyền thông hiệu quả sẽ tạo hiệu ứng lan tỏa vô cùng ý nghĩa tới mọi người, thông qua đó, góp phần không nhỏ vào sự phát triển của xã hội, của nền kinh tế và của đất nước, hun đúc niềm tin sâu sắc “*Chúng ta sẽ sống một cuộc đời tốt đẹp và chân thật nhất nếu biết sẻ chia*”.

Case Study 1: Truyền thông số liệu thống kê tạo niềm tin cho người dân và quốc tế

Trong thời gian qua, ngành Thống kê đã có nhiều nỗ lực trong việc nâng cao chất lượng thông tin thống kê và tuyên truyền, phổ biến thông tin thống kê với nhiều hình thức đa dạng, phong phú tới đông đảo đối tượng dùng tin trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, để công chúng tin tưởng sử dụng thông tin thống kê thì chất lượng thông tin thống kê phải được đặt lên hàng đầu.

Chính vì vậy ngành Thống kê luôn xác định việc đổi mới, nâng cao chất lượng thông tin Thống kê là nhiệm vụ thường xuyên, lâu dài thể hiện trong nhiều hoạt động của Ngành. Trong đó có việc xây dựng cơ sở pháp lý, cập nhật Danh mục chỉ tiêu thống kê quốc gia; hệ thống chỉ tiêu thống kê tỉnh, huyện, xã phù hợp với quốc tế và thực tiễn của Việt Nam.

Ngành Thống kê xác định, người dân, doanh nghiệp là người cung cấp thông tin đồng thời cũng là người sử dụng thông tin nên ngay khi xây dựng danh mục chỉ tiêu thống kê, ngành Thống kê đã tham khảo ý kiến của người dân, doanh nghiệp, các bộ, ngành, tham vấn ý kiến từ các chuyên gia, tổ chức quốc tế. Bên cạnh đó, ngành Thống kê đẩy mạnh đổi mới cách thức thu thập thông tin thống kê, sử dụng công nghệ thông tin thay thế phiếu giấy nhằm có được thông tin chính xác, kịp thời; Nghiên cứu xây dựng đề án về Tự liệu hóa và chuyển đổi số trong Ngành; Tăng cường đào tạo nhân lực, nâng cao trình độ của người làm công tác thống kê thông qua các khóa đào tạo trong nước và hỗ trợ kỹ thuật của các chuyên gia quốc tế.

Đặc biệt, đã có nhiều chuyên gia từ các tổ chức quốc tế tham gia hỗ trợ kỹ thuật, tư vấn, giám sát các cuộc điều tra, Tổng điều tra hoặc các nghiệp vụ chuyên sâu của Tổng cục Thống kê, như các chuyên gia đến từ ILO, UNFPA trong Tổng điều tra dân số và nhà ở, Điều tra Lao động việc làm; chuyên gia IMF trong Đánh giá lại quy mô GDP của Việt Nam, trong điều tra giá... Ngành đã tổ chức hàng trăm cuộc hội thảo cả trực tiếp và trực tuyến với các chuyên gia, tổ chức quốc tế, cơ quan thống kê các nước về các chỉ tiêu thống kê như Kinh tế số, logistics... Nhờ vậy, chất lượng thông tin thống kê của Việt Nam ngày càng được nâng lên, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu của người dùng tin trong nước và quốc tế do phương pháp luận luôn tuân thủ theo chuẩn mực của quốc tế và phù hợp với thực tiễn Việt Nam.

Có được thông tin tốt việc tuyên truyền cũng phải tốt mới đạt mục tiêu là người dùng tin tin tưởng sử dụng thông tin thống kê. Hàng năm, ngay từ cuối năm trước, căn cứ kế hoạch công tác, ngành Thống kê đã xây dựng tổng thể kế hoạch tuyên truyền, lịch phổ biến thông tin thống kê của ngành cho năm sau. Dựa trên kế hoạch tổng thể này, các đơn vị trong toàn ngành xây dựng kế hoạch cụ thể tại từng đơn vị. Đây là căn cứ quan trọng để các đơn vị trong toàn ngành chủ động thực hiện công tác tuyên truyền bài bản, rộng khắp từ cơ quan Tổng cục Thống kê đến các cục Thống kê địa phương.

Một trong những hình thức tuyên truyền phổ biến của Ngành là họp báo. Ngành Thống kê tổ chức các cuộc họp báo định kỳ công bố tình hình kinh tế xã hội cả nước và tình hình lao động việc làm theo quý, năm (ở trung ương) và tình hình kinh tế xã hội 6 tháng và cả năm (tại 63 tỉnh, Thành phố trực thuộc Trung ương). Ngoài ra, còn tổ chức họp báo đột xuất về kết quả các cuộc Tổng điều tra và điều tra quan trọng.

Các cuộc họp báo ở Trung ương và địa phương có sự tham dự của đông đảo các phóng viên, biên tập viên, đại diện các bộ, ban, và các sở, ngành liên quan. Ngành Thống kê dành nhiều thời gian để trao đổi, giải đáp thỏa đáng các câu hỏi về thông tin thống kê đã cung cấp. Tài liệu cung cấp cho đại biểu tại cuộc họp báo được chuẩn bị kỹ lưỡng với nhiều hình thức như thông cáo báo chí, báo cáo rút gọn, infographic. Sau mỗi cuộc họp báo, ngành Thống kê còn tổng hợp lại những thông tin quan trọng được dư luận quan tâm, tiếp tục cung cấp cho người dùng tin.

Vì vậy, sau mỗi cuộc họp báo, thông tin thống kê tổng quan và chuyên sâu, các bài phân tích, phỏng vấn được đăng tải rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng, góp phần giúp các cấp chính quyền, tổ chức, người dân và cộng đồng quốc tế nắm bắt được diễn biến tình hình kinh tế xã hội trên phạm vi cả nước, địa phương.

Thông tin thống kê còn được tuyên truyền, phổ biến rộng rãi thông qua website chính thống của Tổng cục Thống kê, Tạp chí điện tử Con số và Sự kiện, web của các đơn vị trong Ngành cùng 58/63 trang web của Cục Thống kê địa phương.

Hiện nay, trong xu hướng mạng xã hội ngày càng có vai trò quan trọng trong đời sống người dân, những người làm công tác thống kê đã xây dựng fanpage Thống kê Việt Nam, tạo thêm một kênh đưa thông tin thống kê tiếp cận đến người dùng tin.

Bên cạnh các hình thức tuyên truyền, phổ biến thông tin điện tử, trang web, thì hình thức tuyên truyền thông qua việc xuất bản các ấn phẩm thống kê cũng được chú trọng. Hàng năm, ấn phẩm thương hiệu của ngành

Thống kê là Niên giám Thống kê ở Trung ương và 63 Cục Thống kê địa phương được đều đặn phát hành. Trung bình, ngành Thống kê xuất bản khoảng 250-300 đầu sách/năm với các thông tin thống kê chuyên đề chuyên sâu, kết quả các cuộc điều tra, Tổng điều tra, sách trắng doanh nghiệp, sách trắng hợp tác xã...

Ngoài ra, ngành Thống kê cũng sản xuất nhiều video clip về một số đề án, hoạt động lớn của ngành phục vụ các đoàn công tác của cơ quan Thống kê ra nước ngoài và các đoàn nước ngoài đến công tác tại cơ quan Thống kê Việt Nam, giúp cho các cơ quan, tổ chức quốc tế hiểu rõ hơn về công tác thống kê Việt Nam.

Như vậy, để đưa thông tin thống kê tới được đông đảo người dùng tin trong nước và quốc tế, ngành Thống kê đã sử dụng nhiều kênh thông tin với nhiều hình thức đa dạng, phong phú trên cơ sở xây dựng chương trình, kế hoạch và thực hiện bài bản tại các đơn vị từ Trung ương đến địa phương. Để người dùng tin trong nước và quốc tế tin tưởng, sử dụng thông tin thống kê, Ngành đã tập trung nâng cao chất lượng thông tin thống kê, thu hút sự quan tâm, ủng hộ của người dân, doanh nghiệp và các tổ chức quốc tế ngay từ khi xây dựng văn bản pháp luật đến việc tham gia cung cấp và sử dụng thông tin thống kê nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người sử dụng thông tin thống kê.

Case Study 2: Đánh giá Hiệu quả truyền thông 3 Hội nghị vùng về phát triển vùng Tây nguyên, Đông Nam Bộ và Trung du miền núi Bắc Bộ

Ba Hội nghị vùng với 3 chủ đề được lựa chọn khác nhau, tổ chức tại 3 địa phương khác nhau, dưới sự chủ trì của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính. Mỗi hội nghị có khoảng 500-700 đại biểu tham dự, lượng tiếp cận tin tức qua độc giả các kênh khoảng 40-50 triệu người.

Công tác truyền thông góp phần nhằm tạo sự thống nhất cao, nâng cao nhận thức và cụ thể hóa mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp nêu tại Nghị quyết số 11-NQ/TW của Bộ Chính trị về phương hướng phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng trung du và miền núi Bắc bộ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. nghị quyết 53 và kết luận số 27 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng Đông Nam Bộ và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, Nghị quyết số 10 và Kết luận số 12 của Bộ Chính trị về phát triển Tây Nguyên.

Ba Hội nghị vùng đã thông tin ra công chúng nhiều điểm mới, có tính đột phá trong phát triển của Vùng, nhất là về định hướng phát triển, mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể, giải pháp rõ ràng gắn với chủ trương lớn về nghiên cứu xây dựng cơ chế chính sách đặc thù, là cơ hội cho 3 vùng phát triển trong giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến 2045 góp phần quan trọng tạo sự thống nhất cao, nâng cao nhận thức, trách nhiệm, quyết tâm chính trị và đổi mới tư duy của các cấp, các ngành về vai trò, vị trí và tầm quan trọng của từng vùng, từ đó tạo sự thống nhất trong hành động, nhằm thực hiện thắng lợi mục tiêu của các Nghị quyết TW.

Các nhiệm vụ cụ thể và các dự án liên vùng, kết nối và phân công cho các Bộ, ngành triển khai thực hiện, có lộ trình thời gian cụ thể. Cùng với đó, việc Hội nghị Xúc tiến đầu tư được tổ chức song song với lễ trao thỏa thuận hợp tác và các biên bản ghi nhớ, giấy chứng nhận đăng ký đầu tư cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước, có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc huy động nguồn lực cho phát triển cơ sở hạ tầng, thúc đẩy đầu tư, sản xuất - kinh doanh của toàn Vùng. Đây chính là điều kiện tiên quyết để các kế hoạch, mục tiêu chiến lược được đặt ra tại Nghị quyết được hiện thực hóa.

Ngoài ra các nỗ lực truyền thông từ việc làm video clip, triển lãm ảnh về đẹp tiềm năng đất nước con người đem lại chất liệu tươi mới cho truyền thông. Bằng các tác phẩm thuộc mọi thể loại nhiếp ảnh: phong cảnh, chân dung, sinh hoạt đời thường... triển lãm ảnh là một bức tranh toàn diện và

nhều sắc màu khắc họa vẻ đẹp thiên nhiên, đất nước, con người mỗi vùng. Thông qua các tác phẩm nghệ thuật này người xem sẽ có những góc nhìn đa chiều về con người và vùng quê sông nước đậm chất bản sắc vùng miền với những gam màu tươi sáng của cuộc sống đang từng ngày đổi mới và phát triển.

Case Study 3: Nâng cao hiệu quả quy hoạch tổng thể quốc gia thông qua truyền thông

Một chính sách mới, với cải cách sâu rộng, thường đón nhận nhiều luồng ý kiến khác nhau. Mỗi quốc gia muốn phát triển nhanh, bền vững phải chọn được con đường đi đúng. Một bản quy hoạch tổng thể quốc gia có tầm nhìn và khả thi sẽ góp phần xác định con đường đi tốt nhất, hiệu quả nhất và nhanh nhất để đạt được các mục tiêu cho phát triển đất nước. Công tác quy hoạch tốt là khi thực sự dẫn dắt được cuộc chơi trong nền kinh tế thị trường có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế, và nếu thất bại là chưa thực hiện được đầy đủ vai trò dẫn dắt, kiến tạo của Nhà nước.

Luật Quy hoạch được ban hành năm 2017 là cải cách rất lớn và rất quan trọng trong thể chế về công tác quy hoạch. Quan điểm cải cách của Luật Quy hoạch là dựa trên Nghị quyết số 13-NQ/TW của Ban chấp hành Trung ương Đảng đó là: “xây dựng Luật Quy hoạch có phạm vi điều chỉnh chung cho các loại quy hoạch phát triển trên phạm vi cả nước; hoàn thiện thể chế về công tác lập, thẩm định và phê duyệt quy hoạch theo hướng tạo cơ chế thẩm định độc lập, tập trung, do một đầu mối chịu trách nhiệm”. Luật Quy hoạch đã thiết lập Hệ thống quy hoạch quốc gia, gồm 111 quy hoạch từ cấp tỉnh trở lên, thay thế cho 3.654 quy hoạch cấp quốc gia, cấp vùng, cấp tỉnh trước đây, tương ứng với việc cắt giảm 97% số quy hoạch cần lập từ cấp tỉnh trở lên.

Không chỉ cắt giảm rất lớn về số lượng quy hoạch, mà Luật quy hoạch còn thay đổi cơ bản về tư duy, cách tiếp cận, phương pháp lập, nội dung quy hoạch, quy trình quy hoạch, giám sát thực hiện quy hoạch trên toàn quốc.

Cách đây hơn 5 năm, trước khi Luật Quy hoạch được thông qua, trong thời điểm đó cũng còn không ít những ý kiến khác nhau.

Qua 3 năm tổ chức thực hiện Luật Quy hoạch, Bộ Kế hoạch và Đầu tư luôn có thái độ đầu thị, lắng nghe các ý kiến góp ý, phản hồi... Các ý kiến đa chiều về công tác quy hoạch không phải là rủi ro, mà là khởi đầu cho việc tiếp tục nghiên cứu, đề xuất những giải pháp, chính sách mới để tiếp tục hoàn thiện thể chế về quy hoạch và nâng cao chất lượng, hiệu lực, hiệu quả của quy hoạch.

Ban Chấp hành Trung ương đã dành nhiều thời gian để nghiên cứu, thảo luận, tạo sự thống nhất cao về sự cần thiết phải ban hành và tổ chức thực hiện thật tốt Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021-2030 và tầm nhìn đến năm 2050, góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội XIII

của Đảng và Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045. Trung ương coi đây là nhiệm vụ chính trị rất quan trọng có ý nghĩa chiến lược, cơ bản, lâu dài, nhưng cũng là vấn đề rất rộng lớn, rất mới, rất khó, rất nhạy cảm và chưa có tiền lệ.

Hội nghị Trung ương 6 thống nhất ban hành Kết luận với yêu cầu Quy hoạch tổng thể quốc gia cần tập trung ưu tiên cho việc hình thành cơ bản bộ khung kết cấu hạ tầng quốc gia; đẩy mạnh cơ cấu lại nền kinh tế, ưu tiên phát triển một số ngành, lĩnh vực có tiềm năng, lợi thế và còn dư địa lớn, gắn với không gian phát triển mới; phát triển các vùng động lực, cực tăng trưởng quốc gia quan trọng để hình thành các "đầu tàu" lôi cuốn sự phát triển của quốc gia; hình thành và phát triển các hành lang kinh tế theo trục Bắc-Nam và trục Đông-Tây.

Tại thời điểm hiện tại, Bộ Kế hoạch và Đầu tư chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành và địa phương trong cả nước khẩn trương, nghiêm túc nghiên cứu xây dựng dự thảo Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 (các báo cáo dày khoảng 2.000 trang; tổng cộng có tới 7.000 trang tài liệu) để trình Quốc hội xem xét, quyết định trong thời gian sắp tới. Nội dung của dự thảo Quy hoạch tổng thể quốc gia trình Quốc hội xác định định hướng phát triển các ngành, lĩnh vực và việc phân bố, tổ chức không gian các hoạt động kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh và bảo vệ môi trường có tầm quan trọng cấp quốc gia, quốc tế và có tính liên vùng mang tính chiến lược trên toàn lãnh thổ quốc gia, bao gồm đất liền, các đảo, quần đảo, vùng biển, vùng trời của Tổ quốc.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư hiện đang nghiên cứu kế hoạch truyền thông góp phần thiết thực cho việc lãnh đạo, chỉ đạo có hiệu quả việc xây dựng, ban hành và tổ chức thực hiện thật tốt Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 nói riêng và các quy hoạch phát triển của các bộ, ngành, địa phương trong cả nước nói chung. Thông qua việc thường xuyên và liên tục phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành trung ương và các địa phương để tổng kết, rút kinh nghiệm từ các quy hoạch đã hoàn thành và bổ sung, hoàn thiện hơn đối với các quy hoạch đang trong quá trình lập, thẩm định; Bộ Kế hoạch và Đầu tư luôn ghi nhận và đánh giá cao các ý kiến góp ý, phản biện, nhất là từ các góc nhìn khách quan của các chuyên gia, nhà khoa học để tiếp tục hoàn thiện hơn nữa công tác quy hoạch; nâng cao chất lượng, hiệu lực, hiệu quả của quy hoạch.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư luôn kêu gọi báo chí quan tâm, đồng hành và hỗ trợ hiệu quả cho công tác quy hoạch trên 3 phương diện chính như sau:

Thứ nhất là đồng hành cùng các Bộ và địa phương trong suốt quá trình lập, thẩm định, phê duyệt, công bố và thực hiện quy hoạch. Tinh thần của Luật Quy hoạch là công khai tối đa trong toàn bộ quá trình lập, thẩm định, phê duyệt quy hoạch; Cơ quan báo chí công bố, truyền thông rộng rãi và đầy đủ về các dự thảo quy hoạch, các vấn đề lớn cần xin ý kiến, các quy hoạch đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt, trong đó tập trung truyền tải được những quan điểm, triết lý phát triển cốt lõi của các bản quy hoạch để qua đó tạo nên sự đồng thuận và ủng hộ của cộng đồng, người dân...

Toàn bộ hồ sơ dự thảo quy hoạch và quy hoạch được phê duyệt đều đã được công bố trên Cổng thông tin cơ sở dữ liệu và thông tin quốc gia về quy hoạch, địa chỉ: <https://quyhoachquocgia.mpi.gov.vn>.

Thứ hai là phổ biến, chia sẻ các bài học kinh nghiệm, cách làm hay về quy hoạch theo cách tiếp cận của quy hoạch không gian đã được áp dụng thành công ở các cấp, các ngành, trong nước và quốc tế để từng bước nâng cao nhận thức của các cơ quan, tổ chức, cộng đồng, người dân về công tác quy hoạch.

Thứ ba là chia sẻ các góc nhìn phản biện khoa học, khách quan về các mặt được, tồn tại, hạn chế của công tác quy hoạch trong thực tiễn triển khai để làm cơ sở cho các cơ quan nhà nước có thẩm quyền kịp thời xem xét khắc phục. Ví dụ như những mặt ưu, nhược điểm của việc bãi bỏ các quy hoạch sản phẩm; việc công khai thông tin về quy hoạch đặc biệt là bản đồ quy hoạch.

BÁO CÁO THAM LUẬN CHUYÊN ĐỀ
KINH PHÍ CHO TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG CỦA TRUYỀN THÔNG
CHÍNH SÁCH

BỘ TÀI CHÍNH

1. Về cơ chế tài chính cho hoạt động truyền thông chính sách:

a) Thời gian vừa qua, Bộ Tài chính đã phối hợp với Bộ Tư pháp và các cơ quan liên quan ban hành các Thông tư quy định việc lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước liên quan đến hoạt động truyền thông chính sách, như:

- Thông tư liên tịch số 14/2014/TTLT-BTC-BTP ngày 27/01/2014 của Bộ Tài chính, Bộ Tư pháp quy định việc lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác phổ biến, giáo dục pháp luật và chuẩn bị tiếp cận pháp luật của người dân tại cơ sở.

- Thông tư số 338/2016/TT-BTC ngày 28/12/2016 của Bộ Tài chính quy định lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và hoàn thiện hệ thống pháp luật; Thông tư số 42/2022/TT-BTC ngày 06/7/2022 sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 338/2016/TT-BTC.

- Thông tư số 46/2018/TT-BTC ngày 14/5/2018 của Bộ Tài chính quy định chi tiết chi phí thực tế để in, sao, chụp và gửi thông tin theo quy định tại khoản 2 Điều 12 Luật Tiếp cận thông tin.

b) Trong thời gian thực hiện, đã có một số văn bản quy phạm pháp luật, văn bản chỉ đạo, điều hành liên quan đến công tác phổ biến giáo dục pháp luật được sửa đổi, bổ sung ban hành. Do vậy, để bảo đảm phù hợp với thực tiễn, Bộ Tài chính đã có công văn số 10569/BTC-HCSN ngày 14/10/2022 gửi lấy ý kiến các Bộ, cơ quan trung ương, địa phương về dự thảo Thông tư thay thế Thông tư liên tịch số 14/2014/TTLT-BTC-BTP.

Ngoài ra, Bộ Tài chính sẽ tiếp tục nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung các Thông tư (Thông tư số 42/2022/TT-BTC ngày 06/7/2022; Thông tư số

46/2018/TT-BTC ngày 14/5/2018) trong trường hợp cần thiết, để phù hợp với thực tiễn.

2. Về bố trí kinh phí cho hoạt động truyền thông chính sách:

a) Về nguyên tắc bố trí kinh phí

- Kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác phổ biến, giáo dục pháp luật thuộc cấp nào do ngân sách cấp đó bảo đảm theo phân cấp ngân sách hiện hành và được bố trí trong dự toán của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, tổ chức đoàn thể ở trung ương, Ủy ban nhân dân các cấp theo quy định của Luật ngân sách nhà nước và các văn bản pháp luật khác có liên quan.

- Ngân sách trung ương hỗ trợ kinh phí để thực hiện nhiệm vụ phổ biến, giáo dục pháp luật cho các địa phương chưa tự cân đối được ngân sách để triển khai thực hiện một số hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật trọng tâm, trọng điểm, bao gồm các hoạt động:

+ Chi tổ chức tập huấn văn bản pháp luật mới, bồi dưỡng kỹ năng phổ biến, giáo dục pháp luật cho người làm công tác phổ biến, giáo dục pháp luật;

+ Xây dựng các chuyên mục phổ biến, giáo dục pháp luật đăng trên cổng thông tin điện tử của Sở Tư pháp;

+ Chi cho Tủ sách pháp luật; thực hiện phổ biến, giáo dục pháp luật cho một số đối tượng đặc thù theo quy định của Luật phổ biến, giáo dục pháp luật;

+ Chi hỗ trợ thực hiện một số nhiệm vụ trọng điểm của các Chương trình, Đề án phổ biến, giáo dục pháp luật.

- Đối với kinh phí cho công tác xây dựng văn bản quy phạm pháp luật: Việc bố trí kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và hoàn thiện hệ thống pháp luật tại cơ quan, đơn vị được thực hiện theo chương trình, kế hoạch chính thức và chương trình, kế hoạch bổ sung trong năm, bảo đảm phù hợp với tiến độ triển khai nhiệm vụ và trong phạm vi dự toán ngân sách đã được giao.

b) Về bố trí dự toán hàng năm:

Hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật gắn liền với các hoạt động chuyên môn của các cơ quan, đơn vị nên kinh phí chi thường xuyên ngân sách nhà nước bố trí cho các nhiệm vụ này được lồng ghép trong kinh phí thực hiện các Chương trình, Đề án và hoạt động thường xuyên của các cơ quan, đơn vị.

Căn cứ dự toán được cấp có thẩm quyền giao; các Bộ, cơ quan trung ương, địa phương chủ động phân bổ dự toán chi thường xuyên ngân sách nhà nước hàng năm để thực hiện hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật; như Bộ Tư pháp, Bộ Thông tin và Truyền thông:

- Bộ Tư pháp: Bố trí kinh phí tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật: 10,6 tỷ/ năm.

- Bộ Thông tin và Truyền thông: Bố trí kinh phí sự nghiệp văn hóa, thông tin để thực hiện các hoạt động thông tin tuyên truyền khoảng 160 tỷ đồng/ năm, trong đó có hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật...

c) Giải pháp về bố trí kinh phí đối với hoạt động truyền thông chính sách thời gian tới:

Trên cơ sở dự toán chi thường xuyên ngân sách nhà nước được cấp có thẩm quyền giao, các Bộ, cơ quan trung ương, địa phương chủ động ưu tiên bố trí kinh phí hàng năm cho hoạt động truyền thông chính sách, đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ truyền thông chính sách. Đồng thời, các Bộ, cơ quan trung ương, địa phương chủ động huy động từ các nguồn kinh phí hợp pháp khác để thực hiện hoạt động truyền thông chính sách./.

Hà Nội, ngày tháng 11 năm 2022

**THAM LUẬN TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH LAO ĐỘNG,
NGƯỜI CÓ CÔNG VÀ XÃ HỘI**

Trong đời sống xã hội hiện nay, truyền thông đóng vai trò, vị trí đặc biệt quan trọng trong tiến trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Thông tin truyền thông trên báo chí là cầu nối thông tin nhanh, kịp thời, chính xác mọi chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước đến với quần chúng nhân dân và đón nhận những phản hồi từ nhân dân về các chính sách khi vào thực tiễn đời sống xã hội.

I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH

Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội được Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ giao quản lý nhà nước các lĩnh vực: lao động, tiền lương; việc làm; giáo dục nghề nghiệp; bảo hiểm xã hội; an toàn, vệ sinh lao động; chăm sóc người có công với cách mạng; bảo trợ xã hội; trẻ em; bình đẳng giới; phòng, chống tệ nạn xã hội (*gọi chung là lĩnh vực lao động, người có công và xã hội*) trong phạm vi cả nước. Hệ thống văn bản, chính sách pháp luật của ngành ban hành tác động, điều chỉnh tới nhiều đối tượng khác nhau trong xã hội, chính vì vậy, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội đã luôn luôn chú trọng tăng cường công tác truyền thông phổ biến chính sách pháp luật các lĩnh vực quản lý nhà nước do Bộ quản lý, góp phần đưa chính sách pháp luật vào cuộc sống.

Trong những năm gần đây, một số văn bản quy phạm pháp luật, chính sách lớn được Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội nghiên cứu, trình cấp có thẩm quyền ban hành như: Bộ luật Lao động năm 2019, Luật Người lao động Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng năm 2020, Pháp lệnh Ưu đãi người có công với cách mạng năm 2020 - Đây là những chính sách pháp luật trực tiếp tác động hàng chục triệu người dân và doanh nghiệp. Trong quá trình nghiên cứu xây dựng, một số dự thảo văn bản có nội dung chính sách quan trọng đã được cơ quan chủ trì soạn thảo chủ động tổ chức truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng, định hướng, dẫn dắt chính sách, giải quyết kịp thời những vấn đề được đông đảo người dân, dư luận xã hội quan tâm, đồng thời nâng cao chất lượng, tính khả thi của văn bản.

Quá trình triển khai truyền thông, Bộ đã tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin xây dựng chuyên mục hỏi đáp về Bộ luật Lao động trên Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, Cổng Thông tin điện tử của Bộ; trên các báo, tạp chí của Bộ và các cơ quan báo chí Trung ương: Báo điện tử Dân trí, Lao động, Tuổi trẻ, Tiền phong, Nhân Dân, Đại biểu Nhân dân và các kênh phát thanh, truyền hình VTV, VOV, Vnews, VOV giao thông... cùng với việc tổ chức xây dựng các video, clip ngắn có

nội dung truyền thông chính sách pháp luật, sử dụng mạng xã hội,... Thông qua truyền thông chính sách, nhiều phản ánh, ý kiến của người dân được ghi nhận kịp thời, góp phần hoàn thiện dự thảo, đáp ứng nhu cầu, mong muốn nguyện vọng chính đáng của người dân.

II. CHỦ ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH

Nhận thức được tác động và lợi ích của truyền thông báo chí đối với các chính sách do ngành quản lý, Lãnh đạo Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội đã thường xuyên chỉ đạo các đơn vị của Bộ chủ động tổ chức truyền thông, giải đáp chính sách trên các cơ quan thông tin, báo chí của Bộ và của Trung ương; chỉ đạo các cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật cung cấp thông tin về nội dung của dự thảo chính sách một cách chính xác, kịp thời và chính thức. Đồng thời chủ động khai thác nguồn tin về dự thảo chính sách trên các kênh thông tin chính thức khác của cơ quan nhà nước, như trên cổng/trang thông tin điện tử của cơ quan, đơn vị; tại các hội nghị, hội thảo, tọa đàm; trả lời phỏng vấn của người có thẩm quyền đại diện cơ quan được giao chủ trì soạn thảo chính sách... ứng dụng công nghệ thông tin để truyền thông về các dự thảo chính sách, pháp luật.

Tổ chức thực hiện và xây dựng các sản phẩm truyền thông phù hợp, đa dạng về hình thức thể hiện đến đối tượng chịu sự tác động và toàn xã hội một cách đa chiều. Trong đó chú trọng xây dựng các chuyên mục, chiến dịch truyền thông, đưa tin vào khung giờ thích hợp trên sóng Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Truyền hình Thông tấn... thu hút đông khán giả, thính giả theo dõi.

Các hoạt động của Hội đồng phổ biến và giáo dục pháp luật của Bộ xác định các nội dung trọng tâm cần tập trung phổ biến và giáo dục pháp luật trong từng giai đoạn, chú trọng đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến các chính sách, pháp luật trên tất cả các lĩnh vực lao động, người có công và xã hội và giao nhiệm vụ cụ thể cho từng đơn vị để triển khai thực hiện. Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến pháp luật tới người lao động, người sử dụng lao động trong các loại hình doanh nghiệp, đặc biệt chú trọng tuyên truyền về những điểm mới của Bộ luật Lao động năm 2019, hệ thống văn bản quy định chi tiết Bộ luật Lao động và các văn bản có liên quan; tổ chức các cuộc hội nghị, đối thoại, tập huấn tư vấn các quy định, chính sách liên quan; lồng ghép truyền truyền phổ biến giáo dục pháp luật vào việc triển khai thực hiện nhiệm vụ, chương trình mục tiêu của ngành.

Việc truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật không những nhằm đảm bảo thực hiện quyền làm chủ của người dân trong tham gia xây dựng pháp luật theo nguyên tắc “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng” mà có ý nghĩa hết sức quan trọng củng cố, xây dựng niềm tin của nhân dân vào đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước, góp phần thực hiện Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng, phát quyền làm chủ và vai trò chủ thể của nhân dân; tăng cường đồng thuận xã hội, thực hiện quyền con người, quyền công dân theo Hiến pháp 2013.

Trong hai năm 2020-2021, trước ảnh hưởng nặng nề của đại dịch COVID-19 đến đời sống của nhân dân, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội đã chủ động nghiên cứu, tham mưu cấp có thẩm quyền ban hành các chính sách hỗ trợ người dân, người lao động và doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19. Đó là các Nghị quyết số 42/NQ-CP; Nghị quyết số 68/NQ-CP, Nghị quyết số 116/NQ-CP, Quyết định số 08/2022/QĐ-TTg về các chính sách hỗ trợ người dân, người sử dụng lao động và doanh nghiệp gặp khó khăn do đại dịch COVID-19. Việc triển khai thực hiện các nghị quyết an sinh của Quốc hội, Chính phủ đã có sự vào cuộc mạnh mẽ, đa dạng của các cơ quan báo chí, truyền thông, góp phần đưa chính sách vào cuộc sống, được dư luận xã hội đồng tình, đánh giá cao. Bên cạnh đó, với các luật, pháp lệnh, văn bản mới được thông qua năm 2021 và năm 2022; các quy định có liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp của người dân, doanh nghiệp; phòng, chống tham nhũng, lãng phí; việc thực hiện các điều ước quốc tế, các hiệp định thương mại tự do có liên quan trực tiếp đến người dân, doanh nghiệp, cũng đều được Bộ chủ động truyền thông rộng rãi.

Có thể khẳng định, việc chủ động truyền thông chính sách đã góp phần định hướng dư luận khi tổ chức thực hiện chính sách ngay từ khâu nhận diện chính sách, đề xuất chính sách, thành một quá trình nhà nước đồng hành cùng xã hội thiết kế chính sách, tạo đồng thuận xã hội. Trong bối cảnh hiện nay, mạng xã hội phát triển đa dạng ảnh hưởng và tác động mạnh đến công tác thông tin, tuyên truyền thì sự chủ động cung cấp thông tin chính thống đóng vai trò quan trọng để định hướng dư luận và dẫn dắt chính sách.

III. ĐỔI MỚI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH

Để phát huy tốt vai trò của truyền thông chính sách trong thời gian tới, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội sẽ tập trung thực hiện đồng bộ những giải pháp sau:

- Thường xuyên duy trì và mở rộng mối quan hệ chặt chẽ với các cơ quan báo chí trong và ngoài ngành, từ trung ương tới địa phương, để nắm bắt thông tin, triển khai truyền tải thông điệp thực hiện các chính sách pháp luật lĩnh vực lao động, người có công và xã hội. Tận dụng tốt chức năng giám sát và phản biện xã hội của các cơ quan báo chí, truyền thông và mạng xã hội để kịp thời nắm bắt thông tin, dư luận xã hội đối với việc ban hành và tổ chức chính sách pháp luật lao động, người có công và xã hội.

- Phối hợp chặt chẽ với Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và Truyền thông; chỉ đạo cơ quan báo chí của Bộ và đơn vị truyền thông của Bộ, tăng cường thông tin về chính sách lao động, người có công và xã hội. Tiếp tục nghiên cứu, kiện toàn các đơn vị có chức năng truyền thông trực thuộc Bộ, tổ chức tập huấn nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, trang bị kỹ năng cần thiết về báo chí, truyền thông tới lãnh đạo các đơn vị của Bộ để có thái độ ứng xử phù hợp với báo chí, truyền thông, mạng xã hội; đồng thời chủ động xử lý, ứng phó với tình huống khủng hoảng truyền thông có thể xảy ra.

- Nghiên cứu, lựa chọn thời điểm phù hợp để chủ động truyền thông các chính sách pháp luật do Bộ tham mưu Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ ban hành trong những năm tới.

- Triển khai tổ chức thực hiện tốt Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022 của Thủ tướng Chính phủ về Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022-2027”. Tăng cường cung cấp thông tin các văn bản pháp luật chỉ đạo, điều hành theo Luật Tiếp cận thông tin, Luật Báo chí; thực hiện các quy định, quy chế về phát ngôn và cung cấp thông tin kịp thời tới báo chí và người dân./.

**THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ
TRỰC TRUYỀN TOÀN QUỐC VỀ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH:
NHẬN THỨC - HÀNH ĐỘNG - NGUỒN LỰC**

**“THỰC TRẠNG, GIẢI PHÁP VỀ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG
CHÍNH SÁCH TRONG LĨNH VỰC VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU
LỊCH”**

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

I. VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH

Trong thời gian qua, trên cơ sở nhận thức rõ vai trò, vị trí quan trọng của Báo chí cách mạng Việt Nam trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ đất nước, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Bộ VHTTDL) luôn quan tâm phát huy sức mạnh của báo chí và truyền thông; chủ động dành nhiều thời gian, thời lượng để lãnh đạo, chỉ đạo cơ quan báo chí của Bộ thực hiện tốt công tác tuyên truyền, công tác truyền thông trong lĩnh vực văn hóa, gia đình, thể thao và du lịch. Bộ VHTTDL luôn xác định, truyền thông chính sách có ảnh hưởng rất lớn đến mọi vấn đề của xã hội, trong đó có hoạt động của Bộ VHTTDL. Truyền thông chính sách tác động đến nhận thức của các tầng lớp nhân dân trong xã hội, đặc biệt là trong thời đại chuyển đổi số và mạng xã hội phát triển mạnh mẽ như hiện nay, từ nhận thức sẽ tác động đến hành vi và ứng xử của người dân. Theo chúng tôi, vai trò của truyền thông chính sách được xác định như sau:

1. Truyền thông chính sách đóng vai trò rất quan trọng trong các hoạt động văn hóa, gia đình, thể thao và du lịch, qua đó làm tăng khả năng tiếp cận thông tin mới, tăng cường phản biện xã hội về một vấn đề cụ thể hoặc một chủ trương, chính sách mới của Ngành, từ đó các chủ trương, chính sách sẽ được hoàn thiện hơn và khi được ban hành sẽ đi vào cuộc sống nhanh và bền chặt hơn.

2. Truyền thông chính sách là cách thức Bộ VHTTDL đưa thông tin về các chính sách của Ngành đến với nhân dân, thăm dò lấy ý kiến, tạo sự đồng thuận, nhất trí cao của dư luận trước khi ban hành hoặc trình cấp có thẩm quyền ban hành các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh các hoạt động của Ngành.

3. Truyền thông chính sách góp phần phát huy quyền, vai trò và trí tuệ của các tầng lớp nhân dân, lắng nghe ý kiến từ đó nhận diện đúng các vấn đề chính sách và cân nhắc các giải pháp chính sách là một nhiệm vụ bắt buộc trong suốt quá trình xây dựng, hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật của Bộ.

4. Truyền thông chính sách góp phần định hướng dư luận, tạo dự đồng thuận và tính khả thi trong quá trình thực thi văn bản quy phạm pháp luật.

5. Truyền thông chính sách giúp các cơ quan quản lý của Bộ VH TTDL tự rà soát, đánh giá thực tiễn quản lý, qua đó hỗ trợ quá trình cải cách hành chính, cải cách thủ tục hành chính, đổi mới bộ máy, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, công chức nhằm đáp ứng tốt hơn nhiệm vụ trong tình hình mới.

II. MỘT SỐ KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC TRONG CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH TRONG LĨNH VỰC VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

1. Kết quả đạt được

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao, nhằm bảo đảm sự gắn kết chặt chẽ giữa công tác xây dựng pháp luật với công tác tổ chức thi hành, phổ biến, giáo dục pháp luật; tạo cơ chế, điều kiện để người dân, tổ chức, doanh nghiệp góp ý, phản biện trong quá trình đề xuất chính sách, xây dựng văn bản quy phạm pháp luật theo hướng lấy người dân làm trung tâm, tăng cường dân chủ, phát huy quyền con người, quyền công dân trong tham gia quản lý nhà nước, quản lý xã hội, Bộ VH TTDL đã nghiêm túc triển khai, quán triệt chủ trương, chính sách đổi mới của Đảng, pháp luật của Nhà nước và chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về công tác xây dựng, hoàn thiện pháp luật, tổ chức thi hành pháp luật.

Thực hiện Chỉ thị số 12/CT-TTg ngày 12/5/2021 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường công tác tuyên truyền, định hướng hoạt động truyền thông, báo chí phục vụ nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc; kịp thời chấn chỉnh và xử lý các vi phạm trong hoạt động báo chí, truyền thông, Bộ VH TTDL đã ban hành Quyết định số 2125/QĐ-BVH TTDL ngày 13/7/2021 giao nhiệm vụ cụ thể cho các cơ quan, đơn vị chức năng thuộc Bộ thực hiện.

Trong năm 2021-2022, Bộ VH TTDL đã tổ chức 02 Hội nghị về công tác truyền thông của Bộ và 01 Hội nghị tập huấn với sự tham gia của Lãnh đạo Bộ, Lãnh đạo các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ và các chuyên gia về lĩnh vực truyền thông và đại diện phóng viên các cơ quan báo chí trung ương và địa phương nhằm triển khai thực hiện có hiệu quả nhiệm vụ “*Xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại*” được đề ra trong Văn kiện Đại hội XIII của Đảng và Chỉ thị số 12/CT-TTg ngày 12/5/2021 của Thủ tướng Chính phủ.

Với tinh thần “*Quyết liệt hành động - Khát vọng cống hiến*”, Bộ VH TTDL đã tập trung triển khai chủ đề công tác năm 2021 “*Năm xây dựng thể chế, chính sách*”, tạo nền tảng cho quá trình đổi mới tư duy từ “*làm văn hóa*” sang “*quản lý nhà nước về văn hóa*” theo tinh thần “*kiến tạo*” thông qua các công cụ pháp luật. Trong năm 2021, Bộ VH TTDL đã tổ chức truyền thông chính sách trong suốt quá

trình xây dựng, trình cấp có thẩm quyền ban hành và tổ chức triển khai 04 Nghị định; 05 Quyết định, 01 Chỉ thị và 17 Thông tư trong các lĩnh vực hoạt động của Ngành.

Năm 2022, Bộ VHTTDL xác định chủ đề công tác năm là “*Xây dựng môi trường văn hóa cơ sở và công tác tổ chức cán bộ*”, Bộ tiếp tục truyền thông chính sách trong quá trình xây dựng, lấy ý kiến rộng rãi các tầng lớp nhân dân, tiếp thu, chỉnh lý và hoàn thiện tham mưu Chính phủ, trình Quốc hội khóa XV thông qua: Luật Điện ảnh (sửa đổi); Luật Phòng, chống bạo lực gia đình (sửa đổi); Luật Sở hữu trí tuệ (sửa đổi) phân quyền tác giả, quyền liên quan., trình Chính phủ ban hành 05 Nghị định và ban hành theo thẩm quyền 19 Thông tư.

Trong quá trình xây dựng và trình cấp có thẩm quyền từng văn bản, Bộ VHTTDL đều xây dựng kế hoạch để truyền thông chính sách, tạo sự đồng thuận cao trong xã hội đặc biệt là các đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản bản, góp phần quan trọng trong việc thực thi pháp luật hiệu quả sau khi văn bản được thông qua.

Đồng thời, Bộ đã chủ động xây dựng được hệ thống văn bản của Bộ làm căn cứ pháp lý triển khai thực hiện nhiệm vụ truyền thông như: *Quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí; Quy chế cung cấp thông tin cho công dân; Quy chế làm việc giữa cơ quan chủ quản và cơ quan báo chí, xuất bản.*

Trong thời gian tới, Bộ sẽ tiếp tục triển khai tích cực công tác truyền thông chính sách trong quá trình xây dựng các Luật Di sản văn hóa, Luật Quảng cáo, Luật Nghệ thuật biểu diễn, các Nghị định... nghiên cứu sửa đổi, bổ sung các quy định, quy chế làm việc liên quan, cho phép các đơn vị phụ trách truyền thông chính sách được tham gia phản biện xây dựng đối với các quy trình soạn thảo, quyết định chính sách.

2. Đánh giá chung

2.1. Ưu điểm

- Công tác truyền thông chính sách của Bộ VHTTDL đã góp phần vào tuyên truyền quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng; chính sách, pháp luật của Nhà nước, phát hiện và phản ánh tâm tư, nguyện vọng của nhân dân, những vấn đề bức xúc trong đời sống xã hội, kiên quyết đấu tranh chống tham nhũng, tiêu cực, quan liêu lãng phí và suy thoái đạo đức, lối sống, giới thiệu đất nước, văn hóa con người Việt Nam với bạn bè quốc tế... góp phần giáo dục truyền thống tốt đẹp của dân tộc, truyền thống cách mạng, nâng cao dân trí, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao, phong phú và đa dạng về đời sống tinh thần của nhân dân...

- Công tác truyền thông dần đi vào nề nếp, từ việc xây dựng kế hoạch đến tổ chức thực hiện; cơ sở pháp lý về phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí đã được hoàn thiện; các đơn vị thực hiện chức năng thông tin, tuyên truyền của Bộ VH TTDL ngày càng phát triển về quy mô số lượng, nâng cao chất lượng, phát huy hiệu quả là những kênh thông tin đóng vai trò trụ cột, quan trọng trong thực hiện công tác truyền thông về hoạt động của Bộ VH TTDL.

- Chủ động đa dạng, mở rộng các kênh phối hợp thông tin, truyền thông về hoạt động của Ngành; cách thức truyền thông ngày càng đa dạng, phong phú.

2.2. Tồn tại, hạn chế

- Một số cơ quan, đơn vị thuộc Bộ VH TTDL khi làm truyền thông chính sách vẫn còn hạn chế, thiếu sót, chưa kịp thời, chưa đa dạng hóa các hình thức thông tin, chưa chủ động định hướng, cung cấp thông tin để làm chủ thông tin, đấu tranh chống lại các thông tin sai trái, bịa đặt, tiêu cực...

- Khả năng dự báo xu thế phát triển, định hướng thông tin phục vụ phát triển Ngành góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của đất nước còn hạn chế.

III. NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM VÀ GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH TRONG LĨNH VỰC VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH THỜI GIAN TỚI

Nhằm nâng cao hiệu quả công tác truyền thông chính sách, Bộ VH TTDL tập trung triển khai một số nhiệm vụ trọng tâm và giải pháp sau:

1. Tiếp tục triển khai thực hiện tốt Chỉ thị số 12/CT-TTg ngày 12/5/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường công tác tuyên truyền, định hướng hoạt động truyền thông, báo chí phục vụ nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc; Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022-2027”; kịp thời chấn chỉnh và xử lý các vi phạm trong hoạt động báo chí, truyền thông của Bộ; có kế hoạch truyền thông cụ thể đối với từng văn bản QPPL do Bộ chủ trì soạn thảo.

2. Đầu tư xây dựng đồng bộ, bảo đảm cơ sở vật chất về công nghệ, thông tin, đảm bảo an ninh, an toàn để các cơ quan, đơn vị thực hiện truyền thông chính sách theo kịp xu thế phát triển chung của các Bộ, ngành, địa phương, đáp ứng nhu cầu, khả năng tiếp cận thông tin của người dân.

3. Đào tạo và đào tạo lại, bồi dưỡng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trực tiếp làm công tác truyền thông chính sách đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới.

Nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý, đấu tranh hiệu quả với những quan điểm sai trái, bịa đặt thông tin trong các lĩnh vực hoạt động của Ngành.

4. Bố trí đủ nguồn kinh phí để triển khai các nhiệm vụ truyền thông chính sách, trong đó ưu tiên truyền thông việc xây dựng và hoàn thiện các dự án Luật, Nghị định của Chính phủ có tác động lớn đến đời sống xã hội do Bộ chủ trì xây dựng và triển khai.

5. Kiện toàn, nâng cao chất lượng hoạt động của các cơ quan báo chí thuộc Bộ. Xây dựng đội ngũ phóng viên của Bộ thực sự chuyên nghiệp, hiện đại, nâng cao bản lĩnh chính trị, tư tưởng đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ truyền thông các hoạt động của Bộ, của Ngành, kịp thời đấu tranh, phê phán những quan điểm sai trái, hành vi, lối sống lệch chuẩn về văn hóa...

BÀI THAM LUẬN

THỰC TRẠNG, GIẢI PHÁP VỀ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH ĐỐI VỚI LĨNH VỰC NGÀNH CÔNG THƯƠNG

BỘ CÔNG THƯƠNG

Kính thưa:.....

Thưa các đồng chí tham dự Hội nghị,

Như chúng ta đã biết, trong xã hội hiện đại, truyền thông báo chí đã, đang và sẽ luôn đóng vai trò to lớn vào quá trình phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm cho sự phát triển bền vững của xã hội, đóng góp tích cực vào thành công của các sự kiện trọng đại của đất nước. Chính vì thế, với chủ trương xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại, Đảng ta luôn coi trọng công tác truyền thông, báo chí, coi đây là nhiệm vụ thường xuyên và có tính chất nền tảng, mở đường về tư tưởng chính trị; góp phần quan trọng trong việc đưa đường lối đổi mới của Đảng đi vào cuộc sống; khơi dậy sáng tạo của mọi ngành, mọi địa phương, mọi tầng lớp nhân dân, tạo nên sức mạnh tổng hợp của toàn dân tộc.

Là Bộ quản lý nhà nước đa ngành, đa lĩnh vực, tạo ra trên 60% GDP của cả nền kinh tế, Bộ Công Thương được giao phó trọng trách quản lý nhiều lĩnh vực và trực tiếp ban hành những chính sách ảnh hưởng trực tiếp đến các hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp và đời sống xã hội, sinh hoạt của người dân. Do đó, đối với ngành Công Thương, hoạt động truyền thông chính sách luôn được chú trọng. Ban cán sự đảng, Lãnh đạo Bộ Công Thương luôn xác định vai trò quan trọng của báo chí, truyền thông trong hoạt động truyền tải thông tin để người dân, doanh nghiệp hiểu đúng, hiểu sâu về các chính sách. Đồng thời, đây cũng là kênh thông tin để Bộ lấy ý kiến nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp khi xây dựng các

loại chính sách mới hay điều chỉnh chính sách hiện tại, tạo ra sự đồng thuận xã hội.

1. Thực trạng về truyền thông chính sách đối với các lĩnh vực của ngành Công Thương

Quan điểm chỉ đạo xuyên suốt của Ban cán sự đảng, Lãnh đạo Bộ đối với Kế hoạch truyền thông của Bộ Công Thương qua các năm là tăng cường hơn nữa sự hợp tác, phối hợp chặt chẽ với cơ quan báo chí trong và ngoài Bộ để làm tốt công tác thông tin, truyền thông, cung cấp thông tin một cách chủ động, kịp thời và đầy đủ về các vấn đề thuộc phạm vi quản lý Nhà nước của Bộ và của ngành Công Thương, đặc biệt là các vấn đề được xã hội và nhân dân quan tâm.

Thời gian qua, Ban cán sự Bộ Công Thương luôn quan tâm, chú trọng công tác truyền thông báo chí, coi đây là một kênh quan trọng, không thể thiếu đã góp phần hỗ trợ tích cực và hiệu quả việc thực hiện thành công các nhiệm vụ chính trị, chuyên môn của Bộ, cũng như toàn ngành ngành Công Thương. Công tác truyền thông báo chí của Bộ Công Thương luôn được cải thiện, đổi mới và ngày càng đi vào chiều sâu và nề nếp, từ việc lên ý tưởng, xây dựng kế hoạch đến khâu tổ chức thực hiện; cơ sở pháp lý về phát ngôn, cung cấp thông tin cho báo chí đã được hoàn thiện bài bản và nề nếp. Mỗi cán bộ, công chức, viên chức không chỉ làm tốt vai trò chuyên môn mà đã thực sự trở thành một chiến sĩ trên mặt trận văn hóa, tư tưởng.

Cũng như Chính phủ và các Bộ ngành khác, đối với ngành Công Thương, mỗi chính sách mới ngay trong quá trình xây dựng dự thảo đều được đăng tải công khai trên Cổng Thông tin điện tử Chính phủ và Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương để lấy ý kiến rộng rãi từ các Bộ ban ngành, các chuyên gia và người dân, ngoại trừ các văn bản mật theo quy định của nhà nước. Người dân, doanh nghiệp quan tâm đều có thể dễ dàng tiếp cận các văn bản dự thảo bằng cách truy cập vào địa chỉ của Cổng Thông tin điện tử Bộ Công Thương để tìm hiểu, nghiên cứu và phản hồi ý kiến đóng góp. Hoạt động truyền thông chính sách của ngành Công

Thương được thực hiện ngay từ quá trình xây dựng dự thảo sẽ đảm bảo được quyền dân chủ của nhân dân, được nhân dân đồng thuận, góp ý kiến trên tinh thần cởi mở, công khai, minh bạch. Từ đó, văn bản đi vào cuộc sống trên nguyên tắc "dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng".

Tại Kế hoạch truyền thông năm 2022, Bộ Công Thương xác định “Truyền thông, phổ biến cơ chế, chính sách liên quan đến ngành Công Thương và các lĩnh vực thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ; các chương trình xây dựng và thực thi pháp luật của ngành Công Thương theo quy định hiện hành” là một trong những nội dung hàng đầu và cần đặc biệt quan tâm, đẩy mạnh thực hiện.

Hoạt động truyền thông chính sách mà Bộ Công Thương đã và đang tích cực thực hiện trong thời gian qua có thể nêu cụ thể như sau:

Các đơn vị thực hiện chức năng thông tin, tuyên truyền của Bộ (gồm có: Cổng Thông tin Điện tử Bộ Công Thương, Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương, Trung tâm thông tin công nghiệp và thương mại) ngày càng phát triển về quy mô số lượng, nâng cao chất lượng, phát huy hiệu quả vai trò là những kênh thông tin đóng vai trò trụ cột, quan trọng trong thực hiện công tác truyền thông nói chung và truyền thông chính sách nói riêng về hoạt động của Bộ, ngành Công Thương.

Thời gian qua, các cơ quan báo chí thuộc Bộ Công Thương đã có nhiều bài viết thông tin, tuyên truyền toàn diện về các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, Quốc hội, Chính phủ, Bộ Công Thương và các bộ, ngành khác. Đó là các Nghị quyết của Đảng trong các Kỳ Đại hội Đảng toàn quốc; các Nghị quyết của các kỳ họp Trung ương, đặc biệt là các Nghị quyết về phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập kinh tế quốc tế... như Nghị quyết số 55-NQ/TW ngày 11/02/2020 của Bộ Chính trị về định hướng Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045; Nghị quyết số 10-NQ/TW ngày 10/02/2022 của Bộ Chính trị về định hướng chiến lược địa chất, khoáng sản và công nghiệp khai khoáng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045...

Đối với các thông tin về trong lĩnh vực Công Thương, cơ quan báo chí thuộc Bộ đã có nhiều bài viết tuyên truyền về chính sách pháp luật như: sửa đổi Luật Hoá chất, Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật Cạnh tranh, Luật Điện lực, Luật dầu khí... Đồng thời xây dựng chuyên mục Đối thoại chính sách, tổ chức các Toạ đàm với sự tham gia của các cơ quan quản lý Nhà nước từ Trung ương đến địa phương, chuyên gia kinh tế, doanh nghiệp với mục đích vừa cung cấp thông tin, tuyên truyền, vừa lắng nghe ý kiến đóng góp để hoàn thiện cơ chế chính sách pháp luật...

Cổng Thông tin điện tử Bộ Công Thương là một kênh truyền thông rất hiệu quả. Theo thống kê của Google Analytics, trung bình, tại một thời điểm, Cổng thông tin điện tử Bộ Công Thương có khoảng 1.000 người truy cập, trong một tuần là 700 nghìn users/người dùng, và một tháng gần 12 triệu. Mỗi user/người dùng này, trung bình xem 2-4 bài viết hoặc chuyên mục của Cổng thông tin điện tử Bộ. So với các cơ quan, Bộ, ngành khác thì đây là kết quả rất khả quan, một ưu điểm giúp công tác truyền thông lan tỏa rộng rãi hơn, đưa các chính sách, lĩnh vực của ngành Công Thương đến với người dân và doanh nghiệp nhanh chóng, hiệu quả hơn. Khi truy cập vào địa chỉ moit.gov.vn, người dân có thể dễ dàng đọc các thông tin mới nhất như: Tổng hợp các chính sách mới có hiệu lực; Lấy ý kiến dự thảo các Thông tư do Bộ Công Thương chủ trì xây dựng, ban hành ... Khi cần tìm kiếm văn bản pháp quy thuộc ngành Công Thương và của Chính phủ, doanh nghiệp và người dân có thể dễ dàng tìm kiếm qua thanh công cụ được đặt tại Cổng Thông tin điện tử Bộ Công Thương.

Các Cục, Vụ, Tổng cục chức năng của Bộ Công Thương cũng luôn dành sự quan tâm cho hoạt động truyền thông các chính sách liên quan đến đơn vị, như: Tuyên truyền và thực thi chính sách liên quan đến hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư phát triển ngành Công Thương và thương hiệu; Phổ biến pháp luật cạnh tranh, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và kinh doanh theo phương thức đa cấp đến cộng đồng người dân và doanh nghiệp; chính sách, pháp luật liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử và kinh tế số...

Ngoài ra, để cung cấp thông tin, phổ biến trực tiếp các nội dung chính sách đến đông đảo các cơ quan, tổ chức, cá nhân và để lắng nghe các ý kiến phản hồi, các đơn vị chức năng của Bộ Công Thương cũng thường xuyên tổ chức khoá đào tạo, các chương trình hội nghị, hội thảo, các tọa đàm về các nội dung thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ.

Để đẩy mạnh công tác truyền thông chính sách, Bộ Công Thương cũng rất chú trọng đến việc thiết lập hệ thống trao đổi thông tin giữa Bộ và các cơ quan báo chí, phóng viên nhằm đảm bảo việc kết nối thông tin được thông suốt. Bộ Công Thương đã lập fanpage trên Mạng xã hội, lập nhóm kết nối thông tin ngành Công Thương tới 63 tỉnh thành qua zalo, kết nối thông tin tới trên 300 cơ quan truyền thông báo chí và hơn 500 phóng viên theo dõi ngành ở ba miền Bắc - Trung - Nam.

Có thể khẳng định, công tác truyền thông chính sách lĩnh vực Công nghiệp và Thương mại trong quá trình đổi mới và hội nhập đã góp phần tích cực trong việc đưa chủ trương, chính sách vào cuộc sống để đạt được các mục tiêu lớn liên quan đến phát triển kinh tế và ổn định xã hội.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đã đạt được, trong hoạt động truyền thông chính sách của ngành Công Thương vẫn còn tồn tại một số hạn chế, như: phương thức truyền thông chưa thực sự đa dạng để bắt kịp sự phát triển công nghệ truyền thông mới; thuật ngữ chuyên ngành trong một số lĩnh vực như năng lượng, điện lực, xăng dầu khiến người dân thấy khó và ngại tiếp cận...

2. Giải pháp trong truyền thông chính sách

Để phát huy vai trò của truyền thông chính sách của ngành Công Thương trong bối cảnh mới, trong thời gian tới, Bộ Công Thương sẽ tập trung thực hiện đồng bộ và quyết liệt một số giải pháp như sau:

- *Một là*, củng cố hơn nữa chất lượng đội ngũ cán bộ truyền thông chuyên trách. Người làm truyền thông chính sách không chỉ có kỹ năng làm báo thông thường mà phải có kiến thức về chính trị, chính sách công, có phong cách làm

việc sâu sát thực tiễn, gắn bó, đồng hành với người dân và doanh nghiệp và đặc biệt phải có kỹ năng sáng tạo các sản phẩm truyền thông đa phương tiện để thực hiện thông tin hai chiều giữa người dân và Nhà nước một cách hiệu quả nhất.

- Hai là, đa dạng hoá phương thức truyền thông, xác định đúng nhóm đối tượng cần tiếp nhận thông tin để hoạt động truyền thông có hiệu quả. Bên cạnh đó, phương thức tiếp cận với dư luận, truyền thông báo chí của Bộ cũng không ngừng được đổi mới với mong muốn chuyển tải thông tin nhanh nhất, chính xác nhất, hiệu quả nhất tới mọi tầng lớp nhân dân, tạo sự đồng tình cao nhất trong dư luận xã hội.

- Ba là, tập trung đẩy mạnh công tác truyền thông, phổ biến cơ chế, chính sách đối với các nội dung, lĩnh vực thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ Công Thương như công nghiệp, năng lượng, điều hành ổn định và phát triển thị trường trong nước, xúc tiến thương mại, hội nhập quốc tế về kinh tế./.

BÁO CÁO THAM LUẬN CHUYÊN ĐỀ
KINH PHÍ CHO TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG CỦA TRUYỀN THÔNG
CHÍNH SÁCH

BỘ TÀI CHÍNH

1. Về cơ chế tài chính cho hoạt động truyền thông chính sách:

a) Thời gian vừa qua, Bộ Tài chính đã phối hợp với Bộ Tư pháp và các cơ quan liên quan ban hành các Thông tư quy định việc lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước liên quan đến hoạt động truyền thông chính sách, như:

- Thông tư liên tịch số 14/2014/TTLT-BTC-BTP ngày 27/01/2014 của Bộ Tài chính, Bộ Tư pháp quy định việc lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác phổ biến, giáo dục pháp luật và chuẩn bị tiếp cận pháp luật của người dân tại cơ sở.

- Thông tư số 338/2016/TT-BTC ngày 28/12/2016 của Bộ Tài chính quy định lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và hoàn thiện hệ thống pháp luật; Thông tư số 42/2022/TT-BTC ngày 06/7/2022 sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 338/2016/TT-BTC.

- Thông tư số 46/2018/TT-BTC ngày 14/5/2018 của Bộ Tài chính quy định chi tiết chi phí thực tế để in, sao, chụp và gửi thông tin theo quy định tại khoản 2 Điều 12 Luật Tiếp cận thông tin.

b) Trong thời gian thực hiện, đã có một số văn bản quy phạm pháp luật, văn bản chỉ đạo, điều hành liên quan đến công tác phổ biến giáo dục pháp luật được sửa đổi, bổ sung ban hành. Do vậy, để bảo đảm phù hợp với thực tiễn, Bộ Tài chính đã có công văn số 10569/BTC-HCSN ngày 14/10/2022 gửi lấy ý kiến các Bộ, cơ quan trung ương, địa phương về dự thảo Thông tư thay thế Thông tư liên tịch số 14/2014/TTLT-BTC-BTP.

Ngoài ra, Bộ Tài chính sẽ tiếp tục nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung các Thông tư (Thông tư số 42/2022/TT-BTC ngày 06/7/2022; Thông tư số

46/2018/TT-BTC ngày 14/5/2018) trong trường hợp cần thiết, để phù hợp với thực tiễn.

2. Về bố trí kinh phí cho hoạt động truyền thông chính sách:

a) Về nguyên tắc bố trí kinh phí

- Kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác phổ biến, giáo dục pháp luật thuộc cấp nào do ngân sách cấp đó bảo đảm theo phân cấp ngân sách hiện hành và được bố trí trong dự toán của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, tổ chức đoàn thể ở trung ương, Ủy ban nhân dân các cấp theo quy định của Luật ngân sách nhà nước và các văn bản pháp luật khác có liên quan.

- Ngân sách trung ương hỗ trợ kinh phí để thực hiện nhiệm vụ phổ biến, giáo dục pháp luật cho các địa phương chưa tự cân đối được ngân sách để triển khai thực hiện một số hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật trọng tâm, trọng điểm, bao gồm các hoạt động:

+ Chi tổ chức tập huấn văn bản pháp luật mới, bồi dưỡng kỹ năng phổ biến, giáo dục pháp luật cho người làm công tác phổ biến, giáo dục pháp luật;

+ Xây dựng các chuyên mục phổ biến, giáo dục pháp luật đăng trên cổng thông tin điện tử của Sở Tư pháp;

+ Chi cho Tủ sách pháp luật; thực hiện phổ biến, giáo dục pháp luật cho một số đối tượng đặc thù theo quy định của Luật phổ biến, giáo dục pháp luật;

+ Chi hỗ trợ thực hiện một số nhiệm vụ trọng điểm của các Chương trình, Đề án phổ biến, giáo dục pháp luật.

- Đối với kinh phí cho công tác xây dựng văn bản quy phạm pháp luật: Việc bố trí kinh phí ngân sách nhà nước bảo đảm cho công tác xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và hoàn thiện hệ thống pháp luật tại cơ quan, đơn vị được thực hiện theo chương trình, kế hoạch chính thức và chương trình, kế hoạch bổ sung trong năm, bảo đảm phù hợp với tiến độ triển khai nhiệm vụ và trong phạm vi dự toán ngân sách đã được giao.

b) Về bố trí dự toán hàng năm:

Hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật gắn liền với các hoạt động chuyên môn của các cơ quan, đơn vị nên kinh phí chi thường xuyên ngân sách nhà nước bố trí cho các nhiệm vụ này được lồng ghép trong kinh phí thực hiện các Chương trình, Đề án và hoạt động thường xuyên của các cơ quan, đơn vị.

Căn cứ dự toán được cấp có thẩm quyền giao; các Bộ, cơ quan trung ương, địa phương chủ động phân bổ dự toán chi thường xuyên ngân sách nhà nước hàng năm để thực hiện hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật; như Bộ Tư pháp, Bộ Thông tin và Truyền thông:

- Bộ Tư pháp: Bố trí kinh phí tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật: 10,6 tỷ/ năm.

- Bộ Thông tin và Truyền thông: Bố trí kinh phí sự nghiệp văn hóa, thông tin để thực hiện các hoạt động thông tin tuyên truyền khoảng 160 tỷ đồng/ năm, trong đó có hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật...

c) Giải pháp về bố trí kinh phí đối với hoạt động truyền thông chính sách thời gian tới:

Trên cơ sở dự toán chi thường xuyên ngân sách nhà nước được cấp có thẩm quyền giao, các Bộ, cơ quan trung ương, địa phương chủ động ưu tiên bố trí kinh phí hàng năm cho hoạt động truyền thông chính sách, đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ truyền thông chính sách. Đồng thời, các Bộ, cơ quan trung ương, địa phương chủ động huy động từ các nguồn kinh phí hợp pháp khác để thực hiện hoạt động truyền thông chính sách./.

BÁO CÁO THAM LUẬN

Tổ chức bộ máy, vị trí việc làm, định mức biên chế công chức, viên chức làm công tác truyền thông chính sách

BỘ NỘI VỤ

Truyền thông chính sách để thống nhất nhận thức, tạo sự đồng thuận trong toàn xã hội, kịp thời phát hiện và xử lý hiệu quả đối với những xu hướng thông tin sai lệch, thông tin nhạy cảm, thông tin không có lợi cho sự phát triển của đất nước, góp phần tạo sự chuyển biến mạnh mẽ trong nhận thức và ý thức tuân thủ chính sách, pháp luật, tự giác học tập, tìm hiểu pháp luật, tự giác chấp hành, xây dựng lối sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật trong toàn xã hội... là vấn đề luôn được Đảng và Nhà nước quan tâm. Hoạt động truyền thông chính sách tạo tiền đề để công tác phổ biến giáo dục pháp luật đạt hiệu quả thiết thực, góp phần bảo đảm thực hiện quyền được thông tin về chính sách, pháp luật của người dân và doanh nghiệp, củng cố niềm tin của nhân dân với Đảng, nhà nước, thực hiện thắng lợi các nhiệm vụ chính trị, phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm an ninh, quốc phòng... Tuy nhiên, hiện nay một số cơ quan, đơn vị chưa quan tâm đúng mức đến hoạt động truyền thông chính sách, còn lúng túng trong việc cung cấp, xử lý thông tin dẫn đến hoạt động truyền thông chính sách chưa đúng cách, chưa đủ liều lượng; nhiều bộ, ngành, địa phương chưa có kế hoạch, chưa bố trí đủ nguồn lực để triển khai công tác truyền thông chính sách một cách bài bản, chuyên nghiệp. Để tiếp tục nâng cao hiệu quả công tác truyền thông chính sách, Báo cáo tham luận tập trung làm rõ về tổ chức bộ máy làm công tác truyền thông chính sách, thẩm quyền xác định vị trí việc làm, định mức biên chế làm công tác truyền thông chính sách và một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông chính sách.

1. Về tổ chức, bộ máy làm công tác truyền thông chính sách

Ngày 12/5/2021, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 12/CT-TTg về tăng cường công tác tuyên truyền, định hướng hoạt động truyền thông, báo chí phục vụ nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc; kịp thời chấn chỉnh và xử lý các vi phạm trong hoạt động báo chí, truyền thông; ngày 30/3/2022 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 407/QĐ-TTg phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022-2027”, trong đó đã giao nhiệm vụ cụ thể cho các bộ, ngành, địa phương và các cơ quan báo chí, truyền thông trong việc nâng cao chất lượng, hiệu quả các hoạt động thông tin, tuyên truyền, bảo đảm phục vụ hiệu quả nhiệm

vụ bảo vệ Tổ quốc và công tác truyền thông chính sách. Theo đó, công tác truyền thông chính sách đã được các Bộ, ngành, địa phương triển khai và phân công cho một đơn vị chủ trì thực hiện.

2. Về thẩm quyền xác định vị trí việc làm, định mức biên chế làm công tác truyền thông chính sách

Tại khoản 1 Điều 14 Nghị định số 62/2020/NĐ-CP ngày 01/6/2020 của Chính phủ về vị trí việc làm và biên chế công chức đã giao Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, người đứng đầu tổ chức do Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ thành lập mà không phải là đơn vị sự nghiệp công lập (trong đó có Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông) hướng dẫn về vị trí việc làm công chức nghiệp vụ chuyên ngành được giao quản lý từ trung ương đến địa phương; định mức biên chế công chức trong cơ quan, tổ chức thuộc ngành, lĩnh vực được giao quản lý sau khi có ý kiến thống nhất của Bộ Nội vụ.

Tại điểm a khoản 1 Điều 12 Nghị định số 106/2020/NĐ-CP ngày 10/9/2020 của Chính phủ về vị trí việc làm và số lượng người làm việc trong đơn vị sự nghiệp công lập đã giao Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ (trong đó có Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông) hướng dẫn về vị trí việc làm lãnh đạo, quản lý và chức danh nghề nghiệp chuyên ngành, cơ cấu viên chức theo chức danh nghề nghiệp và định mức số lượng người làm việc trong đơn vị sự nghiệp công lập thuộc ngành, lĩnh vực được giao quản lý sau khi có ý kiến thống nhất của Bộ Nội vụ.

Do vậy, Bộ Nội vụ sẽ phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông trong việc hướng dẫn về vị trí việc làm và định mức biên chế của công chức, viên chức làm công tác truyền thông chính sách.

3. Về một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông chính sách

Tại Quyết định số 407/QĐ-TTg nêu trên, Thủ tướng Chính phủ đã yêu cầu các Bộ, ngành, địa phương thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp để nâng cao chất lượng, hiệu quả của công tác truyền thông chính sách, trong đó đã chỉ đạo:

(1) Thủ trưởng các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương quán triệt, chỉ đạo nhằm nâng cao nhận thức về vai trò, tầm quan trọng của công tác truyền thông dự thảo chính sách bằng hình thức phù hợp cho đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức cũng như người dân, tổ chức, doanh nghiệp; phát huy vai trò, trách nhiệm của cả hệ thống chính trị trong vận động, khuyến khích Nhân dân quan tâm, tham gia đóng góp ý kiến đối với dự thảo chính sách.

(2) Bộ Tư pháp chủ trì, phối hợp với các cơ quan, tổ chức có liên quan rà soát, nghiên cứu và tham mưu hoàn thiện các quy định của pháp luật về: Xây dựng văn bản quy phạm pháp luật; phổ biến, giáo dục pháp luật và tiếp cận thông tin nhằm bảo đảm cơ sở pháp lý và nguồn lực cho hoạt động truyền thông dự thảo chính sách.

(3) Phát huy vai trò chủ động của cơ quan, đơn vị, cá nhân chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật trong tổ chức thực hiện truyền thông dự thảo chính sách.

(4) Tăng cường công tác chỉ đạo, theo dõi của Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật trung ương, Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật cấp tỉnh về truyền thông dự thảo chính sách.

(5) Xây dựng nội dung truyền thông dự thảo chính sách, trong đó yêu cầu: Cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật xây dựng tài liệu, nội dung truyền thông dự thảo chính sách bảo đảm đầy đủ, ngắn gọn, dễ hiểu, hình thức phong phú, sinh động để đăng tải trên Cổng/Trang Thông tin điện tử của các cơ quan, tổ chức ở trung ương và ở địa phương và cung cấp cho các cơ quan thông tin, báo chí phục vụ hoạt động truyền thông dự thảo chính sách.

(6) Tổ chức triển khai các hình thức truyền thông về dự thảo chính sách, trong đó yêu cầu phát huy vai trò của cơ quan quản lý thông tin, báo chí trong lãnh đạo, chỉ đạo, định hướng cơ quan thông tin, báo chí tham gia truyền thông dự thảo chính sách; tổ chức các hội nghị, tọa đàm, diễn đàn, phỏng vấn, đối thoại trực tiếp, trực tuyến, họp báo để trao đổi, thông tin về dự thảo chính sách tới các cơ quan, tổ chức, người dân, doanh nghiệp; chú trọng phát huy đội ngũ báo cáo viên pháp luật; tổ chức truyền thông dự thảo chính sách tại địa bàn cơ sở; thực hiện việc tích hợp, chia sẻ để đăng tải thông tin nội dung dự thảo chính sách; tổ chức truyền thông thông qua các ứng dụng mạng xã hội và hình thức truyền thông phù hợp khác...

(7) Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông chính sách.

(8) Huy động nguồn lực xã hội tham gia công tác truyền thông dự thảo chính sách.

Từ các vấn đề nêu trên, để tăng cường hiệu quả của công tác truyền thông chính sách và bảo đảm phù hợp với chủ trương tinh gọn tổ chức bộ máy theo yêu cầu tại Nghị quyết số 18-NQ/TW, Nghị quyết số 19-NQ/TW của Hội nghị Trung ương 6 khóa XII, đề nghị các Bộ, ngành, địa phương xác định đầy đủ các nội dung, nhiệm vụ về công tác truyền thông chính sách thuộc phạm vi quản lý của Bộ, ngành, địa phương mình; trên cơ sở đó, phân công một đầu mối hiện có để chủ trì thực

hiện nhiệm vụ này và bố trí công chức, viên chức trong tổng số biên chế được cấp có thẩm quyền giao để thực hiện tốt nhiệm vụ truyền thông chính sách theo yêu cầu của Thủ tướng Chính phủ tại Quyết định số 407/QĐ-TTg nêu trên./.

THAM LUẬN
Tại Hội nghị trực tuyến về công tác truyền thông chính sách
VAI TRÒ, SỨ MỆNH CỦA BÁO CHÍ VỚI CÔNG TÁC
TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH

BÁO NHÂN DÂN

Các cơ quan thông tấn, báo chí đã và đang đóng vai trò hết sức quan trọng, là kênh thông tin chủ lực, nòng cốt thực hiện truyền thông chính sách, pháp luật đến với xã hội, người dân. Đảng ta đã nêu rõ: Nhân dân làm chủ, tham gia vào các hoạt động quản lý nhà nước và xã hội thông qua nhiều phương thức khác nhau, trong đó có việc tham gia đóng góp hoàn thiện dự thảo chính sách pháp luật, hình thành văn hóa đối thoại chính sách pháp luật trong nhân dân, đảm bảo thực hiện quyền làm chủ của người dân trong tham gia xây dựng pháp luật theo nguyên tắc "Dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng". Điều này có ý nghĩa hết sức quan trọng trong việc củng cố, xây dựng niềm tin của nhân dân vào Đảng, Nhà nước.

Việc tăng cường truyền thông chính sách sẽ góp phần đưa mọi chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước đi vào cuộc sống; thể hiện rõ phương châm coi người dân vừa là trung tâm, vừa là chủ thể, vừa là mục tiêu, động lực cho sự phát triển; mọi chính sách đều hướng tới người dân; để cho thật sự "Dân biết - Dân hiểu - Dân tin - Dân theo - Dân làm", qua đó phát huy rộng rãi dân chủ XHCN, quyền làm chủ và vai trò chủ thể của nhân dân; phát huy sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc; tăng cường đồng thuận xã hội, phát huy quyền con người, quyền công dân theo Hiến pháp năm 2013 và theo đúng tinh thần của Nghị quyết Đại hội lần thứ XIII của Đảng.

Trong tiến trình này, với vai trò là cơ quan Trung ương của Đảng, tiếng nói của Đảng, Nhà nước và nhân dân Việt Nam, Báo Nhân Dân đã làm tốt công tác tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; nỗ lực, tích cực, sáng tạo trong truyền thông các chính sách có tác động lớn đến xã hội, nhất là những vấn đề khó, nhạy cảm, có ý kiến khác nhau trong quá trình đề xuất chính sách và xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, từ đó góp phần định hướng dư luận xã hội. Báo Nhân Dân đã chủ động phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành liên quan thông tin rộng rãi, đa chiều về nội dung chính sách trên tất cả các ấn phẩm của Báo Nhân Dân như Nhân Dân

hàng ngày, Nhân dân điện tử, Nhân Dân cuối tuần, Nhân Dân hàng tháng, Thời Nay, Truyền hình Nhân Dân, với nhiều hình thức thông tin đa dạng như mở chuyên mục, triển khai các tuyến bài chuyên sâu, các đợt tuyên truyền trọng tâm, trọng điểm, tổ chức tọa đàm, hội thảo phối hợp với các bộ, ban, ngành.... Trong thời gian xảy ra đại dịch Covid-19, báo Nhân Dân có sáng kiến thiết lập nhóm Zalo với lãnh đạo 63 báo Đảng địa phương để kịp thời cập nhật thông tin và định hướng tuyên truyền phù hợp với chỉ đạo của Ban chỉ đạo quốc gia phòng chống Covid. Sau đó, nhóm này tiếp tục phát huy hiệu quả trong công tác chỉ đạo thông tin hàng tuần, hàng ngày: Những vấn đề trọng tâm trong các nghị quyết của Đảng, nội dung các kỳ họp Quốc hội, các chính sách của Chính phủ được nhanh chóng chuyển tải tới các cơ quan báo Đảng địa phương để kịp thời triển khai thành những tuyến nội dung sâu sắc, mang tính phối hợp “đồng thanh tương ứng,” tạo sức lan tỏa mạnh mẽ trong xã hội.

Những năm qua, thực hiện chiến lược chuyển đổi số, công tác truyền thông chính sách cũng được Báo Nhân Dân đổi mới mạnh mẽ theo hướng đẩy mạnh thông tin chính sách đến với nhiều đối tượng độc giả khác nhau trên nhiều nền tảng mới. Tháng 5/2021, Báo Nhân Dân tập trung xây dựng lại fanpage trên Facebook, số người theo dõi chỉ sau 1 tháng đã tăng 5000% với mức tương tác cao và đều đặn, nhờ đó kịp thời chuyển tải nhiều thông tin chính thống về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước trên nền tảng mạng xã hội. Tháng 10/2021, Báo Nhân Dân lập kênh TikTok chủ động nhắm vào đối tượng là thế hệ Z – những người trẻ sẽ đóng vai trò lớn trong tương lai phát triển của đất nước. Các nội dung về chủ trương, chính sách, về những quy định, quy chế mới, về các vấn đề chính trị-xã hội trên Facebook fanpage hay tài khoản TikTok của báo Nhân Dân luôn thu hút hàng chục, hàng trăm ngàn, thậm chí hàng triệu lượt xem. Vào tháng 9/2021, Báo Nhân Dân bổ sung thêm loại hình radio vào hoạt động đa nền tảng của mình thông qua sản phẩm podcast, cung cấp hai bản tin thời sự mỗi ngày và các truyện ngắn độc quyền. Kênh YouTube của Truyền hình Nhân Dân có tới 2,4 triệu người theo dõi, nội dung đăng tải thường xuyên thu hút hàng trăm ngàn, hàng triệu lượt xem. Đây được coi là những kênh truyền thông chính sách hiệu quả cho người dân trong bối cảnh thông tin nhiễu loạn và nhiều thông tin sai lệch tràn ngập Internet.

Thông qua công tác truyền thông chính sách, nhiều phản ánh, ý kiến của người dân, cộng đồng doanh nghiệp, các tổ chức đã được Báo Nhân Dân ghi nhận, kịp thời tổng hợp, chất lọc, từ đó phản ánh, kiến nghị với Đảng, Nhà

nước, các bộ, ngành, cơ quan chức năng nghiên cứu sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện chính sách, nhờ đó đáp ứng đầy đủ, kịp thời và thực chất theo yêu cầu của thực tiễn cuộc sống cũng như nhu cầu, mong muốn, nguyện vọng chính đáng của người dân. Bạn đọc luôn coi Báo Nhân Dân như một kênh chính thống để góp ý, phản biện trong quá trình đề xuất, xây dựng chính sách cũng như tìm hiểu chính sách pháp luật, đặc biệt là những chính sách liên quan thiết thực người dân và doanh nghiệp như kinh tế, xã hội, y tế, giáo dục, bảo hiểm xã hội... Kinh nghiệm cho thấy, nếu chúng ta làm tốt truyền thông chính sách, nhất là những chính sách có tác động lớn đến xã hội thì sẽ tạo được đồng thuận trong dư luận xã hội và chính sách sẽ nhanh chóng đi vào cuộc sống, phát huy hiệu quả. Công tác truyền thông thậm chí phải đi trước một bước, thay vì đi sau chính sách.

Nhân dịp này, cho phép tôi được thay mặt các cơ quan thông tấn báo chí bày tỏ sự đồng tình và đánh giá cao việc Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022 phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022-2027” có ý nghĩa rất quan trọng nhằm bảo đảm sự gắn kết chặt chẽ giữa công tác xây dựng pháp luật với công tác tổ chức thi hành pháp luật, phổ biến, giáo dục pháp luật; tạo cơ chế, điều kiện để người dân, tổ chức, doanh nghiệp góp ý, phản biện trong quá trình đề xuất chính sách, xây dựng văn bản quy phạm pháp luật theo hướng lấy người dân làm trung tâm, tăng cường dân chủ, phát huy quyền con người, quyền công dân trong tham gia quản lý nhà nước, quản lý xã hội, hướng tới xây dựng Nhà nước pháp quyền XHCN của nhân dân, do nhân dân và vì nhân dân.

Báo chí Cách mạng Việt Nam luôn đồng hành cùng Đảng, Nhà nước, Chính phủ trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước nói chung, trong công tác tuyên truyền chính sách, pháp luật nói riêng. Do đó, để phát huy vai trò của báo chí với công tác truyền thông chính sách, Báo Nhân Dân xin kiến nghị Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, các bộ, ngành, cơ quan một số giải pháp sau:

Thứ nhất, tiếp tục quán triệt, thực hiện nghiêm túc, hiệu quả Kết luận số 80-KL/TW ngày 20/6/2020 của Ban Bí thư về việc tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 32-CT/TW của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng trong công tác phổ biến, giáo dục pháp luật, nâng cao ý thức chấp hành pháp luật của cán bộ, nhân dân; Quyết định số 1521/QĐ-TTg ngày 6/10/2020 của Thủ tướng Chính

phủ ban hành Kế hoạch thực hiện Kết luận số 80-KL/TW; Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022.

Truyền thông chính sách, pháp luật cần được tăng cường tiến hành ngay từ khâu dự thảo văn bản - là phương thức cơ bản để người dân nắm và hiểu được chính sách; tăng cường tương tác đa chiều giữa người dân, tổ chức, doanh nghiệp với cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật. Truyền thông phải đi trước một bước để thống nhất nhận thức, tạo sự đồng thuận trong xã hội; mọi hoạt động của Chính phủ, của các cơ quan nhà nước đều phải công khai, minh bạch để người dân được biết (trừ những nội dung mật theo quy định của pháp luật).

Thứ hai, các cơ quan thông tin, báo chí cần phát huy vai trò của mình trong việc chủ động phối hợp với các cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật để được cung cấp thông tin về nội dung của dự thảo chính sách hoặc chính sách đã ban hành một cách chính xác, kịp thời và chính thức. Tăng cường chủ động khai thác nguồn tin về chính sách trên các kênh thông tin chính thức khác của cơ quan nhà nước, như trên Cổng thông tin điện tử của các bộ, ngành, cơ quan, đơn vị; tại các hội nghị, hội thảo, tọa đàm. Lãnh đạo các bộ, ngành, người có thẩm quyền đại diện cơ quan nhà nước chủ trì soạn thảo chính sách cần giành thời gian thích hợp trả lời phỏng vấn, cung cấp kịp thời các thông tin chính thống cho các cơ quan thông tấn báo chí...

Thứ ba, các bộ, ngành liên quan như Bộ Tư pháp, Bộ Thông tin và Truyền thông cần khẩn trương phối hợp xây dựng tài liệu hướng dẫn kỹ năng truyền thông chính sách, pháp luật; phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan rà soát, hoàn thiện pháp luật về phổ biến, giáo dục pháp luật, truyền thông chính sách và tiếp cận thông tin; tổ chức tập huấn cho báo cáo viên, tuyên truyền viên pháp luật, đội ngũ phóng viên, biên tập viên. Đồng thời, phối hợp Hội Luật gia Việt Nam, Liên đoàn Luật sư Việt Nam, huy động các nhà khoa học, chuyên gia tham gia công tác truyền thông chính sách, pháp luật.

Thứ tư, cần có các cơ chế cụ thể để cơ quan báo chí phối hợp với cơ quan chủ trì soạn thảo chính sách pháp luật, cùng tham gia thực hiện truyền thông chính sách, trong đó có việc đặt hàng, giao nhiệm vụ truyền thông chính sách cho cơ quan báo chí thực hiện.... Các cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật cần xây dựng tài liệu, nội dung truyền thông chính sách, bảo đảm đầy đủ, ngắn gọn, dễ hiểu, hình thức phong phú, sinh động; cần lắng nghe, tiếp thu với tinh thần cầu thị các ý kiến đóng góp, phản biện của các chuyên gia, nhà khoa học, các tổ chức, nhân dân để hoàn thiện chính sách.

Thứ năm, các cơ quan thông tấn báo chí cần tổ chức thực hiện và xây dựng các sản phẩm truyền thông phù hợp, đa dạng về hình thức thể hiện đến từng đối tượng chịu sự tác động và toàn xã hội một cách đa chiều, trong đó, chú trọng xây dựng các chuyên mục, chiến dịch truyền thông; giành thời lượng thích hợp, đưa tin vào khung giờ thu hút khán, thính giả, ứng dụng công nghệ thông tin để truyền thông về chính sách, pháp luật. Chủ động, tích cực đấu tranh, phản bác các thông tin sai trái, luận điệu xuyên tạc, chống phá, chia rẽ của các thế lực thù địch, suy diễn đối với các chính sách pháp luật được xác định là những vấn đề khó, nhạy cảm, dư luận xã hội quan tâm hoặc có nhiều ý kiến khác nhau.

Chúng tôi tin tưởng rằng, sự chỉ đạo, điều hành quyết liệt của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, sự vào cuộc quyết liệt, mạnh mẽ của các bộ, ngành, công tác truyền thông chính sách, pháp luật thời gian tới sẽ đạt được nhiều thành công lớn hơn nữa, qua đó tăng cường sự đồng thuận trong dư luận xã hội, củng cố niềm tin của nhân dân với Đảng, Nhà nước./.

THAM LUẬN

ĐÀI TRUYỀN HÌNH VIỆT NAM VỚI TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH: TỪ NHẬN THỨC ĐẾN HÀNH ĐỘNG VÀ NGUỒN LỰC THỰC HIỆN

ĐÀI TRUYỀN HÌNH VIỆT NAM

NHẬN THỨC

Thực hiện chức năng thông tin, tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước, truyền thông chính sách là một trong những nhiệm vụ quan trọng được Đài THVN xác định rõ khi triển khai thực hiện công tác tuyên truyền và đưa vào luồng thông tin chủ đạo trên hệ thống các kênh tin tức của VTV. Thông qua uy tín và thương hiệu của Đài Truyền hình quốc gia, VTV là cầu nối hữu hiệu để Chính phủ đưa thông tin, chính sách đến người dân, đồng thời cũng là kênh để Chính phủ lấy ý kiến nhân dân khi xây dựng chính sách mới, điều chỉnh chính sách hiện tại, tạo sự đồng thuận xã hội.

Đài THVN luôn chủ động và phối hợp tích cực với các Bộ, ban, ngành, địa phương thực hiện các chương trình truyền thông gắn liền với những chính sách có tác động lớn đến xã hội theo 3 giai đoạn: dự thảo chính sách, thực thi chính sách và đánh giá, tổng kết chính sách. Tương ứng với từng giai đoạn, truyền thông chính sách đối với Đài THVN sẽ hướng đến và đạt kết quả khác nhau: (1) Hỗ trợ Chính phủ xây dựng thành công chính sách và giúp cho chính sách ngày càng được hoàn thiện hơn; (2) Góp phần để chính sách được thực thi không bị “méo mó”, làm sai lệch mục tiêu chính sách... Thậm chí nhiều chương trình của Đài THVN còn chỉ ra được những bất cập, chính sách bị lợi dụng, để từ đó các cơ quan nhà nước có thể có những rà soát, điều chỉnh kịp thời; (3) Phân tích, đánh giá và tổng kết chính sách để có thể nêu ra những kinh nghiệm thực tiễn, góp phần tác động trở lại, hoàn thiện chính sách, giúp rút ngắn khoảng cách giữa Chính phủ và người dân, giúp người dân hiểu thêm về chính sách, pháp luật, đồng thời giúp Chính phủ hiểu được những kỳ vọng của người dân.

HÀNH ĐỘNG

Truyền thông chính sách được Đài THVN truyền tải đa dạng với nhiều hình thức khác nhau và được triển khai đồng bộ trên các kênh truyền hình và nền tảng số. Trong đó, nổi bật là những vệt tuyên truyền trên các bản tin thời sự, chuyên mục chuyên biệt, các chương trình tọa đàm chuyên sâu được phát sóng vào khung giờ có nhiều khán giả theo dõi; là các sản phẩm truyền thông trên các trang mạng xã hội ở mảng tin tức vốn có lượng người theo dõi trong và ngoài nước rất lớn.

Yêu cầu đảm bảo khi thực hiện truyền thông chính sách đó là: **(1) Khách quan, khoa học.** Thông tin về chính sách cần được cung cấp, trao đổi dựa trên nhiều nguồn đáng tin cậy, chính xác, rõ căn cứ của chính sách, thẩm quyền, trách nhiệm của các chủ thể chính sách, nguồn lực chính sách và các quan điểm, sự

trông đợi của đối tượng chính sách cũng như cộng đồng. **(2) Có tính hệ thống.** Truyền thông chính sách không chỉ là truyền thông về một văn bản chính sách cụ thể mà cần truyền thông toàn bộ quá trình quản lý nhà nước về ngành, lĩnh vực, về hệ thống quy trình, tầm nhìn và các giá trị cốt lõi. **(3) Mang tính hai chiều.** Truyền thông không chỉ vận động để người dân xã hội nghe theo, mà đồng thời, cần chủ động tranh biện để thuyết phục là lựa chọn chính sách đó là có tính hợp lý, vì mục tiêu lâu dài; mặt khác, cần chủ động lắng nghe các ý kiến góp ý để kịp thời điều chỉnh chính sách. **(4) Kịp thời và cần trọng.** Truyền thông chính sách cần được bắt đầu từ khi nhận diện vấn đề chính sách đến khi chính sách đã được ban hành.

NGUỒN LỰC THỰC HIỆN

Thời gian qua, nhất là những năm gần đây, các cơ quan báo chí ngày càng gặp nhiều khó khăn và thách thức. Đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến mọi mặt kinh tế, đời sống, xã hội. Đa phần các doanh nghiệp đều cắt giảm ngân sách dành cho quảng cáo trên truyền hình cũng như báo chí. Đồng thời, thói quen của khán giả cũng đang thay đổi rất nhanh, mọi người dành nhiều thời gian cho các nền tảng số để giải trí và cập nhật tin tức. Điều này càng đẩy mạnh việc dịch chuyển ngân sách quảng cáo từ báo chí truyền thống sang quảng cáo trên nền tảng số, khiến nguồn thu của các cơ quan báo chí giảm mạnh.

Các cơ quan báo chí chủ lực như Đài THVN cũng không tránh khỏi thực tế này. Hơn nữa, Đài THVN thực hiện cơ chế tự chủ, được vận dụng cơ chế tài chính, tiền lương như doanh nghiệp theo quy định của pháp luật, hoạt động không vì mục đích lợi nhuận. Để có nguồn lực truyền thông chính sách thật sự hiệu quả, bên cạnh nguồn lực tự chủ của Đài THVN, phải có nguồn lực đặt hàng, giao nhiệm vụ của nhà nước, đặc biệt là với các cơ quan báo chí chủ lực có ảnh hưởng lớn đến xã hội. Thực tế, hiện nay đó là càng cơ quan tự chủ (như VTV) có ảnh hưởng lớn đến việc định hướng thông tin thì lại càng phải tự lo về tài chính, không có nguồn lực ngân sách đặt hàng hay giao nhiệm vụ cho những việc hết sức quan trọng.

Để truyền thông chính sách cần có nguồn lực về nhân sự, cơ sở vật chất, tài chính... Trong đó, nguồn lực về tài chính là điều kiện đảm bảo quan trọng để thực hiện truyền thông có hiệu quả. Đối với Đài THVN, hệ thống các kênh tin tức, phổ biến giáo dục, phục vụ hoạt động truyền thông chính sách tập trung chủ yếu trên các kênh: VTV1, VTV2, VTV4, VTV5, VTV8, VTV9, VTV Cần Thơ và cả các nền tảng số của Đài. Chi phí để đảm bảo cho hệ thống truyền thông chính sách của Đài đặc biệt lớn, gần 1200 tỷ/năm (chưa bao gồm chi phí khấu hao). Trong đó, chi phí cho kênh VTV1 khoảng 334 tỷ, VTV2 là 103 tỷ, VTV4 là gần 120 tỷ, VTV5 gần 280 tỷ (một nửa là Ngân sách nhà nước), VTV8 gần 120 tỷ, VTV9 gần 130 tỷ, VTV Cần Thơ là 112 tỷ.

Thực tế đòi hỏi để việc truyền thông chính sách thực sự hiệu quả, chất lượng thì phải có nguồn lực từ các Bộ, ngành, địa phương thông qua cơ chế đặt hàng, giao nhiệm vụ cho các cơ quan báo chí. Gần đây, một số bộ, ngành, địa phương cũng đã quan tâm đến việc này, tiêu biểu như Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Ngân hàng Nhà nước và Đài THVN đã phối hợp thực hiện rất nghiêm túc, bài bản, chuyên nghiệp việc truyền thông giáo dục tài chính và phổ biến, giáo dục pháp luật cho người dân, doanh nghiệp để góp phần thực hiện chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng.

Ngân hàng Nhà nước và Đài THVN đã thực hiện hàng nghìn phóng sự trên các kênh của VTV, truyền tải nội dung, thông tin về các chủ trương, chính sách, quy định pháp luật liên quan đến tiền tệ và hoạt động ngân hàng. Đồng thời, nhiều chương trình về giáo dục tài chính cũng được thực hiện với các thể loại rất mới lạ, hấp dẫn, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thực hiện như: *chương trình hoạt hình “Tay hòm chìa khóa” – VTV7, VTV1, gameshow “Tiền khéo, tiền khôn” – VTV3, chuyên mục “Đồng tiền thông thái” trong chương trình “Chào buổi sáng” – VTV1; chương trình truyền hình thực tế “Những đứa trẻ thông thái” – VTV24, VTV1* đã được dư luận đánh giá cao, thu hút hàng triệu người xem truyền hình trên cả nước.

Hoạt động truyền thông chính sách về ngân hàng thời gian qua có được những kết quả tốt nêu trên, trước hết đó là nhờ sự đột phá về ý tưởng, sự sáng tạo và cách tiếp cận mới chưa từng có từ trước đến nay, nhất là đối với một cơ quan Bộ ngành Trung ương. Đồng thời, đó là sự phối hợp theo mô hình rất khoa học, chuyên nghiệp: Ngân hàng Nhà nước chịu trách nhiệm tư vấn nội dung chuyên sâu và hỗ trợ chi phí; Đài THVN thực hiện vai trò phối hợp tổ chức sản xuất chương trình. Mô hình này cũng có thể lan tỏa sang các Bộ, ngành, địa phương khác khi phối hợp đặt hàng, giao nhiệm vụ cho các cơ quan báo chí, truyền hình. Đài THVN nói riêng và các cơ quan báo chí nói chung mong muốn được các cơ quan, đơn vị đặt hàng và giao nhiệm vụ ở các mảng nội dung, nhất là các lĩnh vực về thông tin đối ngoại, truyền hình tiếng dân tộc, phim tài liệu, các chương trình kỷ niệm những ngày lễ lớn...

Căn cứ tình hình thực tế thực hiện, Đài THVN nhận thấy hình thức giao nhiệm vụ sẽ phù hợp cho Đài THVN và các cơ quan báo chí nói chung do: (1) việc đặt hàng phải xây dựng được định mức kinh tế kỹ thuật và đơn giá trong khi sản phẩm truyền hình luôn được nghiên cứu, đầu tư, đổi mới cách thức sản xuất nhằm nâng cao cả nội dung và chất lượng, cập nhật và ứng dụng xu hướng sản xuất mới của thế giới để tạo ra chương trình hấp dẫn với khán giả xem truyền hình, phục vụ nhu cầu ngày càng cao của khán giả. (2) hình thức giao nhiệm vụ tận dụng tối đa nguồn lực máy móc, thiết bị, trường quay,... của các cơ quan báo chí khi sản xuất, lồng ghép các hoạt động trong quá trình thực hiện, do vậy việc sản xuất đạt hiệu quả, tiết kiệm chi phí.

Tóm lại, để tận dụng tối đa sức mạnh của báo chí, đưa báo chí thành kênh thông tin chủ lực, nòng cốt thực hiện truyền thông chính sách, pháp luật đến với xã hội, người dân thì Chính phủ, Bộ, ngành, các cơ quan chức năng liên quan cần nghiên cứu cơ chế cụ thể để cơ quan báo chí phối hợp với cơ quan chủ trì soạn thảo chính sách pháp luật tham gia thực hiện truyền thông chính sách, trong đó có việc đặt hàng, giao nhiệm vụ thường xuyên, thiết lập kênh kết nối xuyên suốt và phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan để đảm bảo hoạt động này được triển khai ổn định, bền vững.

**THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ
TRỰC TRUYỀN TOÀN QUỐC VỀ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH:
NHẬN THỨC - HÀNH ĐỘNG - NGUỒN LỰC**

**Phát huy vai trò của Đài Tiếng nói Việt Nam trong công tác
truyền thông chính sách**

ĐÀI TIẾNG NÓI VIỆT NAM

Có nhiều quan điểm khác nhau về truyền thông chính sách, nhưng có thể hiểu ngắn gọn: truyền thông chính sách là một phần trong hoạt động của chính phủ nhằm đưa thông tin về chính sách đến người dân, thuyết phục người dân thay đổi nhận thức và hành vi đúng pháp luật, là kênh để chính phủ lắng ý kiến nhân dân khi xây dựng chính sách mới, điều chỉnh chính sách hiện tại, tạo ra sự đồng thuận xã hội.

Với vai trò là cơ quan thuộc Chính phủ, là đài phát thanh quốc gia, cơ quan truyền thông chủ lực đa phương tiện thực hiện chức năng thông tin, tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách pháp luật của Nhà nước; góp phần giáo dục, nâng cao dân trí, phục vụ đời sống tinh thần của nhân dân bằng các chương trình phát thanh và các thể loại báo chí, truyền thông đa phương tiện khác, Đài Tiếng nói Việt Nam (TNVN) luôn thực hiện tốt chức năng, nhiệm vụ của mình, đặc biệt là công tác truyền thông chính sách.

Với 4 loại hình báo chí, trong đó có 8 kênh phát thanh, 16 kênh truyền hình, điện tử (VOV.vn và VTC.vn), 01 báo in (Tiếng Nói Việt Nam), nhiều ứng dụng phân phối nội dung đa phương tiện, hàng chục trang thông tin điện tử, trong đó có chuyên trang VOV4.vn (thuộc báo điện tử VOV) với 13 tiếng dân tộc thiểu số, Đài Tiếng nói Việt Nam xác định, truyền thông chính sách là một trong những nhiệm vụ quan trọng hàng đầu.

Để thực hiện tốt công tác truyền thông chính sách, Đài TNVN đã xây dựng kế hoạch tuyên truyền cụ thể, bài bản: Đối với những chính sách có tác động lớn đến xã hội, nhất là những vấn đề khó, nhạy cảm, có nhiều ý kiến khác nhau, Đài TNVN sẽ tổ chức thành tuyến tin, bài từ khi xây dựng dự thảo chính sách. Đây là giai đoạn quan trọng và rất cần ý kiến đóng góp của chuyên gia, người dân, tổ

chức, doanh nghiệp nên Đài TNVN sẽ có những chương trình tạo diễn đàn để có sự tương tác đa chiều, để việc ban hành chính sách sát với thực tiễn, phát huy tối đa hiệu quả.

Khi chính sách được ban hành, tùy thuộc vào từng lĩnh vực cụ thể, Đài TNVN sẽ tổ chức thông tin, tuyên truyền rộng rãi trên các kênh/báo, đồng thời chú trọng tính chuyên biệt cho phù hợp với từng nhóm đối tượng khán, thính giả của Đài TNVN. Để người dân biết, hiểu và thực hiện chính sách, Đài TNVN đã xây dựng các cách thức tuyên truyền đa dạng, phong phú, sinh động, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thực hiện để chính sách đi vào cuộc sống một cách hiệu quả. Đây cũng là giai đoạn bộ lộ rõ nhất những ưu điểm cũng như hạn chế của chính sách. Bên cạnh việc lan tỏa những ưu việt của chính sách, thì những hạn chế cũng được nêu ra để có sự điều chỉnh kịp thời.

Sau khi chính sách được đưa vào thực hiện, thông thường, sẽ có đánh giá hiệu quả của chính sách. Công tác tuyên thông giai đoạn này tập trung vào việc phân tích những kết quả đạt được, những hạn chế và đưa ra các giải pháp để điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung, chính sách.

Từ thực tiễn truyền thông chính sách, Đài TNVN nhận thấy:

Thuận lợi

- Đài TNVN là cơ quan truyền thông đa phương tiện duy nhất tại Việt Nam có đầy đủ bốn loại hình báo chí (phát thanh, truyền hình, điện tử, báo in) và có lượng công chúng thuộc diện lớn nhất Việt Nam nên sức lan tỏa chính sách sẽ rộng lớn.

- Đài TNVN có nhiều ngôn ngữ các dân tộc nhất (13 thứ tiếng), góp phần nâng cao mức thụ hưởng thông tin của đồng bào các dân tộc thiểu số.

- Đội ngũ cán bộ, phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên hùng hậu, chuyên nghiệp, là đầu tàu của ngành phát thanh cả nước. Đại bộ phận nhân sự của Đài TNVN có trình độ, kinh nghiệm, bản lĩnh, sáng tạo, tuyệt đối trung thành với lý tưởng và sự nghiệp báo chí cách mạng.

Khó khăn

- Nội dung thông tin về chính sách nhiều khi chưa được sinh động, hấp dẫn, do đó việc tiếp nhận chính sách sẽ có những hạn chế nhất định.

- Trình độ dân trí không đồng đều cũng là rào cản lớn trong việc tiếp nhận, hiểu và thực thi chính sách, đặc biệt là ở vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn.

- Điều kiện sơ sở vật chất và hạ tầng để tiếp cận thông tin của người dân còn hạn chế. Khi chính sách chưa được người dân biết rõ thì việc phản hồi chính sách gần như là không thể.

- Sự chi phối của các nhóm lợi ích trong quá trình ban hành và thực thi chính sách cũng là một khó khăn đối với công tác truyền thông.

Do đó việc lựa chọn đội ngũ cán bộ, phóng viên làm truyền thông, chính sách, thường xuyên quan tâm bồi dưỡng, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ là điều rất quan trọng.

Ngày 30/3/2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 407 về việc phê duyệt Đề án” Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022-2027” Đây là văn bản quan trọng thể hiện sự quan tâm đặc biệt của Thủ tướng Chính phủ đối với công tác truyền thông chính sách. Việc đưa ra mục tiêu cụ thể: Từ năm 2023, 100% chính sách có tác động lớn đến xã hội thuộc phạm vi điều chỉnh của Đề án được cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật tổ chức truyền thông từ khi lấy ý kiến đối với đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật đến khi thông qua, ban hành văn bản quy phạm pháp luật sẽ tạo điều kiện thuận lợi để các cơ quan báo chí tiếp cận với các cơ quan chức năng từ khi khâu đầu tiên của công tác ban hành chính sách, qua đó giúp cho công tác truyền thông được tốt hơn; tạo được sự đồng thuận xã hội đối với chính sách; góp phần nâng cao chất lượng chính sách, thể chế, tính khả thi của văn bản pháp luật cũng như ý thức tôn trọng, tuân theo pháp luật của người dân, doanh nghiệp, đáp ứng mục tiêu phát triển kinh tế- xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh của đất nước./

**THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ
TRỰC TRUYỀN TOÀN QUỐC VỀ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH:
NHẬN THỨC - HÀNH ĐỘNG - NGUỒN LỰC**

**ĐỔI MỚI CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH
TRONG TÌNH HÌNH MỚI**

THÔNG TẤN XÃ VIỆT NAM

Báo chí đóng vai trò cầu nối giữa cơ quan hoạch định chính sách và nhân dân, cả trong quá trình xây dựng, triển khai thực hiện, giám sát và phản hồi chính sách, bảo vệ chính sách. Trong bối cảnh tình hình mới, trước sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông số, công tác truyền thông chính sách cần đổi mới toàn diện cả về nội dung, cách thức và lộ trình thực hiện.

*** Bối cảnh tình hình đặt ra yêu cầu mới về truyền thông chính sách**

Thế giới đang trải qua những biến động to lớn, diễn biến rất nhanh chóng, phức tạp, khó dự báo. Đại dịch COVID-19 đã và đang ảnh hưởng lớn đến phục hồi và phát triển kinh tế, đến đời sống của nhân dân; xung đột Nga- Ukraine tác động nhiều mặt tới các vấn đề an ninh trên toàn cầu... Các thế lực thù địch, phản động, cơ hội chính trị vẫn tiếp tục chống phá chúng ta bằng những âm mưu, thủ đoạn thâm độc, tinh vi, xảo quyệt. Tình hình trong nước bên cạnh những thuận lợi, thời cơ, cũng còn không ít khó khăn, thách thức đan xen, đặt ra nhiều vấn đề mới, yêu cầu mới nặng nề, phức tạp hơn đối với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Thành tựu khoa học-công nghệ đã làm cho báo chí có bước phát triển vượt bậc, có nhiều cơ hội phát triển mới, song cũng tác động không nhỏ đến hoạt động của báo chí truyền thống. Do vậy, báo chí truyền thống phải thích ứng và tìm ra lời giải cho những thách thức từ truyền thông xã hội, từ sự thay đổi cách tiếp nhận thông tin của người dùng.

Trước xu thế chuyển đổi số mạnh mẽ, hầu hết các cơ quan báo chí đã và đang chuyển dần sang mô hình truyền thông đa phương tiện, thực hiện nhiều loại hình báo chí, đáp ứng nhu cầu thông tin ngày đa dạng, phong phú của công chúng.

Trong bối cảnh đó, bằng nỗ lực không ngừng để giữ vững các giá trị cốt lõi của báo chí, các cơ quan báo chí, truyền thông chính thống vẫn luôn là nơi đề độc giả kiểm chứng, xác minh độ chính xác của thông tin.

Bên cạnh đó, báo chí tiếp tục đổi mới cả về nội dung và phương thức, làm tốt vai trò kênh thông tin chính xác, kịp thời, có tầm ảnh hưởng sâu rộng và trách nhiệm cao hơn trong xã hội, thể hiện rõ vai trò dẫn dắt, định hướng dư luận và tạo sự đồng thuận xã hội; chủ động, tăng cường các thông tin chính thống, tích cực, đưa các chủ trương, đường lối của Đảng, Nhà nước đến với công chúng, đồng thời lấn át các thông tin xấu độc trên không gian mạng. Trong đó, truyền thông chính sách có vai trò rất quan trọng, có ảnh hưởng rất lớn đến mọi vấn đề của xã hội.

Truyền thông chính sách là quá trình chia sẻ thông tin về một chính sách cụ thể của Đảng, Nhà nước đến người dân nhằm thu hút người dân và các bên liên quan vào quy trình chính sách, từ đó tạo sự đồng thuận và chuyển biến về nhận thức và hành động của công chúng để đạt được mục tiêu chính sách.

Truyền thông chính sách giúp các cơ quan nhà nước đưa thông tin đến người dân về các chính sách kinh tế, văn hóa xã hội, luật pháp đến với dân chúng, thuyết phục công chúng thay đổi về nhận thức và hành xử đúng pháp luật. Các cơ quan chức năng thăm dò lấy ý kiến của dư luận trước khi ban hành các văn bản pháp lý. Thông tin phản hồi chính sách giúp Nhà nước điều chỉnh các chính sách quản lý của mình và tạo ra sự đồng thuận cao trong dân chúng.

Đối với người dân: Truyền thông chính sách giúp cho người dân cập nhật thông tin kinh tế, văn hóa, xã hội... trong và ngoài nước; giúp người dân giải trí, học tập và hình thành phong cách sống, tạo ra các xu hướng về lối sống, văn hóa...; phản hồi, nói lên tiếng nói bảo vệ các quyền và lợi ích chính đáng của mình.

Đối với doanh nghiệp: Truyền thông chính sách góp phần bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp và người tiêu dùng, quảng bá và bảo vệ thương hiệu sản phẩm, giúp doanh nghiệp phát triển sản xuất, kinh doanh theo đúng luật pháp, chính sách; qua đó tạo việc làm cho người lao động, góp phần phát triển kinh tế xã hội.

Truyền thông chính sách góp phần bảo vệ quyền con người, quyền công dân. Ở Việt Nam, Hiến pháp và pháp luật đã quy định các quyền tự do ngôn luận, tự do thông tin. Các quyền này được đảm bảo ngày càng tốt hơn nhờ sự phát triển nhanh chóng, đa dạng về loại hình và phong phú về nội dung của các phương tiện thông tin đại chúng.

Truyền thông chính sách ở nước ta đã góp phần quan trọng vào mọi mặt của đời sống xã hội, góp phần to lớn vào công tác xây dựng và chỉnh đốn Đảng;

tuyên truyền quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng; chính sách, pháp luật của Nhà nước; phát hiện và phản ánh tâm tư, nguyện vọng của quần chúng; những vấn đề bức xúc trong đời sống xã hội; kiên quyết đấu tranh chống tham nhũng, tiêu cực, quan liêu lãng phí và suy thoái đạo đức, lối sống...

Truyền thông chính sách góp phần giáo dục truyền thống tốt đẹp của dân tộc, truyền thông cách mạng, nâng cao dân trí, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao, phong phú và đa dạng về đời sống tinh thần của nhân dân... Bên cạnh những vấn đề trên, truyền thông chính sách ở nước ta trong quá trình đổi mới và hội nhập đã góp phần góp phần quan trọng giới thiệu đất nước, con người Việt Nam với bạn bè quốc tế; thực hiện đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, đa dạng, đa phương hóa các quan hệ quốc tế của Đảng, Nhà nước ta; nâng cao uy tín và vị thế Việt Nam trên trường quốc tế.

Lãnh đạo Đảng, Nhà nước luôn coi trọng công tác truyền thông chính sách, pháp luật với phương châm truyền thông phải đi trước một bước để thống nhất nhận thức, tạo sự đồng thuận trong xã hội; mọi hoạt động của Chính phủ, của các cơ quan Nhà nước đều phải công khai, minh bạch theo phương châm để dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân thụ hưởng, nhằm hiện thực hóa mục tiêu xây dựng Nhà nước pháp quyền XHCN Việt Nam của dân, do dân và vì dân, xây dựng một Chính phủ hành động, liêm chính, kiến tạo phát triển, lấy người dân làm trung tâm, đảm bảo phục vụ tối đa lợi ích của người dân và doanh nghiệp.

*** TTXVN chú trọng làm tốt công tác truyền thông chính sách**

Thực hiện chức năng thông tấn nhà nước, hướng tới mục tiêu xây dựng cơ quan thông tấn chủ lực đa phương tiện trong hệ thống truyền thông quốc gia, TTXVN đã chủ động, tích cực đổi mới mạnh mẽ nội dung và hình thức thông tin, triển khai nhiều loại hình thông tin mới, thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị, tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; cung cấp nguồn thông tin chính thống đến đông đảo công chúng.

TTXVN có 5 ban biên tập thông tin nguồn và 2 trung tâm thông tin, 10 tòa soạn báo in và báo điện tử... với hệ thống 63 cơ quan thường trú tại tất cả các tỉnh, thành phố trong cả nước và 30 cơ quan thường trú ngoài nước ở tất cả 5 châu lục. TTXVN có hơn 60 sản phẩm thông tin được thực hiện bởi đội ngũ 1,000 phóng viên, biên tập viên hoạt động tác nghiệp ở khắp mọi miền đất nước

và tại hầu hết các địa bàn trọng điểm trên thế giới. Trong quá trình thực hiện nhiệm vụ chính trị được giao, TTXVN đã huy động sức mạnh toàn hệ thống, thực hiện đồng thời nhiều loại hình thông tin (văn bản, ảnh, truyền hình, đồ họa), bằng nhiều ngôn ngữ khác nhau (Việt, Anh, Pháp, Trung, Nga, Tây Ban Nha...), luôn quan tâm và đã tổ chức thực hiện hiệu quả công tác truyền thông tin chính sách, tạo dòng chủ lưu thông tin tích cực trên không gian mạng. Cụ thể là:

Thông tin về quá trình ***xây dựng chính sách***, giới thiệu các dự thảo luật, văn bản chính sách, đưa tin các phiên họp chuyên đề xây dựng pháp luật, các phiên thảo luận của các đại biểu Quốc hội, tọa đàm lấy ý kiến các chuyên gia, nhà khoa học, các học giả và người dân đóng góp vào các dự thảo luật, pháp lệnh, các chính sách có tác động lớn đối với đời sống dân sinh, mọi lĩnh vực của đất nước. Học hỏi kinh nghiệm xây dựng chính sách của bạn bè quốc tế.

Thông tin ***phổ biến chính sách***: Phản ánh kịp thời, chuẩn xác việc thông qua, công bố, ban hành các văn bản luật pháp, chính sách theo luật định; giới thiệu nội dung, phổ biến sâu rộng các chính sách, luật pháp đến đông đảo các tầng lớp nhân dân. Đối với các chính sách mới có tác động mạnh mẽ đến đời sống xã hội, được dư luận quan tâm, cùng với giới thiệu toàn văn bản, còn phỏng vấn, trao đổi, thông tin làm rõ thêm, giúp người dân hiểu rõ, đồng thuận và nghiêm chỉnh thực hiện.

Phản ánh việc triển khai ***thực hiện chính sách***, pháp luật của Đảng, Nhà nước trong các lĩnh vực của đời sống; kiểm tra, giám sát việc thực hiện và những kết quả đã đạt được.

Thông tin ***phản hồi chính sách***: Phản ánh, phân tích hạn chế, vướng mắc trong quá trình triển khai luật pháp, chính sách, nêu đề xuất, kiến nghị để hoàn thiện, sửa đổi (nếu cần) và tiếp tục thực hiện có hiệu quả hơn các chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước.

Thông tin ***bảo vệ chính sách*** trước những luận điệu xuyên tạc, thù địch; tăng cường thông tin tích cực tạo dòng chủ lưu lấn át các thông tin xấu độc, góp phần củng cố và giữ vững niềm tin của nhân dân vào đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước.

Riêng Ban Biên tập tin Trong nước, đơn vị thông tin nguồn của TTXVN về các lĩnh vực chính trị - xã hội ở trong nước, mỗi năm cung cấp khoảng 30.000 tin, bài cho các đơn vị thông tin đối nội và đối ngoại, trong đó có khoảng 2000 tin, bài cho chuyên mục “Văn bản, chính mới”. Mới đây, được sự quan tâm, khuyến

khích, tạo điều kiện của ngành, Ban Biên tập tin Trong nước đã thực hiện hiệu quả chuyên mục “CHÍNH SÁCH & CUỘC SỐNG” phát trên Kênh Truyền hình thông tấn – Vnews; và sắp tới đây sẽ triển khai chuyên trang thông tin chinhsachcuocsong.vn trên cổng thông tin của ngành, góp phần lan tỏa rộng rãi hơn nữa các văn bản chính sách, luật pháp của Đảng, Nhà nước.

Ban Biên tập Tin trong nước đã thực hiện tốt các chuyên mục: Triển khai nghị quyết Đại hội XIII của Đảng; Xây dựng Đảng và hệ thống chính trị; Văn hóa soi đường; Phục hồi và phát triển kinh tế; Du lịch Việt Nam; Xây dựng nông thôn mới; Phản hồi phản bác... góp phần quan trọng triển khai các chính sách, luật pháp vào thực tiễn cuộc sống.

*** Những vấn đề đặt ra và kiến nghị, đề xuất**

Trong thực tế, công tác truyền thông chính sách hiện nay chưa thực sự được bắt đầu ngay từ khi triển khai xây dựng chính sách, hoặc chưa được chú trọng đúng mức. Ở giai đoạn xây dựng chính sách, công tác truyền thông mới chỉ được thực hiện đối với một số văn bản chính sách, dự án luật quan trọng, có tác động lớn tới đời sống xã hội và đông đảo nhân dân, thông qua việc phản ánh một số cuộc tọa đàm, hội thảo lấy ý kiến chuyên gia, nhà nghiên cứu, nhà quản lý, hoặc lấy ý kiến đóng góp của quần chúng qua kênh đoàn thể, mặt trận... Có thể nhận thấy một thực tế là một số văn bản chính sách, dự án luật được tổ chức lấy ý kiến rộng rãi hơn so với một số văn bản chính sách, dự án luật khác tùy thuộc vào sự quan tâm của cơ quan soạn thảo; có những văn bản chính sách, dự án luật còn xa lạ với công chúng cho đến khi được thông qua, công bố ban hành và điều này ảnh hưởng lớn đến khả năng tiếp cận và thực thi chính sách của quần chúng nhân dân.

Ngay cả việc tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật (sau khi được ban hành và có hiệu lực thực thi) cũng cần được chú trọng hơn, bảo đảm để các nội dung chính sách được chuyển tải tới gần hơn với công chúng, bằng nhiều phương thức khác nhau, tạo điều kiện cho từng người dân có thể tiếp cận chính sách dễ dàng, thuận tiện hơn.

Đời sống muôn màu, muôn vẻ và luôn luôn biến động, vì vậy quá trình thực thi chính sách, luật pháp cũng sẽ luôn có những vấn đề phát sinh cần giải quyết, những vướng mắc cần tháo gỡ. Trên thực tế, thông tin phản hồi chính sách còn rất ít và thiếu tính kịp thời. Việc tiếp cận, phản ánh những bất cập trong thực thi chính sách cũng gặp nhiều khó khăn hơn, thường là bị né tránh, dẫn đến báo chí hoặc là không có thông tin hoặc là thông tin không đầy đủ.

Kiến nghị, đề xuất:

- Đối với cơ quan báo chí, cần tiếp tục nâng cao nhận thức, chú trọng hơn nữa công tác truyền thông chính sách, đổi mới cách thức truyền thông chính sách phù hợp với quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước và thị hiếu, nhu cầu của công chúng.

- Đối với cơ quan soạn thảo, cần bắt đầu công tác truyền thông chính sách ngay từ khi bắt đầu xây dựng.

- Các cơ quan quản lý, thực thi chính sách, cần thực hiện công khai, minh bạch thông tin chính sách; cung cấp và phát ngôn kịp thời những vấn đề dư luận quan tâm.

- Bao trùm tất cả là cần có cơ chế rõ ràng về nguồn lực và trách nhiệm của cơ quan, tổ chức liên quan trong thực hiện truyền thông đối với từng chính sách, dự án luật, ngay từ khi xây dựng, triển khai thực hiện đến giám sát và phản hồi chính sách. Có như vậy mới tạo được chuyển biến thực sự trong công tác truyền thông chính sách, bảo đảm chính sách được thực thi hiệu quả trong đời sống./.

CHIA SẺ KINH NGHIỆM TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH TRONG TÌNH HUỐNG KHỦNG HOẢNG DO DỊCH COVID-19

ỦY BAN NHÂN DÂN TP. HỒ CHÍ MINH

Sau gần 2 năm kể từ khi xuất hiện, đại dịch COVID-19 đã lây lan đến 223 quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới, với trên 244 triệu ca mắc và 4,9 triệu ca tử vong, đến nay, Châu Mỹ là khu vực chịu ảnh hưởng nghiêm trọng nhất của dịch bệnh, tiếp theo là Châu Á và Châu Âu. Ba quốc gia là Mỹ, Ấn Độ, Brazil có số mắc và tử vong cao nhất¹. Biến chủng Delta được phát hiện tại Thành phố Hồ Chí Minh trên 02 người bệnh (BN4514, BN4583) ở quận 7 vào ngày 18/5/2021 do Đơn vị nghiên cứu lâm sàng Đại học Oxford – Bệnh viện Bệnh Nhiệt đới TP.HCM thực hiện, sau đó kết quả giải trình tự gene mẫu bệnh phẩm từ chùm ca điễm truyền giáo Phục Hưng và các ca khác trên địa bàn Thành phố đều thuộc biến chủng này. Đợt dịch này tác động nghiêm trọng đến công tác phòng, chống dịch của nhiều quốc gia, kể cả các quốc gia phát triển, có nền y tế hiện đại. Nhiều quốc gia có tỷ lệ tiêm chủng vắc xin cao nhưng vẫn tiếp tục diễn ra các làn sóng lây nhiễm mới, khó kiểm soát và phải điều chỉnh chiến lược đáp ứng phòng, chống dịch. Diễn biến dịch bệnh tạo thách thức chưa từng có đối với hệ thống y tế của các nước; dịch bệnh không chỉ là vấn đề y tế đơn thuần mà tác động sâu sắc, toàn diện đến mọi mặt kinh tế - xã hội, an ninh trật tự an toàn xã hội và đời sống vật chất, tinh thần của người dân. Từ góc độ truyền thông, đại dịch COVID-19 cũng dẫn đến cuộc khủng hoảng thông tin, nhất là trong môi trường truyền thông xã hội hiện nay. Thông tin thiếu kiểm chứng, giả, sai lệch về dịch bệnh lan tràn, gây hoang mang và làm suy giảm niềm tin của người dân vào các thiết chế xã hội. Chính trong bối cảnh đó, chiến lược truyền thông của chính quyền thành phố càng cần được khẳng định và phát huy tối đa vai trò, trách nhiệm.

Ngày 15-2-2020, phát biểu tại Hội nghị An ninh Munich, khoảng 3 tháng sau khi đại dịch COVID-19 bùng phát tại thành phố Vũ Hán (Trung Quốc), Tổng Giám đốc Tổ chức Y tế thế giới (WHO) Tedros Adhanom Ghebreyesus cho rằng: “Chúng ta không chỉ chiến đấu với một đại dịch; chúng ta còn phải chiến đấu với một nạn dịch thông tin. Tin giả trên các phương tiện truyền thông xã hội lan truyền nỗi sợ hãi, gieo rắc sự hoang mang như “đổ thêm dầu vào lửa”, khiến khủng hoảng thông tin

¹ Số liệu tính đến ngày 24/10/2021, theo <https://www.worldometers.info/coronavirus/>.

Châu Âu ghi nhận 62 triệu ca mắc, 1,2 triệu tử vong; Châu Mỹ ghi nhận 93,9 triệu ca mắc, 2,3 triệu tử vong; Châu Á ghi nhận 78,5 triệu ca mắc, 1,1 triệu tử vong; Châu Phi ghi nhận 8,5 triệu ca mắc, 217.332 tử vong; Châu Đại Dương ghi nhận 294.067 ca mắc, 3.562 tử vong.

Mỹ ghi nhận 46,22 triệu ca mắc, 756.205 tử vong; Ấn Độ ghi nhận 34 triệu ca mắc, 451.301 tử vong; Brazil ghi nhận 21,7 triệu ca mắc, 605.569 tử vong.

bùng phát. Nạn dịch thông tin đôi khi mang đến hậu quả còn nghiêm trọng hơn cả chính dịch bệnh, ảnh hưởng đến hàng triệu người. Mặc dù gây ra những thách thức không nhỏ nhưng khủng hoảng thông tin trong bối cảnh đại dịch COVID-19 nhấn mạnh tầm quan trọng của chiến lược truyền thông.

Trong thời gian qua, Thành phố Hồ Chí Minh đã thực hiện chiến lược truyền thông trong phòng, chống dịch COVID-19. Thành phố đã áp dụng nhiều mô hình, cách làm để tuyên truyền và bước đầu gặt hái một số thành quả nhất định. Trong Hội nghị hôm nay, thay mặt Ủy ban nhân dân Thành phố, Tôi xin trình bày chia sẻ một số kinh nghiệm, kết quả đạt được của toàn thể hệ thống chính trị Thành phố Hồ Chí Minh trong phòng, chống dịch COVID-19 như sau:

Thứ nhất, truyền thông qua báo chí. Báo chí cần và phải là lực lượng chủ lực trong quản trị thông tin, trước hết thông qua việc cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, khách quan về tình hình dịch bệnh. Vai trò chủ lực của báo chí, nhất là các cơ quan báo chí chính thống của Đảng, Nhà nước, Chính phủ, Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể... trong cuộc chiến chống COVID-19 thể hiện trên các phương diện: Cung cấp thông tin chính xác, kịp thời về tình hình dịch bệnh và các giải pháp của Chính phủ; điều hòa dư luận và thúc đẩy đồng thuận xã hội như một nguồn lực xã hội cho công tác phòng, chống dịch và tăng cường niềm tin của người dân vào hệ thống chính trị.

Thứ hai, truyền thông qua báo in như báo Sài Gòn Giải Phóng, báo Tuổi Trẻ, Người Lao Động, Phụ Nữ Thành phố Hồ Chí Minh, Pháp Luật Thành phố, Giác Ngộ... Các cơ quan báo chí luôn phản ánh đậm nét, trung thực kịp thời những diễn biến quan trọng trong công tác phòng, chống dịch COVID-19, tích cực tuyên truyền chính sách mới trong công tác phòng, chống dịch bệnh như chiến dịch tiêm chủng vắc xin phòng COVID-19, chiến dịch bảo vệ người có nguy cơ góp phần giúp người dân nhận thức được tầm quan trọng của việc tiêm vắc xin phòng COVID-19, chung tay đẩy lùi dịch bệnh.

Thứ ba, truyền thông qua phát thanh, truyền hình trong đó Đài truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh và Đài Tiếng nói Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh đóng vai trò quan trọng trong việc thông tin, tuyên truyền đường lối, chính sách phòng chống dịch COVID-19 của Thành phố, góp phần tuyên truyền, giáo dục sức khỏe, nâng cao nhận thức của người dân trong công tác chăm sóc và bảo vệ sức khỏe, phục vụ đời sống tinh thần của người dân trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

Thứ tư, truyền thông qua công, trang thông tin điện tử. Thành phố Hồ Chí Minh có cổng thông tin điện tử tại địa chỉ www.hochiminhcity.gov.vn. Ngoài ra, Thành phố còn các trang điện tử tổng hợp được cấp phép cho các cơ quan, đơn vị, trang

thông tin điện tử của các sở, ban, ngành. Các cổng, trang thông tin điện tử đều có các chuyên mục đặc biệt là những thông tin về dịch bệnh COVID-19 liên quan sở, ban, ngành đăng tải những thông tin cần thiết cho người dân.

Truyền thông thông qua mạng xã hội. Đây là một trong những kênh truyền thông khá hiệu quả và xu hướng người dân quan tâm, sử dụng nhiều như tải khoản mạng xã hội chủ yếu là Facebook, Zalo, Tiktok... Trong giai đoạn dịch bệnh diễn biến phức tạp "Chống dịch như chống giặc; lấy xã, phường là "pháo đài," người dân là "chiến sỹ," từng xã, phường thành lập các tổ COVID-19 cộng đồng khoanh vùng tổ dân phố, liên hệ cung cấp thông tin kịp thời cho nhau bằng cách lập nhóm Zalo, Viber hoặc phản ánh những tiêu cực, bất hợp lý. Có thể thấy tầm quan trọng của truyền thông tác động đến tất cả các mặt của đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội, đến quan điểm của người dân và định hướng dư luận.

Trong thời gian qua, chính quyền thành phố đã có những nỗ lực vượt bậc trong việc tiếp cận với người dân, lắng nghe, thấu hiểu. Bộ máy chính quyền đã dần đổi mới mạnh mẽ phong cách, lề lối làm việc của cán bộ, công chức các cấp, góp phần tăng cường mối quan hệ chặt chẽ giữa chính quyền với nhân dân, nâng cao hiệu quả trong công tác phòng, chống dịch COVID-19. Thành phố Hồ Chí Minh đã sử dụng phương thức truyền thông trên mạng xã hội rất hiệu quả. Chuyên mục dân hỏi – thành phố trả lời được bắt đầu vào tháng 8/2021, được thực hiện phát sóng trên các nền tảng Fanpage, Youtube và TikTok của Trung tâm Báo chí Thành phố; đồng thời, được tiếp sóng qua 15 kênh truyền thông mạng xã hội Facebook và 5 kênh truyền thông qua Youtube qua cổng thông tin Chính phủ, các cơ quan Trung ương và thông tấn báo chí. Chuyên mục này là nơi để người dân thể hiện những bức xúc, bày tỏ ý kiến cũng như đóng góp sáng kiến nhằm thúc đẩy sự phát triển của Thành phố. Thành phố Hồ Chí Minh cũng là một trong những đơn vị đầu tiên trong cả nước thực hiện thay đổi cách làm việc, tiếp xúc với người dân thông qua chuyên mục trên mạng xã hội. Nhờ những phương thức tiếp cận mới, kịp thời đã tạo nên sự minh bạch, tăng sự tin cậy và đồng thuận của người dân vào chính quyền Thành phố.

Từ đầu năm 2022, Đài Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh thực hiện sản xuất và phát sóng chương trình “Đối thoại lãnh đạo Thành phố: Dân hỏi chính quyền trả lời” từ sự phối hợp với Thường trực Hội đồng nhân dân Thành phố và Sở Thông tin và Truyền thông trên kênh HTV9 và trên nền tảng mạng xã hội Facebook của Hội đồng nhân dân Thành phố, Sở Thông tin và Truyền Thông, Trung tâm Báo chí Thành phố.

Chương trình livestream “Dân hỏi – Thành phố trả lời” đã nhận được sự ủng hộ và hưởng ứng, đón nhận của người dân Thành phố Hồ Chí Minh, đặc biệt là trong giai đoạn dịch bệnh diễn biến phức tạp. Khách mời tham gia *Chương*

trình trả lời trực tiếp với người dân gồm 28 đại diện lãnh đạo cơ quan chính quyền Thành phố, trong đó, có 5 lãnh đạo thành phố, 7 lãnh đạo từ ủy ban nhân dân các quận, huyện và thành phố Thủ Đức và 18 đại diện từ lãnh đạo sở, ban, ngành. Đặc biệt, chương trình với chủ đề “Đối thoại cùng Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh Phan Văn Mãi” có lượt tương tác cao nhất. Các nhóm câu hỏi xoay quanh các nội dung chính như y tế - điều trị, vaccine, an sinh - cứu trợ, bảo hiểm xã hội, giao thông vận tải, giáo dục, an ninh trật tự và kế hoạch phục hồi sau khi hết giãn cách.

Chương trình này đã tận dụng sức mạnh, sự lan tỏa của mạng xã hội hiện nay giúp lãnh đạo thành phố lắng nghe, đối thoại, giải đáp trực tiếp các câu hỏi của người dân về các vấn đề liên quan. Bằng việc sử dụng công cụ truyền thông mới trên mạng xã hội, chuyên mục Dân hỏi – Thành phố trả lời đang trở thành một kênh truyền thông mới, nhiều triển vọng, có khả năng cung cấp thông tin hiệu quả, chính xác, trực tiếp đến người dân, góp phần đẩy lùi tin giả, tin sai sự thật đồng thời là kênh kết nối tương tác giữa người dân và chính quyền Thành phố. Trong thời gian tới, thành phố cần nhắc phát sóng song song trên mạng xã hội và hệ thống các cơ quan báo chí của Thành phố như Đài HTV, báo Sài Gòn Giải Phóng... với kịch bản, bố cục và hệ thống câu hỏi phong phú hơn...

Như vậy, có thể khẳng định, truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc giữ tương tác giữa bộ máy chính quyền và người dân. Lãnh đạo chính quyền dựa vào sức mạnh của truyền thông để thực hiện truyền tải thông điệp và định hướng dư luận, hướng tới mục tiêu nhất định. Chính vì vậy, nội dung và cách thức truyền thông phải được quan tâm đầu tư nhằm tác động tới người dân một cách hiệu quả nhất. Nội dung tuyên truyền pháp luật thường không hấp dẫn, khô khan và không thu hút được sự quan tâm của người dân, nhưng thực hiện tuyên truyền pháp luật dựa trên các tiểu phẩm, có tính ứng dụng trong đời sống xã hội, sẽ tác động sâu sắc tới nhận thức của người dân, từ đó đạt được hiệu quả tuyên truyền tốt hơn. Nhìn chung, đại dịch COVID-19 đã tạo ra những thách thức lớn đối với công tác phòng chống dịch nói chung và việc triển khai hoạt động song hành tăng cường hiệu quả phòng chống dịch như truyền thông nói riêng. Qua đó, Thành phố nhận ra rằng, việc xây dựng một chiến lược truyền thông của chính quyền thành phố là hết sức cần thiết trong giai đoạn sau đại dịch góp phần nâng cao hiệu quả của công tác triển khai chính sách, phát huy mạnh mẽ tinh thần đổi mới, sáng tạo và linh hoạt thích ứng, góp phần quan trọng vào các thành tựu của Thành phố

Trân trọng cảm ơn quý vị đại biểu đã quan tâm lắng nghe./.



THAM LUẬN

Kinh nghiệm truyền thông chính sách đối với việc phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Quảng Ninh

(Tham luận tại Hội nghị trực tuyến về công tác truyền thông chính sách)

Kính thưa đồng chí

Kính thưa hội nghị!

Quảng Ninh nằm ở địa đầu phía Đông Bắc của đất nước, là tỉnh có các điều kiện về tự nhiên, xã hội đa dạng và phong phú; được Cố Thủ tướng Phạm Văn Đồng ví như một Việt Nam thu nhỏ. Quảng Ninh được Trung ương xác định là một cực tăng trưởng khu vực phía Bắc, là động lực phát triển kinh tế - xã hội phía Bắc.

Với các giải pháp đồng bộ, chuyển đổi phương thức phát triển từ “nâu” sang “xanh” theo hướng bền vững dựa vào ba trụ cột (thiên nhiên, con người, văn hóa), tỉnh Quảng Ninh đã tập trung nỗ lực triển khai và hoàn thành tốt toàn diện mọi nhiệm vụ, mọi lĩnh vực. Tốc độ tăng trưởng kinh tế (GRDP) năm 2021 đạt **10,28%** (đứng thứ hai cả nước); 9 tháng đầu năm 2022 ước đạt **10,21%**; phần đầu tăng trưởng kinh tế cả năm 2022 đạt trên **11%**. Tổng thu ngân sách Nhà nước trên địa bàn 9 tháng ước trên **40 ngàn tỷ** đồng, bằng **77%** dự toán, tăng **21%** cùng kỳ. Tổng khách du lịch đến Quảng Ninh 9 năm 2022 ước đạt **9,17** triệu lượt, gấp **3,55** lần cùng kỳ. Tổng doanh thu du lịch đạt **19.425** tỷ đồng, gấp **3,88** lần cùng kỳ. Kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh 9 tháng ước đạt **1.975 triệu** USD, tăng **8,34%** cùng kỳ. Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh giữ vị trí Quán quân 05 năm liên tiếp.

Hệ thống hạ tầng giao thông trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh được đầu tư đồng bộ, tạo chuỗi liên kết: đường bộ - đường không - đường thủy hiện đại, mang đẳng cấp quốc tế; như: Cảng Hàng không quốc tế Vân Đồn; Cảng tàu khách quốc tế Hạ Long - cảng tàu biển chuyên biệt phục vụ du lịch duy nhất trong cả nước ở thời điểm hiện nay.

Ngày 01/9 vừa qua, tỉnh Quảng Ninh đã tổ chức khánh thành tuyến đường cao tốc Vân Đồn - Móng Cái; hoàn thành hợp phần, mảnh ghép cuối cùng để cùng với cao tốc Hà Nội - Hải Phòng, Hải Phòng - Hạ Long và Hạ Long - Vân Đồn hình thành tuyến cao tốc Hà Nội - Hải Phòng - Hạ Long - Vân Đồn - Móng Cái với tổng chiều dài 281 km; liên thông với tuyến cao tốc Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Hạ Long - Vân Đồn thành tuyến cao tốc dài nhất Việt Nam gần 600

km; đưa tỷ lệ đường cao tốc Quảng Ninh chiếm gần 16,83% tổng chiều dài cao tốc hiện có của cả nước.

Chỉ số hài lòng về sự phục vụ hành chính đứng thứ nhất toàn quốc 3 năm liên tiếp, Công tác đảm bảo an sinh xã hội, phúc lợi xã hội, giáo dục đào tạo, y tế, văn hóa, thể thao tiếp tục được quan tâm. Thực hiện đầy đủ chính sách đối với người có công, bảo trợ xã hội theo quy định. Chất lượng giáo dục được duy trì, có nhiều học sinh đạt giải cao trong các kỳ thi học sinh giỏi quốc gia.

Công tác thông tin, truyền thông đối ngoại được chú trọng. Tỉnh duy trì hợp tác truyền thông với gần 30 cơ quan báo chí; mạng lưới báo cáo viên, tuyên truyền viên, cộng tác viên dư luận xã hội, cộng tác viên văn hóa - văn nghệ các cấp phát triển rộng khắp với 6.145 người; số lượng báo, tạp chí phát hành (Báo Nhân dân, Tạp chí Cộng sản, Tạp chí Xây dựng Đảng, Báo Quảng Ninh) đứng trong nhóm 5 địa phương cao nhất cả nước.

Kính thưa các quý vị đại biểu!

Tỉnh Quảng Ninh đặc biệt coi trọng công tác truyền thông quảng bá, luôn xác định công tác truyền thông phải đi trước một bước. Trong đó, công tác truyền thông chính sách đóng góp quan trọng vào mọi mặt của đời sống xã hội, góp phần to lớn vào công tác xây dựng và chỉnh đốn Đảng; tuyên truyền quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng; chính sách, pháp luật của Nhà nước; phát hiện và phản ánh tâm tư, nguyện vọng của quần chúng; những vấn đề bức xúc trong đời sống xã hội; kiên quyết đấu tranh chống tham nhũng, tiêu cực, quan liêu lãng phí và suy thoái đạo đức, lối sống...

Để đạt được những kết quả nổi bật như trên, tỉnh Quảng Ninh đã thực hiện quyết liệt và đồng bộ các giải pháp truyền thông chính sách cụ thể như sau:

Một là, đẩy mạnh công tác tuyên truyền chính sách trên tất cả các hạ tầng truyền thông của báo chí tỉnh, các cơ quan báo chí Trung ương hợp tác, có văn phòng đại diện, phóng viên thường trú tại tỉnh và hệ thống thông tin cơ sở của tỉnh, bảo đảm chuyển tải các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước chính xác, đầy đủ và kịp thời tới người dân và xã hội. Các thông tin về tình hình kinh tế - xã hội, các quan điểm, chỉ đạo của các cấp, các ngành, công tác vận động người dân tuân thủ các quy định của pháp luật, cũng như thông tin chính, lên án các thông tin sai lệch, tin giả được chuyển tải chính xác và kịp thời tới người dân, góp phần hỗ trợ thông tin, nâng cao nhận thức cho người dân; đồng thời, cung cấp phản hồi cho các cơ quan quản lý nhà nước điều chỉnh các chính sách một cách hiệu quả. Công tác tuyên truyền, thông tin đối ngoại được triển khai chủ động, đồng bộ, tạo hiệu ứng lan tỏa rộng rãi, góp phần giúp bạn bè quốc tế và các đối tác hiểu đúng, ghi nhận, đánh giá cao về các chính sách của tỉnh Quảng Ninh nói riêng và Việt Nam nói chung.

Hai là, các phương thức truyền thông chính sách được tiến hành đa dạng, trên nhiều nền tảng phương tiện. Bên cạnh các phương thức truyền thống, trong thời gian gần đây, việc sử dụng các phương tiện hiện đại, phi truyền thống như

truyền thông qua tin nhắn SMS, truyền thông trên các loại hình mạng xã hội và các ứng dụng khác trên nền tảng internet... để truyền thông chính sách cũng được tỉnh Quảng Ninh quan tâm chú trọng.

Với ưu thế của mạng xã hội nhanh chóng kết nối mọi người, việc sử dụng mạng xã hội để truyền thông chính sách có ưu điểm nổi bật là cập nhật nhanh chóng thông tin đến được với mọi người nhanh hơn, rộng rãi hơn. Quảng Ninh cũng đã sử dụng đồng bộ hệ thống công thông tin điện tử (từ cấp tỉnh đến cấp xã), mạng xã hội bao gồm: các trang fanpage DDCI trên mạng xã hội Facebook, các tài khoản Zalo do các sở, ngành, địa phương quản trị như một công cụ quan trọng để vừa cung cấp thông tin, tuyên truyền chính sách đến người dân, vừa tiếp nhận các ý kiến phản hồi của người dân về các nội dung này.

Ba là, truyền thông chính sách hiệu quả đã góp phần quan trọng làm giảm ảnh hưởng của các thông tin giả, thông tin sai sự thật. Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, nhất là công nghệ internet, mang lại những thời cơ, thuận lợi cho truyền thông nhưng đồng thời cũng thúc đẩy sự phát triển của vấn nạn tin giả, tin không đầy đủ, thiếu kiểm chứng, gây mất ổn định đời sống và tâm lý của người dân. Việc truyền thông nhanh chóng, kịp thời và chính xác các thông tin về chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước cũng như các thông tin chính sách hỗ trợ người dân, doanh nghiệp đã góp phần rất lớn để hạn chế ảnh hưởng của các thông tin xấu độc, ổn định dư luận xã hội.

Kính thưa các quý vị đại biểu!

Cùng với phát triển kinh tế – xã hội, công tác truyền thông cần đi trước để giúp các cơ quan quản lý nhà nước nhận biết, nắm bắt các vấn đề, các nhu cầu xã hội để hình thành chính sách phù hợp với thực tiễn, tạo sự đồng thuận để mang lại hiệu quả tốt nhất cho khâu thực thi đối với chính sách.

Để đáp ứng các yêu cầu trên, truyền thông chính sách phải được đổi mới cả về nội dung truyền thông cũng như phương thức thực hiện. Trong đó:

Một là, về nội dung: Cần bảo đảm chuyển tải đầy đủ kịp thời các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước tới người dân và xã hội (phục vụ cả tuyên truyền đối nội và đối ngoại). Một mặt, truyền thông tập trung vào thông tin làm rõ các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước một cách kịp thời; mặt khác, cần tích cực đấu tranh, phản bác làm thất bại âm mưu của các thế lực thù địch, phản động, xử lý nghiêm các đối tượng lợi dụng tình hình để xuyên tạc, kích động, chia rẽ nội bộ, gây hoang mang trong xã hội. Kiên quyết đấu tranh việc lợi dụng đưa các thông tin sai lệch để xuyên tạc, chia rẽ, kích động chống phá chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước.

Hai là, về phương thức truyền thông: Cần tiếp tục đa dạng hóa các phương pháp và phương tiện truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng và điều kiện đặc thù của các vùng miền để các thông tin đến được với người dân, xã hội một cách nhanh chóng và chính xác nhất. Bên cạnh các kênh thông tin

truyền thông đang hoạt động rất hiệu quả như báo chí, truyền hình, phát thanh... cần tăng cường sử dụng các phương tiện, hình thức tuyên truyền phi truyền thống như mạng xã hội, tin nhắn tuyên truyền... Ở những địa bàn vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn, cần được sử dụng linh hoạt cả các hình thức tuyên truyền như hệ thống loa phát thanh của xã, thôn, bản. Phát huy tối đa hoạt động truyền thông qua đội ngũ cộng tác viên, tuyên truyền viên đến từng hộ gia đình, từng người dân.

Truyền thông chính sách có vai trò quan trọng trong mọi giai đoạn của quy trình chính sách, góp phần giúp cơ quan nhà nước xác định chính xác vấn đề và giải pháp chính sách, đồng thời tạo lập niềm tin của người dân, xã hội ủng hộ chính sách, tin tưởng vào sự lãnh đạo của Đảng, Nhà nước.

Với một số kinh nghiệm trong công tác truyền thông chính sách đối với việc phát triển kinh tế - xã hội đã được áp dụng thời gian qua, tỉnh Quảng Ninh hi vọng rằng, mỗi đại biểu, mỗi địa phương sẽ tiếp tục phát huy công tác truyền thông sẵn có, đồng thời không ngừng đổi mới nội dung, hình thức truyền thông để giúp các cơ quan quản lý nhà nước nhận biết, nắm bắt các vấn đề, các nhu cầu xã hội để hình thành chính sách phù hợp với thực tiễn, đồng thời tạo sự đồng thuận trong dư luận xã hội để mang lại hiệu quả tốt nhất cho khâu thực thi đối với chính sách.

Nhân dịp này, tỉnh Quảng Ninh xin chúc toàn thể quý vị đại biểu, khách quý sức khỏe, hạnh phúc và thành công!

Chúc Hội nghị thành công tốt đẹp!

Trân trọng cảm ơn!

BÁO CÁO THAM LUẬN

Kinh nghiệm thành lập Bộ phận truyền thông chính sách của tỉnh Long An
(theo Công văn số 4954/BTTTT-CBC ngày 05/10/2022 của Bộ TTTT)

Kính thưa:

.....

Được sự cho phép và gợi ý của Ban Tổ chức Hội nghị, UBND tỉnh Long An xin trình bày báo cáo tham luận **“Kinh nghiệm thành lập Bộ phận truyền thông chính sách của tỉnh Long An”** như sau:

Kính thưa hội nghị !

Công tác truyền thông các chủ trương, đường lối, chính sách từ trước đến nay được Đảng, Nhà nước ta luôn coi trọng. Với phương châm truyền thông phải luôn đi trước để thống nhất nhận thức, tạo sự đồng thuận xã hội; kịp thời phát hiện, xử lý hiệu quả những thông tin sai lệch bản chất, không có lợi cho sự phát triển kinh tế - xã hội. Thời gian qua, nhiều vấn đề lớn, nhạy cảm được Tỉnh ủy, UBND tỉnh Long An chỉ đạo, triển khai thực hiện đúng mục tiêu, định hướng. Công tác truyền thông chính sách đã phát huy vai trò, đóng góp tích cực vào những thành công đó.

Có thể nói, truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội, nhất là những vấn đề khó, nhạy cảm, vấn đề còn có ý kiến khác nhau trong quá trình đề xuất chính sách, xây dựng pháp luật. Thông qua các kênh báo chí truyền thông, cơ quan nhà nước đã tương tác đa chiều với người dân, doanh nghiệp; đã tạo sự đồng thuận, ủng hộ của người dân đối với những chính sách, quy định pháp luật mới ban hành hoặc điều chỉnh để phù hợp thực tiễn cuộc sống. Truyền thông chính sách cũng góp phần nâng cao chất lượng, tính khả thi của chính sách pháp luật, cũng như ý thức tôn trọng, tuân thủ pháp luật của người dân, doanh nghiệp, đảm bảo vì mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội.

Xác định công tác truyền thông có vai trò quan trọng và là một trong những yếu tố quyết định; tỉnh Long An đã tập trung chỉ đạo, triển khai thực hiện Chỉ thị số 12/CT-TTg ngày 12/5/2021 của Thủ tướng Chính phủ, về tăng cường

công tác tuyên truyền, định hướng hoạt động truyền thông, báo chí phục vụ nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc. Đã tổ chức công tác thông tin tuyên truyền một cách toàn diện, phát huy sức mạnh tổng hợp của các lực lượng, đa hình thức, đa nền tảng như: Báo chí, truyền thanh, thông tin cơ sở, trực quan, lưu động, tuyên truyền miệng, Website, màn hình điện tử công cộng và đặc biệt là ứng dụng mạnh mẽ các nền tảng công nghệ số, mạng xã hội. Cụ thể: Báo Long An mở chuyên trang “Pháp luật – Công dân”; Đài Phát thanh và Truyền hình Long An có “Chuyên đề pháp luật”; có 188 Đài Truyền thanh xã, phường, thị trấn có và 1.555 cụm loa tại các ấp/khu phố; có 89 bảng tin điện tử thường xuyên phổ biến các chính sách pháp luật mới ban hành. Công tác truyền thông chính sách còn được đăng phát trên Cổng/Trang thông tin điện tử (*01 cổng TTĐT tỉnh, 01 Cổng TTĐT tỉnh ủy; 42 Website của Sở ngành tỉnh, UBND cấp huyện*), 13 Website tổng hợp, 5.259 Website nội bộ, ứng dụng chuyên ngành và cá nhân; 188 Fanpage Facebook, trong đó có 45 Fanpage Facebook thuộc các cơ quan Đảng và Nhà nước trong tỉnh. Trong năm 2022, đã phối hợp Zalo lập, hoàn thiện chuẩn hóa 205 tài khoản ZOA của UBND cấp huyện, cấp xã, Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy, Sơ Thông tin và Truyền thông.

Kính thưa hội nghị!

Ngay khi Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Công văn số 837/BTTTT-CBC ngày 09/3/2022 về việc xây dựng đội ngũ truyền thông chính sách chuyên trách, chuyên nghiệp; UBND tỉnh Long An đã sớm chỉ đạo thực hiện. Theo đó, đã ban hành Công văn chỉ đạo các Sở, ngành tỉnh, UBND huyện, thị xã, thành phố trên địa bàn tỉnh tổ chức thực hiện nghiêm túc một số nội dung trọng tâm sau:

- ***Thứ nhất:*** Tăng cường thông tin tuyên truyền trên báo chí truyền thông nhằm nâng cao nhận thức, trách nhiệm, tạo sự đồng thuận, thống nhất cao về tư tưởng, hành động của toàn Đảng, toàn dân, toàn quân và cả hệ thống chính trị trong công cuộc bảo vệ Tổ quốc theo Chỉ thị số 12/CT-TTg ngày 12/5/2021 của Thủ tướng Chính phủ.

- ***Thứ hai:*** Chủ động nắm bắt, tiếp nhận thông tin, kịp thời giải quyết, cung cấp thông tin về các vấn đề báo chí, dư luận xã hội quan tâm, phản ánh. Phát huy vai trò của Người đứng đầu, Người phát ngôn trong phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí theo quy định tại Nghị định số 09/2017/NĐ-CP ngày 09/02/2017 của Chính phủ; tổ chức theo dõi, xử lý nhanh các thông tin báo chí truyền thông đăng tải có nội dung nhạy cảm, gây bức xúc dư luận trên địa bàn tỉnh.

- **Thứ ba:** Kiện toàn đội ngũ công chức, viên chức làm công tác truyền thông tại cơ quan, địa phương theo hướng bố trí bộ phận, nhân sự có năng lực, kinh nghiệm, được đào tạo, tập huấn nghiệp vụ về truyền thông chính sách, kỹ năng xử lý khủng hoảng truyền thông.

- **Thứ tư:** Các cơ quan Báo, Đài tỉnh tổ chức truyền thông trước, trong và sau khi ban hành chủ trương, chính sách và trong quá trình thực thi chính sách; Xây dựng chuyên trang, chuyên mục tuyên truyền về nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc. Đổi mới nội dung, hình thức tuyên truyền; tăng cường ứng dụng công nghệ hiện đại; tuyên truyền đậm nét trên hệ thống thông tin cơ sở, các phương tiện truyền thông mới, nền tảng mạng xã hội. Đa dạng, kết hợp tuyên truyền giữa thông tin đối nội và thông tin đối ngoại. Bảo đảm lượng thông tin tích cực là dòng chảy chính. Tăng cường trách nhiệm người đứng đầu cơ quan báo chí trong kiểm duyệt nội dung, quản lý phóng viên, nhà báo thuộc thẩm quyền.

- **Thứ năm:** Quản lý chặt hoạt động báo chí truyền thông, thông tin trên không gian mạng; ứng dụng công nghệ phục vụ công tác quản lý báo chí truyền thông, giám sát thông tin trên mạng; chấn chỉnh, xử lý kịp thời các sai phạm.

Trong đó, UBND tỉnh đã giao nhiệm vụ cụ thể cho Sở Thông tin và Truyền thông là: **(1)** Hàng năm, chủ trì xây dựng kế hoạch truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh Long An; tăng cường, nâng cao hiệu quả thông tin tuyên truyền, quảng bá về tỉnh Long An trên báo chí; **(2)** Đặt hàng các cơ quan báo chí, truyền thông thực hiện các nhiệm vụ thông tin tuyên truyền thiết yếu; **(3)** Tổ chức đào tạo, tập huấn nghiệp vụ về truyền thông chính sách, kỹ năng xử lý khủng hoảng truyền thông; **(4)** Tăng cường ứng dụng công nghệ để giám sát thông tin báo chí, mạng xã hội; kịp thời báo cáo, xử lý các thông tin nhạy cảm, gây bức xúc dư luận; **(5)** Là cơ quan đầu mối liên hệ Bộ Thông tin và Truyền thông trong quá trình xây dựng đội ngũ truyền thông chính sách trên địa bàn tỉnh; kịp thời báo cáo đề xuất UBND tỉnh chỉ đạo và báo cáo theo yêu cầu của Bộ Thông tin và Truyền thông.

Kính thưa hội nghị!

Để phát huy công tác truyền thông chính sách theo hướng dẫn của Bộ Thông tin và Truyền thông, tỉnh Long An đã thành lập Bộ phận truyền thông chính sách của tỉnh (hoạt động kiêm nhiệm), thành phần gồm: Người phát ngôn của UBND tỉnh - Chánh Văn phòng UBND tỉnh làm Tổ trưởng; Phó Trưởng ban Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy làm Tổ phó; Phó Giám đốc Sở Thông tin và Truyền thông làm Thành viên thường trực; lãnh đạo Văn phòng UBND tỉnh, Báo Long

An, Đài Phát thanh và Truyền hình Long An làm thành viên (*Quyết định số 4709/QĐ-UBND ngày 27/5/2022 của UBND tỉnh*). Tiếp đó, Bộ phận truyền thông chính sách tỉnh đã ban hành Quy chế hoạt động (*Quyết định số 1143 /QĐ-BPTTCST ngày 11/8/2022*). Trong đó, quy định nguyên tắc làm việc, nhiệm vụ và mối quan hệ phối hợp công tác của Bộ phận truyền thông chính sách tỉnh; quy định mối quan hệ phối hợp với các sở, ngành tỉnh, UBND cấp huyện và với các cơ quan báo chí truyền thông, thông tin cơ sở trên địa bàn tỉnh; quy định nhiệm vụ cụ thể thành viên Bộ phận truyền thông chính sách tỉnh.

- **Đánh giá ưu điểm:** (1) Việc thành lập Bộ phận truyền thông chính sách tỉnh (có tổ chức bộ máy, quy chế hoạt động) cho thấy sự tập trung nâng tầm, nâng cao chất lượng, hiệu quả, tính chuyên nghiệp của công tác truyền thông chính sách; (2) Tổ chức thông tin, quản lý, xử lý thông tin của báo chí truyền thông được phân công, phối hợp tốt, chặt chẽ hơn thông qua Bộ phận truyền thông chính sách tỉnh; (3) Báo chí, đội ngũ phóng viên, nhà báo ngày càng gắn kết, đồng hành với chính quyền địa phương; thông tin tuyên truyền đúng định hướng theo các chủ đề, chủ điểm của tỉnh; đưa tin kịp thời, trung thực, toàn diện, phong phú về tỉnh Long An.

* **Hạn chế:** (1) Chưa có hướng dẫn khung về hình thức, nội dung, phương thức truyền thông chính sách; (2) Chất lượng đội ngũ còn hạn chế, chưa chuyên; công tác đào tạo, tập huấn nghiệp vụ, bồi dưỡng kỹ năng truyền thông chính sách chưa nhiều; (3) Còn trường hợp thông tin chính thống, định hướng dư luận trên báo chí còn chậm so với mạng xã hội, nhất là vụ việc nhạy cảm, nhiều luồng thông tin.

Để thực hiện hiệu quả hơn nữa trong thời gian tới, tỉnh Long An sẽ tập trung thực hiện các nhiệm vụ sau:

- **Một là:** Tiếp tục kiện toàn Bộ phận thực hiện truyền thông chính sách tại các ngành, các cấp.

- **Hai là:** Đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng nâng cao năng lực thực hiện nhiệm vụ.

- Ba là: Hoàn thiện cơ chế hoạt động, kinh phí hoạt động. Tổ chức truyền thông chính sách đồng bộ từ giai đoạn chuẩn bị ban hành, khi ban hành và thực thi chính sách, đưa chính sách vào cuộc sống,...

- **Bốn là:** Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ vào công tác truyền thông chính sách.

Kính thưa hội nghị!

Từ thực tế phản ánh, để thực hiện tốt hơn trong thời gian tới, Long An xin đề xuất, kiến nghị Bộ Thông tin và Truyền thông như sau:

(1) Hướng dẫn khung về quy trình, hình thức, nội dung, phương thức truyền thông chính sách.

- Hướng dẫn để đồng bộ về tổ chức và hoạt động của Bộ phận truyền thông chính sách tại các ngành, các cấp; kiện toàn đội ngũ tại cơ quan, địa phương theo hướng có bố trí bộ phận, nhân sự có năng lực, kinh nghiệm.

- Hướng dẫn kinh phí cho hoạt động truyền thông chính sách; kinh phí đầu tư, thuê dịch vụ công nghệ thông tin để rà quét, phân tích xu hướng thông tin, thăm dò dư luận, đánh giá tác động trong quá trình hoạch định, ban hành, thực thi chính sách.

(2) Tổ chức đào tạo, tập huấn nghiệp vụ về truyền thông chính sách, kỹ năng xử lý khủng hoảng truyền thông; chú trọng đào tạo nâng năng lực biên tập, sản xuất các sản phẩm truyền thông (tin, bài, infographic, motion graphic,...) cho đội ngũ truyền thông chính sách.

Trên đây là tham luận của UBND tỉnh Long An, xin báo cáo tại Hội nghị.

Kính chúc quý Lãnh đạo, quý Đại biểu mạnh khỏe và thành đạt.

Xin trân trọng kính chào./.

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH